

PROFESSIONAL PERFORMANCE MARKETING INTERNATIONAL

The key of your success



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

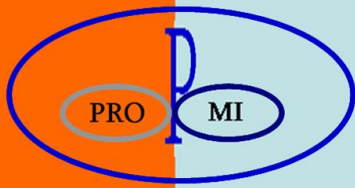
*We help you to
increase your
business*

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



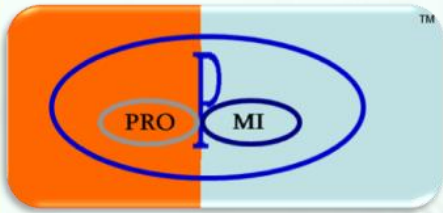
Propulsez votre entreprise en faisant votre propre marketing



Pro Network Marketing Akademy

PROMEDI@COM
IMPROVE YOUR BRAND & REVENUES

PROPMI

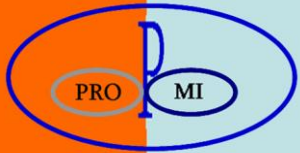


PROP MI CONSULTING

**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

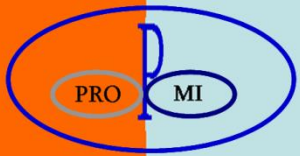
- Marketing, Sales & Business Development
- EMM – Enterprise Marketing Management
- ERP – Enterprise Resource Planning
- **CRM = Customer Relationship Management**
- Web- & E-Commerce Marketing
- IT & Marketing Project Management

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)

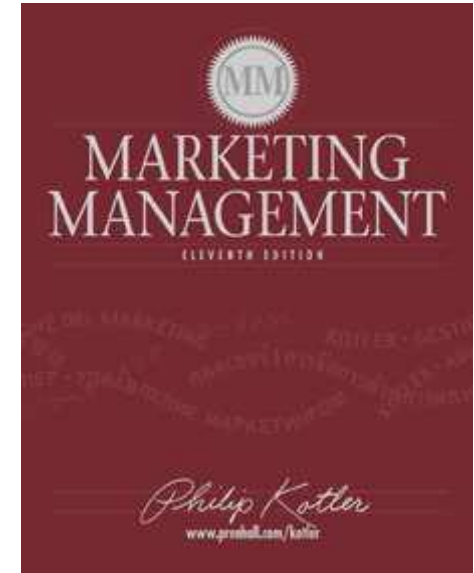
Works experiences: Wundermann Germany, IBM UK, Microsoft UK, Vmware IR, Adorsys , Accenture, Dexion, ... Services Sources UK, Rainmaker UK, ... For more question contact me per E-Mail: propmi.consulting@gmail.com or Whatsapp – See below.





Définir le marketing pour le 21e siècle Par Philip Kotler S 2-S 31

Félix C. Poudeu





Kotler sur le marketing

« L'avenir n'est pas devant nous. C'est déjà arrivé ». *Malheureusement, il est inégalement réparti entre les entreprises, les industries et les nations.*

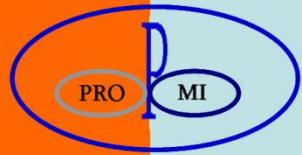




Ordre du jour

- Comment est la nouvelle économie?
- Quelles sont les missions du marketing?
- Quels sont les grands concepts et outils du marketing ?
- Quelles orientations les entreprises affichent-elles sur le marché ?
- Comment les entreprises et les spécialistes du marketing répondent-ils aux nouveaux défis ?

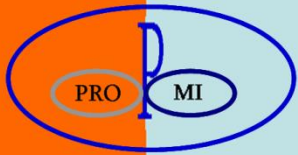




La nouvelle économie

- Augmentation substantielle du pouvoir d'achat
- Une plus grande variété de biens et services
- Une plus grande quantité d'informations sur pratiquement tout
- Une plus grande facilité à interagir et à passer et recevoir des commandes
- Une capacité à comparer les notes sur les produits et services

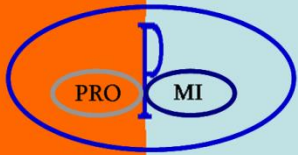




La nouvelle économie

- Les sites Web peuvent fournir aux entreprises de nouveaux ***canaux d'information et de vente puissants***.
- Les entreprises peuvent collecter des informations plus complètes et plus riches sur les marchés, les clients, les prospects et les concurrents.
- Les entreprises peuvent faciliter et accélérer les communications entre les employés.
- Les entreprises peuvent avoir une communication bidirectionnelle avec les clients et les prospects





La nouvelle économie

- Les entreprises peuvent envoyer des **publicités**, des **coupons**, des **échantillons**, des **informations** à des **clients ciblés**.
- Les entreprises peuvent personnaliser les offres et les services aux clients individuels.
- Internet peut être utilisé comme **canal de communication** pour **l'achat**, la **formation** et le **recrutement**.
- Les entreprises peuvent améliorer la logistique et les opérations pour réduire les coûts tout en améliorant la précision et la qualité du service.





Questions à débattre

- Les **trois principaux défis** auxquels sont confrontées les entreprises aujourd'hui sont:
 - la **mondialisation**,
 - les **progrès technologiques** et
 - la **déréglementation**.
- Laquelle de ces offres offre la plus grande opportunité pour *les entreprises établies* ?
- Qu'est-ce qui offre les plus grandes opportunités pour les *nouvelles entreprises* ? Pourquoi?





Tâche de commercialisation

- **Dix règles du marketing radical :**
 1. Le PDG doit être propriétaire de la fonction marketing.
 2. Assurez-vous que le service marketing commence petit et plat et reste petit et plat.
 3. Rencontrez les personnes qui comptent le plus pour vous : les clients.
 4. Utilisez les études de marché avec prudence.
 5. Embauche uniquement des missionnaires passionnés.
 6. Aimez et respectez vos clients.
 7. Créer une communauté de consommateurs.
 8. Repenser le mix marketing.
 9. Célébrez le bon sens.
 10. Soyez fidèle à la marque .





Trois étapes de pratique marketing

- **Marketing entrepreneurial**
- **Marketing formulé**
- **Marketing entrepreneurial**

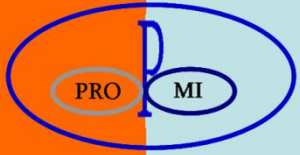




Le scope du marketing

Marketing : généralement considéré comme la tâche de créer, de promouvoir et de fournir des biens et des services aux consommateurs et aux entreprises.



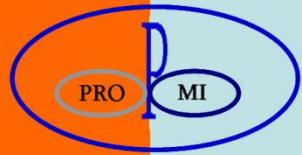


États de la demande et tâches marketing

Négatif demande

- Une grande partie du marché n'aime pas le produit et peut même payer un prix pour l'éviter - vaccinations, soins dentaires, vasectomies et opérations de la vésicule biliaire, par exemple.
- Les employeurs ont une demande négative pour les ex-détenus et les alcooliques en tant qu'employés.
- La tâche marketing consiste à analyser pourquoi le marché n'aime pas le produit et si un programme marketing consistant en une refonte du produit, des prix plus bas et une promotion plus positive peut changer les croyances et les attitudes.





États de la demande et tâches marketing

Pas de demande

Les consommateurs cibles peuvent ignorer ou pas intéressé par le produit. Les agriculteurs peut ne pas être intéressé par une nouvelle agriculture méthode, et les étudiants peuvent ne pas s'intéresser à la langue étrangère cours.

La tâche marketing consiste à trouver manières de relier les avantages de la produit avec les besoins naturels des gens et intérêts.





Questions à débattre

- Pouvez-vous nommer une catégorie de produits pour lesquels vos sentiments négatifs se sont atténués ?
- Qu'est-ce qui a précipité ce changement ?

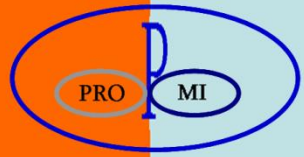




La portée du marketing

- Des endroits
- Propriétés
- Organisations
- Des biens
- Prestations de service
- Expériences
- Information
- Idées
- Événements
- Personnes





Les décisions prises par les spécialistes du marketing

- **Marchés de consommation**
- **Marchés d'affaires**
- **Les marchés mondiaux**
- **À but non lucratif et**
- **Marchés gouvernementaux**

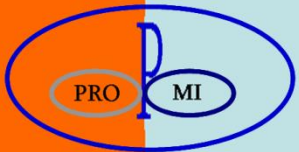




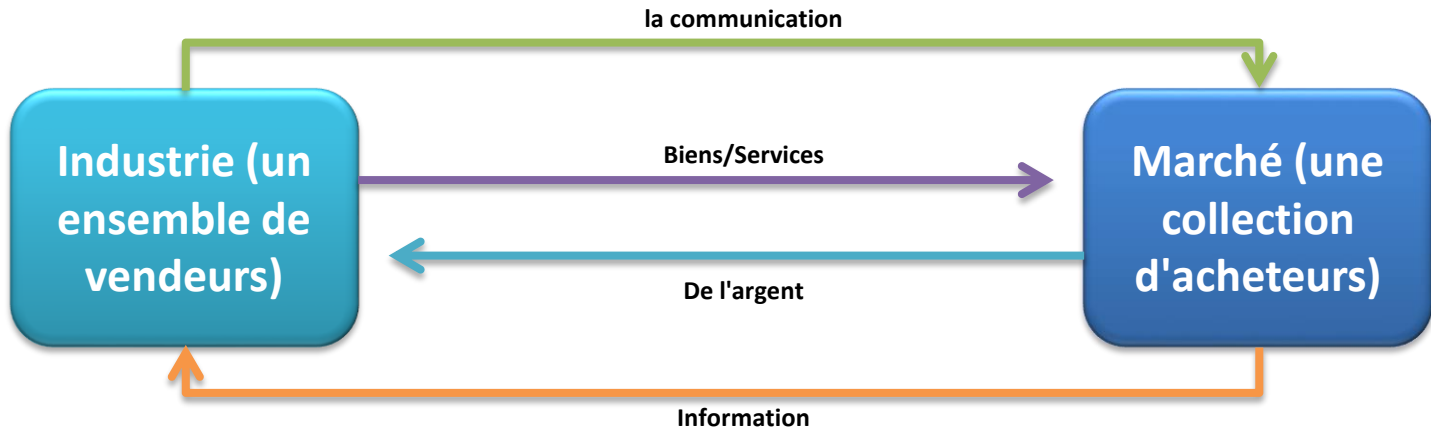
Concepts et outils marketing

- **Définir le marketing**
 - Commercialisation
 - Gestion commerciale
- **Concepts marketing de base**
 - Marchés cibles et segmentation

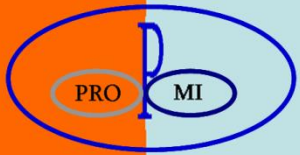




Un système de commercialisation simple



©PROPMI Ltd.



Concepts et outils de marketing

Place de marché, espace de marché

- Marketeurs et prospects
- Besoins, désirs et exigences
- Produit, offre et marque
- Valeur et satisfaction
 - Triade de la valeur client
 - Valeur

Valeur = Bénéfices / Coûts =

(Bénéfices fonctionnels + Bénéfices émotionnels) /

(Coûts monétaires + Coûts en temps + Coûts énergétiques + Coûts psychiques)



Concepts et outils de marketing

- **Échange et transactions**
 - Échange
 - Transaction
 - Troc
 - Transfert
 - Réponse comportementale
- **Relations et réseaux**
 - Marketing relationnel
 - Réseau de commercialisation
- **Circuits de commercialisation**
- **Chaîne d'approvisionnement**
- **Concurrence**





Concepts et outils de marketing

- Concours de marque
- Concurrence de l'industrie
- Concours de forme
- Compétition générique
- Environnement de marketing
 - Un environnement de travail
 - Environnement large
- Programme de commercialisation
 - Programme de commercialisation
 - Marketing-mix

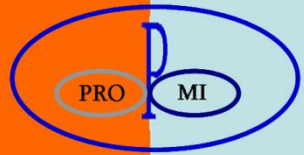




Orientations de l'entreprise vers le marché

- Concept de production
- Conception du produit
- Concept de vente
- Concept de marketing
- Marché cible
- Les besoins du consommateur
 - Besoins exprimés
 - Besoins réels
 - Besoins non déclarés
 - Besoins de plaisir
 - Besoins secrets
- Marketing intégré
 - Commercialisation externe
 - Commercialisation interne

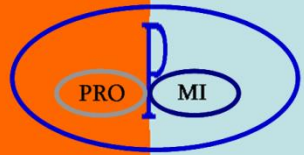




Orientations de l'entreprise vers le marché

- **Rentabilité**
 - Baisse des ventes
 - Croissance lente
 - Changer les habitudes d'achat
 - Concurrence croissante
 - Augmenter les dépenses de marketing
- **Concept de marketing sociétal**
 - Marketing lié à la cause

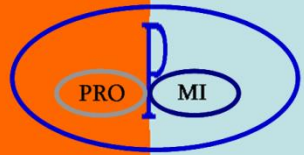




Questions à débattre

Pouvez-vous identifier les tendances qui ont fait du concept marketing, du concept client et du concept marketing sociétal des modèles plus attractifs pour les responsables marketing contemporains ?





Comment les affaires et le marketing évoluent

- Clients
- Fabricants de marque
- Détaillants en magasin





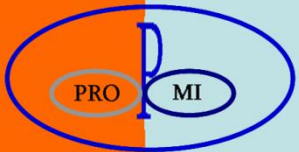
Comment les affaires et le marketing évoluent

- **Réponses et ajustements de l'entreprise**
 - Réingénierie
 - Externalisation
 - Partenaires-fournisseurs
 - Centré sur le marché
 - Commerce électronique
 - Analyse comparative
 - Alliances
 - Mondial et local
 - Décentralisé



Comment les affaires et le marketing évoluent

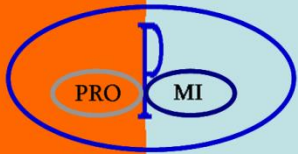
- **Réponses et ajustements du responsable marketing :**
 - Marketing de la relation client
 - Communication marketing intégrée
 - Valeur vie client
 - Part de client
 - Marketing ciblé
 - Personnalisation
 - Base de données clients
 - Chaînes en tant que partenaires
 - Chaque employé est un marketeur
 - Prise de décision basée sur un modèle



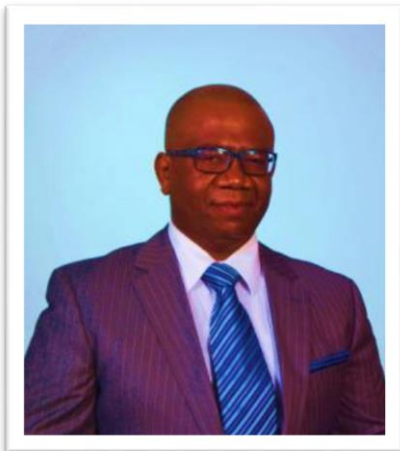
Questions & REponses

Quelles questions avez-vous?





PROPMI CONSULTING

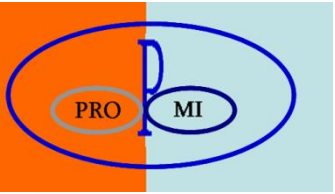


Félix C. Poudeu

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





Contact Us:

Félix Constant POUDEU

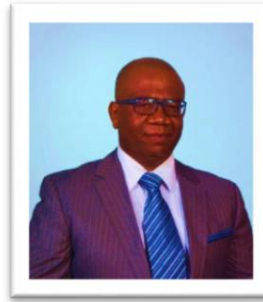
CEO & Fondateur

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