

# Rapport CRM - Olivier Gandrillon

Periode analysee : 01/01/2026 au 22/05/2026 inclus

Comparaison : Simon-Pierre Hejoaka et Vivien Loutre

## Lecture executive

Les donnees ne soutiennent pas l'angle "Olivier ne fait rien dans le CRM".

L'argument robuste porte sur la faiblesse des etapes a forte valeur tracees : RDV et surtout chiffreages.

**1 323**

Activites CRM

**823**

Appels traces

**483**

Emails envoyes

**99**

Opportunites creees

**16**

RDV / reunions

**1**

Chiffrage trace

## Constats principaux

- Olivier est proche de Simon-Pierre en volume global : 1 323 activites contre 1 376.
- Il est nettement sous Vivien : -607 activites, -250 appels, -304 emails et -53 opportunites creees.
- Il a le meilleur taux d'appels reussis du panel : 41,7 %, contre 32,5 % et 37,8 %.
- Les signaux faibles portent sur la transformation CRM : 16 RDV et 1 chiffrage trace seulement.
- A utiliser comme rapport factuel d'activite CRM, a croiser avec objectifs, portefeuille et resultats commerciaux.

## Comparaison synthétique des indicateurs

Indicateur	Olivier	Simon-Pierre	Vivien	Lecture
Activites CRM totales	1 323	1 376	1 930	Olivier est 3,9 % sous Simon-Pierre et 31,5 % sous Vivien.
Jours actifs CRM	97	93	103	Olivier est present dans le CRM sur 95 % des jours ouvres.
Activites / jour ouvre	12,97	13,49	18,92	Ecart faible avec Simon-Pierre, ecart net avec Vivien.
Appels traces	823	986	1 073	Olivier est dernier en volume d appels.
Appels reussis	343	320	406	Olivier depasse Simon-Pierre en appels reussis, reste sous Vivien.
Taux appels reussis	41,7 %	32,5 %	37,8 %	Olivier a le meilleur taux de connexion des trois.
Emails envoyes	483	266	787	Olivier fait mieux que Simon-Pierre, mais reste loin de Vivien.
RDV / reunions CRM	16	45	26	Point faible net pour Olivier, surtout face a Simon-Pierre.
Chiffrages / actions devis	1	50	38	Point le plus defendable : quasi-absence de chiffrage trace.
Opportunites creees	99	60	152	Olivier est au-dessus de Simon-Pierre, mais 35 % sous Vivien.
Montant opportunites creees	598 429 EUR	415 773 EUR	1 023 373 EUR	Olivier est intermediaire en volume commercial cree.

# Evolution mensuelle et mix d activite

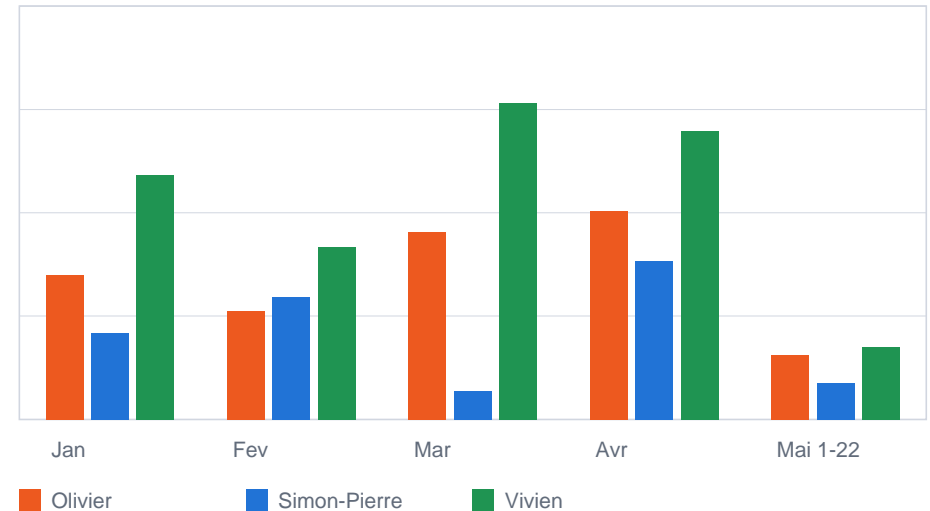
## Volume CRM mensuel

Axe X : mois. Axe Y : nombre. Source : Supabase, 01/01/2026 au 22/05/2026.



## Opportunités créées par mois

Axe X : mois. Axe Y : nombre. Source : Supabase, 01/01/2026 au 22/05/2026.



## Mix d activite CRM par commercial

Activite	Olivier	Simon-Pierre	Vivien
Appels	823	986	1073
Emails	483	266	787
RDV	16	45	26
Chiffrages	1	50	38
Taches	0	29	5

Lecture : les appels et emails d Olivier existent en volume significatif.

Le décrochage apparait surtout sur RDV et chiffrages.

La comparaison avec Vivien est defavorable sur presque tous les volumes.

# Details appels et opportunités

## Appels par resultat

Resultat appel	Olivier	Simon-Pierre	Vivien
Appels reussis	343	320	406
Messages vocaux	365	21	2
Messages directs	5	1	0
Pas de reponse	95	597	646
Occupe	12	46	3
Appels planifies	3	0	16

## Opportunités

Indicateur	Olivier	Simon-Pierre
Opportunités creees	99	60
Statut gagne	61	39
Statut ouvert	34	18
Statut perdu	3	1
Montant total cree	598 429 EUR	415 773 EUR
Emails rattaches a opportunité	145	88
Opportunités touchees par email	49	32

## Notes methodologiques

- Les appels dans crm\_activities ont owner\_name vide ; ils ont ete rattaches via raw\_data.owner.id.
- Le champ status des appels est pending ; le resultat reel vient de raw\_data.result.
- Les opportunités creees viennent de crm\_opportunities.sellsy\_created\_at, pas d un proxy dans crm\_activities.
- Les statuts d opportunités sont les statuts actuels des opportunités creees sur la periode.

# Arguments factuels pour Elphege

Niveau	Angle	Element factuel
Solide	Chiffrage quasi absent dans le CRM	1 action de chiffrage tracee pour Olivier, contre 50 chez
Solide	RDV / reunions sous le niveau des pairs	16 RDV ou reunions CRM pour Olivier, contre 45 pour Simon-
Solide	Volume global inferieur au panel	1 323 activites, soit 53 de moins que Simon-Pierre et 607
A manier	Appels et emails ne prouvent pas un manque total d effort	823 appels, 483 emails, meilleur taux d appels reussis, pl
A verifier	Qualite et resultat business hors CRM	Le rapport mesure la trace CRM, pas la qualite commerciale

## Conclusion prudente

Argument solide : Olivier trace tres peu de RDV et quasiment aucun chiffrage dans le CRM.

Argument fragile : pretendre une absence globale d effort CRM, car appels, emails et opportunités existent.

A croiser impérativement avec objectifs, portefeuille, territoire, consignes manageriales et resultat commercial.