

LA CHEAT SHEET EXCEL

Pour les Marketing

Ce guide rassemble les compétences Excel essentielles pour les professionnels du marketing. Tu y trouveras les formules, raccourcis et bonnes pratiques pour piloter tes campagnes, analyser tes KPI et optimiser ton budget, du calcul de ROI au suivi des conversions en passant par la construction de dashboards. Garde cette fiche à portée de main.

LES 10 FORMULES ESSENTIELLES

1. SOMME.SI.ENS Totalise le budget dépensé en croisant canal, mois et type de campagne.

```
=SOMME.SI.ENS(plage_somme; plage_critères1; critère1; ...)
```

Exemple : `=SOMME.SI.ENS(D2:D10;B2:B10;"Google Ads";C2:C10;"Mars")` → 5 700

2. NB.SI Compte le nombre de leads par source d'acquisition ou par statut de qualification.

```
=NB.SI(plage; critère)
```

Exemple : `=NB.SI(B2:B10;"SEO")` → 4

3. RECHERCHEV Retrouve le budget, le responsable ou le statut d'une campagne à partir de son nom.

```
=RECHERCHEV(valeur; tableau; n°colonne; [correspondance])
```

4. SI Qualifie automatiquement un lead (MQL, froid) ou évalue la rentabilité d'une campagne.

```
=SI(test_logique; valeur_si_vrai; [valeur_si_faux])
```

Exemple : `=SI(C2>50;"MQL";"À nurturer")` → MQL

5. MOYENNE Calcule le coût par acquisition moyen ou le taux de conversion moyen par canal.

```
=MOYENNE(nombre1; [nombre2]; ...)
```

Exemple : `=MOYENNE(C2:C8)` → 17,86

6. NB.SI.ENS Croise source et statut pour compter les leads qualifiés ou convertis par canal.

```
=NB.SI.ENS(plage_critères1; critère1; ...)
```

7. RANG Classe les campagnes par ROI ou par nombre de leads pour identifier les meilleures.

```
=RANG(nombre; ref; [ordre])
```

8. CONCATENER Assemble des URLs avec paramètres UTM en masse pour le tracking de campagnes.

```
=CONCATENER(texte1; texte2; ...)
```

9. ARRONDI Arrondit les taux de conversion et les CPA pour des reportings nets et lisibles.

```
=ARRONDI(nombre; nombre_chiffres)
```

10. SOMMEPROD Calcule le revenu total en multipliant chaque budget par son ROI respectif.

```
=SOMMEPROD(matrice1; [matrice2]; ...)
```

Exemple : =SOMMEPROD(B2:B8;C2:C8) → 73 900

LES 4 FONCTIONNALITÉS CLÉS À MAÎTRISER

1. Tableaux Croisés Dynamiques (TCD)

Analyse tes données de campagnes sous tous les angles : par canal, par mois, par pays, par type de contenu. Les TCD transforment un export brut de 10 000 lignes en un dashboard exploitable en 2 minutes.

Tu glisses "Canal" en lignes, "Mois" en colonnes, "Budget" en valeurs, et tu as un tableau croisé complet. Ajoute le filtre "Pays" pour comparer les performances France vs International.

C'est l'outil le plus rapide pour explorer des données marketing volumineuses.

2. Mise en Forme Conditionnelle (MFC)

Colore tes KPI en vert/orange/rouge selon les seuils de performance. Ajoute des barres de données pour comparer visuellement les budgets par canal.

Ton reporting parle en un coup d'oeil. Par exemple, définis un seuil de CPA à 20 euros : vert en dessous, rouge au-dessus.

Quand un canal passe au rouge, c'est le signal pour optimiser ou couper. Les jeux d'icônes (flèches haut/bas) montrent les tendances par rapport au mois précédent sans ajouter de colonnes supplémentaires.

3. Graphiques combinés

Superpose un histogramme (budget dépensé) et une courbe (ROI ou nombre de leads) sur le même graphique avec deux axes.

C'est le format préféré des directeurs marketing pour voir l'investissement et le retour en un seul visuel.

En réunion budgétaire, ce graphique justifie tes choix d'allocation : tu montres que le canal avec le plus gros budget est aussi celui avec le meilleur retour.

4. Power Query

Connecte Excel à tes sources de données (exports CSV de Google Ads, Google Analytics, CRM, plateforme d'emailing) et automatise la consolidation.

Le refresh se fait en un clic, plus besoin de copier-coller chaque semaine.

Tu configures la connexion une fois, tu définis les transformations (renommer les colonnes, filtrer les lignes, fusionner les tables), et chaque lundi tu cliques sur Actualiser.

Ajoute une courbe de tendance pour les prévisions trimestrielles.

C'est l'outil qui te fait passer de 2 heures à 10 minutes de mise à jour hebdomadaire.

LES 10 RACCOURCIS INDISPENSABLES

Touche	Action	Contexte
Ctrl + C / Ctrl + V	Copie / Colle	Fonctionne aussi entre classeurs
Ctrl + Z	Annule la dernière action	Jusqu'à 100 niveaux d'annulation
Ctrl + S	Enregistre le classeur	Prendre le réflexe toutes les 5 min
Ctrl + Maj + L	Active / désactive les filtres	Indispensable pour explorer les données
F2	Édite la cellule active	Plus rapide que le double-clic
Ctrl + Flèche	Va au bord de la plage	Ajoute Maj pour sélectionner en même temps
Alt + =	Insère une somme automatique	Fonctionne sur plusieurs colonnes à la fois
Ctrl + Shift + %	Applique le format pourcentage	Idéal pour les taux de conversion et les parts de budget
F4	Verrouille la référence de cellule	Indispensable quand tu copies une formule de ROI sur plusieurs lignes
Ctrl + ;	Insère la date du jour	Pour dater tes lancements de campagne et tes exports

5 RÉFLEXES À ADOPTER

1. Structure tes données de campagnes en tableaux structurés (Ctrl + T).

Les formules SOMME.SI.ENS et NB.SI s'adaptent automatiquement quand tu ajoutes une nouvelle campagne, et les en-têtes restent visibles quand tu scrolles dans un fichier de 200 lignes.

2. Utilise la validation de données pour les noms de canaux (Google Ads, Facebook Ads, SEO, Emailing, etc.).

Ça évite les variantes ("google ads", "Ggle Ads") qui faussent tous tes comptages et tes totaux par canal.

3. Crée un TCD pour analyser ton budget par canal et par mois.

Tu glisses "Canal" en lignes, "Mois" en colonnes, "Budget" en valeurs, et tu obtiens un tableau croisé complet en 30 secondes, plus rapide que 12 formules SOMME.SI.ENS.

4. Applique la mise en forme conditionnelle sur tes KPI avec des seuils clairs.

Par exemple, CPA en vert sous 15 euros, orange entre 15 et 25, rouge au-dessus de 25. En réunion, les problèmes sautent aux yeux sans explication.

5. Nomme tes plages de données cibles (ex : "ObjectifLeads", "BudgetTotal").

Tes formules deviennent lisibles (=B2/ObjectifLeads au lieu de =B2/\$G\$1) et tout le monde comprend le calcul sans chercher quelle cellule se cache derrière \$G\$1.

ENTRAÎNE-TOI

À partir du journal ci-dessous, essaie de :

1. Calculer le total des débits du compte 606100 (indice : SOMME.SI)
2. Compter le nombre de factures fournisseurs sur le compte 401000 (indice : NB.SI)
3. Trouver le solde du compte 512000 (débit - crédit) (indice : SOMME.SI sur les deux colonnes)

Campagne	Canal	Budget	Impressions	Clics	Conversions	CA généré	Mois
Promo printemps	Google Ads	2 500	120 000	3 600	72	8 640	Mars
Notoriété marque	Facebook Ads	1 800	95 000	1 900	19	2 280	Mars
Retargeting panier	Google Ads	1 200	45 000	2 250	135	16 200	Mars
Newsletter Q1	Emailing	450	30 000	4 500	90	5 400	Mars
Influence lifestyle	Instagram	2 200	80 000	2 400	48	5 760	Février
SEO blog	SEO	800	60 000	3 000	60	3 600	Mars
Webinar data	LinkedIn Ads	1 500	25 000	750	30	7 200	Mars
Promo soldes	Google Ads	3 000	150 000	4 500	90	10 800	Février

[Télécharge le fichier Excel](#) pour t'entraîner avec les données ci-dessus.

Envie d'aller plus loin ?

[Découvre toutes les formules pour les Marketing](#)

Exemples concrets, cas pratiques et explications détaillées pour ton métier.

[Rejoins Le Dojo Club](#)

Essaie tout le Dojo pendant 30 jours pour seulement 1€ (sans engagement).



Scanne-moi