



Audit Marketing

Chapitre 1 : Le controle de gestion

▼ Les différents controle selon bouquin ?

- Controle visible → Procédure
- Controle invisible → Culture

▼ Quelle différence entre la CG et la comptabilité ?

La CG n'est pas normé

▼ Quels sont les roles de la CG ?

- Pilotage de la performance
- Pilotage du changement

▼ Quelle est la définition du CG ?

Le **processus** par lequel les dirigeants s'assurent que les **ressources** sont **obtenues** et **utilisés** avec **efficacité** et **efficience** dans le but d'atteindre les **objectifs visées**

▼ Quels sont les objectifs de la CG d'après Alain Berland ?

- Mettre sous tension les ressources humaines
- Orienter les activités des employés vers l'entreprise

▼ Quel est l'évolutiond de la CG ?

- **Entre 1850 et 1910** : Premier principe
- Au **début du 20ème siècle** : CG = Stabilité dans le temps + minimisation des couts
- Les **années 20** : Formalisation des démarches
- Les **années 30** : Controle budgétaire + tableaux de données des entreprises
- Les **années 60** : Interets des académiques → Enseignement structuré
- Les **années 70** : Focus sur les ressources humaines

- **1990 - 2000** : Apparition de nouveaux outils (Gestion sans budget - BSC - EVA ...)
→ CG = suivi operationnel des activités de l'entreprise

▼ Quelles sont les roles du controleur de gestion d'après Ballecker ?

- **Verification** : Reporting financier + controle interne
- **Aide à la décision** : Fournir au managers les informations essentielles à son auto-controle

▼ Qu'est ce qui a causé le changement du role de controleur ?

- Aggressivité de la **concurrence**
- Evolution des **SI**

▼ Quelle est la différence entre le role classique et nouveau du Controleur de G ?

☰ Role classique	☰ Nouveau role	Aa Name
Analyser les résultats - ecarts ...	Améliorer les systèmes d'informations et outils de controle	<u>Untitled</u>
Coordination entre les différents services	Manager les équipes - Formation - Conseil - communicateur	<u>Untitled</u>

▼ Quels sont les différents rattachement de la CG au sein d'une entreprise ?

- **Au DG** : Role plus important que le DF
- **Au DF** : Problèmes de communication avec les autres services + Restriction au données comptable
- **Meme niveau** que les autres service : Facilité

▼ Quel est le processus de controle ?

1. Decision (Avant)
2. Action : Pilotage (Pendant)
3. Résultat : Evaluation (Après)

▼ Quels sont les formes de controle corrélés au niveau de gestion ?

- Controle **stratégique** : Controle = aide à la décision
 - Planification stratégique
 - Intégration des données futures
 - Controle **de gestion** (tactique) : Réguler à moyen terme en controlant les transformation des objectifs à long terme
 - Controle **opérationnel** : Améliorer les processus répétitif
- ▼ Quels sont les objectifs du controle de gestion ?
- Pilotage de performance : Triangle de performance de Gilber
 - Pilotage de changement :
 - Amélioration operationnelle
 - Changement organisationnelle
 - Réactivité stratégique (suivi)
- ▼ Quels sont les autres formes de Controle ?
- **Contrôle interne** : Fait par les admin. pour controles les activités à risques faites par elle (Fraude)
 - **Audit interne** :
 - Indépendante
 - suivi des operations pour le compte de l'entreprise
 - **Audit externe** : Exprimer un opinion sur la régularité + sincérité des comptes
- ▼ Quelles sont les différentes approches oragnisationnelles de controle ?
- ▼ Approche **rationnelle**
 - Produire le max avec un min de couts
 - Division de travail
 - Standardisation
 - L'homme est un instrument
 - ▼ Approche **relationnelle**

→ Prends l'humain comme source de motivation et de participation

→ Contrôle est un outil d'aide à la décision

▼ Approche de **contingence**

→ L'organisation est impacté par son environnement interne

→ Le contrôle est un outil de réactivité

▼ Approche **système**

→ L'organisation est un système ouvert en interaction avec son environnement

→ Le contrôle est un sous-système qui permet

- reliser entre les autres sous-systèmes
- Redresser l'entreprise
- Rapproche l'écart Obj-résultats
- calculs les couts partiels et totaux.

▼ Quels sont les outils de contrôle de gestion ?

▼ Calculs des couts

La validation des **démarches** de mises en oeuvre est importantes avant de recourir au calcul des couts

▼ Gestion budgétaire

Traduit les décisions en budget

- Confronter les réalisations aux prévisions
- Prévoir les **moyens de mise en oeuvre**
- Choisir parmi plusieurs **hypothèses**

▼ Tableau de bord

Permet de faire un suivi des **points clés** de l'entreprise + **Confrontation** permanente des réalisations et prévisions

▼ Reporting

Présentation des résultats d'une org. sous forme de **bilan** + **rapport**

▼ Quels sont les 2 schémas de commandes ?

Ne renseigne pas directement de l'état de contrôle

▼ Quels sont les mécanismes compréhensibles par la RH ?

- Critères de contrôle clairement définis
- Diffusions d'infos relatives aux critères choisis

▼ Quels sont les mécanismes acceptables par la RH ?

- Critères + obj. pertinents → Evaluation objectifs
- Obj. réalisable
- Faire accepter le contrôle par la RH

Chapitre 3 : Le pilotage de la performance : Tableau de bord

▼ Quelle est la définition du pilotage ?

un processus de passage à l'action et de coordination impliquant d'identifier des leviers pouvant avoir une influence sur la performance

▼ Quelle est la définition d'un tableau de bord ?

Ensemble d'**indicateurs** et d'**informations** essentielles permettant d'avoir une **vue d'ensemble** sur l'entreprise.

▼ Quelles sont les missions d'un tableau de bord ?

- Motivation des responsables
- Alerte poussant au diagnostic
- Confronter les réalisations aux prévisions

▼ Quelle différence entre le TB et le reporting ?

Le TB est utilisé pendant tandis que le reporting après

▼ Quel est l'abréviation de MIS ?

Management information System

▼ Qu'est-ce qu'un MIS ?

Base de données regroupant un ensemble d'informations de gestion de l'entreprise en **temps réels**

- ▼ Quels critères pour le choix des indicateurs ?
 - **Fiable**
 - **Simple**
 - **Validé et pertinent**
 - **Sensible et spécifique**

- ▼ Quels sont les types de TB ? (5)
 - **Cooperatif** : regroupe les KPI
 - **Stratégique** → Indicateurs stratégiques
 - **Financier** → Principaux indicateurs financiers
 - **Operationnel** → Indicateurs de gestion quotidienne
 - **Prospectif** → Mesure l'activité de l'E/se selon 4 axes :
 - Client
 - Processus
 - Apprentissage
 - Finance

- ▼ Quelles sont les composantes d'un TB ?
 - **Chiffres** à caractère :
 - Commercial → CA
 - Financier → Disponibilité
 - Technique → Niveau de prod
 - Economique → Résultat
 - **Graphiques**

- ▼ Quels sont les prérequis d'un TB ?
 - Définition de **missions** + **obj.**
 - Attribuer les **facteurs clés**
 - Définir les performances des **centres de responsabilité**

- ▼ Quelles sont les étapes de construction d'un TB ? (5)
 1. Définir les objectifs à CT, MT, LT par la DG

2. Définir les moyens de mesure des objectifs
3. Mettre en place un processus budgétaire adéquat avec les objectifs et les moyens
4. Suivi périodique du degré d'atteinte des objectifs
5. Evaluation Finale des résultats + collaborateurs

▼ **Quels sont les objectifs d'un TB commercial ?**

- Mesurer les résultats
- **Apprecier la productivité des moyens commerciaux**
- Contrôle budgétaire

▼ **Quel contenu pour un TB commercial ?**

- Analyse des résultats commerciaux
 - Indicateurs
 - Dimensions : par pdts, par clts, par secteur
- Suivi budgétaire des dépenses
- Efficience des points clés de l'action commerciale

▼ **Qu'est ce qu'il faut pour avoir un tableau de bord performant ?**

→ Une information pertinentes

→ L'entreprise doit donc :

- Identifier les informations nécessaires à l'élaboration du TB
- Vérifier s'ils existent dans l'entreprise
- Détecter et Collecter les informations manquantes

Chapitre 4 : L'audit Marketing

▼ **Quelle est la définition de l'audit marketing ?**

Examen complet périodique des **objectifs stratégiques**, de l'**environnement** et des **activités marketing** d'une entreprise en vue de détecter les **domaines** posant problème.

▼ **Quels sont les types d'audit marketing ?**

- Check Up ou audit globale → Toutes les fonctions d'une entreprise à l'aide de checklists
- Audit d'anticipation → avant la prise d'une grande décision

- Audit de crise → Un domaine spécifique de l'entreprise
 - Audit d'évaluation → Détermine la valeur d'une entreprise
- ▼ Pourquoi on procède à un audit ?
- Diversification des activités
 - Diversification des marchés
 - Fusion ou absorption d'une entreprise
 - Dégagement de certaines activités
- ▼ Quelles sont les étapes de réalisation de l'audit marketing ?
1. **Préparation** : l'auditeur doit collaborer avec le personnel afin de recueillir des informations
 2. **Recueil de données**
 - a. Observation
 - b. Entretien
 - c. Questionnaire formalisé
 3. **Analyse de situations et recherche de solutions** : analyser + structurer + interpréter les données pour trouver des solutions
 4. **Elaboration et présentation du rapport**
 - Objectifs
 - Contexte
 - Recommandations
 - Explications
 - Justifications
 - Développements
 - annexes
- ▼ Quelle est la méthodologie de l'audit marketing ?
- ▼ Analyse de l'environnement de l'entreprise
- Swot et PESTEL
 - Audit interne et externe

- ▼ Analyse de la stratégie marketing de l'entreprise
 - ▼ Mission de l'entreprise
 - ▼ Analyse des objectifs
 - ▼ Analyse des fonctions marketing
 - ▼ Produit
 - Contrôle du circuit d'infos sur la qualité du pdt
 - Analyse + suivi de stocks
 - Appréciation des pds de gamme face à la concurrence
 - Pdt en phase de lancement → Est ce que les données sont fiables ?
 - Pdt en phase d'abandon → Appréciation des données sur lesquels on se base
 - ▼ Prix
 - Analyser le processus de fixation de prix
 - Analyser la politique tarifaire
 - Analyser la rentabilité
 - ▼ Communication
 - Analyser la publicité
 - Analyser le plan de communication
 - Analyser les relations publiques et le marketing direct
 - ▼ Distribution
 - Analyser la force de vente
 - Analyser la relation avec les distributeurs
 - Aéquation positionnement et politique de distribution

Audit Marketing [DOC]

- ▼ Quelles sont les analyses essentielles à l'audit marketing ?
 - Analyse du macro-environnement
 - Analyse du micro-environnement

- ▼ En quoi se décline l'analyse du macro-environnement ? (6)
 - Socio-démographique
 - Juridique
 - Technologique
 - Economique
 - Politique
 - Culturel
- ▼ En quoi se décline l'analyse microéconomique ?
 - Analyse de la demande
 - Analyse de l'offre
 - Structure concurrentielle
- ▼ En quoi est constituée l'analyse de la demande ?
 - Nature de la demande → Acteurs (acheteurs, consommateurs, utilisateurs)
 - Caractéristique de la demande → Quanti. (élasticité, budgets ...), quali. (motivation, besoins...)
- ▼ Quels sont les indicateurs de l'analyse de l'offre ?
 - Quantitatifs : Nombre de produits, taux de croissance ...
 - Qualitatifs : Matériaux, caractéristiques produits ...
- ▼ De quoi est composée la structure concurrentielle ?
 - Évaluer l'intensité concurrentielle → Schéma de Porter
- ▼ Quelles sont les composantes du schéma de Porter ?
 - Menace des nouveaux entrants
 - Pouvoir de négociation des fournisseurs
 - Pouvoir de négociation des clients
 - Produits substitués
 - Concurrents directs

Controler son marketing [DOC]

- ▼ Quels sont les étapes du controle marketing ?
 1. Determination des objectifs marketing
 2. Evaluation de la performance des actions marketing
 3. Determination des causes des écarts constatés
 4. Mise en oeuvre d'action correctives
- ▼ quels sont les outils du controle marketing ?
 - Analyse des ventes
 - Analyse des parts de marché
 - Analyse financière
 - Analyse des couts marketing / ventes réalisées
- ▼ Quelles sont les difficultés de controle marketing ?
 - Variabilité des démarches marketing
 - Difficulté de mettre des liens causales entre les operations commerciales et marketing
 - Difficulté à établir les actifs immateriels
- ▼ Sur quoi se base le controle marketing operationnel ?
 - Controle de performance → Fixer des indicateurs qui permettent d'évaluer les positions acquises dans la démarche marketing
 - Controle d'efficacité des operations marketing et commerciales