
Apprécier la performance commerciale à partir d'indicateurs d'activité

Contexte :

Titulaire d'un BTS NDRC, vous venez de rejoindre la société "ConseilOr". Celle-ci est une société en plein essor qui accompagne les entreprises dans leur stratégie de digitalisation et de vente omnicanale.

Introduction :

Votre responsable vous a remis les tableaux de bords commerciaux afin que vous puissiez les étudier, apprécier la performance commerciale et proposer des axes d'amélioration.

Première mission : analyse du Centre de Relation Client (CRC) lors d'appels entrants

Vous disposez des résultats obtenus par les 3 téléopérateurs (documents 1) et des objectifs fixés (document 3).

Question 1 :

Vous remettez un document synthétique à votre responsable dans lequel vous analysez les forces et les principaux axes d'amélioration des téléopérateurs.

Question 2 :

Votre responsable s'intéresse à deux indicateurs importants à ses yeux : le Net Promoter Score (NPS) et le Customer Effort Score (CES).

A partir des documents 2 et 3, vous calculez ces indicateurs et analysez les résultats obtenus.

Ressource à consulter :

<https://www.espacecommercial.fr/cours/ndrc2/mesure-ratio-distance.php>

Document 1 : Les résultats des trois téléopérateurs

Indicateurs	Mme Kas	M. Dujardin	M. Macou
Durée moyenne de conversation (DMC)	12 min	8 min	7 min
Durée moyenne de traitement (DMT) = DMC + temps post appel de traitement	15 min	10 min	10 min
Taux de décroché (ou pourcentage d'appels entrants décrochés)	95 %	92 %	92 %
Durée d'attente (ou délai moyen avant décroché)	19 s	35 s	31 s
Nombre d'appels par jour	32	42	45
Taux de résolution au premier appel	80 %	72 %	66 %

Document 2 :

Extrait des réponses obtenues lors d'une enquête en ligne auprès de 100 clients ayant appelé le centre de relation client:

Une des questions était : "Recommanderiez-vous notre entreprise à votre entourage ?".

La réponse était donnée sur une échelle de 0 à 10.

Réponses obtenues :

Echelle	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nombre de réponses	0	3	6	5	7	7	5	14	16	22	15

Une autre question était : “Quel niveau d’effort a été nécessaire pour que votre demande soit traitée ?”

La réponse était donnée sur une échelle de 1 à 5

Echelle	1 (effort faible)	2	3	4	5 (effort important)
Nombre de réponses	37	29	11	13	10

Document 3 : Objectifs fixés

Indicateurs	Moyenne
Durée moyenne de conversation (DMC)	8 min
Durée moyenne de traitement (DMT) = DMC + temps post appel de traitement	11 min
Taux de décroché (ou pourcentage d'appels entrants décrochés)	89 %
Durée d’attente (ou délai moyen avant décroché)	27 s
Nombre d’appels par jour	38
Taux de résolution au premier appel	75 %
Net Promoter Score	2
Customer Effort Score (note moyenne)	2,5

Deuxième mission : analyse du Centre de Relation Client (CRC) lors d'appels sortants

Un des clients de votre agence de conseil a réalisé une campagne téléphonique dans le but de réaliser du “up-selling” ou du “cross-selling”.

Ce client a demandé à ConseilOr un audit de sa force de vente.

Vous avez à disposition les résultats obtenus (Document 4).

Question 3 :

Soucieux que tous les collaborateurs comprennent les documents fournis par le client, votre responsable vous demande de réaliser une synthèse dans laquelle vous présentez les notions de “up-selling” et “cross-selling”.

Question 4 :

A partir du document 4, vous réalisez avec l’outil “Google Sheets” ou “Excel” un tableau de bord mettant en avant la performance commerciale de la force de vente lors de cette opération.

Celui-ci devra inclure tous les KPI et ratios nécessaires.

Il pourra prendre la forme de votre choix (tableaux, graphiques...) et sera nécessairement complété par une analyse structurée.

Question 5 :

L’entreprise cliente a fait appel à vos services pour élaborer le questionnaire de satisfaction soumis le lendemain à l’ensemble des prospects ayant répondu.

Vous devez créer ce questionnaire à l’aide de “Google Forms”.

Documents à consulter :

<https://gsuite.google.fr/learning-center/products/forms/get-started/#/>

<https://www.commentcamarche.com/faq/36953-creer-un-questionnaire-en-ligne>

Document 4 : résultats obtenus par les trois téléopérateurs lors de la campagne de vente par téléphone

L'entreprise cliente propose des solutions d'hébergement de site sur Internet ([mutualisé](#), [dédié](#), [VPS](#), [cloud](#)) ainsi que des logiciels (CMS, CRM...) en [mode SaaS](#).

Cette campagne téléphonique ciblait les clients de l'entreprise ayant acheté une solution d'hébergement mutualisé il y a moins de 3 mois pour leur proposer de faire évoluer leur hébergement vers une formule plus performante et de découvrir leurs logiciels grâce à une période d'essai (qui aboutit par un achat dans 75% des cas selon l'expérience passée du client)

3 commerciaux ont participé :

Alexandre, 22 ans, titulaire d'un BTS NRC et recruté il y a 6 mois.

Il a déjà développé quelques sites, maîtrise le langage PHP pour créer des sites dynamiques et connectés à des bases de données MYSQL.

C'est sa première vraie expérience dans la vente.

Kader, 42 ans, titulaire d'un BEP en vente, travaillant depuis 8 ans dans l'entreprise.

Emilie, 36 ans, titulaire d'un CAP de coiffeuse, et qui est maintenant depuis deux ans à ce poste de commerciale, après avoir travaillé 5 ans comme secrétaire dans la même entreprise.

Résultats obtenus et objectifs :

Critères	Alexandre	Kader	Emilie	Objectifs
Nombre de contacts de la base de données	1 000	1 000	1 000	1 000
Nombre d'appels aboutis (NAA)	980	995	910	980
Nombre de présentations de l'offre principale (hébergement plus performant)	968	920	899	975
Nombre de prospects intéressés par l'offre principale, mais pas immédiatement (envoi de documentation...)	120	23	34	
Nombre d'acceptation de l'offre principale	321	204	234	45% de NAA
Nombre de présentations de l'offre complémentaire (logiciel en mode SaaS)	847	507	678	95% de NAA
Nombre de prospects intéressés par l'offre complémentaire mais pas immédiatement (envoi de documentation...)	456	123	98	
Nombre d'acceptation de l'offre complémentaire	213	56	67	30% de NAA
Nombre de contacts satisfaits de l'entretien en général*	978	897	834	100% de NAA
Nombre de contacts ayant jugé l'interlocuteur comme ayant un langage clair*	977	756	803	100% de NAA
Nombre de contacts ayant jugé l'interlocuteur comme étant à l'écoute*	975	759	797	100% de NAA

*Une enquête a été réalisée par email le lendemain.