



POINT TECHNIQUE

RACI pour structurer les responsabilités commerciales

● Un modèle qui clarifie qui fait quoi dans le cycle de vente

- ▣ Les responsabilités deviennent visibles, lisibles, non ambiguës.
- ▣ Les zones grises disparaissent dans les deals complexes.
- ▣ La coordination inter-équipes gagne en fluidité et en tempo.

● Un cadre essentiel dès que plusieurs fonctions interviennent

- ▣ La verticalité décisionnelle n'est pas suffisante en Grands Comptes.
- ▣ La transversalité exige un langage commun de responsabilité.
- ▣ Le modèle évite les doublons, les vides et les conflits discrets.

● La lisibilité du rôle renforce la performance individuelle

- ▣ Chaque acteur sait ce qu'on attend de lui précisément.
- ▣ L'énergie est orientée vers l'action, pas l'interprétation.
- ▣ L'engagement augmente quand la mission est claire.

● La gouvernance commerciale gagne en vitesse d'exécution

- ▣ Les décisions montent ou descendent avec moins de friction.
- ▣ Les escalades deviennent exceptionnelles, non systématiques.
- ▣ Le temps perdu à clarifier se transforme en temps gagné à agir.

● La coopération avec l'avant-vente et le marketing devient fluide

- ▣ Les interactions se structurent en responsabilités assumées.
- ▣ Le marketing nourrit, la vente convertit, l'avant-vente sécurise.
- ▣ L'équipe agit comme un système, non comme des entités isolées.

● Une organisation commerciale robuste repose sur RACI

- ▣ Les plans de compte s'exécutent avec plus de prévisibilité.
- ▣ La performance devient reproductible, indépendamment des individus.
- ▣ Les Grands Comptes perçoivent une organisation mature et maîtrisée.