



Un rapport

Pourquoi rédiger un rapport ?

De nombreuses fonctions exigent de rédiger des rapports. Que cela soit pour votre direction qui souhaite un rapport sur :

- la satisfaction client
- ou pour des équipes commerciales cherchant des informations sur les nouveaux clients,
- ou bien le chef qui attend d'une manière périodique un aperçu sur les travaux réalisés par votre équipe.



Qu'est-ce qu'un rapport ?

Un rapport est un document qui présente les résultats d'une enquête, d'un projet ou d'une mesure en place. Il peut également prendre la forme d'une analyse approfondie d'un problème ou d'un ensemble de données bien précises. **Le but d'un rapport est d'informer et de présenter des faits, des conclusions, et éventuellement d'apporter des options et recommandations qui serviront de base aux stratégies de l'entreprise.**



Quels sont les éléments clés d'un rapport ?

1. Récapitulatif détaillé des activités réalisées ;
2. Analyse de l'impact de l'activité ;
3. Évaluation des faits et des données ;
4. Conclusions et prédictions des conséquences de l'activité ;
5. Recommandations d'améliorations ou étapes à venir.



Quelles sont les étapes de la rédaction d'un rapport ?

1- Déterminer l'objectif du rapport

2- Identifier les destinataires et l'usage qu'ils feront du rapport

3- Mener les recherches et identifier les sources pertinentes (مناسبة)

4- Préparer les grandes lignes du rapport

5- Analyser et présenter les données

6- Présenter les conclusions

7- Recommander des mesures

1- Déterminer l'objectif du rapport

- Le sujet du rapport ;
- Le besoin auquel ce rapport répond ;
- Le public cible du rapport ;
- Le but du rapport.



2- Identifier les destinataires et l'usage qu'ils feront du rapport

Le rapport de vente devra être factuel (réel), basé sur des chiffres de vente réels, identifier les forces et les faiblesses des points de vente, comparer les résultats d'une année sur l'autre de divers produits, ou encore éventuellement détailler les performances de chacun des vendeurs. Dans ce cas, la direction commerciale portera sur ce rapport un œil analytique et s'en servira pour prendre des décisions efficaces.



3- Mener les recherches et identifier les sources pertinentes

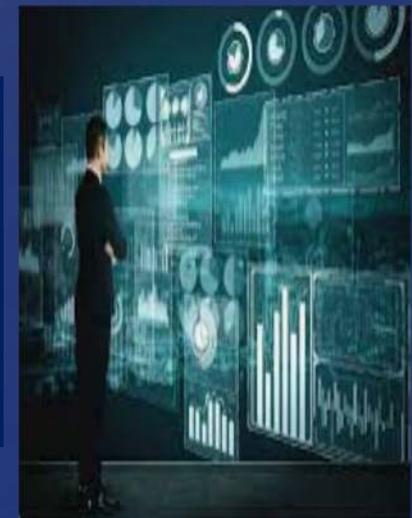
Pour écrire un rapport, vous devrez collecter des données directement liées à votre sujet. Dans certains cas, ces données seront accessibles sur le terrain, du fait de l'activité propre. Ainsi, une assistante commerciale qui, dans son travail quotidien, assure le suivi des ventes d'une équipe de vendeurs pourra utiliser ses chiffres pour produire un rapport mensuel des ventes par région et par vendeur.

4- Préparer les grandes lignes du rapport

1. Titre du rapport ;
2. Sommaire ;
3. Présentation ;
4. Résumé de la procédure ;
5. Analyse des données ;
6. Conclusions ;
7. Références ou bibliographie.

5- Analyser et présenter les données

Un rapport sera souvent comparatif (résultats de l'année N vs résultats de l'année N-1) ou explicatif (identifier les raisons d'une baisse des ventes, impact d'une nouvelle politique d'embauche...).



6- Présenter les conclusions



Une fois toutes les données présentées, vous pouvez passer aux conclusions.

7- Recommander des mesures



En fonction de l'objet du rapport, il pourra vous être demandé de proposer des recommandations afin de remédier à la problématique soulevée.



قال الله تعالى :
يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ
فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا
عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

سورة الحجرات

أي يا أيها الذين صدقوا الله ورسوله وعملوا بشرعه ، إن جاءكم فاسق ،
بخبر فتثبتوا من خبره قبل تصديقه ونقله حتى تعرفوا صحته ، خشية
أن تصيبوا قوما براء بجنائهم منكم ، فتندموا على ذلك .

(التفسير الميسر)

