



Pour prendre votre place de Business Partner

Mentoring | Ateliers en équipe | Communauté

Bonjour,

En Comex, personne ne vous demande combien de posts vous avez publiés.

On vous demande :

“Quel impact pour l'entreprise/l'organisation ?”

Et trop souvent, on répond avec :

- des taux d'engagement
- des volumes
- des impressions

Ce sont des **indicateurs d'activité**.

Ils décrivent ce que vous avez fait.

Pas la **valeur** que vous apportez au plan stratégique.

Si je devais garder seulement **3 KPI** pour défendre la place de la communication en Comex, ce seraient ceux-là.

1 Croissance Votre influence sur les offres prioritaires

Pas le chiffre d'affaires.

Mais l'**influence** sur la dynamique commerciale.

👉 Part des actions de communication consacrées aux offres prioritaires + nombre de contacts qualifiés générés sur ces offres.

Exemple

- 68 % des actions du trimestre dédiées aux 3 offres stratégiques
- 124 contacts qualifiés issus de ces dispositifs
- +22 % de trafic sur les pages liées à ces offres

Ce que cela montre :

✓ La communication concentre ses moyens là où la croissance se joue.

2 Exécution

La performance collective

Une stratégie mal comprise est mal exécutée.

👉 % de managers capables d'identifier et relayer les 3 priorités stratégiques.

Exemple

- Avant campagne interne : 42 %
- Après campagne : 71 %

Ou :

- 85 % de participation aux réunions de déploiement du plan stratégique

Ce que cela révèle :

Les priorités ne restent pas sur une slide.

Elles circulent. Elles sont reprises.

✓ La communication renforce la performance collective.

3 Priorisation :

Votre discipline budgétaire

Celui-là change la posture.

👉 Part du budget communication consacrée aux priorités du plan stratégique.

Exemple

- 78 % du budget concentré sur les axes du plan 2026
- 30 % de ressources allouées aux demandes opportunistes

Ce que cela démontre :

✓ La communication **pilote, arbitre, assume** ses choix.

En période de tension budgétaire, c'est un marqueur de maturité stratégique.

Ce que ces 3 KPI ont en commun

Ils sont :

- ✓ mesurables
- ✓ reliés au plan stratégique
- ✓ défendables
- ✓ orientés contribution

Ils parlent : **Croissance. Performance collective. Priorisation.**

✗ Pas production.

La prochaine fois que vous préparez votre présentation en Comex/Codir, posez-vous cette question :

vos indicateurs parlent-ils de votre activité ou de la trajectoire stratégique de l'entreprise/organisation ?

C'est là que se joue votre place.

Si vous préparez votre prochain Codir et que vous hésitez sur vos indicateurs, répondez simplement à cet email. Je reviendrai vers vous.

👉 Si vous voulez aller plus loin : en mentoring, on construit vos KPI à partir de vos enjeux réels et vous repartez avec une version clé en main à présenter.

Répondez à ce mail et je vous explique comment on travaille.

Si vous me découvrez, je suis
**Fanny Viano, la fondatrice de
Take your place.**

Dircom avec plus de 20 ans
d'expérience, j'accompagne
désormais mes pairs à
prendre leur place de
Business Partner en
renforçant 3 dimensions : leur
stratégie, leur organisation et
leur leadership.

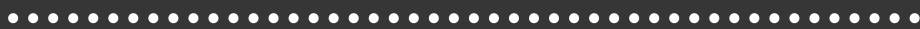


À très vite,

Fanny Viano

Prendre RDV

On vous a transféré cette newsletter, [inscrivez-vous](#) aux prochaines !



Vous recevez cet email car vous êtes inscrit(e)
à la newsletter de Take your place.

[Se désinscrire](#)