



POINT TECHNIQUE

RACI pour structurer les responsabilités commerciales

Un modèle qui clarifie ce 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.