Quelles sont les besoins d’une entreprise ?

Une entreprise a besoin de vendre des produits à ses clients, de connaitre la date de production et de livraison des produits par ses employés ou ses fournisseurs ;

1. Poser les questions analytiques adéquates.

Quelle quantité de produits sera livrée

A quelle date mes employés ou les fournisseurs me livreront mes produits

Qui sont mes potentiels clients

Quels clients achètent quels produits

1. Identifier les sujets d’analyses (Vente, achats, ...)

Profil-type des différents clients de l’entreprise (âge, occupation, sexe…)

Quels produits sont les plus vendus par l’entreprise ? en quelle quantité ?

Quelles sont les habitudes de consommation des clients (date et heure d’achat, nom et type de produits achetés, fréquence d’achat…) ?

Quels sont les produits qui se vendent le plus facilement ?

Quelles marchandises dois-je acheter en plus grand nombre ?

1. Dégager les différents KPI

L’ETP – Equivalent temps plein : dans une entreprise, certains employés travaillent à temps plein, d’autres, à temps partiel. La mesure de l’ETP permet de quantifier l’ensemble des heures travaillées pendant une année, par tous les employés, afin d’en dégager le nombre de temps plein que cela représente. L’ETP est un indicateur basique à maîtriser par tous les [services RH](https://fr.wikipedia.org/wiki/Gestion_des_ressources_humaines) d’entreprises.

**CA / ETP :** ici, sera mise en lumière la part de chiffres d’affaires liés à chaque équivalent temps plein. Sur une période donnée, il suffira de diviser le chiffre d’affaires obtenu par le nombre d’ETP.

**Le turn-over :** élément indispensable des tableaux de bord RH, le taux de turn-over renseigne efficacement sur le niveau des départs (démissions, retraites…) par rapport aux nouveaux arrivants. Un taux faible sera considéré comme un indicateur de bonne situation sociale, tandis qu’un taux élevé alertera du contraire. Cependant, un taux équivalent à zéro peut, dans certains cas, être synonyme de manque de dynamisme. Le taux de turn-over doit être interprété avec prudence. En effet, tout dépendra de la situation de l’entreprise et des différents métiers qui la composent.

**Taux d’absentéisme :** il indiquera avec précision le niveau de motivation des salariés. Un taux élevé peut traduire un malaise au travail, une mauvaise gestion, un manque de reconnaissance. Cependant, ce taux doit être analysé en fonction d’autres paramètres : présence de mères de jeunes enfants, maladie professionnelle, accidents du travail…

**Taux de démission :** le climat de l’entreprise sera mis en avant par le taux de démission. Un taux élevé reflétera une mauvaise cohésion, ou des salaires relativement bas.

La liste ci-dessous présente des exemples d’indicateurs de performance Marketing – Commerce

**Taux de conversion prospect/client** : également appelé taux de transformation, il mesure le nombre de transactions réussies par rapport au nombre de visites (sur un site internet par exemple).

**Net promoter score :** il peut être considéré comme l’indicateur phare de la satisfaction des clients, mais aussi comme l’indice de probabilité de recommandation de la marque ou du produit.

**Customer lifetime value score :** cet indicateur est censé refléter la somme totale des profits que l’entreprise peut attendre sur la durée pendant laquelle la personne, morale ou physique, sera cliente de l’entreprise.

**Le score de fidélisation client** : un score élevé traduira la forte probabilité qu’un client se dirige vers la concurrence. Inversement, un score sera le reflet d’un client fidèle.

La liste ci-dessous présente des exemples d’indicateurs de performance comptables

**Le taux de croissance du chiffre d’affaires** : comme tous les taux de croissance, sa formule de calcul est la suivante : (T1-T0/T0)x 100. Ce KPI  donnera une vision rapide et synthétique de l’évolution du CA de l’entreprise.

**Taux de marge brute** : il se calcule à partir du prix de vente hors taxes, diminué du coût d’achat. La marge obtenue sera divisée par le coût d’achat puis multipliée par 100. Il reflétera la capacité à dégager des marges sur la revente.

**L’excédent brut d’exploitation :** il représente la ressource d’exploitation dégagée par l’entreprise sur une période donnée. L’EBE se calcule après le paiement des charges de personnel.

**Le bénéfice avant intérêt et impôts** : indicateur de performance fiable et précis, il permet d’apprécier le montant des bénéfices avant déduction des impôts et des éventuels intérêts des débiteurs.

**Le seuil de rentabilité** : il est l’un des indicateurs les plus importants car détermine le niveau de CA à atteindre pour arriver à l’équilibre, et le seuil à partir duquel l’activité est rentable.

**Le besoin en fonds de roulement** : indicateur de performance important lui aussi, il représente, à court terme, les [besoins de financement](https://www.guide-du-business-plan.fr/comment-calculer-le-besoin-de-financement-dans-son-business-plan/) qui résultent du décalage, dans le temps, entre les entrées et sorties de trésorerie.

**Le point mort et le seuil de rentabilité** : le point mort, en corrélation avec le seuil de rentabilité, est le niveau à partir duquel l’activité opérationnelle a atteint son équilibre, avec un résultat à zéro. Ici, le montant des charges est identique aux montants des produits, c’est le point mort.

**La trésorerie nette** : indicateur fondamental, il représente l’intégralité des sommes qui peuvent être mobilisées à un instant T, ou à très court terme. Lié au besoin en fonds de roulement, c’est un indicateur fiable de la santé financière de l’entreprise.

**La durée moyenne de règlement fournisseur (DMRF)** : ce KPI peut représenter une source de financement intéressante pour l’entreprise, en effet, plus le délai de règlement sera long, plus les sorties de trésorerie seront repoussées. L’entreprise pourra alors produire et vendre, avant de régler ses fournisseurs.

**La durée moyenne de règlement client (DMRC) :** c’est le délai qui sépare la livraison d’un bien ou service, de son encaissement. Il impacte directement le [besoin en fonds de roulement.](https://www.compta-facile.com/besoin-en-fond-de-roulement-bfr/) En effet, plus le délai de règlement sera élevé, plus le besoin sera fort.

**Le pourcentage de créances douteuses par rapport aux montants facturés :** ce KPI définit, en pourcentage, le montant des [créances](https://www.compta-facile.com/creances-dettes-comptabilite/) que l’entreprise risque de ne pas recouvrer. Sa comptabilisation est importante lors de l’établissement du [bilan comptable](https://www.lepavillondesentrepreneurs.fr/) car elle permettra de refléter une image correcte et juste de l’entreprise.

**Le délai moyen de stock (DMS)** : c’est un indicateur renseignant la fréquence de rotation des stocks de l’entreprise. Un niveau satisfaisant d’activité sera synonyme de rotation importante et de délai moyen de stock court