

PROFESSIONAL PERFORMANCE MARKETING INTERNATIONAL

The key of your success



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

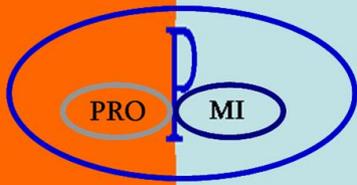
*We help you to
increase your
business*

Marketing – Distribution – Sales – Communication

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



Felix C. Poudeu



THE WAY WE THINK 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



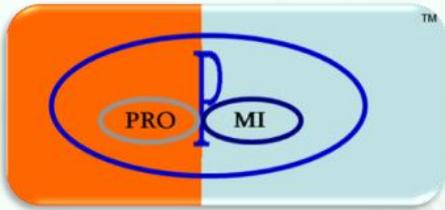
Propulsez votre entreprise en faisant votre propre marketing



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

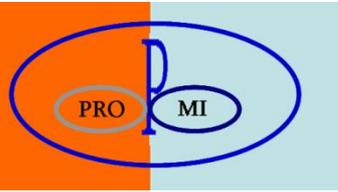
- Marketing, Sales & Business Development
- EMM – Enterprise Marketing Management
- ERP – Enterprise Resource Planning
- **CRM = Customer Relationship Management**
- Web- & E-Commerce Marketing
- IT & Marketing Project Management

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)

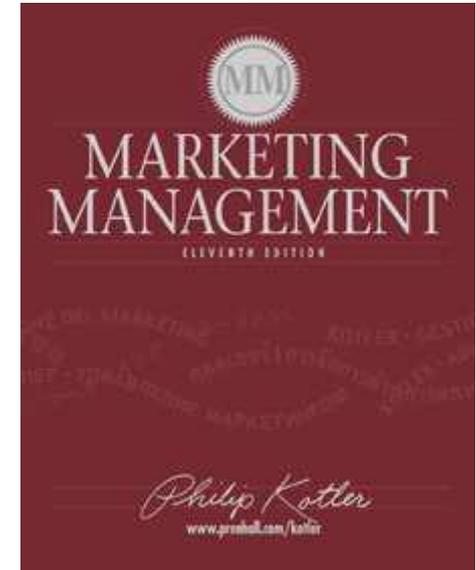
Works experiences: Wundermann Germany, IBM UK, Microsoft UK, Vmware IR, Adorsys , Accenture, Dexion, ... Services Sources UK, Rainmaker UK, ... For more question contact me per E-Mail: propmi.consulting@gmail.com or Whatsapp – See below.





Gestion de la vente au détail, de la vente en gros et de la logistique du marché Par Philip Kotler S. 547-576

Félix C. Poudeu



www.bookfiesta4u.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

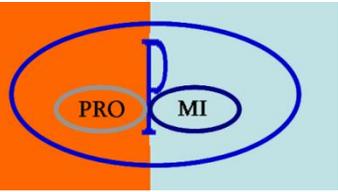


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Les stratégies de « mise sur le marché » réussies nécessitent l'intégration de détaillants, de grossistes et d'organisations logistiques.

P. Kotler sur le marketing

www.bookfiesta4u.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

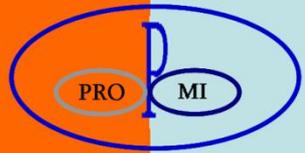


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Objectifs

- Dans ce chapitre, nous nous concentrons sur les questions suivantes concernant chaque intermédiaire marketing :
 - Quels grands types d'organisations occupent ce secteur ?
 - Quelles décisions marketing les organisations de ce secteur prennent-elles ?
 - Quelles sont les grandes tendances de ce secteur ?

www.bookfiesta4u.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



[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Commerce de détail

- **Types de détaillants**
 - Cycle de vie de la vente au



www.bookfiesta4u.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



[Propmi Strategy & Consulting](#)

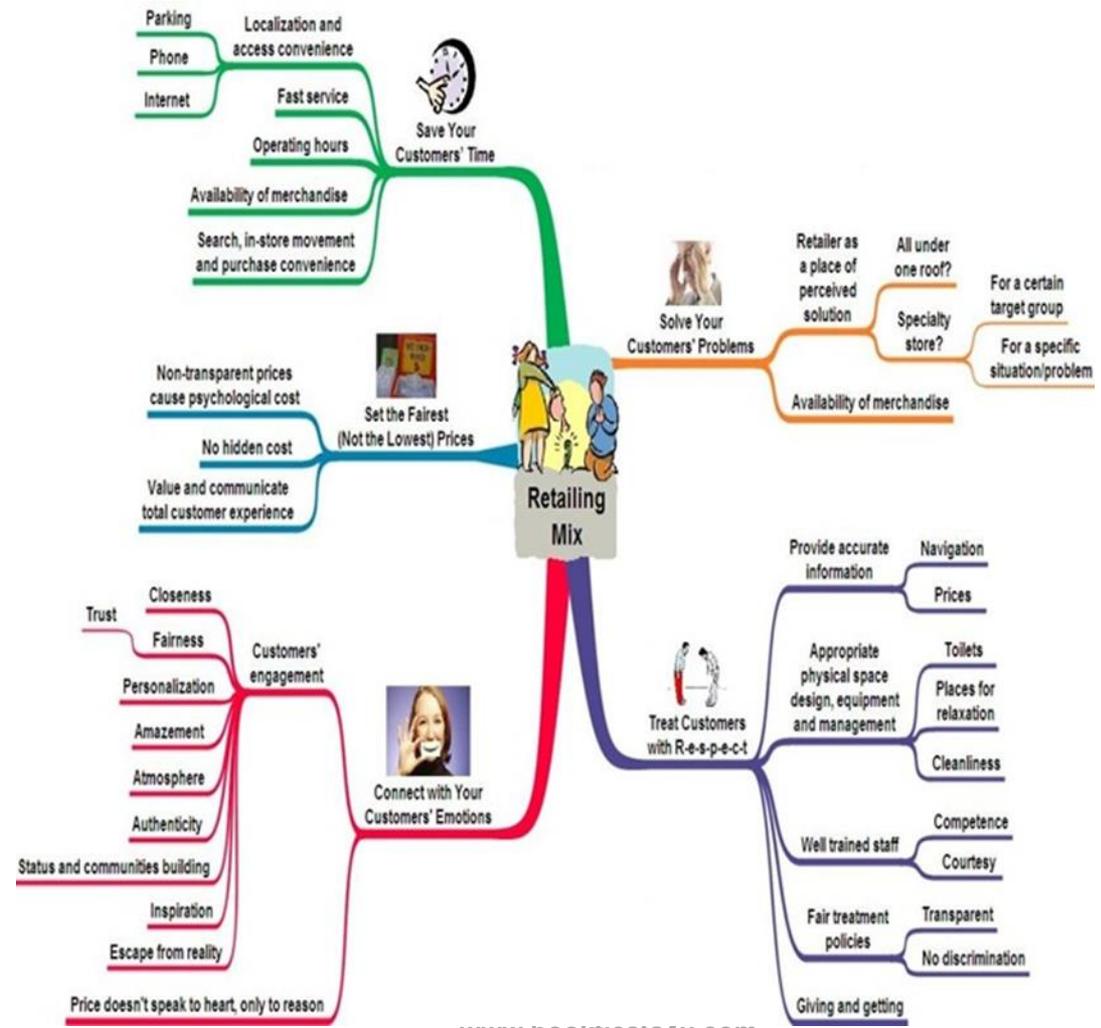


www.propmiconsulting.wordpress.com





Commerce de détail



www.bookiest4u.com

© Propmi Strategy & Consulting

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

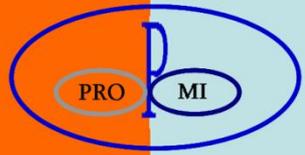
+237 6 73 39 82 52 / +237 6 58 51 90 86

info.propmi@gmail.com

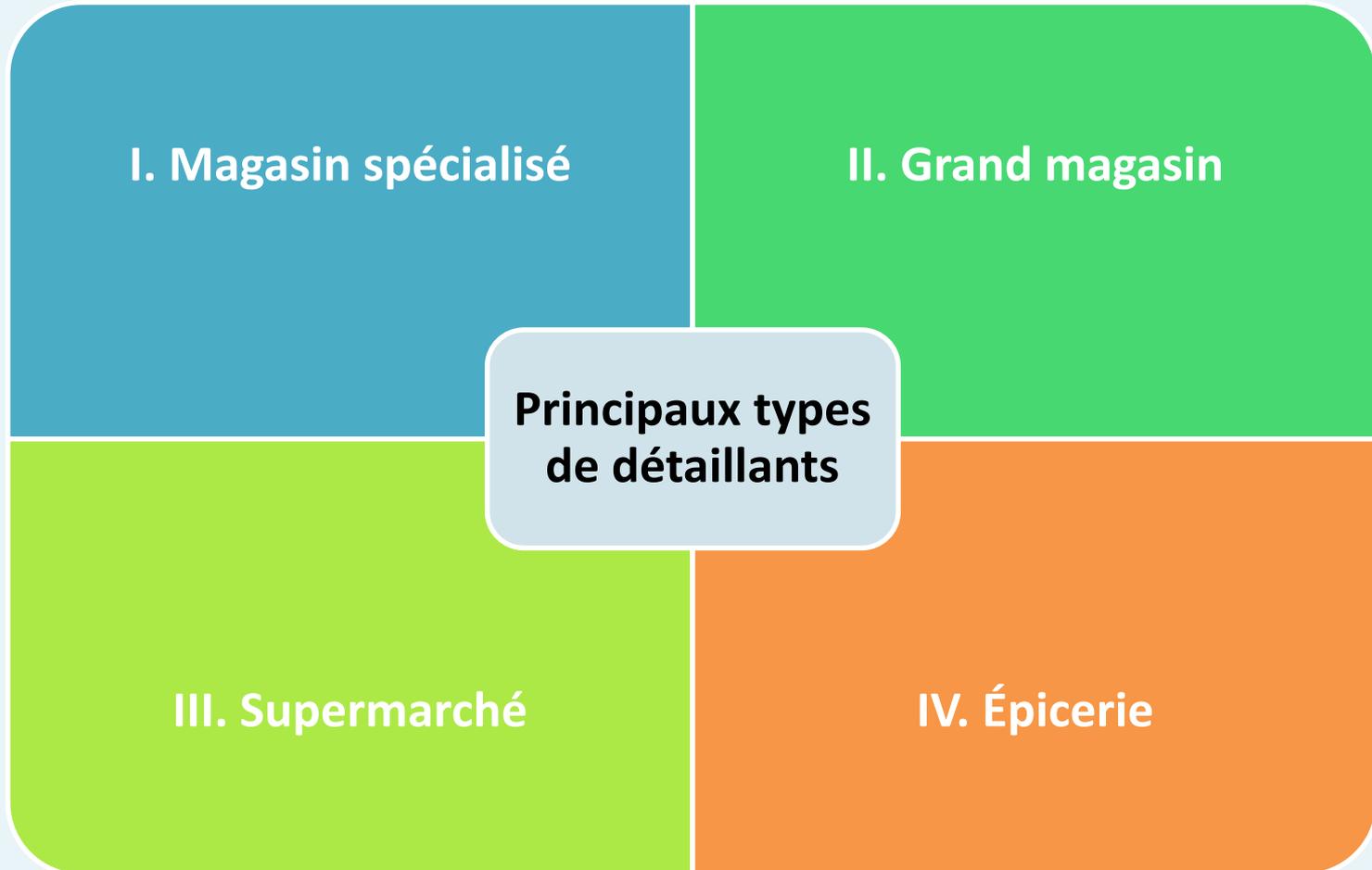
Propmi Strategy & Consulting

www.propmiconsulting.wordpress.com





Principaux types de détaillants



+ 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



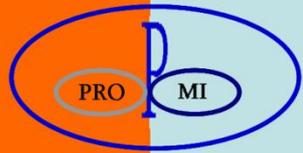


Tableau 18.1 : Principaux types de détaillants1

I. Magasin spécialisé:

- Ligne de produits étroite avec un assortiment profond. Un magasin de vêtements serait un magasin à *ligne* unique ; un magasin de vêtements pour hommes serait un magasin à **gamme limitée** ; et un magasin de chemises personnalisées pour hommes serait un magasin de *super-spécialité* .
Exemples : pied d'athlète, hommes de grande taille, The Limited, The Body Shop.

II. Grand magasin:

- Plusieurs gammes de produits - généralement des vêtements, des articles d'ameublement et des articles ménagers - chaque ligne fonctionnant comme un département distinct géré par des acheteurs ou des merchandisers spécialisés. *Exemples* : Sears, JCPenney, Nordstrom, Bloomingdale's.

www.bookfiesta4u.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



Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com



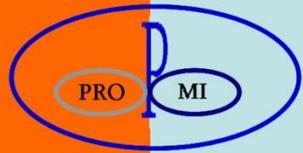


Tableau 18.1 : Principaux types de détaillants 2

III. Supermarché:

- Opération libre-service relativement importante, à faible coût, à faible marge et à volume élevé, conçue pour répondre aux besoins totaux en produits alimentaires, de lessive et ménagers. *Exemples* : Kroger, Food Emporium, Jewel.

IV. Épicerie:

- Magasin relativement petit situé à proximité d'un quartier résidentiel, ouvert de longues heures, sept jours sur sept, et proposant une gamme limitée de produits de commodité à fort chiffre d'affaires à des prix légèrement plus élevés, ainsi que des sandwiches à emporter, du café et des boissons non alcoolisées. *Exemples* : 7-Eleven, Cercle K.

www.bookfiesta4u.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

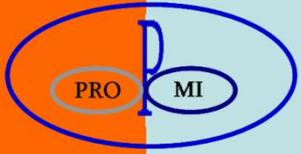


Propmi Strategy & Consulting



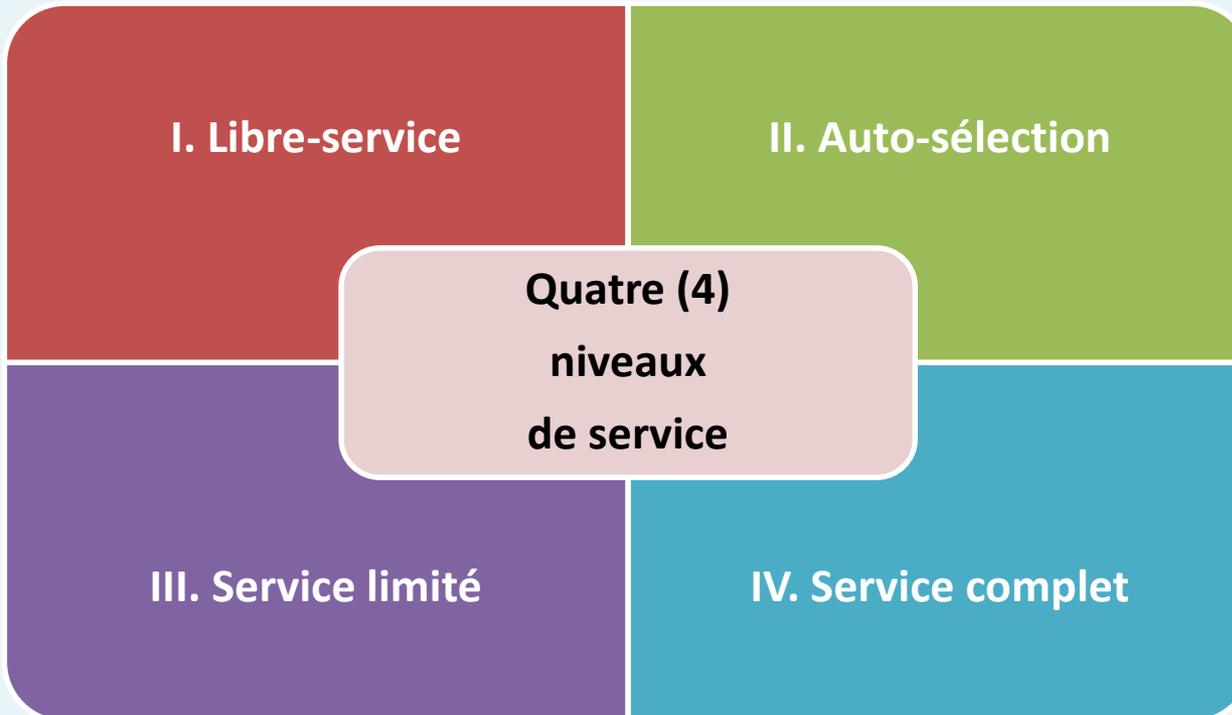
www.propmiconsulting.wordpress.com





Commerce de détail

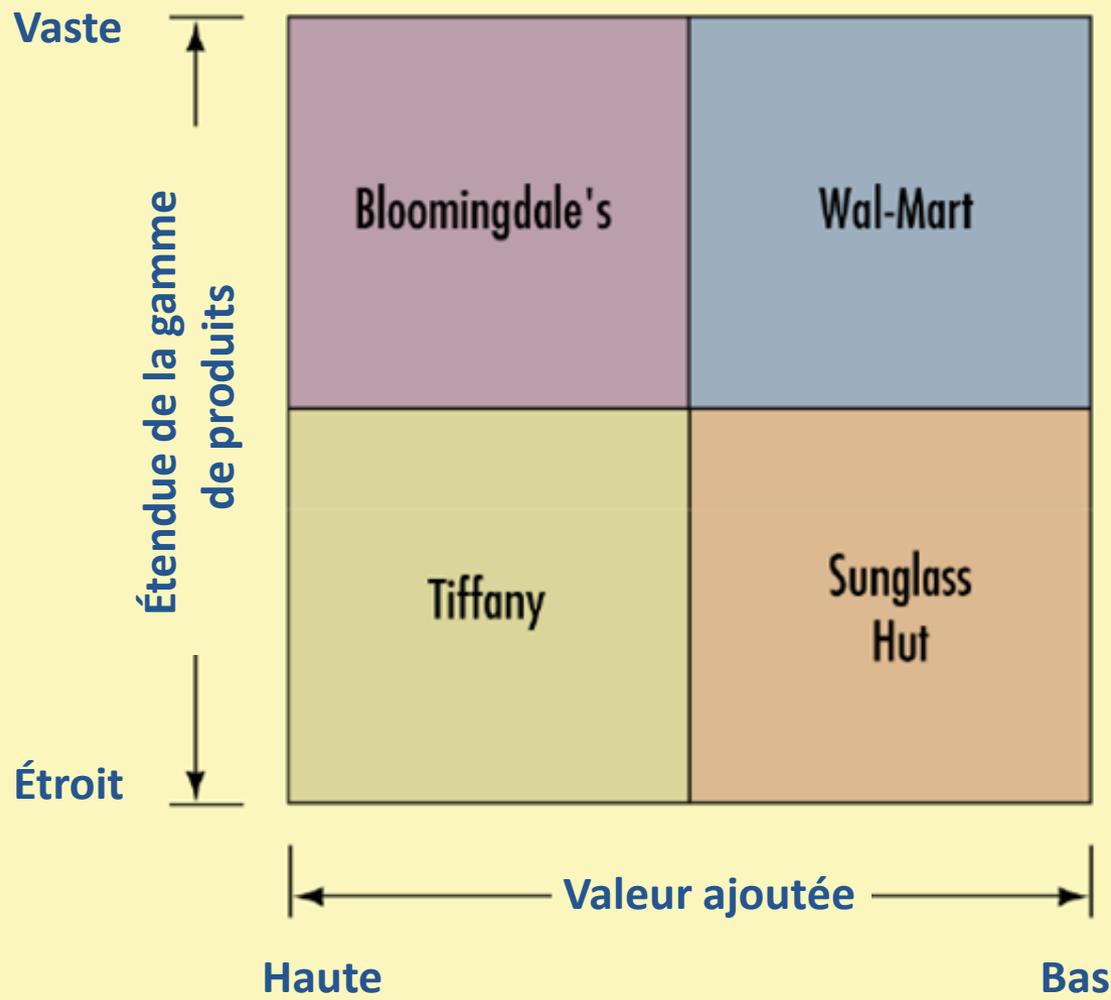
- Niveaux de service
 - Roue de la vente au détail
 - **Quatre niveaux de service :**

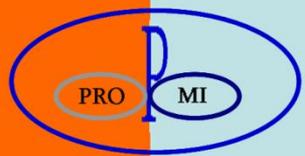




Le positionnement de la vente au détail

Figure 18.1 : Carte de positionnement de la vente au détail





Commerce de détail

- **Commerce de détail hors magasin**
- Catégories de vente au détail hors magasin
 - Vente directe
 - Marketing direct
 - Télémarketing
 - Marketing à réponse directe à la télévision
 - Achats électroniques
 - Distributeur automatique
 - Service d'achat
- Commerce de détail corporatif

www.bookfiesta4u.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



[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Les principaux types d'organisations de vente au détail

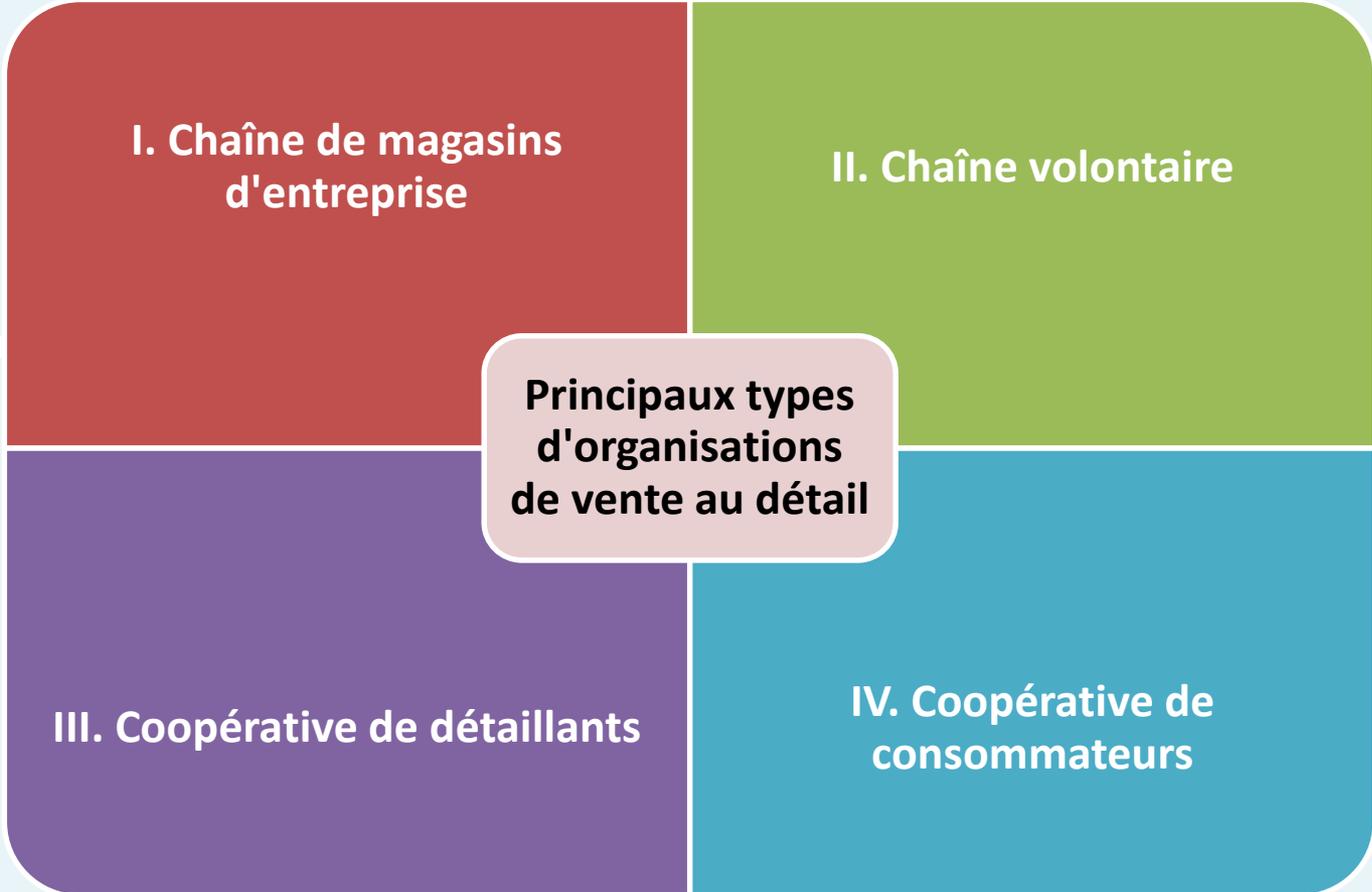


Tableau 18.2 : Principaux types d'organisations de vente au détail

© 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





Tableau 18.2 : Principaux types d'organisations de vente au détail

I. Chaîne de magasins d'entreprise :

- Deux points de vente ou plus détenus et contrôlés en commun, employant une centrale d'achat et de merchandising et vendant des gammes de marchandises similaires. Leur taille leur permet d'acheter en grande quantité à des prix inférieurs et ils peuvent se permettre d'embaucher des spécialistes de l'entreprise pour s'occuper de la tarification, de la promotion, du merchandising, du contrôle des stocks et des prévisions de ventes. Exemples : Tower Records, GAP, Pottery Barn.

www.bookfiesta4u.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



Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Tableau 18.2 : Principaux types d'organisations de vente au détail

II. Chaîne volontaire :

- Un groupe de détaillants indépendants parrainé par un grossiste engagé dans l'achat en gros et le merchandising commun. Exemples : Independent Grocers Alliance (IGA), True Value Hardware.

www.bookfiesta4u.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



Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Tableau 18.2 : Principaux types d'organisations de vente au détail

III. Coopérative de détaillants :

- Commerçants indépendants qui mettent en place une centrale d'achat et mènent des efforts de promotion communs. Exemples : Épiciers associés, ACE Hardware.

www.bookfiesta4u.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



Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Tableau 18.2 : Principaux types d'organisations de vente au détail

IV. Coopérative de consommateurs:

- Une entreprise de vente au détail détenue par ses clients. Dans les coopératives de consommation, les résidents contribuent de l'argent pour ouvrir leur propre magasin, voter sur ses politiques, élire un groupe pour le gérer et recevoir des ristournes.

www.bookfiesta4u.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

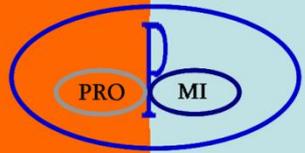


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Commerce de détail

- Décisions de commercialisation
- Marché cible
- Assortiment de produits et approvisionnement
 - Largeur
 - Profondeur

www.bookfiesta4u.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

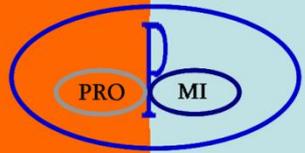


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Commerce de détail

- **Possibilités de stratégie de différenciation des produits :**
 - Présenter des marques nationales exclusives qui ne sont pas disponibles chez les détaillants concurrents
 - Présentent principalement des produits de marque privée
 - Présentez des événements de merchandise distinctifs à succès
 - Présentez des marchandises surprises ou en constante évolution
 - Présentez la merchandise la plus récente ou la plus récente en premier
 - Offrir des services de personnalisation de merchandise
 - Proposer un assortiment très ciblé

www.bookfiesta4u.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

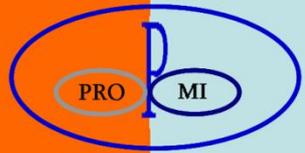


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Questions de discussion

Wal-Mart a pour la première fois pris la première place sur la liste "Fortune 500" du magazine Fortune, laissant de côté des entreprises telles que GM et Exxon. Comment leur identification du marché cible a-t-elle contribué à les placer dans cette position ? Que peuvent faire les principaux rivaux de Wal-Mart, K-Mart et Target, pour tenter de combler l'écart ?



www.bookfiesta4u.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

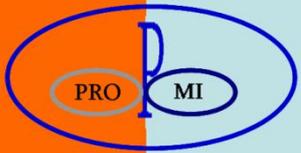


[Propmi Strategy & Consulting](https://www.facebook.com/PropmiStrategy&Consulting)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Commerce de détail

- Gestionnaires de marchandises
- Rentabilité directe des produits (DPP)
- Services et Ambiance Boutique
 - Les services de préachat comprennent l'acceptation des commandes par téléphone et par courrier, etc.
 - Les services post-achat comprennent l'expédition et la livraison, etc.
 - Les services annexes comprennent l'information générale, l'encaissement de chèques, le stationnement, etc.
- Décision de prix
 - Majoration élevée, volume inférieur
 - Faible marge bénéficiaire, volume élevé

www.bookfiesta4u.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

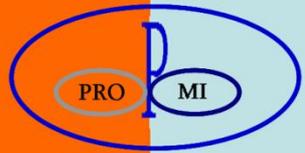


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Commerce de détail

- **Décision de promotion**
- **Placer la décision**
 - Quartiers d'affaires généraux
 - Centres commerciaux régionaux
 - Centres communautaires
 - Centres commerciaux linéaires (alias centres commerciaux)
 - Un emplacement dans un plus grand magasin

www.bookfiesta4u.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

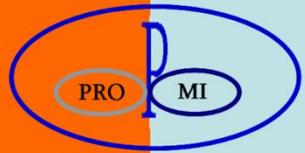


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Commerce de détail

- **Tendances dans le commerce de détail :**
 1. Nouvelles formes et combinaisons de vente au détail
 2. Croissance de la compétition intertype
 3. Croissance des détaillants géants
 4. Investissement croissant dans la technologie
 5. Présence mondiale des principaux détaillants
 6. Vendre une expérience, pas seulement des biens
 7. Concurrence entre le commerce de détail en magasin et hors magasin

www.bookfiesta4u.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

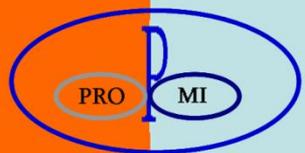


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Questions de discussion

Comment « l'ère de la télévision », « l'ère de l'information » et l'émergence d'une culture de consommation mondiale ont-elles affecté les décisions de ciblage du marché des détaillants ? Selon vous, quel effet des entités commerciales telles que l'ALENA et l'Union européenne ont-elles eu sur le commerce de détail ?



www.bookfiesta4u.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

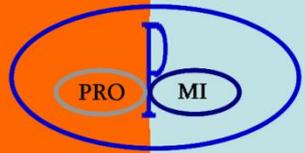


[Propmi Strategy & Consulting](https://www.facebook.com/PropmiStrategy&Consulting)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Commerce de gros

– Fonctions des grossistes :

- Vendre et promouvoir
 - Achat et construction d'assortiment
 - Rupture en vrac
 - Entreposage
 - Transport
 - Financement
 - Prise de risque
 - Information du marché
 - Services de gestion et conseil
- La croissance et les types de commerce de gros

www.bookfiesta4u.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

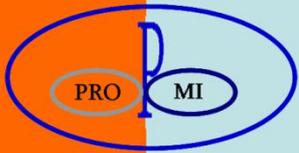


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





La croissance et les types de commerce de gros

Grossistes Marchands :

- Entreprises indépendantes qui s'approprient les marchandises qu'elles manipulent. Ils sont appelés revendeurs, distributeurs ou fournisseurs d'usines et se répartissent en deux catégories : service complet et service limité.

Grossistes à service complet :

- Tenez des stocks, maintenez une force de vente, offrez du crédit, effectuez des livraisons et fournissez une assistance à la gestion. Il existe deux types de grossistes à service complet : (1) Les grossistes vendent principalement aux détaillants et offrent une gamme complète de services. Les grossistes en marchandises générales offrent plusieurs gammes de marchandises. Les grossistes généralistes proposent une ou deux gammes. Les grossistes spécialisés ne vendent qu'une partie d'une gamme. (2) Les distributeurs industriels vendent aux fabricants plutôt qu'aux détaillants et fournissent plusieurs services - stockage, offre de crédit et livraison.

Tableau 18.3 : Principaux types de grossistes

www.bookfiesta4u.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

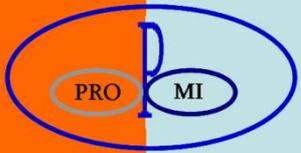


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Commerce de gros

- **Décisions de marketing des grossistes**
 - Marché cible
 - Assortiment de produits et services
 - Décision de prix
 - Décision de promotion
 - Placer la décision

www.bookfiesta4u.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

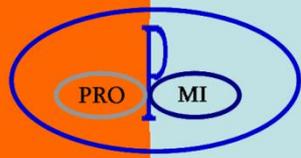


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





McKesson propose une gestion des approvisionnements en ligne



www.bookriesta4u.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



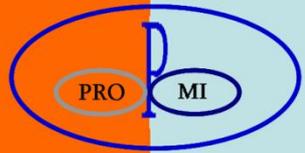
info.propmi@gmail.com

Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Commerce de gros

- **Tendances du commerce de gros**
 - Narus et Anderson ont identifié quatre façons de renforcer les relations avec les fabricants
 - A recherché un accord clair sur leur fonction attendue dans le canal de commercialisation
 - Avoir un aperçu des exigences des fabricants en visitant leurs usines
 - Respect des engagements en atteignant les objectifs de volume
 - Identifier et proposer des services à valeur ajoutée pour aider leurs fournisseurs

www.bookfiesta4u.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

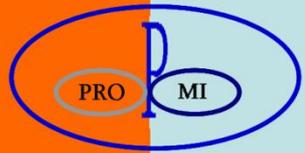


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Logistique du marché

- Gestion de la chaîne d'approvisionnement (SCM)
- Réseau de valeur
- Planification de la chaîne de la demande
- Logistique de marché
 - La planification de la logistique du marché comporte quatre étapes :
 - Décider de la proposition de valeur de l'entreprise à ses clients
 - Décider de la meilleure conception de canal et de la meilleure stratégie de réseau pour atteindre les clients
 - Développer l'excellence opérationnelle dans la prévision des ventes, la gestion des entrepôts, la gestion des transports et la gestion des matériaux
 - Mettre en œuvre la solution avec les meilleurs systèmes d'information, équipements, politiques et procédures
- Systèmes logistiques intégrés (ILS)

www.bookfiesta4u.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

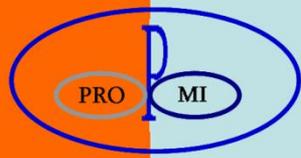


Propmi Strategy & Consulting



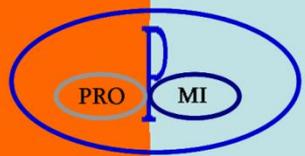
www.propmiconsulting.wordpress.com





La page d'accueil IKEA-USA





Logistique du marché

- **Objectifs de la logistique du marché**
- **Décisions de marché-logistique**
 - Commande en cours de traitement
 - Cycle de la commande au paiement
 - Entreposage
 - Entrepôts de stockage
 - Entrepôts de distribution
 - Entrepôts automatisés
- **Inventaire**
 - Le coût des stocks augmente à un rythme accéléré à mesure que le niveau de service client approche de 100 %.
 - Point de commande (réapprovisionnement)
 - Frais de traitement de commande
 - Coûts de possession des stocks

www.bookfiesta4u.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



[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com



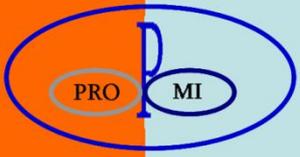
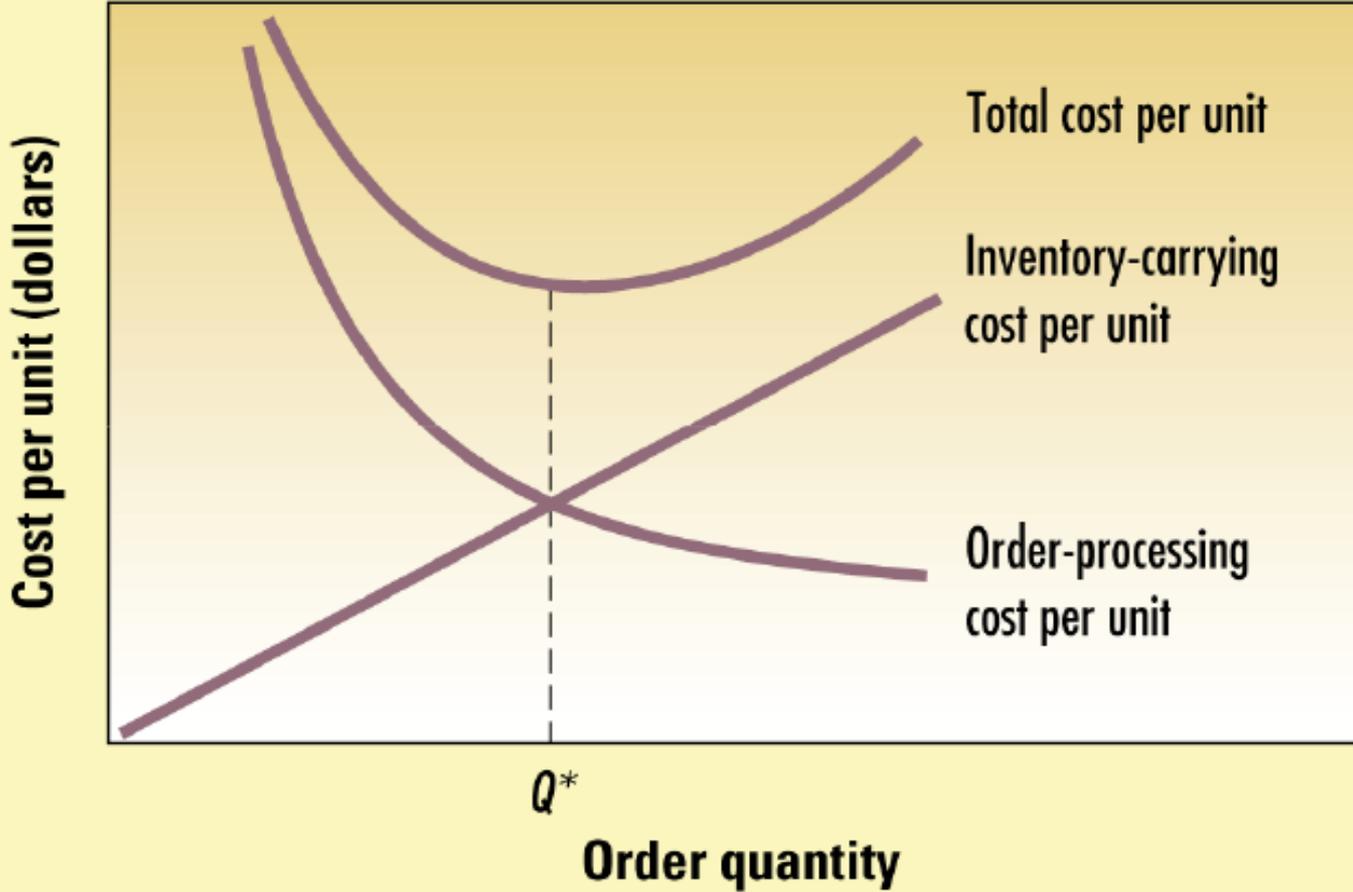


Figure 18.2 : Détermination de la quantité de commande optimale



© 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

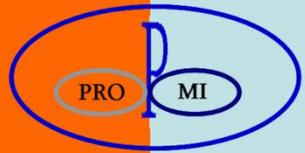


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Logistique du marché

- Production juste à temps (JIT)
- **Transport**
 - **Conteneurisation**
 - Ferroutage
 - Dos de poisson
 - Trainship
 - Camion aérien
 - Transporteur privé
 - Transporteur sous contrat
 - Transporteur public

www.bookfiesta4u.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

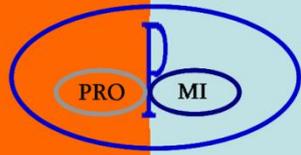


[Propmi Strategy & Consulting](#)

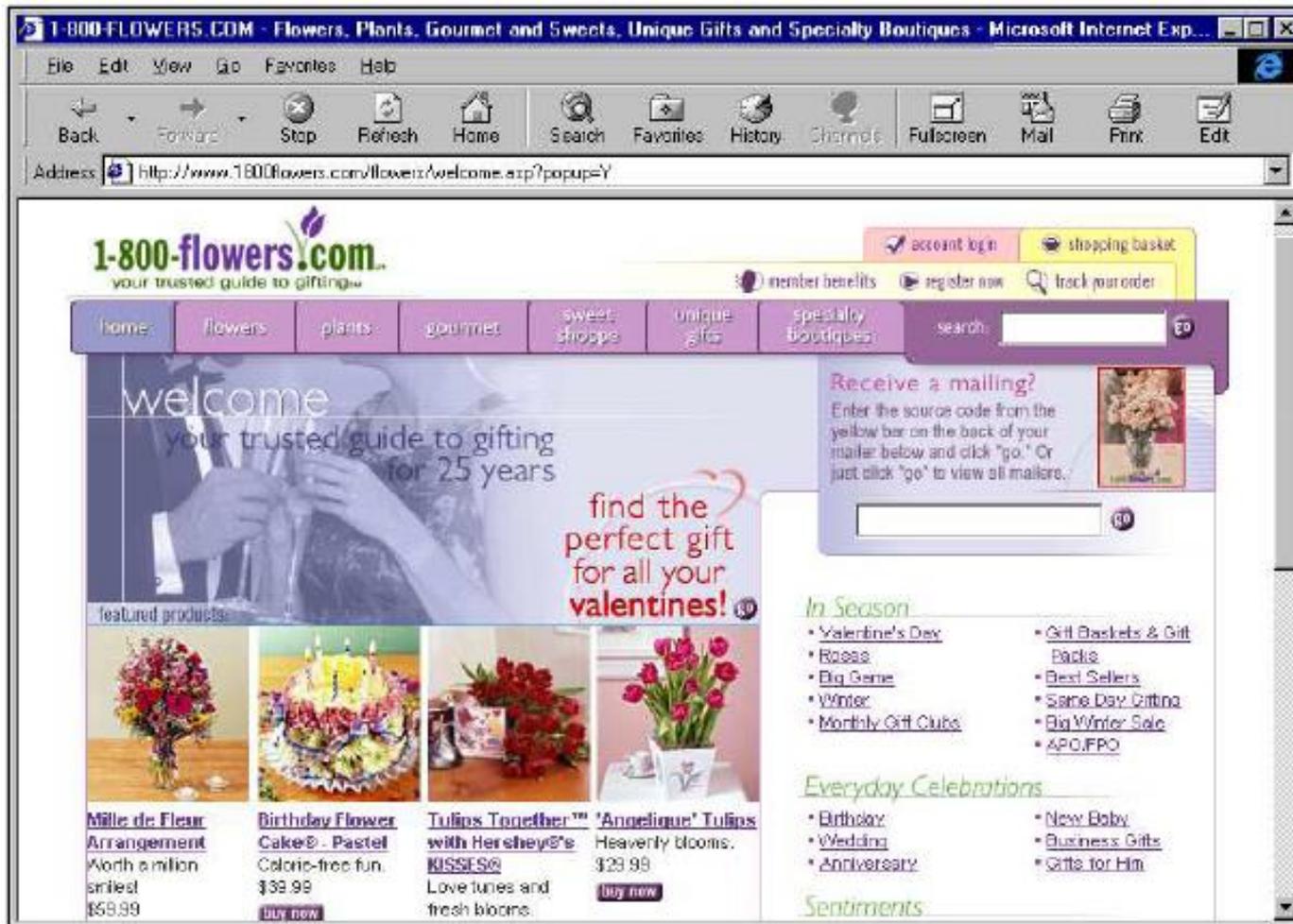


www.propmiconsulting.wordpress.com





Le site 1-800-Flowers.com facilite la commande en ligne



© 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



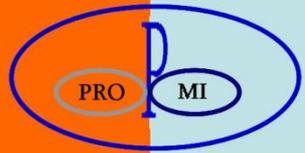
info.propmi@gmail.com

Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Logistique du marché

- **Leçons organisationnelles :**
 - Les entreprises doivent nommer un vice-président senior de la logistique qui sera le point de contact unique pour tous les éléments logistiques.
 - Le vice-président principal de la logistique devrait tenir des réunions périodiques avec les vendeurs et les opérations pour examiner l'inventaire, etc.
 - Les nouveaux logiciels et systèmes sont la clé pour atteindre à l'avenir des performances logistiques supérieures et compétitives.

www.bookfiesta4u.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

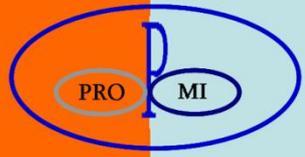


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Conclusion

www.bookfiesta4u.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





Des questions & RÉPONSES

Quelles questions avez-vous ?

www.bookfiesta4u.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

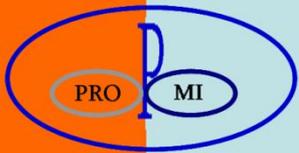


[Propmi Strategy & Consulting](#)

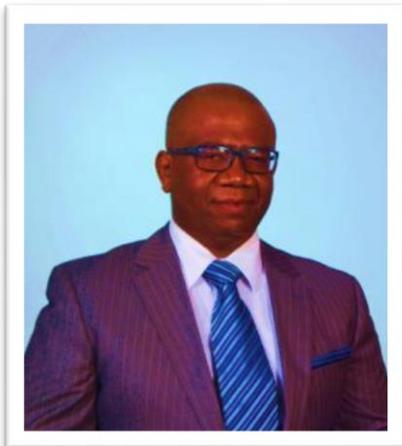


www.propmiconsulting.wordpress.com





PROPMI CONSEIL



Félix C. Poudeu

PDG & Co-fondateur Propmi Consulting

- Consultant sénior 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

www.bookfiesta4u.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

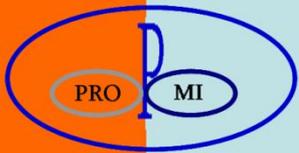


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Contact Us:

Félix Constant POUDEU

CEO & Fondateur

Consultant en Gestion de Marketing & Ventes
Spécialiste en Développement Commercial

Email: www.propmiconsulting.wordpress.com

Phone: +237 6 73 39 82 52

www.propmiconsulting.wordpress.com



Contact address:

PROPMI CONSULTING

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

BP: 11526 Douala
Cameroun

www.propmiconsulting.wordpress.com

www.bookfiesta4u.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



Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com

