

Indicateurs clés de suivi individuel

Indicateur	Définition	Méthode de calcul / Source de données	Utilité principale
Chiffre d'affaires réalisé	Montant total des ventes conclues par le commercial sur une période donnée	Somme des montants facturés des commandes attribuées au commercial	Mesurer la contribution directe au CA global
Nombre de ventes conclues	Nombre total de commandes finalisées par le commercial	Comptage des commandes validées attribuées	Mesurer l'activité commerciale concrète
Nombre de devis envoyés	Total de devis émis par le commercial	Extraction depuis le CRM ou outil de gestion commerciale	Évaluer le volume d'activité et la prospection
Taux de réussite des devis	Pourcentage de devis acceptés transformés en commandes	$(\text{Nombre de commandes} / \text{Nombre de devis envoyés}) \times 100$	Mesurer l'efficacité commerciale et la qualité des offres
Panier moyen par vente	Montant moyen généré par commande	Chiffre d'affaires réalisé / Nombre de ventes	Évaluer la valeur commerciale moyenne par vente
Durée moyenne du cycle de vente	Temps moyen entre le premier contact et la conclusion de la vente	Moyenne des durées (en jours) calculées entre date premier contact et date commande	Mesurer la rapidité et l'efficacité commerciale

Taux de fidélisation client	% de clients récurrents suivis par le commercial	(Nombre de clients récurrents / Nombre total de clients) x 100	Indicateur de qualité de la relation et fidélisation
Nombre de nouveaux clients acquis	Nombre de clients acquis (première commande)	Comptage des nouveaux clients dans la base CRM	Mesurer le développement du portefeuille clients
Respect des procédures commerciales	Respect des règles internes : saisie, mise à jour CRM, suivi	Audit ou contrôle qualité interne, rapports CRM	Mesurer la rigueur administrative et la qualité du suivi
Taux de satisfaction client	Niveau de satisfaction perçu par le client	Résultats d'enquêtes clients ou retours spécifiques	Mesurer la qualité du service et la satisfaction
Engagement dans la prospection	Activité commerciale mesurée en appels, RDV, relances	Données CRM : nombre d'appels, de rendez-vous, de relances	Évaluer la dynamique commerciale et la relation client
Taux d'atteinte des objectifs individuels	Pourcentage d'objectifs commerciaux atteints	(Résultat réalisé / Objectif fixé) x 100	Mesurer la performance par rapport aux objectifs fixés
Volume d'affaires perdues	Montant ou nombre de devis non convertis	Analyse CRM des devis refusés ou abandonnés	Identifier les opportunités manquées et axes d'amélioration