

► Résumé

Le Chief Financial Officer (CFO) joue un rôle critique dans l'orientation de la stratégie financière de l'entreprise, assurant une croissance durable et un niveau sain de trésorerie. En se concentrant sur les métriques SaaS essentielles, le CFO contrôle la stabilité des revenus, contribue à optimiser la rentabilité et soutient une allocation efficiente des ressources. Cette *cheat sheet* consolide les métriques financières essentielles et les *insights* que les CFOs peuvent exploiter pour suivre leurs *cash-flows*, améliorer la précision des prévisions et allouer les dépenses sur les objectifs stratégiques de l'entreprise. Grâce à une gestion minutieuse du suivi de la performance et de l'efficacité des coûts, les CFOs sont les garants de la viabilité économique de l'entreprise dans la durée.

► Métriques clés pour les CFOs

1. MRR (Monthly Recurring Revenue)

$$\text{MRR} = \text{Nombre d'abonnements actifs} \times \text{Montant moyen des abonnements (mensuel)}$$

Représente le revenu généré chaque mois par les abonnements actifs.

2. ARPA

$$\text{ARPA} = \frac{\text{MRR}}{\text{Nombre de clients actifs}}$$

Suit le revenu mensuel moyen généré par client, offrant une perspective sur la valeur des clients et aidant à évaluer l'impact des stratégies d'*upselling* et de *pricing*.

3. CMRR

Le CMRR est une métrique prospective qui inclut tous les engagements futurs de MRR provenant de contrats signés, d'*upsells* et d'expansions, en prenant en compte tous *churns* ou *downgrades* anticipés.

Il offre une vue prédictive, fournissant une perspective avancée sur le MRR en montrant les revenus contractuellement sécurisés mais non encore facturés. Cela permet des prévisions plus précises et un *forecast* efficace.

3. CAC (Customer Acquisition Cost)

$$\text{CAC} = \frac{\text{Somme des dépenses marketing et sales}}{\text{Nombre de nouveaux clients}}$$

Calcule le coût moyen d'acquisition d'un nouveau client et est essentiel pour évaluer l'efficacité des efforts marketing et sales.

5. CAC Payback Period

$$\text{CAC Payback Period} = \frac{\text{CAC}}{\text{MRR des nouveaux clients}}$$

Indique le temps nécessaire pour récupérer le coût d'acquisition d'un client. Les périodes plus courtes sont préférées pour un retour sur investissement rapide. L'objectif est de viser une période inférieure à 12 mois ; toute période supérieure à 18 mois peut mettre sous pression les flux de trésorerie.

4. LTV (Customer Lifetime Value)

$$\text{LTV} = \frac{\text{ARPA}}{\text{Churn moyen sur les 6 derniers mois}}$$

Estime les revenus totaux qu'un client générera au cours de sa relation avec l'entreprise.

6. LTV/CAC Ratio

$$\text{LTV/CAC} = \frac{\text{Customer Lifetime Value (LTV)}}{\text{Customer Acquisition Cost (CAC)}}$$

Compare la valeur d'un client sur toute sa durée de vie au coût de son acquisition. Un ratio de 3:1 est la référence idéale pour une croissance durable, tandis qu'un ratio inférieur à 1:1 indique une perte financière sur l'acquisition.

7. Taux de *churn*

$$\text{Revenue churn rate} = \frac{\text{MRR perdu}}{\text{MRR de début de période}}$$

Mesure le pourcentage de revenus perdus au cours d'une période.

► KPIs complémentaires

1. Revenue growth rate

$$\text{Revenue growth rate} = \frac{\text{Revenue this period} - \text{Revenue last period}}{\text{Revenue last period}} \times 100$$

Suit l'augmentation en pourcentage des revenus sur une période donnée, servant d'indicateur direct de la croissance de l'entreprise.

2. ARR/FTEs (Full-Time Equivalents)

$$\text{ARR/FTEs} = \frac{\text{ARR}}{\text{Nombre d'employés (FTEs)}}$$

Mesure les revenus générés par employé, indiquant la productivité et guidant les décisions d'embauche.

3. Burn rate (Taux de consommation de trésorerie)

$$\text{Burn rate} = \text{Cash outflow mensuel total} - \text{Cash inflow mensuel total}$$

Suit la vitesse de consommation de trésorerie, montrant à quelle vitesse les réserves de trésorerie sont utilisées. Une métrique cruciale pour les entreprises en phase de croissance qui ne sont pas encore rentables.

4. Burn multiple (Multiple de consommation)

$$\text{Burn multiple} = \frac{\text{Net cash burn}}{\text{Net new ARR}}$$

Évalue l'efficacité de l'utilisation de la trésorerie pour générer une croissance des revenus. Un *burn multiple* plus faible signifie que la croissance est atteinte avec moins de trésorerie, une métrique clé pour les investisseurs.

5. Runway (Durée de trésorerie)

$$\text{Runway} = \frac{\text{Current cash balance}}{\text{Burn rate}}$$

Indique le nombre de mois pendant lesquels l'entreprise peut continuer à fonctionner à iso *burn rate* avant d'épuiser ses réserves de trésorerie. Cette métrique est essentielle pour la planification financière, en particulier pour les entreprises SaaS dépendant de financements externes, car elle indique le délai pour atteindre la rentabilité ou obtenir un financement supplémentaire.

6. Marge brute

$$\text{Marge brute} = \frac{\text{Revenus} - \text{COGS}}{\text{Revenus}} \times 100$$

Montre le pourcentage de revenus restant après la couverture des coûts directs. Une marge brute élevée reflète une forte efficacité dans la fourniture de produits ou de services, critique pour évaluer la performance d'un SaaS.

7. EBITDA

$$\text{EBITDA} = \text{Revenus} - \text{Dépenses opérationnelles (excl. Intérêts, Taxes, D\&A)}$$

Fournit une mesure de la rentabilité opérationnelle en excluant les coûts non opérationnels. Un EBITDA élevé indique une meilleure efficacité opérationnelle et constitue un indicateur clé de santé financière pour les investisseurs.

8. SaaS Quick Ratio

$$\text{SaaS Quick Ratio} = \frac{\text{New MRR} + \text{Expansion MRR}}{\text{MRR de début de période}}$$

Mesure l'efficacité d'une entreprise à augmenter ses revenus récurrents malgré le *churn*. Un ratio supérieur à 4:1 est généralement considéré comme fort, entre 1-4 comme bon, et inférieur à 1 comme inefficace.

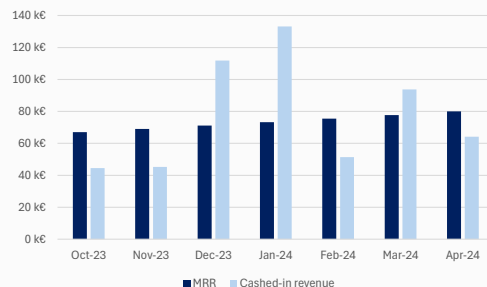
► Prévenir les pertes de revenus en suivant MRR et cash-flows

Assurer l'intégrité des revenus est essentiel pour une santé financière durable. En suivant avec précision les mouvements du MRR, les revenus encaissés et la saisonnalité des encaissements, il est possible de détecter les omissions de facturation et de prévenir leur impact sur les revenus. Le suivi de la dynamique des revenus encaissés inclut la saisonnalité intra-annuelle et les cycles de recouvrement, dans une logique de renforcement des liquidités et de la stabilité financière.

Stratégies pour s'assurer de la fiabilité du cycle *order-to-cash* :

- **Examiner régulièrement les variations du MRR** pour repérer les potentielles omissions de facturation ou les renouvellements manqués
- **Suivre les revenus encaissés mensuellement** pour une visibilité en temps réel sur les entrées de trésorerie
- **Analyser la saisonnalité des flux** pour ajuster les prévisions de cash-flows en capitalisant sur la cyclicité de l'encaissement des revenus (autrement dit de la saisonnalité des encaissements)

Une approche proactive de suivi du MRR et des revenus encaissés permet de détecter facilement d'éventuelles problématiques de facturation, d'encaissement ou de recouvrement.



► Stéphane Bonnet, CFO chez HelloCSE

"L'automatisation de nos processus financiers et le suivi des bons KPIs ont été transformateurs. Avec une supervision claire de la facturation, des renouvellements et des mouvements de revenus, nous avons réduit les pertes de revenus et libéré un temps précieux pour des initiatives stratégiques. Désormais, nous nous concentrons sur l'affinement de notre stratégie GTM par segments de marché et sur la promotion de la collaboration inter-équipes pour une croissance durable."

Vous voulez en savoir plus sur les KPIs SaaS ? Consultez fincome.co/blog

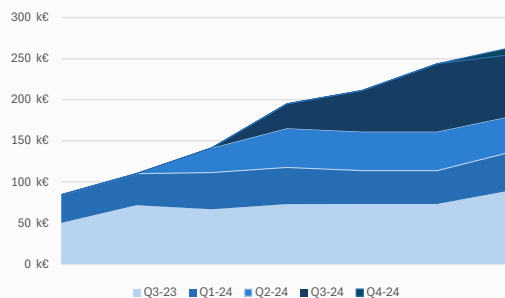
► Analyser les cohortes clients pour tirer des *insights* long terme

L'analyse de cohortes offre des *insights* sur les tendances de rétention, d'expansion et de *churn* en suivant des groupes de clients dans le temps. Évaluer les contributions aux revenus de différentes cohortes offre une vue claire de leur valeur client à long terme et permet de prioriser les efforts de rétention et d'expansion sur les segments les plus rentables / ICP.

Types d'analyses de cohortes :

- **Segmenter les cohortes par canal d'acquisition** pour révéler les *patterns* de rétention et la LTV en fonction de la stratégie d'acquisition conduite
- **Suivre la contribution aux revenus** pour identifier les segments clients à plus haute valeur
- **Utiliser les données de cohortes pour affiner les stratégies** axées sur l'expansion client

Les observations tirées des analyses par cohortes constituent une base de réflexion solide pour orienter les efforts d'acquisition à long terme dans une logique de maximisation de l'efficacité (LTV/CAC) et de la valeur à long terme des clients.



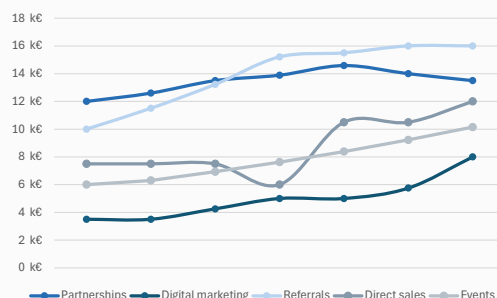
► Segmenter les métriques clés pour optimiser la rentabilité

La segmentation des métriques essentielles comme le MRR, le LTV et le CAC par canal d'acquisition, type de client ou encore région, révèle les segments les plus rentables de l'entreprise. Cette segmentation permet une allocation ciblée des ressources, en concentrant les efforts sur les canaux et les types de clients offrant le meilleur ROI.

Types de segmentation pour améliorer la rentabilité :

- **Décomposer le MRR et le LTV par canal d'acquisition** pour identifier quels canaux attirent les clients à plus haute valeur
- **Évaluer le CAC par segment** pour mesurer les efforts d'acquisition en fonction de paramètres clés et les prioriser au plan opérationnel
- **Segmenter par région** pour détecter de nouvelles opportunités de croissance internationales

La segmentation des revenus apporte de la clarté sur les types de clients à plus fort impact, maximisant le ROI sur les initiatives de croissance engagées en assurant une utilisation efficace des ressources.



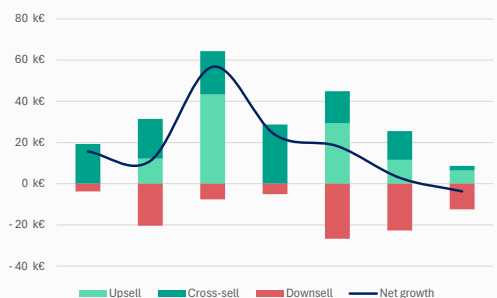
► Décomposer les mouvements de MRR pour mieux lire la croissance

Analyser les mouvements de MRR permet de comprendre la dynamique de croissance des revenus récurrents. Cette décomposition permet un suivi précis de la planification financière, au travers de l'identification des *drivers* de croissance.

La décomposition du MRR permet de :

- **Suivre le MRR** provenant des nouveaux clients pour mesurer l'efficacité de l'acquisition
- **Évaluer le niveau d'expansion de MRR** auprès de clients existants pour mesurer l'efficacité des efforts de développement commercial de la base existante
- **Garder un œil attentif sur le churn et la contraction de MRR** pour comprendre les causes profondes des pertes de revenus découlant de désabonnements

Avec une décomposition détaillée des mouvements de MRR, les tendances de revenu deviennent plus faciles à interpréter, et permettent d'orienter les ajustements opérationnels et stratégiques nécessaires pour maintenir la croissance.



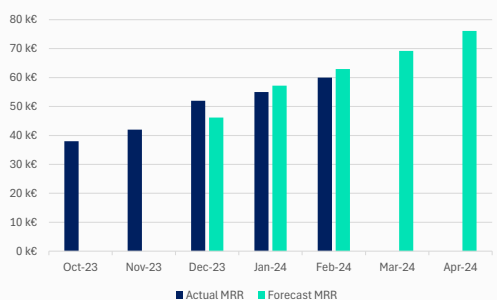
► Optimiser la planification financière et stratégique

La génération de prévisions de revenus fiables est critique pour soutenir une croissance durable. En s'appuyant sur des analyses fines de l'évolution du MRR, des effets de saisonnalité et des *insights* sur le comportement des clients, la génération de scénarios de revenus prévisionnels permet d'aligner les ressources internes pour délivrer les objectifs et anticiper les éventuels besoins de financement externe.

Étapes clés pour générer des scénarios prévisionnels de revenus exploitables :

- **Exploiter les données historiques de revenus** comme base, en ajustant les tendances récentes d'acquisition, de *churn* et d'*upsells* pour créer un socle de référence solide
- **Intégrer les effets de saisonnalité** pour suivre les *patterns* de revenus, en particulier pour les périodes de fluctuations prévisibles, pour améliorer la précision des cash-flows en découlant
- **Analyser les tendances de croissance et de rétention** pour estimer le revenu perdu découlant de désabonnements et prévoir l'impact des *upsells* au sein de la base existante. Modéliser plusieurs scénarios, intégrant des variations du taux de *churn* ou encore la vélocité d'expansion

Les scénarios prévisionnels de revenus permettent ainsi d'optimiser la prise de décisions stratégiques et d'allouer efficacement les ressources internes/externes pour délivrer les objectifs cibles.



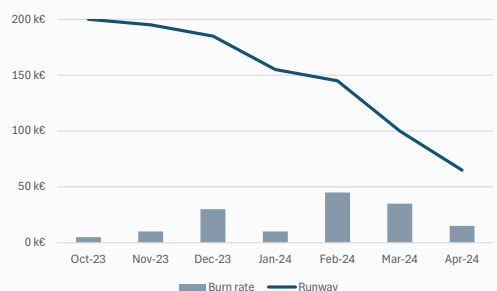
► Optimiser la rentabilité en suivant les métriques d'efficacité

Suivre le *burn rate* et les métriques d'efficacité telles que le *burn multiple*, la marge brute et l'ARR/FTE permet d'assurer que les dépenses engagées alimentent efficacement les objectifs de croissance. Ces métriques permettent d'aligner les coûts opérationnels engagés avec la croissance des revenus.

Métriques d'efficacité opérationnelle clés à suivre :

- **Burn rate** : mesure des dépenses opérationnelles mettant en évidence le niveau de consommation de trésorerie pour optimiser la génération de cash-flows futurs
- **Burn multiple** : compare le *burn rate* à la croissance de l'ARR pour évaluer l'efficacité de l'utilisation du capital pour générer des revenus
- **ARR/FTE** : indique la génération de revenus par employé, pour facilement évaluer le niveau de rentabilité par rapport au niveau de salaire médian, avant l'impact des autres coûts opérationnels

Ces métriques d'efficacité contribuent à équilibrer croissance et rentabilité, favorisant le passage à l'échelle et assurant l'optimisation de l'allocation des ressources.



Vous voulez en savoir plus sur les KPIs SaaS ? Consultez fincome.co/blog