


ORGANISATION DU SERVICE MARKETING & COMMERCIAL

TABLE DES MATIERES

Organisation du service Marketing & Commercial	1
Introduction	3
2. Organisation du service Marketing & Commercial	4
2.1. Responsabilités directes.....	4
2.2. Collaborations fonctionnelles	4
2.3. Contribution de chaque acteur	4
2.4. Exemple de fiche de suivi - Showroom	5
Fiches & Registres de Suivi - Service Marketing & Commercial	5
1. Fiche visiteurs showroom.....	5
2. Fiche de suivi des ventes showroom	6
3. Registre des devis showroom	6
4. Fiche de prospection terrain.....	7
5. Registre des rendez-vous terrain	7
6. Registre des réservations hôtel/résidences	7
7. Fiche upsell hôtel	8
8. Fiche prospects formation (IFP-KMS).....	8
9. Registre des inscriptions formation	8
10. Registre des visiteurs hotel (conciergerie)	9
11. Fiche satisfaction client.....	9
12. Journal de Caisse showroom	9
13. Registre des bons de livraison (BL).....	10
 Registres de liaison Marketing-Magasin	11
1. Registre des demandes de préparation (Ordres de sortie).....	11
2. Registre des livraisons effectuées (retour magasin → commercial)	11
3. Registre des ruptures signalées	12

4. Registre des retours / litiges clients.....	12
5. Registre des ventes livrées vs encaissées (croisement).....	13
3. Processus clés du service Marketing & Commercial.....	14
3.1. Accueil et orientation des clients	14
3.2. Vente showroom (meubles, accessoires, machines, panneaux).....	14
3.3. Prospection et vente terrain.....	15
3.4. Activité digitale	16
3.5. Hôtel et résidences meublées	16
3.6. Formation professionnelle (IFP-KMS)	17
3.7. Coordination Marketing ↔ Magasin.....	17
3.8. Routines de pilotage.....	18
4. Suivi des performances	19
4.1. Indicateurs clés (KPI) par activité	19
4.2. Tableau de bord quotidien (exemple).....	20
4.3. Tableau de bord hebdomadaire (exemple).....	21
4.4. Tableau de bord mensuel (exemple).....	21
4.5. Modèles de consolidation (templates prêts à l'emploi).....	21
5. Outils et moyens	22
5.1. CRM et gestion des prospects.....	22
5.2. Tableaux et registres standardisés	23
5.3. Outils digitaux et communication.....	23
5.4. Coordination avec la comptabilité	23
5.5. Coordination avec le magasin.....	24
5.6. Moyens de contrôle et discipline interne	24
6. Finalité.....	25

INTRODUCTION

Le service Marketing & Commercial est le moteur principal de la rentabilité de l'entreprise. Toutes les activités génératrices de revenus y sont reliées : la vente de meubles au showroom, la distribution des accessoires de menuiserie, des machines et des panneaux mélaminés, les activités de l'hôtel et des résidences meublées, ainsi que la formation professionnelle de l'IFP-KMS. Même l'accueil assuré par le concierge fait partie de cette dynamique, car la qualité de l'expérience client commence dès l'entrée du site.

L'organisation mise en place vise un objectif simple : **chaque activité doit contribuer directement au chiffre d'affaires et à la satisfaction client**. Pour cela, le service s'appuie sur une équipe claire (showroom, terrain, accueil, concierge) et des collaborations fonctionnelles (caisse, comptabilité, magasin) qui assurent la fluidité et la transparence.

Le présent document ne se limite pas à une description théorique. Il présente un système **opérationnel et mesurable**, avec :

- des processus concrets à appliquer chaque jour,
- des outils simples de suivi,
- des modèles de fiches et registres prêts à l'emploi pour contrôler la performance de chaque poste.

L'objectif est de permettre à la Direction Générale d'avoir une **visibilité claire et régulière** sur les résultats, et de garantir que le service Marketing & Commercial demeure le centre de la rentabilité globale.

2. ORGANISATION DU SERVICE MARKETING & COMMERCIAL

2.1. RESPONSABILITES DIRECTES

Le service **Marketing & Commercial** regroupe :

- **Le showroom** : une commerciale showroom (Tatiane) chargée des ventes et une commerciale d'accueil en charge de la qualification des visiteurs.
- **L'équipe terrain** : trois commerciaux responsables de la prospection et du développement de la clientèle hors site.
- **La conciergerie** : point d'entrée stratégique qui assure la qualité de l'accueil, l'orientation et l'image professionnelle du site.

2.2. COLLABORATIONS FONCTIONNELLES

Certaines fonctions sont essentielles au bon fonctionnement, mais restent hors de la ligne hiérarchique directe :

- **Comptabilité** : supervise les flux financiers, contrôle la caisse et établit les états périodiques.
- **Caissière showroom** : effectue les encaissements et remet les justificatifs, sous supervision de la comptable.
- **Magasin** : géré par le magasinier Thierry, avec un technicien, deux manutentionnaires, un chauffeur et un motoboy. Ce pôle assure la préparation des commandes, la gestion des stocks et les livraisons.

2.3. CONTRIBUTION DE CHAQUE ACTEUR

- **Commerciale showroom** : reçoit le client, présente les meubles, accessoires, machines et panneaux, établit devis et factures, et coordonne avec la caisse et le magasin.
- **Commerciale d'accueil** : assure l'accueil, qualifie les besoins des clients, enregistre les prospects, programme les rendez-vous et réalise les appels de suivi.
- **Commerciaux terrain (3)** : prospectent activement, ciblent entreprises et particuliers, proposent les produits, négocient et concluent des ventes extérieures.
- **Concierge** : accueille et oriente les visiteurs, améliore l'expérience globale et contribue à l'image commerciale.

- **Caissière (fonctionnelle)** : encaisse les paiements, remet les justificatifs et transmet les informations à la comptable.
- **Comptable (fonctionnelle)** : consolide les chiffres, vérifie les rapprochements et transmet les états financiers.
- **Magasinier et équipe logistique (fonctionnels)** : préparent les commandes, assurent la livraison et veillent aux niveaux de stock.

2.4. EXEMPLE DE FICHE DE SUIVI - SHOWROOM

Chaque collaborateur direct doit remplir quotidiennement une fiche simple. Ci-dessous un **modèle pour le showroom**, illustré avec deux lignes de données fictives :

Date	Nom client	Produit demandé	Devis établi (Oui/Non)	Vente conclue (Oui/Non)	Montant (FCFA)	Observations
21/08/2025	Mme Tchoufa	Table + 4 chaises	Oui	Oui	185 000	Livraison demain
21/08/2025	M. Nguemeni	Panneaux mélaminés (10)	Oui	Non	0	Client en réflexion

Cette fiche est remplie par la commerciale showroom et transmise chaque soir au Responsable Marketing & Commercial. Elle permet de suivre :

- Le flux de visiteurs,
- Le taux de conversion devis → ventes,
- Le chiffre d'affaires quotidien,
- Les causes de non-achat.

FICHES & REGISTRES DE SUIVI - SERVICE MARKETING & COMMERCIAL

1. FICHE VISITEURS SHOWROOM

Date	Nom client	Contact	Produit d'intérêt	Orientation
21/08/2025	Mme Tchoufa	699123456	Table + chaises	Orientée vers showroom
21/08/2025	M. Nguemeni	678987654	Panneaux mélaminés	Orienté vers devis

Remplit par : Commerciale d'accueil

Adressée à : RESP MARKETING&COMMERCIAL (quotidien)

Utilité : mesurer l'affluence, qualifier les prospects, préparer suivi commercial.

2. FICHE DE SUIVI DES VENTES SHOWROOM

Date	Client	Produit	Devis établi	Vente conclue	Montant (FCFA)	Observations
21/08/2025	Mme Tchoufa	Table + 4 ch.	Oui	Oui	185 000	Livraison demain
21/08/2025	M. Nguemeni	10 panneaux	Oui	Non	0	En réflexion

Remplit par : Commerciale showroom

Adressée à : RESP MARKETING&COMMERCIAL (quotidien), Comptable (copie)

Utilité : suivre le taux de conversion et le chiffre d'affaires.

3. REGISTRE DES DEVIS SHOWROOM

N° devis	Client	Montant (FCFA)	Statut	Date relance
2025-001	Mme Tchoufa	185 000	Accepté	-
2025-002	M. Nguemeni	320 000	En attente	25/08/2025

Remplit par : Commerciale showroom

Adressée à : RESP MARKETING&COMMERCIAL (hebdomadaire)

Utilité : assurer un suivi rigoureux des devis et des relances.

4. FICHE DE PROSPECTION TERRAIN

Date	Prospect	Secteur	Besoin identifié	Action menée	Résultat	Prochaine étape
21/08/2025	Société BTP	Bonabéri	Machines menuiserie	Présentation	Devis demandé	Relance 25/08
21/08/2025	M. Fongang	Bépanda	Accessoires meuble	Visite terrain	Non intéressé	-

Remplit par : Commerciaux terrain

Adressée à : RESP MARKETING&COMMERCIAL (hebdomadaire)

Utilité : suivre l'activité terrain et mesurer l'efficacité commerciale.

5. REGISTRE DES RENDEZ-VOUS TERRAIN

Date	Heure	Client/Prospect	Lieu	Objectif	Statut
22/08/2025	10h00	Société BTP	Bonabéri	Présentation	Confirmé
23/08/2025	15h00	M. Fongang	Bépanda	Relance devis	Annulé

Remplit par : Commerciaux terrain

Adressée à : RESP MARKETING&COMMERCIAL (hebdomadaire)

Utilité : planifier et contrôler la tenue effective des rendez-vous.

6. REGISTRE DES RESERVATIONS HOTEL/RESIDENCES

Date réservation	Client	Séjour (nuits)	Montant (FCFA)	Paiement
21/08/2025	Mme Kalla	3	90 000	Cash
22/08/2025	M. Ngue	1	30 000	Mobile

Remplit par : Concierge

Adressée à : RESP MARKETING&COMMERCIAL & Comptable (quotidien)

Utilité : suivre l'occupation et le revenu hôtelier.

7. FICHE UPSELL HÔTEL

Date	Client	Service additionnel	Montant (FCFA)
21/08/2025	Mme Kalla	Petit-déjeuner	5 000
22/08/2025	M. Ngue	Achat meuble	93 500

Remplit par : Concierge

Adressée à : RESP MARKETING&COMMERCIAL & Comptable

Utilité : mesurer les ventes additionnelles et optimiser l'expérience client.

8. FICHE PROSPECTS FORMATION (IFP-KMS)

Date	Nom prospect	Contact	Source	Statut actuel
21/08/2025	Alain Tcham	690123456	Facebook	RDV info fixé
22/08/2025	Mireille Nd.	699654321	Prospection	Inscrit

Remplit par : Commerciale d'accueil

Adressée à : RESP MARKETING&COMMERCIAL (hebdomadaire)

Utilité : assurer le suivi des candidats jusqu'à inscription.

9. REGISTRE DES INSCRIPTIONS FORMATION

Date	Nom apprenant	Formation	Montant payé	Solde dû
21/08/2025	Mireille Nd.	Décoration intérieure	150 000	350 000
22/08/2025	Alain Tcham	Menuiserie	200 000	300 000

Remplit par : Commerciale showroom/accueil

Adressée à : RESP MARKETING&COMMERCIAL & Comptable

Utilité : contrôler les inscriptions effectives et les paiements.

10. REGISTRE DES VISITEURS HOTEL (CONCIERGERIE)

Date	Nom visiteur	Motif	Service sollicité	Orientation
21/08/2025	Mme Kalla	Réservation	Hôtel	Check-in
21/08/2025	Société BTP	Prospection B2B	Showroom	Commerciale sh.

Remplit par : Concierge

Adressée à : RESP MARKETING&COMMERCIAL (quotidien)

Utilité : garder la trace de tous les visiteurs et leur orientation.

11. FICHE SATISFACTION CLIENT

Date	Nom client	Service utilisé	Note (1-5)	Commentaire
22/08/2025	Mme Tchoufa	Showroom	5	Très satisfaite
22/08/2025	M. Ngue	Hôtel	3	Chambre bruyante

Remplit par : Commerciale d'accueil

Adressée à : RESP MARKETING&COMMERCIAL (hebdomadaire)

Utilité : mesurer la satisfaction et identifier les améliorations.

12. JOURNAL DE CAISSE SHOWROOM

Date	N° Pièce	Nature opération	Recettes (Entrées FCFA)	Dépenses (Sorties FCFA)	Mode paiement	Responsable encaissement	Observations
21/08/2025	Facture 025	Vente showroom - Table	185 000	-	Cash	Caissière showroom	Livraison prévue J+1
21/08/2025	Facture 026	Nuitée résidence	30 000	-	Mobile Money	Caissière showroom	Client check-in
21/08/2025	Dépense 005	Remboursement client	-	15 000	Cash	Caissière showroom	Produit défectueux

Remplit par :

- La **Caissière showroom**, au fil des opérations de la journée.

Adressé à :

- La **Comptable** (contrôle et rapprochement quotidien).
- Le **Responsable Marketing & Commercial** (copie pour suivi commercial et validation des écarts).

Utilité :

- Garantir la transparence de toutes les opérations de caisse (entrées + sorties).
- Permettre un rapprochement quotidien entre les ventes, les encaissements et les BL (livraisons).
- Éviter tout risque de perte ou d'utilisation non justifiée des fonds.
- Donner à la Direction une trace claire de l'évolution journalière de la caisse.

13. REGISTRE DES BONS DE LIVRAISON (BL)

N° BL	Date	Client	Produit livré	Quantité	Signature client
BL-001	21/08/2025	Mme Tchoufa	Table + 4 chaises	1	[signé]
BL-002	22/08/2025	M. Nguemeni	Panneaux mélaminés	10	[signé]

Remplit par : Magasinier

Adressée à : RESP MARKETING&COMMERCIAL & Comptable

Utilité : sécuriser les sorties de stock liées aux ventes.

☒ Ces 13 fiches couvrent **tous les flux commerciaux** : clients, devis, ventes, prospection, encaissements, réservations, inscriptions, satisfaction. Elles forment un **système intégré et mesurable**.

REGISTRES DE LIAISON MARKETING-MAGASIN

1. REGISTRE DES DEMANDES DE PREPARATION (ORDRES DE SORTIE)

Date	N° commande	Client	Produit demandé	Quantité	Commercial responsable	Signature MARKETING&COMMERCIAL	RESP
23/08/2025	CMD-045	Mme Tchoufa	Table + 4 chaises	1	Tatiane (Showroom)	[signé]	
23/08/2025	CMD-046	Société BTP	Machine menuiserie X-200	1	Commercial terrain #2	[signé]	

Remplit par : Commercial showroom/terrain

Contrôlé par : RESP MARKETING&COMMERCIAL avant transmission au magasin

Utilité : formaliser la demande, éviter les sorties non autorisées, lier commande/vente au stock.

2. REGISTRE DES LIVRAISONS EFFECTUEES (RETOUR MAGASIN → COMMERCIAL)

Date	N° BL	Client	Produit livré	Quantité	Transport assuré par	Observations
23/08/2025	BL-025	Mme Tchoufa	Table + 4 chaises	1	Chauffeur interne	Livraison réussie
23/08/2025	BL-026	Société BTP	Machine X-200	1	Motoboy	Client absent → replanifier

Remplit par : Magasinier

Adressé à : RESP MARKETING&COMMERCIAL & Comptable

Utilité : assurer le suivi des livraisons et valider la bonne exécution des ventes.

3. REGISTRE DES RUPTURES SIGNALÉES

Date	Produit concerné	Seuil d'alerte	Stock actuel	Impact commercial	Action proposée
22/08/2025	Panneaux mélaminés 2m	50 unités	40 unités	Risque retard	Réappro urgent
23/08/2025	Poignées de portes	200 unités	180 unités	Gérer promotion	Prévoir commande

Remplit par : Magasinier

Adressé à : RESP MARKETING&COMMERCIAL (quotidien/hebdo)

Utilité : permettre au Marketing/Commercial d'adapter la communication (éviter de promouvoir un produit en rupture, prévoir une offre alternative).

4. REGISTRE DES RETOURS / LITIGES CLIENTS

Date	Client	Produit	Motif du retour	Responsable suivi	Statut traitement
22/08/2025	M. Nguemeni	Panneaux (10)	Défaut de découpe	Magasinier	Remplacement prévu
23/08/2025	Mme Kalla	Chaise bureau	Livraison non conforme	Commerciale sh.	En cours

Remplit par : Commercial showroom ou terrain (signalement)

Complété par : Magasinier (solution proposée)

Adressé à : RESP MARKETING&COMMERCIAL & Comptable

Utilité : garder la traçabilité des réclamations et piloter la qualité.

5. REGISTRE DES VENTES LIVREES VS ENCAISSEES (CROISEMENT)

Date	Client	Produit livré	Montant facturé	Encaissement (Oui/Non)	Mode de paiement	Responsable
22/08/2025	Mme Tchoufa	Table + 6chaises	185 000	Oui	Cash	Caissière
22/08/2025	Société BTP	Machine X- 200	950 000	Non	-	Commercial

Remplit par : Caissière + Magasinier (en coordination)

Contrôlé par : Comptable & RESP MARKETING&COMMERCIAL

Utilité : éviter les livraisons non payées, sécuriser le flux financier par rapport au flux physique.

☒ Ces 5 registres constituent le **pont de contrôle** entre la vente et le magasin.

Ils permettent :

- d'autoriser et tracer chaque sortie (registre préparation),
- de confirmer les livraisons (registre BL),
- d'anticiper les ruptures (registre alertes stock),
- de traiter les litiges (registre retours),
- de sécuriser le lien argent ↔ produit (registre ventes livrées/encaissées).

3. PROCESSUS CLES DU SERVICE MARKETING & COMMERCIAL

L'efficacité du service repose sur des **routines quotidiennes**, des **flux de travail clairs** et des **outils de suivi** qui garantissent discipline et traçabilité. Chaque processus est associé à une ou plusieurs fiches/registres permettant de mesurer la performance et d'assurer la rentabilité.

3.1. ACCUEIL et ORIENTATION DES CLIENTS

Étapes :

1. Chaque visiteur est enregistré dans le **Registre des visiteurs hôtel** (Concierge).
2. La Commerciale d'accueil qualifie le besoin et oriente le visiteur (showroom, hôtel, formation, résidence).
3. Les informations sont consignées dans la **Fiche visiteurs showroom** si la visite concerne les produits.

Fiches utilisées :

- Registre des visiteurs hôtel (Concierge → RESP MARKETING&COMMERCIAL, quotidien).
- Fiche visiteurs showroom (Commerciale d'accueil → RESP MARKETING&COMMERCIAL, quotidien).

But : mesurer l'affluence, orienter correctement et identifier des prospects exploitables.

3.2. VENTE SHOWROOM (MEUBLES, ACCESSOIRES, MACHINES, PANNEAUX)

Étapes :

1. Le client est orienté vers la Commerciale showroom.
2. Présentation/démonstration des produits.
3. Devis établi et enregistré dans le **Registre des devis showroom**.
4. Si la vente est conclue : encaissement par la caissière, inscription dans le **Journal de Caisse showroom**.
5. Transmission d'un ordre de préparation au magasin via le **Registre des demandes de préparation**.
6. Livraison exécutée et confirmée dans le **Registre des livraisons** + signature client sur le **Registre BL**.
7. Satisfaction mesurée via la **Fiche satisfaction client**.

Fiches utilisées :

- Fiche de suivi des ventes showroom (Commerciale showroom → RESP MARKETING&COMMERCIAL, quotidien).
- Registre des devis showroom (Commerciale showroom → RESP MARKETING&COMMERCIAL, hebdo).
- Journal de Caisse showroom (Caissière → Comptable & RESP MARKETING&COMMERCIAL, quotidien).
- Registre des demandes de préparation (Commerciaux → Magasinier & RESP MARKETING&COMMERCIAL, quotidien).
- Registre des livraisons (Magasinier → RESP MARKETING&COMMERCIAL, quotidien).
- Registre BL (Magasinier → RESP MARKETING&COMMERCIAL & Comptable, quotidien).
- Fiche satisfaction client (Commerciale d'accueil → RESP MARKETING&COMMERCIAL, hebdo).

But : sécuriser tout le cycle vente-encaissement-livraison, mesurer conversion et satisfaction.

3.3. PROSPECTION ET VENTE TERRAIN

Étapes :

1. Planification des rendez-vous dans le **Registre des rendez-vous terrain**.
2. Visite effectuée, résultats consignés dans la **Fiche de prospection terrain**.
3. Devis transmis au showroom pour suivi (intégré au **Registre des devis showroom**).
4. Encaissement enregistré par la caissière → **Journal de Caisse**.
5. Livraison via le magasin, tracée dans le **Registre des demandes de préparation** et le **Registre BL**.

Fiches utilisées :

- Fiche de prospection terrain (Commercial terrain → RESP MARKETING&COMMERCIAL, hebdo).
- Registre rendez-vous terrain (Commercial terrain → RESP MARKETING&COMMERCIAL, hebdo).
- Registre des devis showroom (Commercial showroom → RESP MARKETING&COMMERCIAL, hebdo).
- Journal de Caisse showroom (Caissière → Comptable & RESP MARKETING&COMMERCIAL).

- Registre BL (Magasinier → RESP MARKETING&COMMERCIAL & Comptable).

But : développer le portefeuille clients, transformer les prospects, éviter pertes de suivi.

3.4. ACTIVITÉ DIGITALE

Étapes :

1. Les leads digitaux (réseaux sociaux, WhatsApp Business) sont saisis dans la **Fiche prospects formation** ou dans la **Fiche visiteurs showroom** selon le cas.
2. Suivi intégré au CRM (Tatiane responsable).
3. Relance planifiée via le Registre des devis ou suivi formation.

Fiches utilisées :

- Fiche prospects formation (Accueil → RESP MARKETING&COMMERCIAL, hebdo).
- Fiche visiteurs showroom (Accueil → RESP MARKETING&COMMERCIAL).

But : convertir les leads digitaux en ventes showroom, inscriptions formation ou réservations hôtel.

3.5. HOTEL ET RESIDENCES MEUBLEES

Étapes :

1. Réservations consignées dans le **Registre des réservations hôtel/résidences** (Concierge).
2. Encaissement enregistré dans le **Journal de Caisse showroom**.
3. Services additionnels tracés dans la **Fiche upsell hôtel**.
4. Feedback recueilli dans la **Fiche satisfaction client**.

Fiches utilisées :

- Registre réservations hôtel/résidences (Concierge → RESP MARKETING&COMMERCIAL & Comptable, quotidien).
- Journal de Caisse showroom (Caissière → Comptable & RESP MARKETING&COMMERCIAL).
- Fiche upsell hôtel (Concierge → RESP MARKETING&COMMERCIAL, hebdo).
- Fiche satisfaction client (Accueil → RESP MARKETING&COMMERCIAL).

But : optimiser l'occupation, générer des revenus additionnels, suivre satisfaction.

3.6. FORMATION PROFESSIONNELLE (IFP-KMS)

Étapes :

1. Prospects tracés dans la **Fiche prospects formation**.
2. Inscription validée et enregistrée dans le **Registre inscriptions formation**.
3. Encaissements intégrés dans le **Journal de Caisse showroom**.

Fiches utilisées :

- Fiche prospects formation (Accueil → RESP MARKETING&COMMERCIAL).
- Registre inscriptions formation (Accueil/Showroom → RESP MARKETING&COMMERCIAL & Comptable).
- Journal de Caisse showroom (Caissière → Comptable & RESP MARKETING&COMMERCIAL).

But : suivre pipeline d'apprenants, améliorer conversion et sécuriser paiements.

3.7. COORDINATION MARKETING ↔ MAGASIN

Étapes :

1. Chaque commande validée passe par le **Registre des demandes de préparation**.
2. Magasin prépare et confirme via le **Registre livraisons** et le **Registre BL**.
3. Ruptures signalées dans le **Registre des ruptures**.
4. Litiges consignés dans le **Registre retours/litiges**.
5. Contrôle croisé avec le **Registre ventes livrées vs encaissées**.

Fiches utilisées :

- Registre demandes de préparation (Commerciaux → Magasin).
- Registre livraisons (Magasinier → RESP MARKETING&COMMERCIAL).
- Registre BL (Magasinier → RESP MARKETING&COMMERCIAL & Comptable).
- Registre ruptures signalées (Magasinier → RESP MARKETING&COMMERCIAL).

- Registre retours/litiges (Showroom/Terrain + Magasinier → RESP MARKETING&COMMERCIAL).
- Registre ventes livrées vs encaissées (Caissière + Magasinier → RESP MARKETING&COMMERCIAL & Comptable).

But : éviter pertes de stock, livraisons non payées, ou retards nuisibles à la rentabilité.

3.8. ROUTINES DE PILOTAGE

- **Matin (07h45-08h00)** : briefing showroom & terrain (objectifs du jour, stock disponible, livraisons prévues).
- **Midi (12h30)** : point flash sur ventes, encours, encaissements.
- **Soir (17h30-18h00)** : clôture journalière avec validation des fiches.
- **Hebdomadaire** : revue KPI consolidés (ventes, encaissements, prospects, réservations, inscriptions).
- **Mensuel** : rapport de performance transmis à la Direction Générale avec synthèse chiffrée et axes d'amélioration.

☑ Avec ces processus et l'usage systématique des fiches et registres, chaque flux est contrôlé, chaque action est mesurable, et la rentabilité est garantie.

4. SUIVI DES PERFORMANCES

La performance commerciale se mesure avec des indicateurs clairs (KPI) et des fiches de consolidation simples, issues des registres quotidiens déjà définis. L'objectif est double :

- **Discipline interne** : chaque collaborateur rend compte de son activité.
- **Visibilité Direction Générale** : un tableau de bord régulier, lisible en un coup d'œil.

4.1. INDICATEURS CLES (KPI) PAR ACTIVITE

Showroom & accessoires

- Nombre de visiteurs par jour (issu de la Fiche visiteurs showroom).
- Taux de conversion devis → ventes (%).
- Chiffre d'affaires quotidien.
- Ticket moyen par client.
- Délai moyen de livraison.

Terrain

- Nombre de prospects rencontrés.
- Taux de transformation prospects → devis → ventes.
- Chiffre d'affaires généré.
- Nombre de rendez-vous honorés vs planifiés.

Hôtel & résidences

- Taux d'occupation (%).
- Revenu moyen par chambre (RevPAR).
- Revenus additionnels (upsell).
- Nombre d'avis/satisfaction recueillis.

Formation professionnelle (IFP-KMS)

- Leads collectés (terrain + digital).
- Taux d'inscription sur leads (%).

- Nombre total d'inscrits par mois.
- Montant des frais de scolarité encaissés.

Conciergerie & accueil

- Nombre total de visiteurs.
- Temps moyen d'attente.
- Orientation correcte (suivi des flux).
- Satisfaction client (% positif).

Coordination magasin

- Nombre de commandes préparées.
- Nombre de retours/litiges.
- Ventes livrées vs encaissées (%).
- Nombre de ruptures signalées.

4.2. TABLEAU DE BORD QUOTIDIEN (EXEMPLE)

Date	Visiteurs showroom	Devis établis	Ventes conclues	CA journalier (FCFA)	Occupation hôtel (%)	Inscriptions formation	Observations
21/08/2025	15	7	4	520 000	70 %	3	Bonne affluence
22/08/2025	10	4	2	280 000	65 %	2	Baisse trafic

Remplit par : RESP MARKETING&COMMERCIAL (à partir des fiches quotidiennes)

Adressé à : Direction Générale

Utilité : suivre la performance globale jour par jour.

4.3. TABLEAU DE BORD HEBDOMADAIRE (EXEMPLE)

Semaine	Visiteurs showroom	Taux conversion	CA total showroom (FCFA)	Prospects terrain	Ventes terrain	Taux occ. hôtel	Inscriptions formation	Litiges/retours
S34/2025	65	32 %	2 800 000	25	10	68 %	12	1
S35/2025	72	35 %	3 150 000	30	12	72 %	14	0

Remplit par : RESP MARKETING&COMMERCIAL

Adressé à : PDG et Comptable

Utilité : donner une vision synthétique hebdomadaire, identifier rapidement les tendances.

4.4. TABLEAU DE BORD MENSUEL (EXEMPLE)

Mois	CA showroom (FCFA)	CA terrain (FCFA)	CA hôtel/résidences (FCFA)	CA formation (FCFA)	Total CA global (FCFA)	Marge brute (%)	Satisfaction client (%)
Août 2025	12 450 000	8 300 000	9 750 000	5 200 000	35 700 000	42 %	86 %

Remplit par : RESP MARKETING&COMMERCIAL + Comptable

Adressé à : Direction Générale

Utilité : évaluer la rentabilité globale du mois, comparer avec les objectifs fixés.

4.5. MODELES DE CONSOLIDATION (TEMPLATES PRETS A L'EMPLOI)

a) Fiche de synthèse showroom (quotidien)

Date	Visiteurs	Devis	Ventes	CA (FCFA)	Ticket moyen	Observations
21/08/2025	15	7	4	520 000	130 000	Livraison 2 clients

b) Fiche de synthèse terrain (hebdo)

Semaine	Prospects visités	Devis envoyés	Ventes conclues	CA (FCFA)	% Conversion	Observations
S34/2025	25	12	10	3 800 000	40 %	Gros client BTP

c) Fiche de synthèse hôtel (hebdo)

Semaine	Chambres réservées	Taux d'occupation	Revenus chambres (FCFA)	Upsell (FCFA)	Satisfaction (%)
S34/2025	85	68 %	2 500 000	120 000	82 %

d) Fiche de synthèse formation (mensuel)

Mois	Leads collectés	Inscriptions effectives	Taux conversion	Montant encaissé (FCFA)	Observations
Août 2025	45	22	49 %	5 200 000	Bonne campagne digitale

✓ Avec ces fiches et tableaux consolidés, la Direction reçoit des données :

- **fiables** (issues de registres terrain),
- **lisibles** (chiffres simples, %),
- **comparables** (jour, semaine, mois),
- **actionnables** (identifier tendances, agir rapidement).

5. OUTILS ET MOYENS

L'efficacité du système commercial repose non seulement sur des routines et des fiches de suivi, mais aussi sur des **outils simples et intégrés** qui facilitent le travail de l'équipe et garantissent à la Direction Générale une visibilité régulière.

5.1. CRM ET GESTION DES PROSPECTS

- **Objectif** : centraliser toutes les informations clients (showroom, terrain, digital, hôtel, formation).
- **Responsable** : la Commerciale showroom (Tatiane) saisit et met à jour les leads dans le CRM, avec l'appui des commerciaux terrain et de l'accueil.

- **Fonctionnement :**

1. Tout prospect identifié (visiteur, appel, réseau social, terrain) est enregistré.
2. Chaque prospect a un statut : *nouveau - en cours - devis établi - conclu - perdu*.
3. Le CRM permet de programmer des relances et de suivre les conversions.

- **Bénéfices** : éviter les pertes de prospects, mesurer le taux de conversion et planifier les actions.

5.2. TABLEAUX ET REGISTRES STANDARDISES

Toutes les fiches listées en section 2 et 3 (13 fiches commerciales + 5 registres de liaison avec le magasin) constituent l'ossature du suivi.

- **Mode d'utilisation :**

- Fiches remplies au jour le jour par les collaborateurs (showroom, accueil, terrain, concierge, caissière, magasinier).
- Collecte et consolidation par le Responsable Marketing & Commercial.
- Rapports transmis à la Direction Générale sous forme de tableau de bord (quotidien, hebdo, mensuel).

- **Bénéfices** : transparence, rigueur, historique exploitable pour la planification.

5.3. OUTILS DIGITAUX ET COMMUNICATION

- **WhatsApp Business** : communication rapide avec prospects et clients, groupes de diffusion, relances automatisées.
- **Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok)** : vitrine commerciale, campagnes de visibilité, collecte de prospects digitaux.
- **Email marketing** : envoi de devis, confirmations, newsletters simples.
- **Supports imprimés** : catalogues, flyers, fiches produits, toujours alignés avec le stock disponible (grâce au registre des ruptures signalées).

5.4. COORDINATION AVEC LA COMPTABILITÉ

- Chaque encaissement est enregistré dans le **Journal de Caisse showroom** par la caissière.
- Les pièces justificatives sont remises chaque soir à la comptable.

- La comptable consolide les flux financiers et contrôle la cohérence avec les ventes.
- Le RESP MARKETING&COMMERCIAL reçoit une copie journalière et alerte en cas d'écart.

Outil de contrôle clé :

- **Registre ventes livrées vs encaissées** (croisement caisse - magasin - commercial).
- Permet de bloquer toute livraison sans preuve de paiement validée.

5.5. COORDINATION AVEC LE MAGASIN

- Toute commande validée passe obligatoirement par le **Registre des demandes de préparation** (signé par un commercial et validé par le RESP MARKETING&COMMERCIAL).
- Le magasin prépare la commande, consigne dans le **Registre livraisons** et le **Registre BL**.
- Le magasin signale les ruptures via le **Registre ruptures signalées** pour éviter de promouvoir des produits indisponibles.
- Les retours clients sont suivis dans le **Registre retours/litiges**.

But : garantir la fluidité entre vente et livraison, éviter pertes et retards.

5.6. MOYENS DE CONTROLE ET DISCIPLINE INTERNE

- **Check-lists par poste** : accueil, showroom, terrain, caisse, magasin.
- **Audits rapides** : contrôle de caisse, contrôle de stock commercialisé, vérification aléatoire des devis et des BL.
- **Procédures écrites** : courtes, affichées dans chaque poste de travail.
- **Réunions régulières** :
 - Quotidien : briefing et clôture (15 min max).
 - Hebdomadaire : revue KPI et ajustements.
 - Mensuel : présentation rapport à la Direction Générale.

☑ Avec ces outils et moyens, l'organisation n'est pas théorique : chaque fiche, chaque registre et chaque routine devient un instrument concret de discipline, de transparence et de rentabilité.

6. FINALITE

Le système présenté transforme le service Marketing & Commercial en un **centre intégré de pilotage de la rentabilité**. Il ne s'agit pas d'un modèle théorique, mais d'une organisation pragmatique, basée sur des fiches, registres et routines qui peuvent être utilisés dès aujourd'hui.

Résultats attendus :

- **Visibilité permanente** : la Direction Générale dispose chaque jour, chaque semaine et chaque mois d'indicateurs clairs sur le showroom, le terrain, l'hôtel, les résidences et la formation.
- **Discipline renforcée** : chaque collaborateur sait ce qu'il doit remplir, quand, et à qui transmettre les informations. Les écarts sont immédiatement détectés et corrigés.
- **Sécurisation des revenus** : les encaissements sont systématiquement rapprochés des livraisons et des bons de sortie, ce qui élimine les risques de pertes ou de livraisons non payées.
- **Optimisation commerciale** : grâce aux fiches visiteurs, devis et prospection, aucun client potentiel n'est perdu. Chaque prospect est suivi jusqu'à conclusion.
- **Amélioration continue** : les fiches satisfaction et les registres litiges permettent de mesurer la qualité perçue par le client et d'ajuster les services en conséquence.
- **Rentabilité globale** : l'ensemble des pôles - meubles, accessoires, machines, panneaux, hôtel/résidences, formation - fonctionne comme un système unique et cohérent, où chaque action contribue directement au chiffre d'affaires.

📖 En résumé :

Ce dispositif donne à la Direction un **outil de pilotage simple et fiable**, tout en instaurant une **culture de résultat et de responsabilité** dans l'équipe commerciale. Il place le service Marketing & Commercial comme la **colonne vertébrale économique** du centre commercial et garantit que chaque pôle génère sa pleine valeur.