

Nom de la société

FIXATION DES OBJECTIFS COMMERCIAUX

[Sous-titre du document]

[Date]

Contexte

Dans le cadre des nouvelles orientations stratégiques de la société....., une nouvelle organisation commerciale a été élaborée et proposée à la Direction Générale et la Direction Commerciale. Cette organisation repose notamment sur une planification de l'activité commerciale, qui se traduit par des objectifs quantitatifs à réaliser annuellement par l'équipe des commerciaux.

Ces objectifs sont déclinés par commercial sur la base du portefeuille clients/prospects qui lui a été attribué. L'agrégation des objectifs de chaque commercial fournit l'objectif de l'ensemble de la Direction Commerciale pour l'année.

Valorisés sur une base annuelle, les objectifs portent sur différents critères par rapport auxquels est mesurée la performance du commercial tout au long du cycle de vente, du premier contact commercial à la signature du contrat.

Une fiche d'objectifs permet de formaliser les objectifs de chaque commercial et de l'ensemble de la Force de Vente.

Descriptif de la fiche d'objectifs

Présentation du portefeuille et indicateurs d'objectifs

Chaque fiche d'objectifs comporte :

- **Un descriptif du portefeuille de chaque commercial** incluant la ventilation des clients/prospects par segments (Clients Actifs, Anciens Clients, Prospects) et leur répartition par secteurs d'activité et par tranche de CA.
- **Les objectifs quantitatifs annuels** sur les différents indicateurs retenus :
 - ✓ Nb de visites (s'entend comme le nombre de sociétés visitées)
 - ✓ Nb de demandes de consultations reçues/devis réalisés
 - ✓ Nb de projets de propositions, d'offres et de propositions de contrat soumis
 - ✓ Nb de contrats signés
 - ✓ CA réalisé

Présentation des hypothèses de valorisation

Les indicateurs d'objectifs sont valorisés sur la base d'hypothèses et de ratios présentés séparément dans une fiche d'hypothèses. Ceux-ci s'appuient sur les réalisations des années précédentes concernant les ratios de transformation qui caractérisent le cycle de vente :

- ✓ **Taux de transformation des visites en demandes de devis/consultations : x%**
- ✓ **Taux de concrétisation des visites en contrats fermes : y%**

Les objectifs en termes de CA sont établis par segment et selon la taille des entreprises cibles et/ou leur secteur d'activité.

CA	Exercice N-1	Exercice N (CIBLE)
Segment 1...		
Segment n		
Total		