

PROFESSIONAL PERFORMANCE MARKETING INTERNATIONAL

*The key of your success*



**Our Way To Thinking**



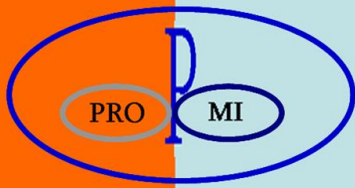
- ✓ *Effectivity*
- ✓ *Efficiency*
- ✓ *Innovativity*
- ✓ *Sustainability*

*We help you to  
increase your  
business*

**Marketing – Distribution – Sales – Communication**

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





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



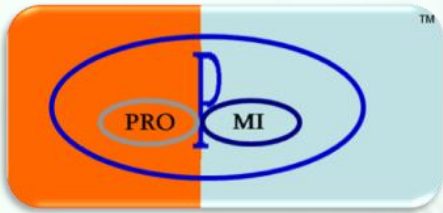
Propulsez votre entreprise en faisant votre propre marketing



Pro Network Marketing Akademy

PROMEDI@COM  
IMPROVE YOUR BRAND & REVENUES

PROPMI

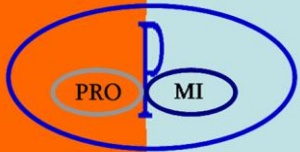


# PROP MI CONSULTING

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

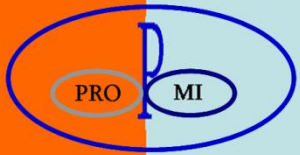
### Qualification:

- 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](mailto:propmi.consulting@gmail.com) or Whatsapp – See below.

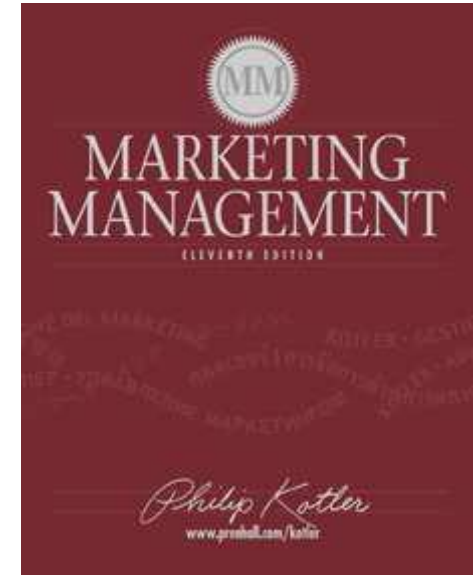






# Gestion des communications marketing intégrées Par Philip Kotler S. 576-613

Félix C. Poudeu



[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)

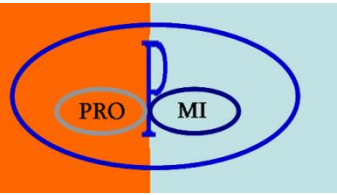


Propmi Strategy & Consulting



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





La communication marketing intégrée est une façon d'envisager l'ensemble du processus marketing du point de vue du client.

P. Kotler sur le Marketing

[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)

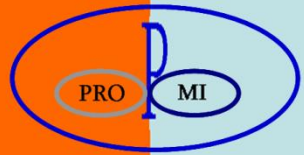


Propmi Strategy & Consulting



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





# Objectifs

- Dans ce chapitre, nous nous concentrons sur trois grandes questions :
  - Comment fonctionne la communication ?
  - Quelles sont les principales étapes de l'élaboration d'un programme de communication marketing intégré ?
  - Qui devrait être responsable de la planification de la communication marketing ?

[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)

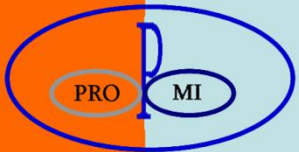


Propmi Strategy & Consulting



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





# Marketing Communication Mix



© 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



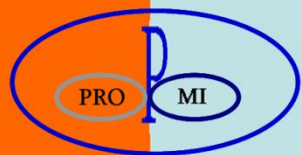
Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com







# Le processus de communication

Publicité	Promotion de ventes	Relations publiques et publicité	Vente personnelle	Marketing direct et interactif
Annonces imprimées et diffusées	Concours, jeux, tirages au sort, loteries	Dossiers de presse	Présentation de vente	Catalogues
Emballage extérieur	Primes et cadeaux	Discours	Réunions de vente	Envois
Notices d'emballage	Échantillonnage	Séminaires	Programmes incitatifs	Télémarketing
Films	Foires et salons	Rapport annuel	Échantillons	Achats électroniques

**Tableau 19.1 :**  
Plates-formes de communication communes

[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)

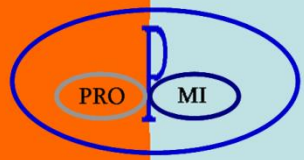


Propmi Strategy & Consulting

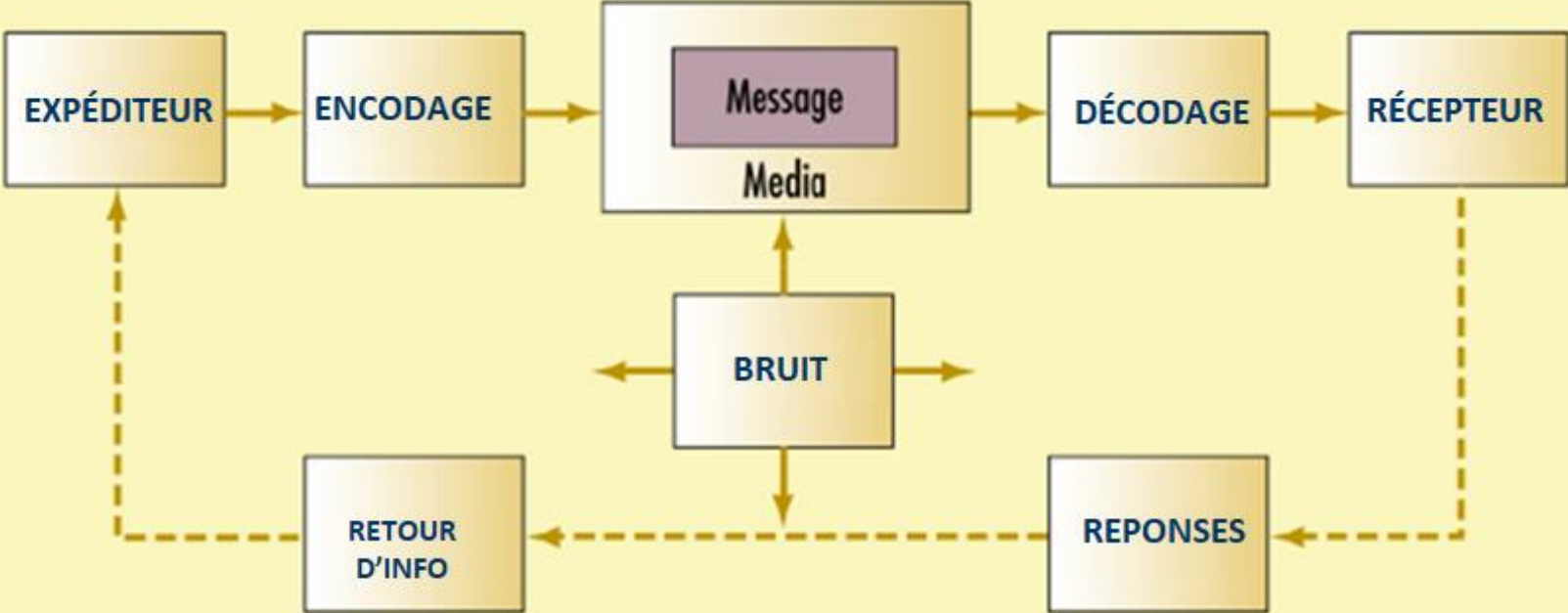


[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)





# Figure 19.1 : Éléments du processus de communication



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

© Propmi Strateg



+ 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)

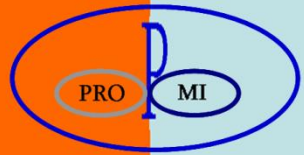


Propmi Strategy & Consulting



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





## Le processus de communication

- Le public cible peut ne pas recevoir le message prévu pour l'une des trois raisons suivantes :
  1. Attention sélective
  2. Distorsion sélective
  3. Rétention sélective

[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)

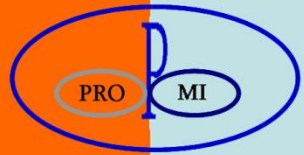


Propmi Strategy & Consulting



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





## Le processus de communication

- **Fiske et Hartley ont décrit les facteurs qui influencent la communication :**
  1. Plus l'influence de la source de communication est grande, plus l'effet sur le destinataire est important
  2. Les effets de la communication sont les plus importants lorsqu'ils sont conformes aux opinions, croyances et dispositions existantes
  3. La communication peut produire les changements les plus efficaces sur des problèmes périphériques inconnus, légèrement ressentis, qui ne sont pas au cœur du système de valeurs du destinataire.

[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)



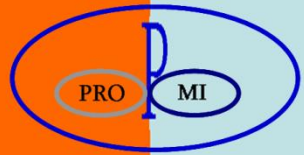
Propmi Strategy & Consulting



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







## Le processus de communication

- **Fiske et Hartley ont décrit les facteurs qui influencent la communication : (suite)**
  4. La communication est plus susceptible d'être efficace si la source est considérée comme ayant une expertise, un statut élevé, une objectivité ou une sympathie, mais surtout si la source a du pouvoir et peut être identifiée.
  5. Le contexte social, le groupe ou le groupe de réflexion arbitreront la communication et détermineront si la communication est acceptée ou non.

[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)

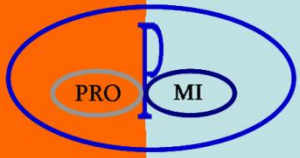


[Propmi Strategy & Consulting](#)



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





# Le processus de communication

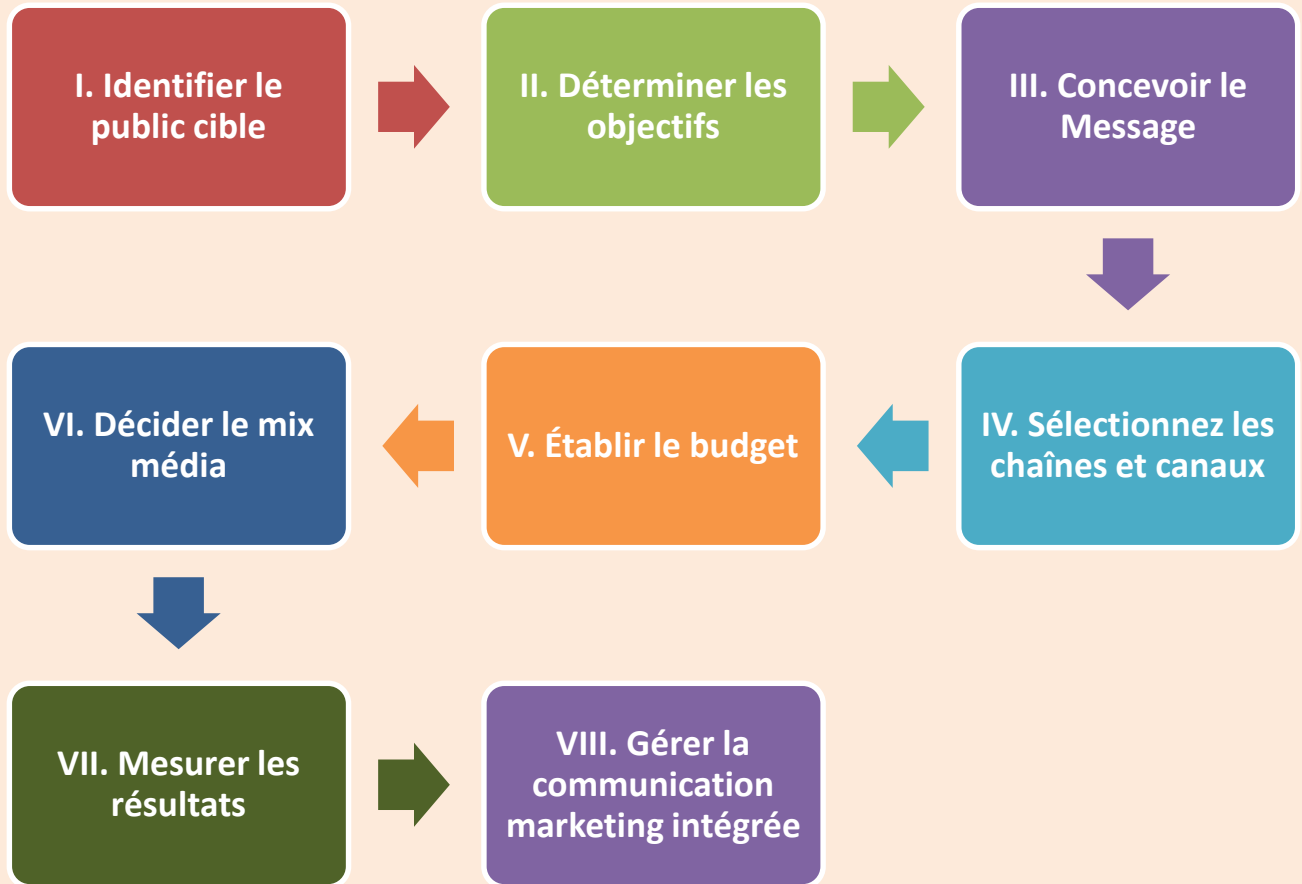


Figure 19.2 :  
Étapes du  
développement d'une  
communication  
efficace



+ 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

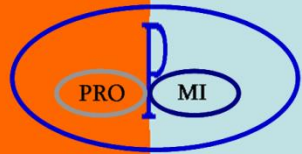


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





# Développer des communications efficaces

- Identifier le public cible
  - L'analyse d'image

- Échelle de familiarité

<b>Never Heard of</b>	<b>Heard of Only</b>	<b>Know a Little Bit</b>	<b>Know a Fair Amount</b>	<b>Know Very Well</b>
---------------------------	--------------------------	------------------------------	-------------------------------	---------------------------

- Échelle de favorabilité

<b>Very Unfavorable</b>	<b>Somewhat Unfavorable</b>	<b>Indifferent</b>	<b>Somewhat Favorable</b>	<b>Very favorable</b>
-----------------------------	---------------------------------	--------------------	-------------------------------	---------------------------

[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)

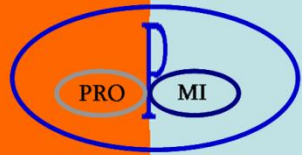


Propmi Strategy & Consulting



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





## Questions de discussion

Certaines entreprises consacrent une part importante de leur budget publicitaire à un seul événement de grande envergure. Ces dernières années, le temps publicitaire pendant la diffusion du Superbowl est devenu une telle occasion.

Alors que certaines entreprises ont utilisé de tels événements pour lancer des campagnes réussies et de longue durée, d'autres ont vu peu d'avantages de ces publicités. Vous souvenez-vous du nom de l'entreprise dont la publicité Superbowl, acclamée par la critique, mettait en vedette des cow-boys élevant des chats ?



[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)





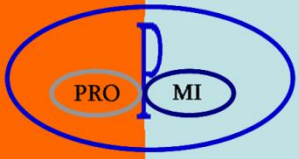
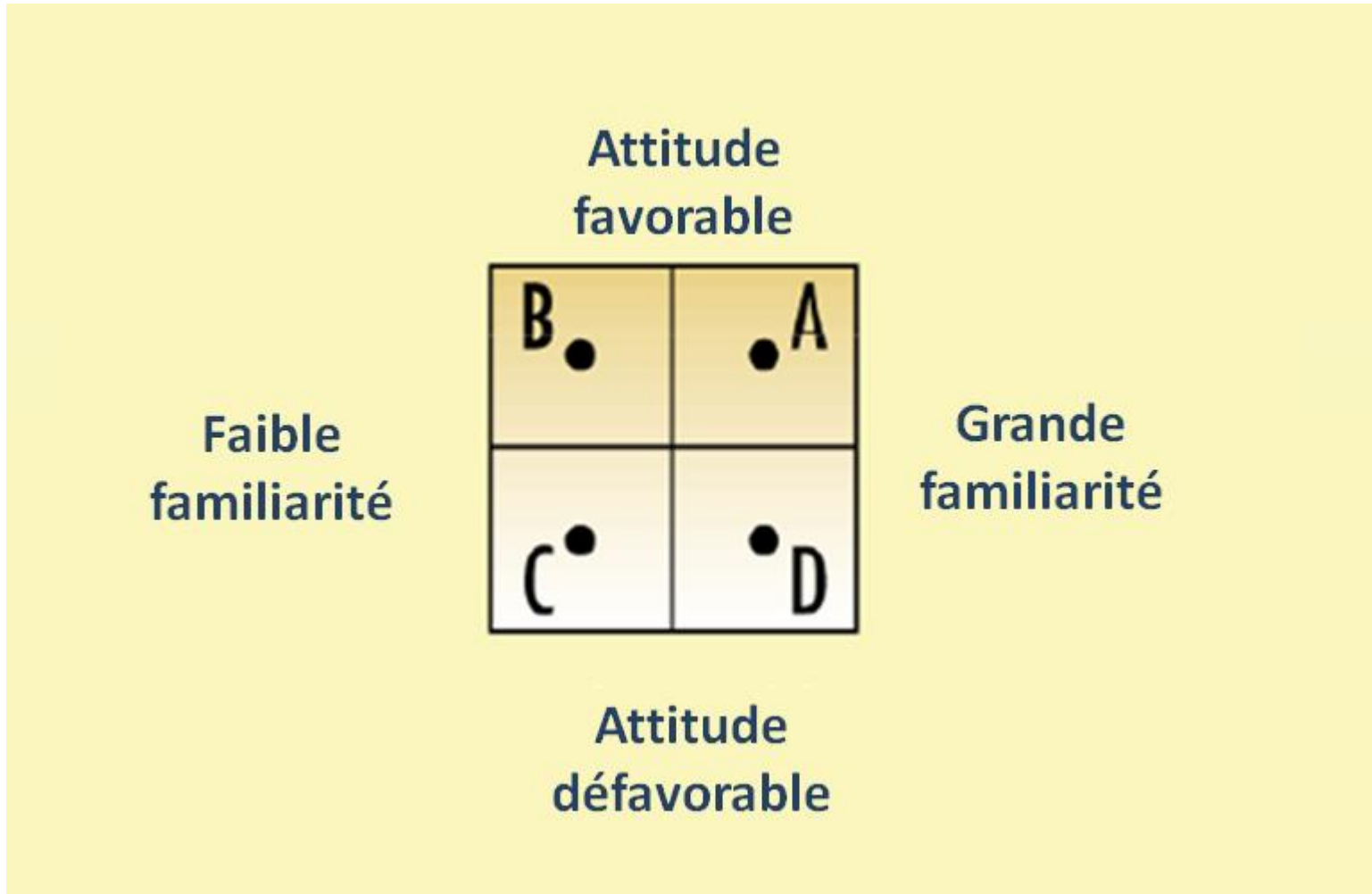


Figure 19.3 : Analyse de familiarité-favorabilité



© 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

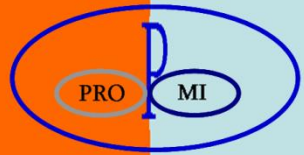


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





# Développer des communications efficaces

- **Différentiel sémantique**
  - Développer un ensemble de dimensions pertinentes
  - Réduire l'ensemble des dimensions pertinentes
  - Administration de l'instrument à un échantillon de répondants
  - Faire la moyenne des résultats
  - Vérification de la variance de l'image

[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)

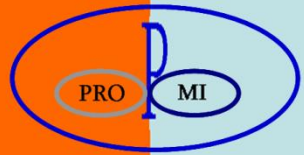


Propmi Strategy & Consulting



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





# Développer des communications efficaces

- Déterminer l'objectif de communication
  - Cognitif
  - Affectif
  - Comportemental
  - Modèles de hiérarchie de réponse (Voir tableau ci-dessous)

[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)



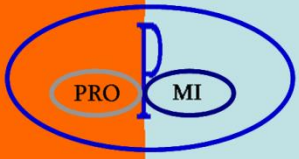


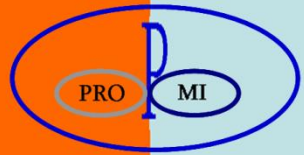
Figure 19.5 : Modèles de hiérarchie de réponse

Models				
Stages	AIDA Model <sup>a</sup>	Hierarchy-of-Effects Model <sup>b</sup>	Innovation-Adoption Model <sup>c</sup>	Communications Model <sup>d</sup>
Cognitive stage	Attention ↓	Awareness ↓ Knowledge	Awareness ↓	Exposure ↓ Reception ↓ Cognitive response
Affective stage	Interest ↓ Desire	Liking ↓ Preference ↓ Conviction	Interest ↓ Evaluation	Attitude ↓ Intention
Behavior stage	Action	Purchase	Trial ↓ Adoption	Behavior

www.booknista4u.blogspot.com







# Développer des communications efficaces

- Déterminer l'objectif de communication (suite)
  - Modèle de hiérarchie des effets (Hierarchy-of effects model)
    - Sensibilisation
    - Connaissances
    - J'aime / Liking
    - Préférence
    - Conviction
    - Acheter

[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)

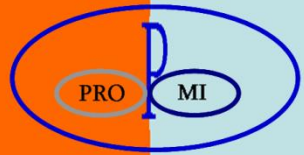


Propmi Strategy & Consulting



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





# Développer des communications efficaces

- **Designer / Concevoir le message:**
  - **Modèle AIDA**
    - Attirer l'attention
    - Conserver les intérêts
    - Susciter le désir
    - Susciter l'action
  - **Contenu du message**
    - Appels rationnels
    - Appels émotionnels
    - Appels moraux

[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)

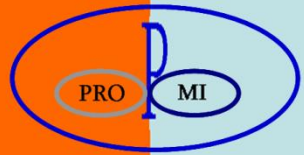


[Propmi Strategy & Consulting](#)



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





# Développer des communications efficaces

- **Designer / Concevoir le message: (suite)**
  - Structure des messages
  - Format des messages
  - Origine des messages
    - **Facteurs sous-jacents à la crédibilité de la source**
      - Compétence
      - Fiabilité
      - Principe de congruence

[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)

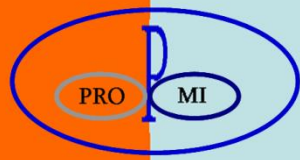


Propmi Strategy & Consulting

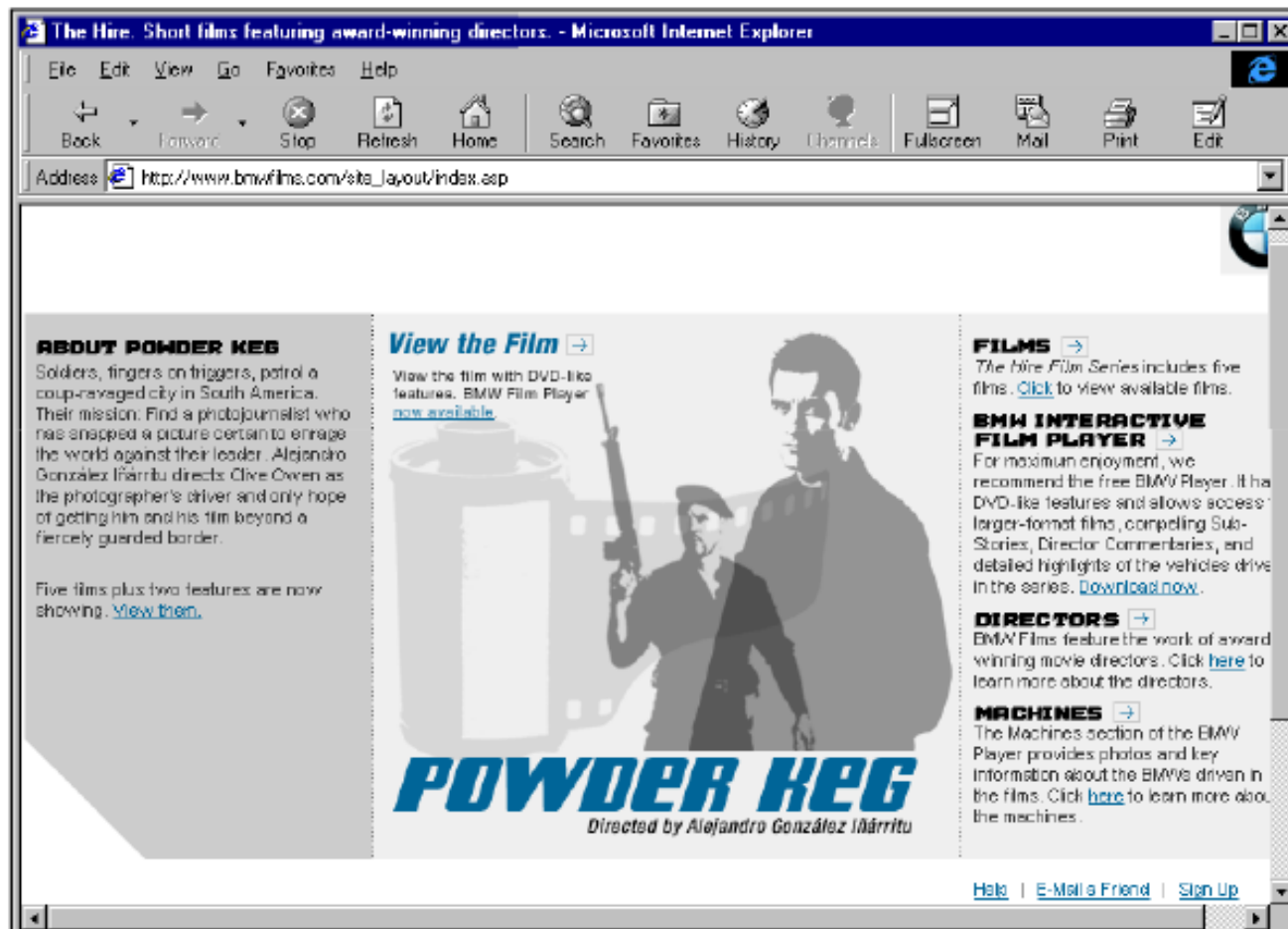


[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)





# bmwfilms.com



www.booktiesta4u.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



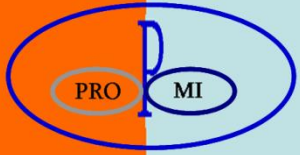
Propmi Strategy & Consulting



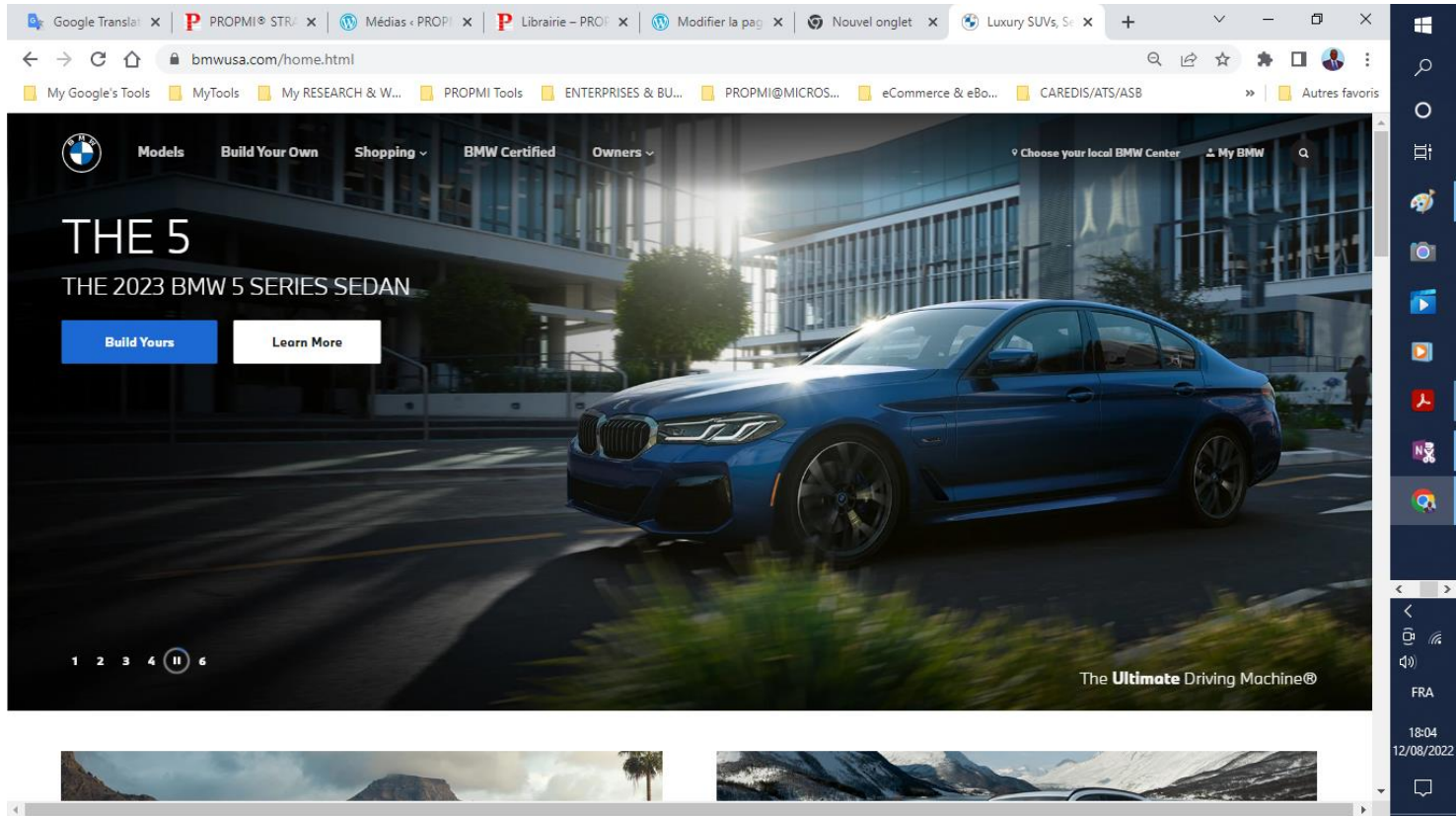
www.propmiconsulting.wordpress.com



© Propmi Strategy & Consulting



# bmwUSA.com



[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)

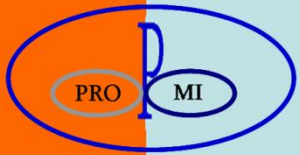


Propmi Strategy & Consulting



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





# Développer des communications efficaces

- Sélectionner les canaux de communication
  - Canaux de communication personnels
    - Canaux de *plaidoyer*
    - Canaux *experts*
    - Canaux *sociaux*

[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)

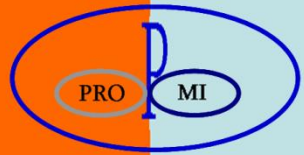


Propmi Strategy & Consulting



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





# Développer des communications efficaces

- **Étapes pour stimuler les canaux d'influence personnelle afin de travailler au nom des entreprises.**
  1. Consacrez des efforts supplémentaires aux personnes et aux entreprises influentes.
  2. Créer des leaders d'opinion en proposant le produit à des conditions attractives à certaines personnes.
  3. Travaillez avec des personnalités influentes de la communauté telles que les disc-jockeys locaux, les présidentes de classe et les présidentes d'organisations de femmes.
  4. Utilisez des personnes influentes ou crédibles dans la publicité testimoniale.
  5. Développer des publicités à forte « valeur de conversation ».

[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)



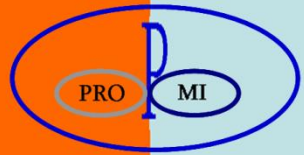
Propmi Strategy & Consulting



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







# Développer des communications efficaces

- Étapes pour stimuler les canaux d'influence personnelle afin de travailler au nom des entreprises (Suite)
  6. Développer des canaux de recommandation de bouche à oreille pour développer les affaires.
  7. Créer un forum électronique.
  8. Utilisez le marketing viral.

[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)

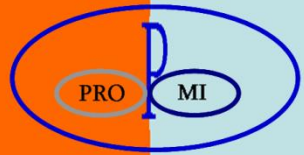


Propmi Strategy & Consulting



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





# Développer des communications efficaces

- Canaux de communication non personnels
  - Médias
  - Ambiances
  - Événements
  - Vue de la structure sociale de la communication interpersonnelle
    - Liaison
    - Pont/ Bridge

[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)

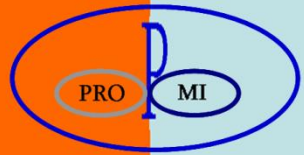


Propmi Strategy & Consulting



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





# Développer des communications efficaces

Comment établir le budget total des communication marketing?

- **Établir le budget total des communications marketing**
  - Méthode abordable
  - Méthode du pourcentage des ventes
  - Méthode de parité concurrentielle

[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)

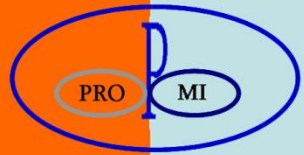


Propmi Strategy & Consulting



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





# Développer des communications efficaces

- **Méthode Objectif-et-Tâche / « Objective-and-Task »**
  - Établir l'objectif de part de marché.
  - Déterminer le pourcentage du marché qui devrait être atteint par la publicité
  - Déterminer le pourcentage de prospects avertis qui devraient être persuadés d'essayer la marque
  - Déterminer le nombre d'impressions publicitaires par taux d'essai de 1 %
  - Déterminer le nombre de points de notation bruts qu'il faudrait acheter
  - Déterminer le budget publicitaire nécessaire sur la base du coût moyen d'achat d'un point de notation brut

[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)

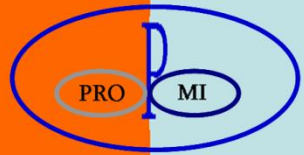


Propmi Strategy & Consulting



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





# Décider du mix de communication marketing

- Les outils promotionnels
  - **Publicité**
    - **Qualités générales :**
      - Présentation publique
      - Omniprésence
      - Expressivité amplifiée
      - Impersonnalité
  - **Promotion de ventes**
    - **Avantages:**
      - Communication
      - Motivation
      - Invitation

[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)

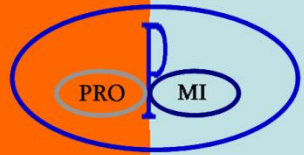


Propmi Strategy & Consulting



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





# Décider du mix de communication marketing.

- Les outils promotionnels (suite)
  - Relations publiques et publicité
    - Qualités distinctives :
      - Crédibilité élevée
      - Capacité à prendre les acheteurs au dépourvu
      - Dramatisation
  - Vente personnelle
    - Qualités distinctives :
      - Affrontement personnel
      - Cultivation
      - Réponse

[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)

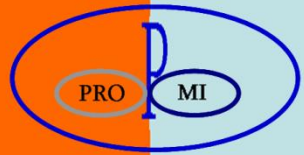


Propmi Strategy & Consulting



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





# Décider du mix de communication marketing.

- Les outils promotionnels (suite)
  - Marketing direct
    - Qualités distinctives :
      - Non public
      - Personnalisé / Customized
      - Mise à jour / Up-to-date
      - Interactif

[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)



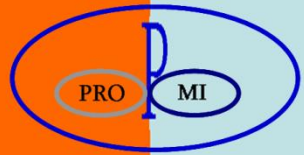
Propmi Strategy & Consulting



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







# Décider du mix de communication marketing

- Facteurs de définition du mix de communication marketing
  1. Type de marché de produits
    - Rôle de la publicité sur les marchés des entreprises :
      1. La publicité peut fournir une introduction à l'entreprise et à ses produits
      2. Si le produit intègre de nouvelles fonctionnalités, la publicité peut les expliquer
      3. La publicité de rappel est plus économique que les appels commerciaux

[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)

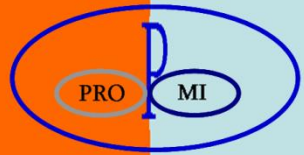


Propmi Strategy & Consulting



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





# Décider du mix de communication marketing

- Facteurs de définition du mix de communication marketing (Suite)
  - Rôle de la publicité sur les marchés des entreprises : (suite)
    4. Les publicités proposant des brochures et portant le numéro de téléphone de l'entreprise sont un moyen efficace de générer des prospects pour les commerciaux.
    5. Les représentants commerciaux peuvent utiliser des feuilles détachables des publicités de l'entreprise pour légitimer leur entreprise et leurs produits.
    6. La publicité peut rappeler aux clients comment utiliser le produit et les rassurer sur leur achat.

[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)

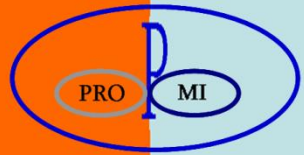


Propmi Strategy & Consulting



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





# Décider du mix de communication marketing

## 2. Levitt a découvert que :

- La publicité d'entreprise qui peut construire la réputation de l'entreprise aidera les représentants commerciaux.
- Les représentants commerciaux d'entreprises bien connues ont un avantage, mais une présentation très efficace d'un représentant d'une entreprise moins connue peut surmonter cet avantage.
- La réputation de l'entreprise aide le plus lorsque le produit est complexe.

[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)

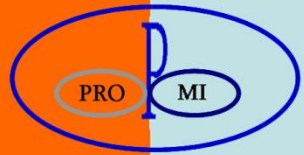


Propmi Strategy & Consulting



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





# Décider du mix de communication marketing

## 3. Gary Lilien a découvert que :

- L'entreprise industrielle moyenne fixe son budget marketing à 7% de ses ventes
- Les entreprises industrielles ont dépensé un montant supérieur à la moyenne en publicité si leurs produits avaient une qualité, un caractère unique ou une fréquence d'achat supérieurs, ou s'il y avait une croissance de la clientèle
- Les entreprises industrielles ont fixé un budget marketing supérieur à la moyenne lorsque leurs clients étaient plus dispersés ou que le taux de croissance de la clientèle était plus élevé

[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)

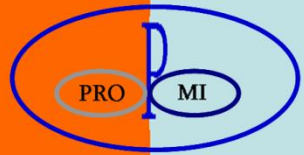


Propmi Strategy & Consulting



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





## Décider du mix de communication marketing

4. **Une force de vente grand public (orientée aux consommateurs) bien formée peut apporter quatre contributions importantes :**
  1. Augmenter la position des stocks
  2. Bâtir l'enthousiasme
  3. Vente missionnaire
  4. Gestion des comptes clés
  
- **Étape de préparation de l'acheteur (Voir graphique dessous)**

[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)

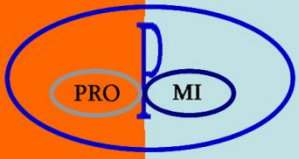


Propmi Strategy & Consulting

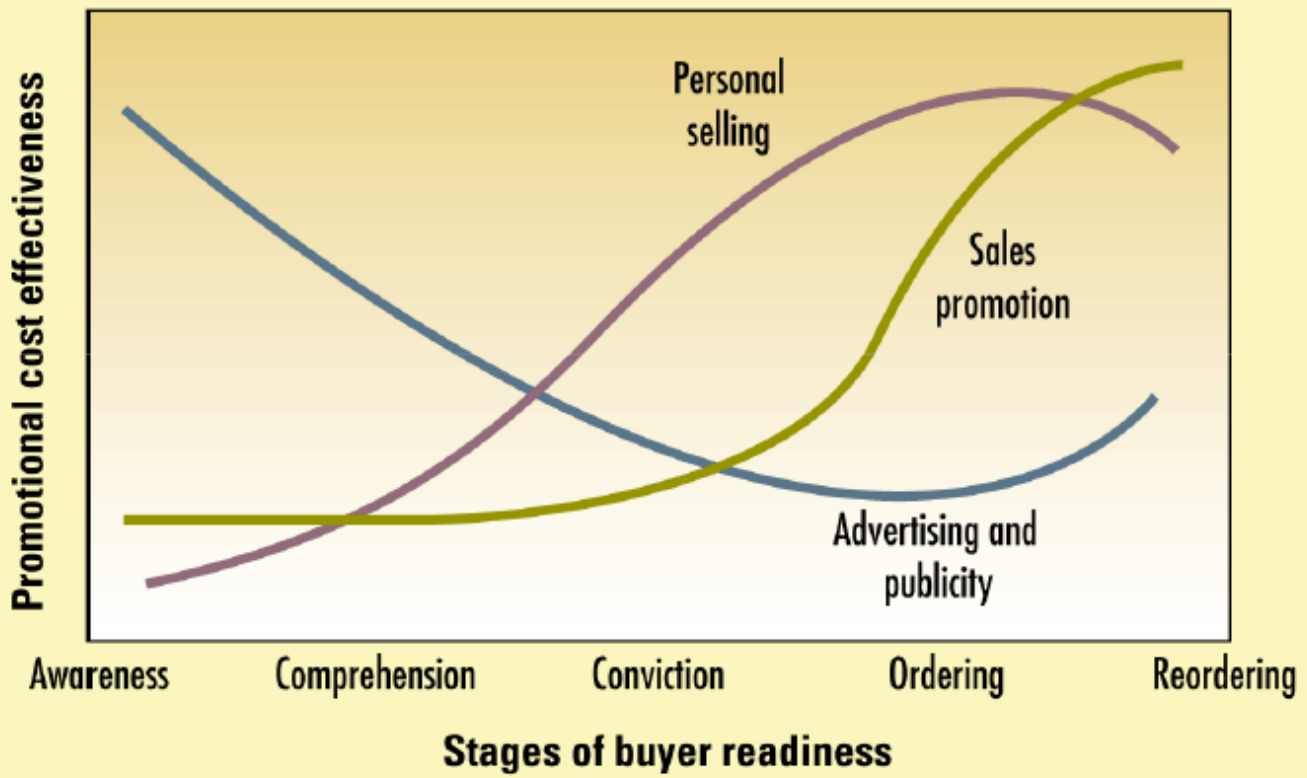


[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)





# Figure 19.6 : Rapport coût-efficacité des différents outils promotionnels



[www.bookfiesta4u.blogspot.com](http://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](mailto:info.propmi@gmail.com)

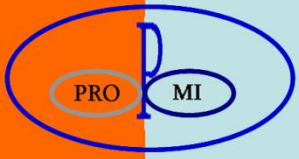


[Propmi Strategy & Consulting](#)



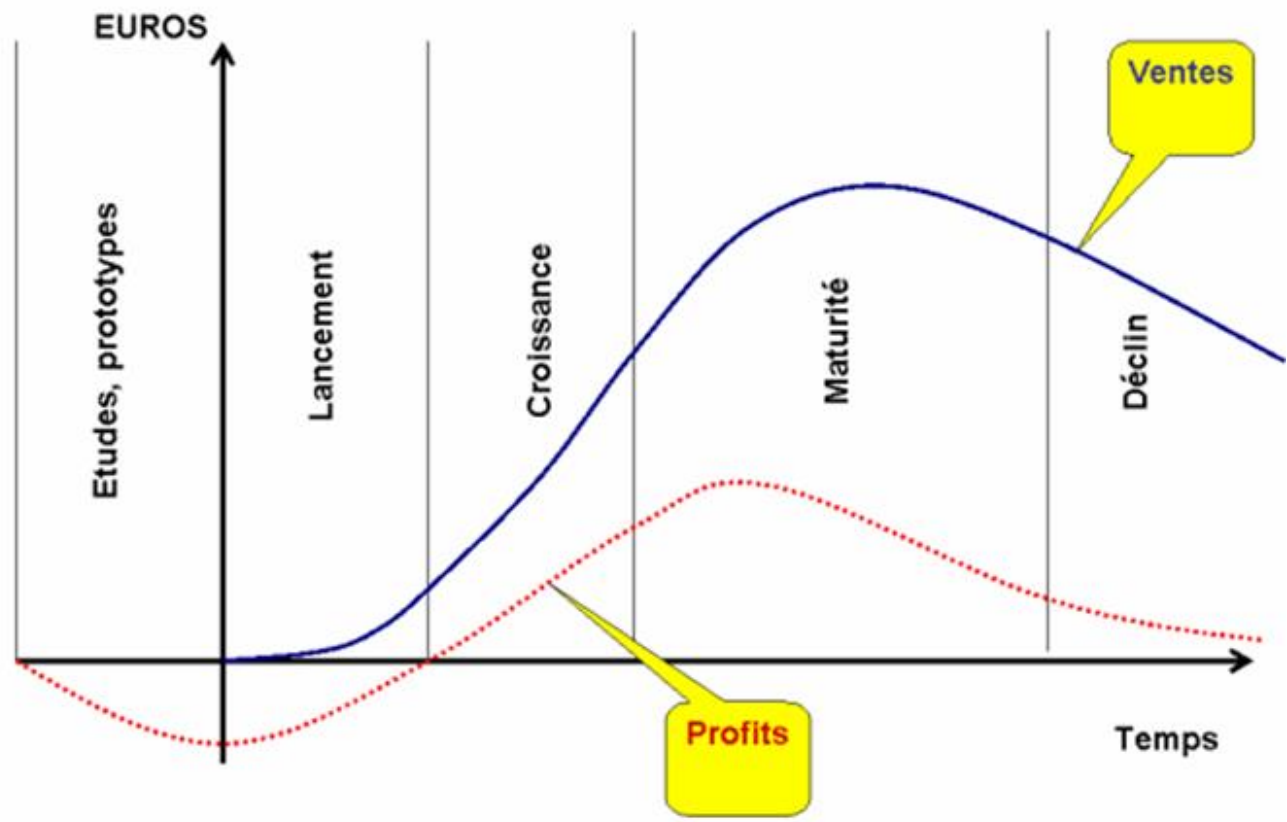
[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)





# Décider du mix de communication marketing

## Étape du cycle de vie du produit



[www.bookfiesta4u.blogspot.com](http://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](mailto:info.propmi@gmail.com)

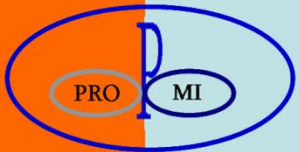


[Propmi Strategy & Consulting](#)



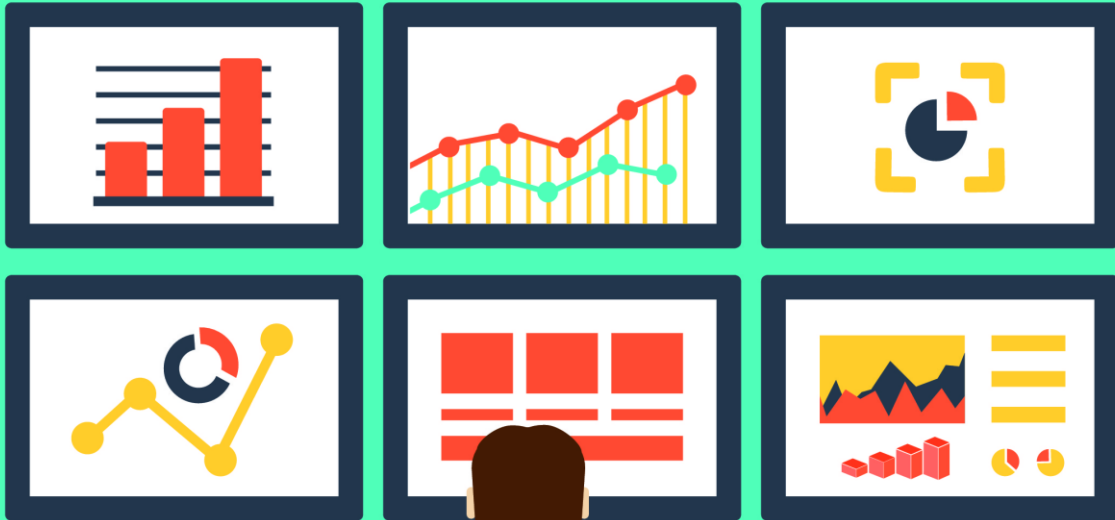
[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)





# Décider du mix de communication marketing

- Mesurer le résultat des communications



[www.bookfiesta4u.blogspot.com](http://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](mailto:info.propmi@gmail.com)



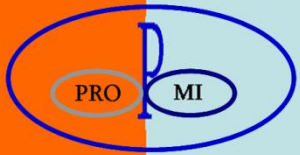
[Propmi Strategy & Consulting](#)



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







## Questions de discussion

Alors que les méthodes de communication traditionnelles rendent difficile la mesure des résultats, les communications Internet offrent des mesures différentes, plus immédiates.

Comment l'analyse du comportement des visiteurs du site Web peut-elle être utilisée pour évaluer l'efficacité de la stratégie de communication marketing d'une entreprise ?.



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



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





# Gestion du processus de communication marketing intégré

- Communications marketing intégrées (IMC)

[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)

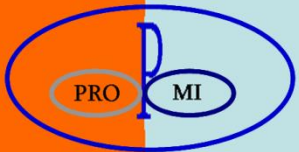


Propmi Strategy & Consulting



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





# Des questions & RÉPONSES

Quelles questions avez-vous ?

[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)

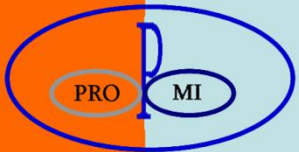


[Propmi Strategy & Consulting](#)

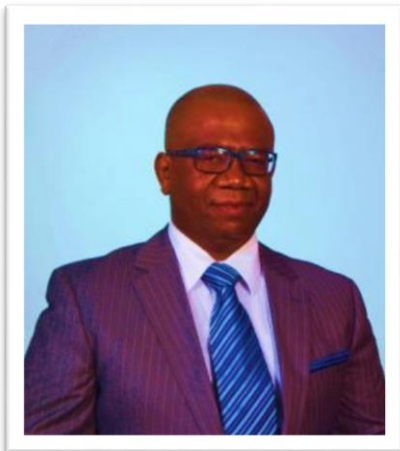


[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)





# PROPMI 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.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)

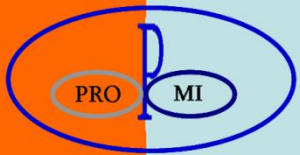


[Propmi Strategy & Consulting](#)



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





## 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 Paves,  
Carrefour Njohreur, Rue à Droite,  
50 Mètres à Gauche  
Douala Cameroun

BP: 11526 Douala  
Cameroun

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

[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)

