

PROFESSIONAL PERFORMANCE MARKETING INTERNATIONAL

*The key of your success*



- ✓ *Effectivity*
- ✓ *Efficiency*
- ✓ *Innovativity*
- ✓ *Sustainability*

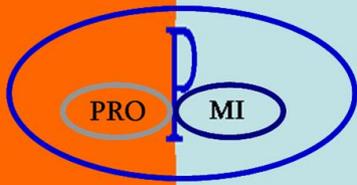
*We help you to  
increase your  
business*

**Marketing – Distribution – Sales – Communication**

- ✓ Consultancy & Strategy
- ✓ Formations & Coaching
- ✓ Solution Marketing Digital & Technology



Felix C. Poudeu



THE WAY WE THING IS CHANGING



Our valeurs

- Effectivity
- Efficiency
- Innovation
- Sustainability

Improve your Marketing and Business Development Capability

## PROFESSIONAL PERFORMANCE MARKETING INTERNATIONAL



Felix C. Poudeu  
CEO / DG

### Expertise

- ✓ Marketing Digital
- ✓ Brand Marketing
- ✓ Marketing Project Management (MPM)
- ✓ Enterprise Marketing Management (EMM)

### Services

- ✓ Consultancy & Strategy
- ✓ Formations & Coaching
- ✓ Solutions Marketing Digital & Technology



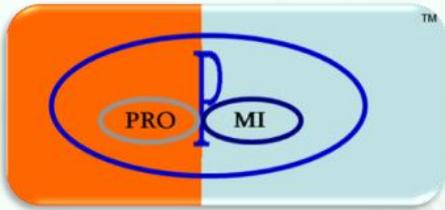
Propulsez votre entreprise en faisant votre propre marketing



Pro Network Marketing Akademy

**PROMEDI@COM**  
IMPROVE YOUR BRAND & REVENUES

**PROPMI**



# PROP MI CONSULTING

STRATEGY & CONSULTING • FORMATION & COACHING •  
MARKETING DIGITAL & TECHNOLOGY

***GIVE YOUR COMPANY A COMPETITIVE EDGE***





# About Me

## CONSULTANT- ENTERPRISE MARKETING MANAGEMENT (EMM) & MARKETING PROJECT MANAGEMENT



**Felix C. Poudeu**  
**CEO /DG**

- Marketing, Sales & Business Development
- EMM – Enterprise Marketing Management
- ERP – Enterprise Resource Planning
- **CRM = Customer Relationship Management**
- Web- & E-Commerce Marketing
- IT & Marketing Project Management

### Qualification:

- Studied : Business Administration at University, Germany
- Graduated: Dipl.-Kfm. (Uni.)/Master Degree
- Focus :
  - Marketing Management ,
  - Production Management and
  - Logistics Management
- Experienced in Marketing & Business Development / CRM/ ERP/ SCM, as well as Web site & E-Commerce Solution (EMM)

Works experiences: Wundermann Germany, IBM UK, Microsoft UK, Vmware IR, Adorsys , Accenture, Dexion, ... Services Sources UK, Rainmaker UK, ... For more question contact me per E-Mail: [propmi.consulting@gmail.com](mailto:propmi.consulting@gmail.com) or Whatsapp – See below.

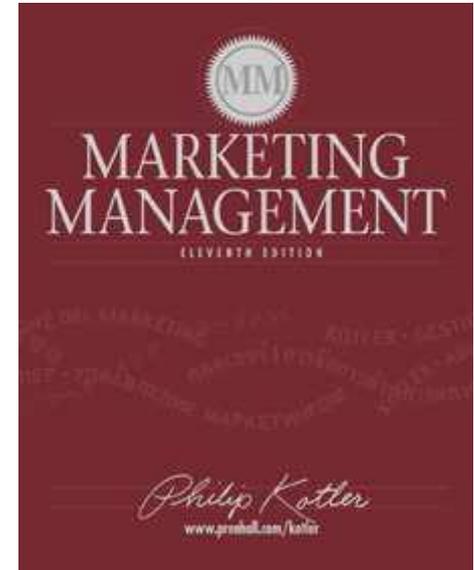


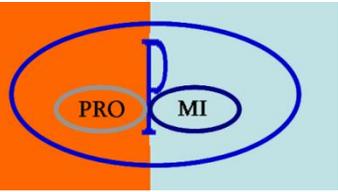


# PROPMI CONSULTING

## Concevoir des offres de marché mondial Par Philip Kotler S. 394-421

Félix C. Poudeu

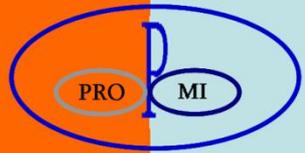




**"Votre entreprise n'appartient pas à des marchés où elle ne peut pas être la meilleure ."**

Kotler sur le marketing

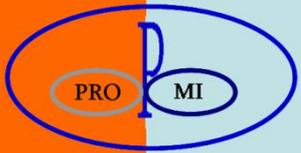




## Objectifs:

- Dans ce chapitre, nous nous concentrons sur les questions suivantes :
  - Quels facteurs une entreprise doit-elle examiner avant de décider à aller à l'étranger ?
  - Comment les entreprises peuvent-elles évaluer et sélectionner les marchés étrangers à entrer ?
  - Quels sont les principaux moyens d'entrer sur un marché étranger ?
  - Dans quelle mesure l'entreprise doit-elle adapter ses produits et son programme marketing à chaque pays étranger ?
  - Comment l'entreprise doit-elle gérer et organiser ses activités internationales ?





# Concurrence à l'échelle mondiale

- Industrie &
- Entreprise mondiale

**Figure 13.1 :**  
Les décisions majors  
en marketing  
international

Décider d'aller à l'étranger

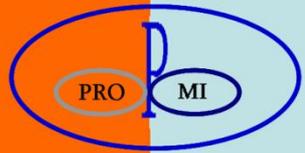
Décider sur quels marchés  
entrer

Décider comment entrer sur  
le marché

Décider du programme  
marketing

Décider de l'organisation de  
commercialisation





# Décider d'aller à l'étranger

- **Les facteurs qui attirent les entreprises sur la scène internationale :**
  - Entreprises mondiales offrant de meilleurs produits ou des prix plus bas peuvent attaquer le marché intérieur de l'entreprise.
  - L'entreprise découvre que certains marchés étrangers présentent des opportunités de profit plus élevées que le marché intérieur.
  - L'entreprise a besoin d'une clientèle plus large pour atteindre économies d'échelle.
  - L'entreprise souhaite réduire sa dépendance vis-à-vis d'un marché.
  - Les clients de l'entreprise partent à l'étranger et ont besoin d'entretien.



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)

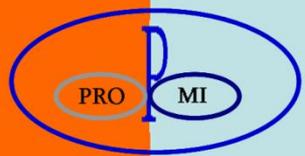


[Propmi Strategy & Consulting](#)



[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)





## Décider d'aller à l'étranger

- **Avant de partir à l'étranger, l'entreprise doit peser plusieurs risque :**
  - L'entreprise peut ne pas comprendre l'étranger préférences des clients et ne parviennent pas à offrir un produit compétitif attractif.
  - L'entreprise peut ne pas comprendre l'étranger la culture d'entreprise du pays ou le savoir-faire efficacement avec les ressortissants étrangers.
  - L'entreprise pourrait sous-estimer réglementations et engager des frais imprévus.
  - L'entreprise peut se rendre compte qu'elle manque de managers avec une expérience internationale.
  - Le pays étranger pourrait changer ses lois commerciales, dévaluer sa monnaie ou subir une révolution politique et exproprier des biens.

[www.bookfiesta4u.blogspot.com](http://www.bookfiesta4u.blogspot.com) 11-399



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)

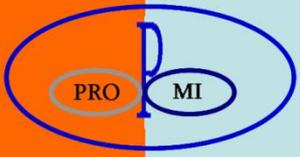


Propmi Strategy & Consulting



[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)





## Tableau 13.1 : Erreurs dans le marketing international 1

**Les cartes Hallmark ont échoué lors de leur introduction en France. Les Français n'aiment pas le sentiment sirupeux et préfèrent écrire leurs propres cartes.**

**Philips n'a commencé à réaliser des bénéfices au Japon qu'après avoir réduit la taille de ses cafetières pour s'adapter aux petites cuisines japonaises et ses rasoirs pour s'adapter aux petites mains japonaises.**

**Coca-Cola a dû retirer sa bouteille de deux litres en Espagne après avoir découvert que peu d'Espagnols possédaient des réfrigérateurs avec des compartiments suffisamment grands pour l'accueillir.**



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)



[Propmi Strategy & Consulting](#)



[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)





## Tableau 13.1 : Erreurs dans le marketing international 2

**Le Tang de General Foods a d'abord échoué en France car il se positionnait comme un substitut du jus d'orange au petit-déjeuner. Les Français boivent peu de jus d'orange et presque pas au petit déjeuner.**

**Les Pop-Tarts de Kellogg ont échoué en Grande-Bretagne parce que le pourcentage de foyers britanniques équipés de grille-pain était nettement inférieur à celui des États-Unis et que le produit était trop sucré pour les goûts britanniques..**



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)

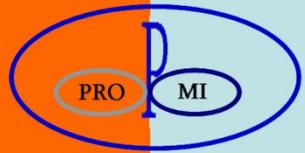


[Propmi Strategy & Consulting](#)



[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)





## Questions à débattre

Au début du XXe siècle, le câble transatlantique permettait la transmission de photographies en temps quasi réel. Des images fixes ont été mises sous presse peu de temps après que les nouvelles des événements en Europe sont arrivées ici aux États-Unis.

Existe-t-il des technologies de communication émergentes aujourd'hui qui montrent un potentiel similaire?

Comment peuvent-ils être exploités pour améliorer les offres globales d'une entreprise ?



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



Propmi Strategy & Consulting

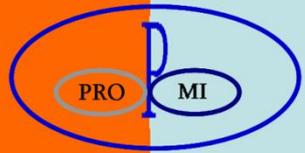


[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)





# Décider sur quels marchés entrer

- **Combien de marchés entrer :**
  - Ayal et Zif soutiennent qu'une entreprise devrait entrer dans moins de pays lorsque :
    - L'entrée sur le marché et les coûts du marché sont élevés
    - Les coûts de produit et de communication sont élevés
    - La taille et la croissance de la population et des revenus sont élevées dans les premiers pays choisis
    - Les entreprises étrangères dominantes peuvent établir des barrières à l'entrée

[www.bookfiesta4u.blogspot.com](http://www.bookfiesta4u.blogspot.com)



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



Propmi Strategy & Consulting

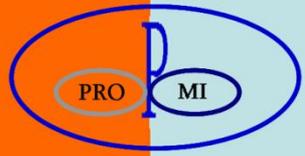


[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)





## Décider sur quels marchés pénétrer

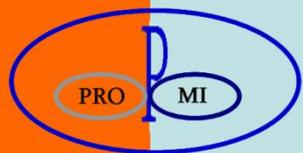
### Zones franches régionales

- L'Union européenne
- ALENA
- MERCOSUL
- APEC

### Évaluation des marchés potentiels

- Proximité psychique





## Questions à débattre

Les zones franches régionales offrent de nombreux avantages potentiels aux entreprises qui étendent leurs offres à l'étranger.

Des politiques nationales d'importation/exportation clairement définies ne sont qu'un des avantages potentiels.

Pouvez-vous penser à d'autres?

Quels défis marketing ne seront pas atténués par de tels accords ?



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



Propmi Strategy & Consulting

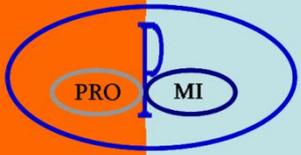


www.propmiconsulting.wordpress.com

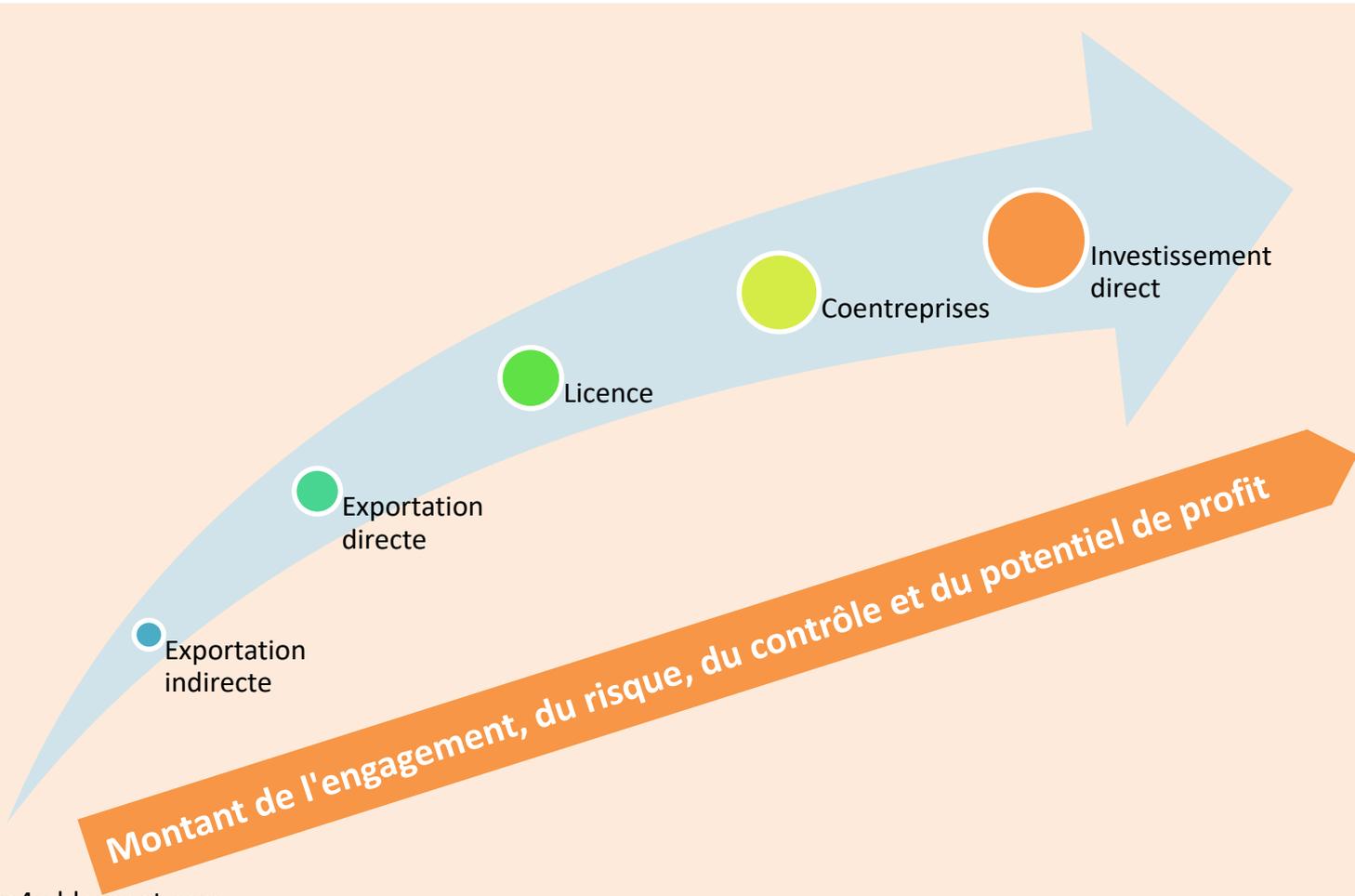


info.propmi@gmail.com





# Décider comment entrer sur le marché



[www.bookfiesta4u.blogspot.com](http://www.bookfiesta4u.blogspot.com)



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



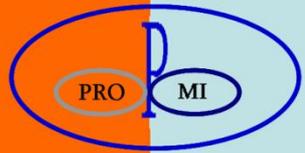
[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)

Propmi Strategy & Consulting



[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)





# Décider comment entrer sur le marché

Export indirect et direct :

- Export occasionnel
- Exportation active
- Exportation indirecte
- Marchands d'exportation basés au pays
- Agents d'exportation basés au pays
- Organisations coopératives
- Sociétés de gestion des exportations

[www.bookfiesta4u.blogspot.com](http://www.bookfiesta4u.blogspot.com)



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)

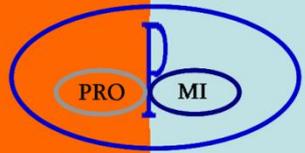


[Propmi Strategy & Consulting](#)



[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



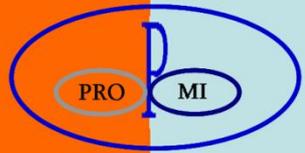


# Décider comment entrer sur le marché

Les entreprises peuvent exporter directement de plusieurs manières :

- Département ou division d'exportation basé au pays
- Succursale ou filiale commerciale à l'étranger
- Commerciaux itinérants à l'export
- Distributeurs ou agents basés à l'étranger



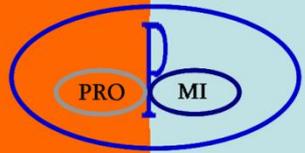


# Décider comment entrer sur le marché

## Licence

- Contrats de gestion
- Fabrication sous contrat
- Franchisage





## Décider comment entrer sur le marché

- Coentreprises / Joint Venture
- Investissement direct
- Le processus d'internationalisation
  - Johanson et Wiedersheim-Paul ont identifié quatre étapes dans le processus d'internationalisation :
    - Aucune activité d'exportation régulière
    - Export via des représentants indépendants (agents)
    - Création d'une ou plusieurs filiales commerciales
    - Implantation de sites de production à l'étranger



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)

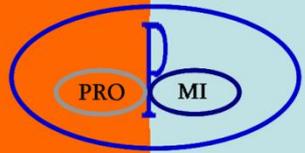


Propmi Strategy & Consulting



[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)

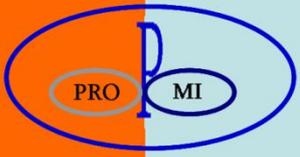




# Décider du programme de marketing

- Marketing mix standardisé
- Marketing-mix adapté





# McDonald's dans le monde : Hongrie



www.bookfiesta4u.blogspot.com

© Propmi Strategy & Consulting



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

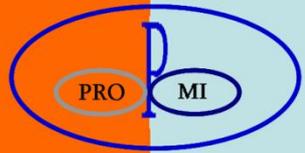


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com

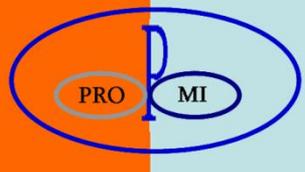




# Décider du programme de marketing

- **Produit**
  - Rallonge droite
  - Adaptation du produit
  - Invention de produit
    - Invention rétrograde
    - Invention en avant





**Figure 13.3 : Cinq stratégies internationales de produits et de promotion**

		Product		
		Do Not Change Product	Adapt Product	Develop New Product
Promotion	Do Not Change Promotion	Straight extension	Product adaptation	Product invention
	Adapt Promotion	Communication adaptation	Dual adaptation	

[www.bookfiesta4u.blogspot.com](http://www.bookfiesta4u.blogspot.com)



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)



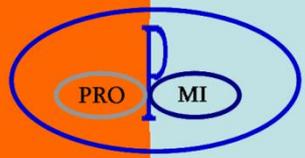
Propmi Strategy & Consulting



[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



© Propmi Strategie & Consulting



**Figure 13.3 : Cinq stratégies internationales de produits et de promotion**



[www.bookfiesta4u.blogspot.com](http://www.bookfiesta4u.blogspot.com)



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)

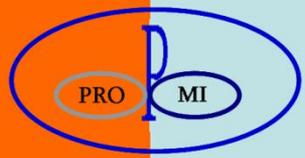


Propmi Strategy & Consulting



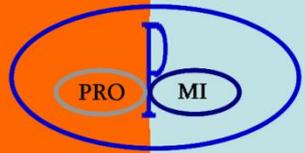
[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)





**Figure 13.3 : Cinq stratégies internationales de produits et de promotion**

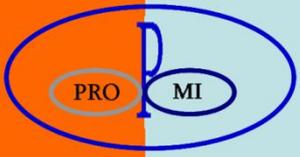
		P R O D U I T S		
		Existants	Modifiés	Nouveaux
M A R C H É S	Existants	Augmentation de la pénétration de marché	Amélioration des produits	Extension de gamme : développement de nouveaux produits
	Élargis	Expansion géographique standardisée	Expansion géographique adaptée	Expansion géographique avec de nouveaux produits
	Nouveaux	Extension de segments de clientèle	Extension adaptée	Diversification marketing



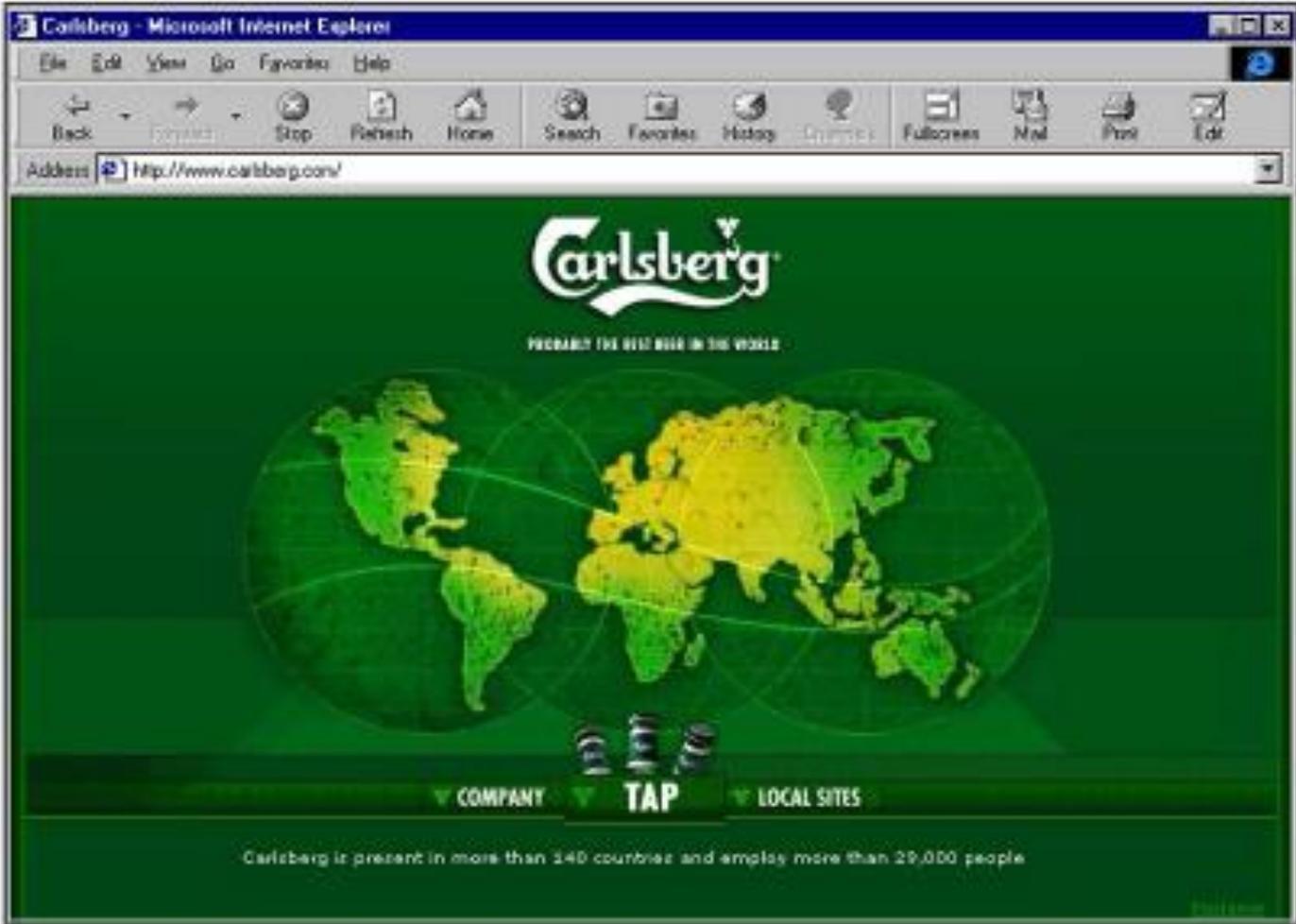
# Décider du programme de marketing

- **Promotion**
  - Adaptation de la communication
  - Double adaptation





# Site Web mondial de Carlsberg



© Propmi Strategy & Consulting



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



Propmi Strategy & Consulting

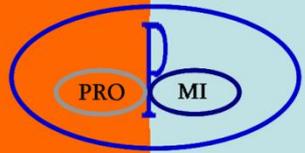


www.propmiconsulting.wordpress.com



info.propmi@gmail.com





# Décider du programme de marketing

- **Prix**
  - Hausse des prix
    - Les entreprises ont trois choix
      - Fixez un prix uniforme partout
      - Fixer un prix basé sur le marché dans chaque pays
      - Fixer un prix basé sur les coûts dans chaque pays
  - Prix de transfert
  - Dumping
  - Prix de pleine concurrence
  - Marché gris



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)

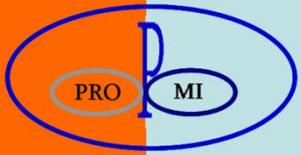


[Propmi Strategy & Consulting](#)



[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



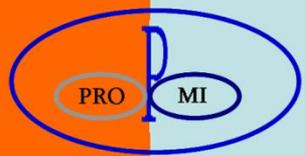


# Décider du programme de marketing

- **Lieu (canaux de distribution)**
  - Siège social international du vendeur
  - Canaux entre nations

Illustration 13.4 :  
Concept de canal complet pour  
le marketing international





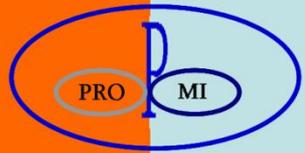
## Questions à débattre

L'un des changements politiques les plus profonds de la fin du XXe siècle a été la chute du «rideau de fer» et l'ouverture subséquente des marchés en Europe de l'Est.

Ce marché potentiel a-t-il été pleinement exploité par les entreprises américaines ?

Entreprises européennes? Pourquoi ou pourquoi pas?

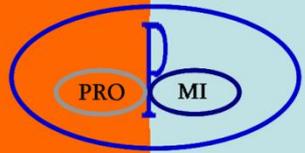




# Décider de l'organisation marketing

- Service export
- Pôle International
  - Organisations géographiques
  - Groupes de produits mondiaux
  - Filiales internationales





# Décider de l'organisation marketing

## Organisation mondiale:

- Bartlett et Ghoshal distinguent trois stratégies organisationnelles :
  1. Une stratégie globale traite le monde comme un seul marché.
  2. Une stratégie multinationale traite le monde comme un portefeuille d'opportunités nationales.
  3. Une stratégie « glocale » standardise certains cœurs éléments et localise d'autres éléments.



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com



info.propmi@gmail.com





# Questions & REponses

Quelles questions avez-vous?

© Propmi Strategy & Consulting



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



Propmi Strategy & Consulting



[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)

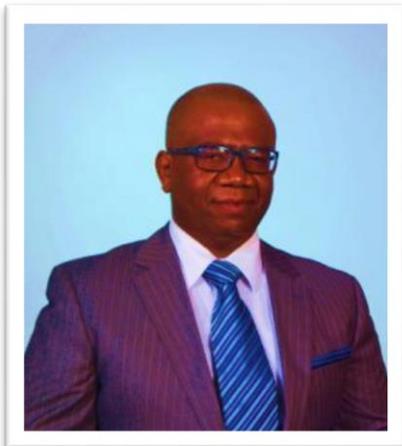


[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)





# PROPMI CONSULTING



## Félix C. Poudeu

### CEO & Co-Founder Propmi Consulting

- Senior Consultant en marketing et développement des affaires
- Spécialiste en EMM Solutions et Gestion de Projet de Marketing
- MBA – (Université de Siegen/Allemagne)
- Expertises: Gestion de Marketing, de Production & de Logistique  
Expériences: IBM UK, Vmware Inc., Microsoft, Wundermann, Services Sources Ltd., Rainmaker Limited UK



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



Propmi Strategy & Consulting

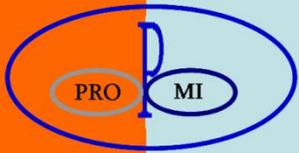


[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)





## Contact Us:

Félix Constant POUDEU

CEO & Fondateur

Consultant en Gestion de Marketing & Ventes  
Spécialiste en Développement Commercial

Email: [www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)

Phone: +237 6 73 39 82 52

[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



## Contact address:

### PROPMI CONSULTING

Lycée De Maképé, Rue des Pavés,  
Carrefour Njohreur, Rue à Droite,  
50 Mètres à Gauche  
Douala Cameroun

BP: 11526 Douala  
Cameroun

[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



+237 6 73 39 82 52 / +237 6 58 51 90 86



+237 6 73 39 82 52 / +237 6 58 51 90 86



Propmi Strategy & Consulting



[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



[info.propmi@gmail.com](mailto:info.propmi@gmail.com)

