

CMO SCORECARD

C'est le premier outil de performance d'un CMO / Head of Growth selon moi.

C'est un modèle de "Scorecard" développé par Terminus et qui reprend les 5 leviers de performance de n'importe quelle boîte B2B :

- Branding
- Inbound
- Outbound
- Conversion
- Revenu

À l'intérieur, on retrouve des metrics comme le Pipeline Velocity, taux de conversion des leads en client, Opportunités via l'outbound/inbound, Taux de conversion du site, etc.

Bref, des **vrais** metrics business.

Si vous voulez avoir un vrai impact sur votre boîte, commencez par piloter celles-ci, puis adaptez selon vos enjeux.



Jordan Chenevier-Truchet

@jordanchenevier

CMO SCORECARD

Jordan Chenevier-Truchet

@jordanchenevier



BRANDING

Calls & Emails
(inbound)

35

/mois

Trafic du site

6090

/mois

Engagement spikes

300 comptes

/mois

Share of Voice

33%

/trimestre

NPS

7,5

/trimestre

INBOUND

Conversions
qualifiées

350 vs 400

/mois

Top campagnes inbound

Demo Request : 45
Referral : 30

/mois

Opportunités
inbound

45 vs 60

/mois

Inbound Pipeline

1 687 500€

/mois

Inbound Pipeline
Coverage

2.5x

vs total pipeline

CONVERSION

Tx de conversion
du site

5.70%

/trimestre

Tx de conversion
leads en clients

50%

/mois

Taux d'engagement
Target Account

35%

/mois

Deals en cours
(discovery)

75 vs 95

/mois

Deals en cours
(offres)

40 vs 50

/mois

OUTBOUND

Tx d'engag.
outbound

3%

/mois

Engaged Target Accts

1225 / 3500

/mois

Opportunités
outbound

65 vs 85

/mois

Outbound Pipeline

2 275 000€

/mois

Outbound Pipeline
Coverage

2x

vs total pipeline

REVENU

Revenu vs Objectif

1.3M vs 1.5M

/mois

Moyenne du montant
des deals

55K€

/trimestre

Taux d'opportunités
closées

25%

/trimestre

Pipeline Velocity

72 jours

/trimestre

Coût par opportunité

250€

/trimestre