

PROFESSIONAL PERFORMANCE MARKETING INTERNATIONAL

*The key of your success*

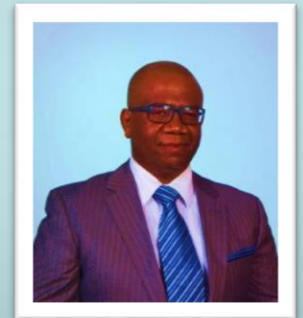


- ✓ *Effectivity*
- ✓ *Efficiency*
- ✓ *Innovativity*
- ✓ *Sustainability*

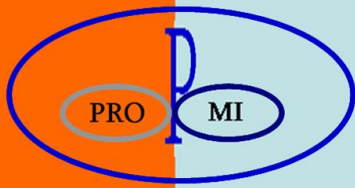
*We help you to  
increase your  
business*

**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



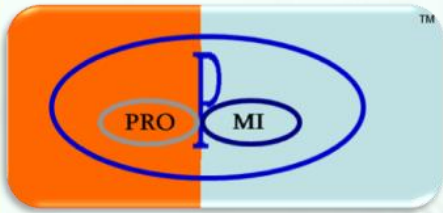
Propulsez votre entreprise en faisant votre propre marketing



Pro Network Marketing Akademy

PROMEDI@COM  
IMPROVE YOUR BRAND & REVENUES

PROPMI

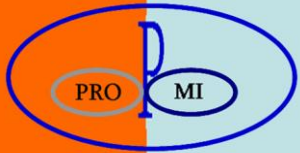


# PROP MI CONSULTING

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**

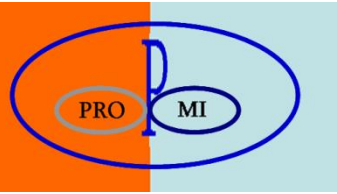
- Marketing, Sales & Business Development
- EMM – Enterprise Marketing Management
- ERP – Enterprise Resource Planning
- **CRM = Customer Relationship Management**
- Web- & E-Commerce Marketing
- IT & Marketing Project Management

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



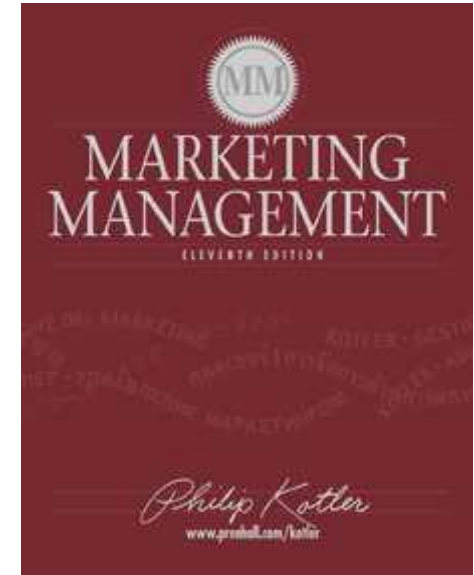


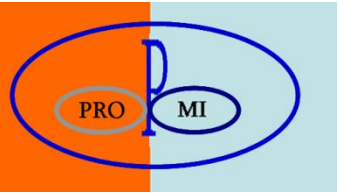
# PROPMI CONSULTING

## Adapter le Marketing t & Nouvelle Economie S 32 – S 61

Présentateur:  
Félix C. Poudeu

Marketing & Business Development (MBD) et  
Spécialiste en gestion du marketing d'entreprise (EMM)

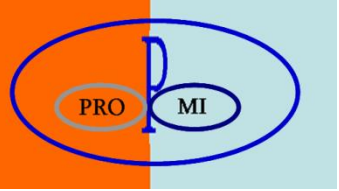




# Comment adapter le marketing à la nouvelle économie par Philip Kotler

Félix C. Poudeu

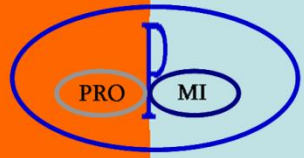




## Kotler sur le marketing

*Internet créera de nouveaux gagnants et enterrera les retardataires.*





## Objectifs

- Quels sont les principaux moteurs de la nouvelle économie ?
- Comment les pratiques commerciales et marketing évoluent-elles sous l'effet de la nouvelle économie ?
- Comment les spécialistes du marketing utilisent-ils Internet, les bases de données clients et la gestion de la relation client dans la nouvelle économie ?







# Adapter le marketing à la nouvelle économie

- Principaux moteurs de la nouvelle économie
- Numérisation et connectivité
- Désintermédiation et
- Réintermédiation
- Personnalisation et Customisation
- Convergence de l'industrie





# Adapter le marketing à la nouvelle économie

- Comment les pratiques commerciales évoluent:
  - Organiser par unités de produits pour organiser par segments de clientèle
  - Déplacer l'accent des transactions rentables vers la valeur à vie du client
  - Déplacer l'accent du tableau de bord financier vers le tableau de bord marketing
  - Déplacer l'attention des actionnaires vers les parties prenantes



+ 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)

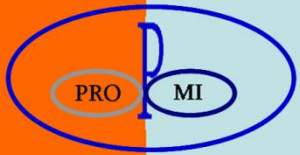


[Propmi Strategy & Consulting](#)



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





## Ancienne économie contre nouvelle économie

### Ancienne économie

1. Organiser par unités de produits
2. Concentrez-vous sur les transactions rentables
3. Regardez principalement le tableau de bord financier
4. Focus sur les actionnaires
5. Le marketing fait le marketing
6. Construire des marques grâce à la publicité
7. Concentrez-vous sur l'acquisition de clients
8. Pas de satisfaction client la mesure
9. Sur-promesse, sous-livraison

### Nouvelle économie

1. Organiser par segments de clientèle
2. Concentrez-vous sur la valeur vie client
3. Regardez aussi le tableau de bord marketing
4. Focus sur les parties prenantes
5. Tout le monde fait le marketing
6. Construire des marques par le comportement
7. Concentrez-vous sur la fidélisation et la croissance de la clientèle
8. Mesurer la satisfaction client et le taux de rétention
9. Sous-promesse, sur-livraison





# Adapter le marketing à la nouvelle économie

- Tout le monde fait le marketing
- Construire des marques grâce à la performance, pas seulement à la publicité
- Fidélisation des clients plutôt que l'acquisition de clients
- De zéro à une mesure approfondie de la satisfaction client
- De la sur-promesse, la sous-livraison à la sous-promesse, la sur-livraison
- Le nouvel hybride





# Adapter le marketing à la nouvelle économie

- Comment les pratiques marketing évoluent : le commerce électronique
  - E-commerce
  - Commerce électronique
  - E-achat
  - E-marketing
- Domaines Internet : **B2C** (Entreprise à Client)
- Domaines Internet : **B2B** (Entreprise à 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



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

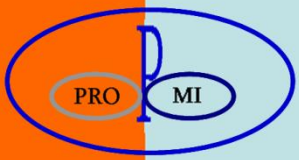


[Propmi Strategy & Consulting](#)



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

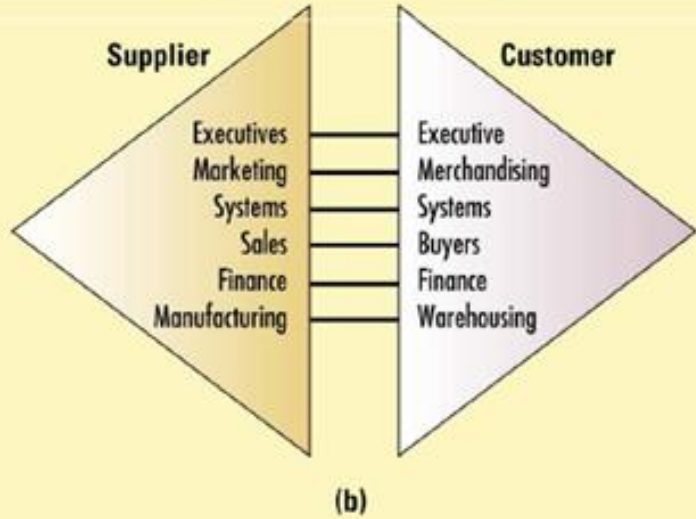
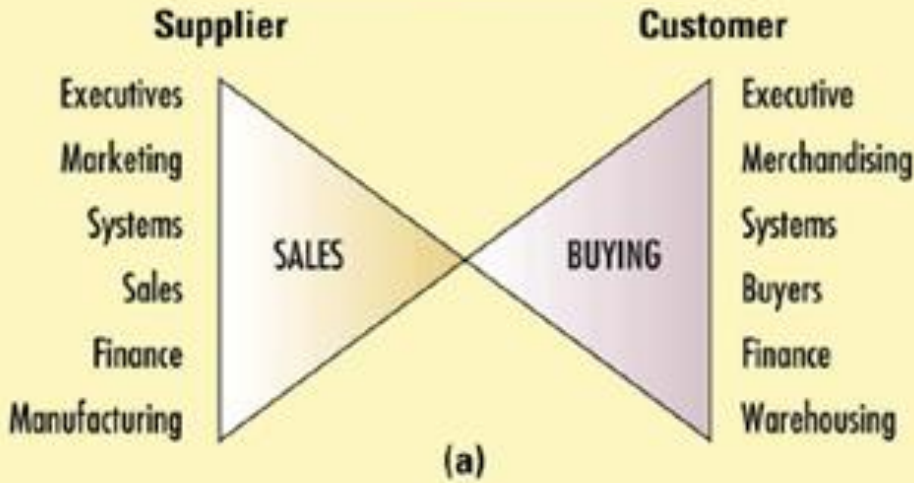


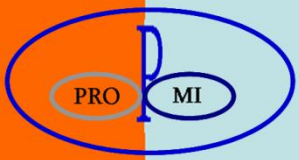


# La relation fournisseur-client : structures traditionnelles et nouvelles économies

## TRADITIONAL STRUCTURE

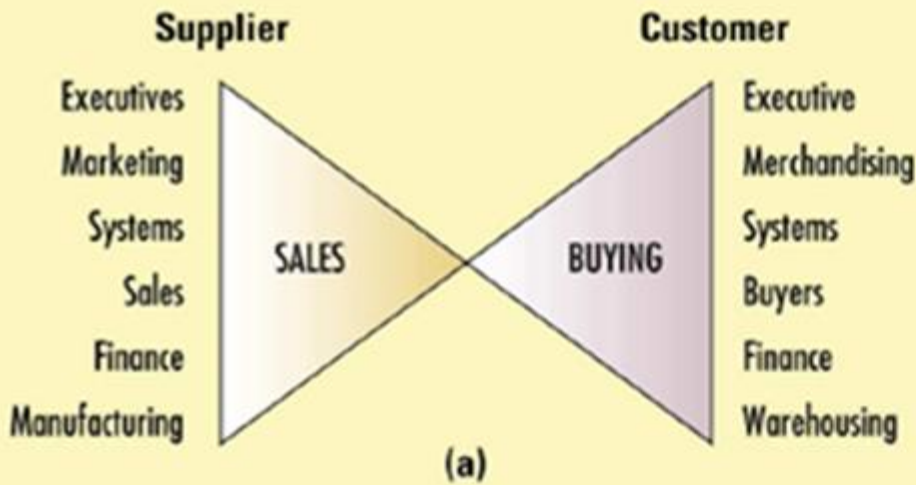
## NEW ECONOMY STRUCTURE



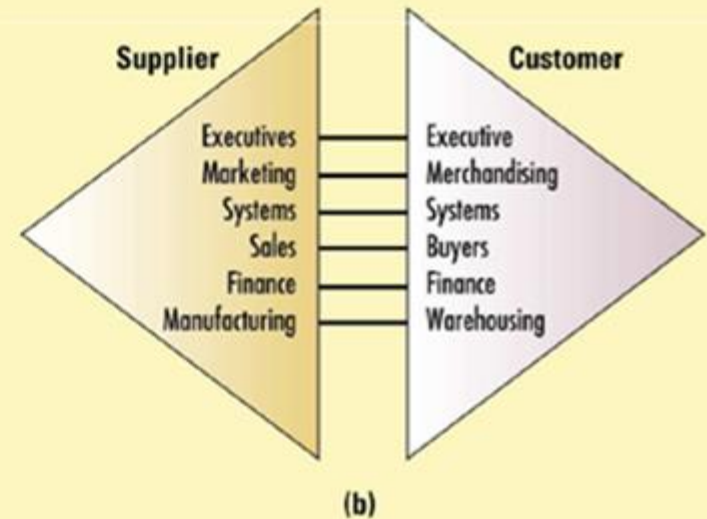


# La relation fournisseur-client : structures traditionnelles et nouvelles économies

## TRADITIONAL STRUCTURE



## NEW ECONOMY STRUCTURE





# Adapter le marketing à la nouvelle économie

- Domaines Internet : **C2C** (Consommateur à consommateur)
- Domaines Internet : **C2B** (Client à entreprise)
- Clic pur contre brique et Cliquez sur Entreprises
  - Entreprises au clic pur
- Entreprises Brick and Click







## Questions à débattre

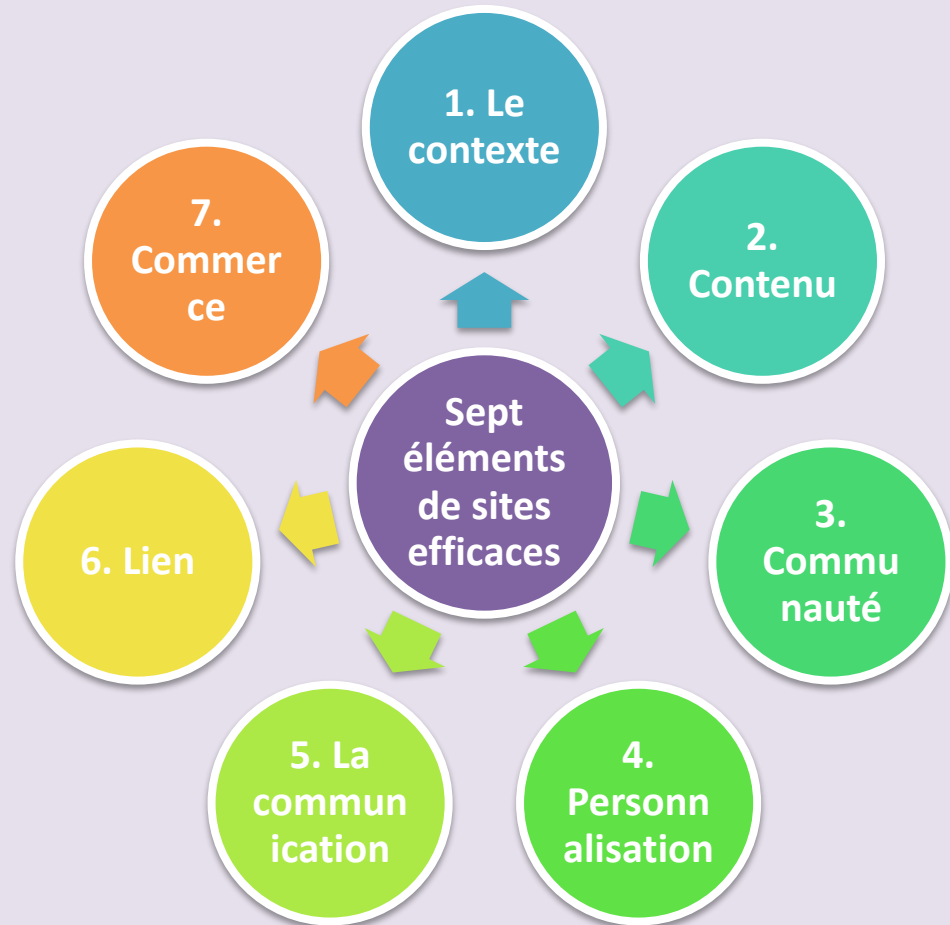
Qu'est-ce qui est le plus important pour développer une e-présence : l'agilité d'une entreprise de pur clic, ou les ressources bien définies et facilement identifiables d'une entreprise traditionnelle de brique et de mortier ?

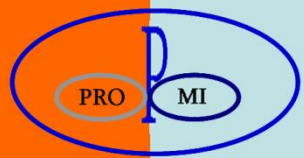




# Adapter le marketing à la nouvelle économie

- Comment les pratiques marketing évoluent :
  - Configuration de sites Web
  - Concevoir un site Web attrayant





## Questions à débattre

- Seriez-vous prêt à renoncer à un ou plusieurs des sept éléments d'un site web efficace pour accélérer le déploiement d'un nouveau site e-commerce d'entreprise ?
- Quels seraient les compromis attendus entre un site efficace et une présence précoce sur le Web ?





# Configuration d'une présence point-com

- **Attirer et fidéliser les visiteurs**
  - Comment faire en sorte que davantage de prospects connaissent et visitent notre site ?
  - Comment pouvons-nous utiliser le marketing pour diffuser le bouche-à-oreille ?
  - Comment pouvons-nous convertir les visiteurs en répéteurs ?
  - Comment rendre notre site plus expérientiel et réel ?
  - Comment construire une relation forte avec nos clients ?
  - Comment construire une communauté de clients ?
  - Comment pouvons-nous capturer et exploiter les données clients pour la vente incitative et la vente croisée ?
  - Combien devrions-nous dépenser pour construire et commercialiser notre
  - site?



+ 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)





# Configuration d'une présence point-com

- **Publicité sur Internet**
  - Quelles sont les différentes façons dont nous pouvons faire de la publicité sur Internet ?
  - Comment choisissons-nous les bons sites pour déposer nos annonces ou parrainer ?





# Adapter le marketing à la nouvelle économie

- Facteurs contextuels
- Facteurs de contenu
- Obtenir des commentaires





# Adapter le marketing à la nouvelle économie

- Mise en ligne d'annonces et de promotions
  - Bannière publicitaire
  - Parrainages
  - Microsite
  - Interstitiels
  - Annonces de navigateur
  - Alliances et programmes d'affiliation
  - Pousser



+ 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)





# Adapter le marketing à la nouvelle économie

- Construire un modèle de revenus et de bénéfices
  - Revenus publicitaires
  - Revenus de parrainage
  - Adhésion et abonnements
  - Revenu du profil
  - Ventes de produits et services
  - Commission et frais de transaction
  - Études de marché/informations
  - Revenu de référence



+ 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)







# Adapter le marketing à la nouvelle économie

- Comment les pratiques marketing évoluent :
  - Marketing Relation Client
    - Réduire le taux de défection des clients
    - Accroître la longévité de la relation client
    - Améliorer le potentiel de croissance grâce à la vente croisée et à la vente incitative
    - Rendre les clients à faible profit plus rentables ou les résilier
    - Concentrer des efforts disproportionnés sur les clients à forte valeur ajoutée



+ 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)

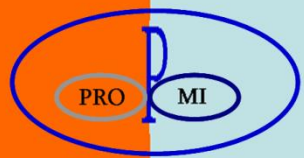


[Propmi Strategy & Consulting](#)



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

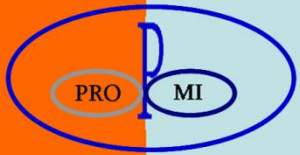




## Marketing de masse vs marketing personnalisé

Marketing de masse	Marketing personnalisé
<ul style="list-style-type: none"><li>• Client moyen</li><li>• Anonymat du client</li><li>• Produit standard</li><li>• Production de masse</li><li>• Distribution de masse</li><li>• Publicité de masse</li><li>• Promotion de masse</li><li>• Message à sens unique</li><li>• Économies d'échelle</li><li>• Part de marché</li><li>• Tous les clients</li><li>• Attraction client</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Client individuel</li><li>• Profil client</li><li>• Marché personnalisé</li><li>• offre</li><li>• Fabrication personnalisée</li><li>• Distribution individualisée</li><li>• Message personnalisé</li><li>• Incitations individualisées</li><li>• Messages bidirectionnels</li><li>• Économies de gamme</li><li>• Part de client</li><li>• Clients rentables</li><li>• Fidélisation de la clientèle</li></ul>





# Adapter le marketing à la nouvelle économie

Quatre étapes pour le marketing personnalisé :

1. Ne courez pas après tout le monde, identifiez les prospects.

2. Définir les clients par leurs besoins et leur valeur pour l'entreprise.

3. L'interaction individuelle avec les clients renforce les relations.

4. Personnalisez les messages, les services et les produits pour chaque client.

- Bases de données clients et marketing de base de données

1. Liste de diffusion client
2. Base de données d'entreprises





# Adapter le marketing à la nouvelle économie

- Entrepôts de données et exploration de données :
  - Utilisation de la base de données
    - Pour identifier les prospects
    - Pour déterminer le marché cible
    - Pour approfondir la fidélité des clients
    - Pour réactiver les achats des clients
    - Pour éviter les erreurs graves des clients
- L'inconvénient du marketing de base de données



+ 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)

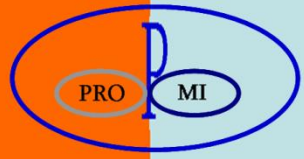


[Propmi Strategy & Consulting](#)



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





# Conclusion

© 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

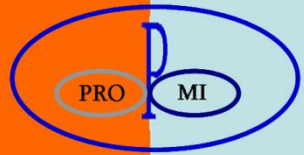


[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



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

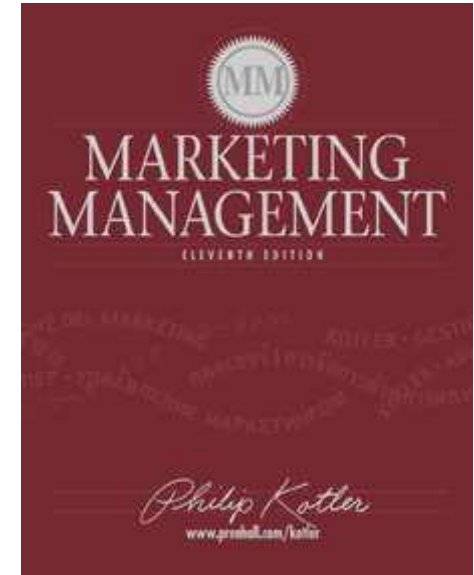




# Littératures

Livre:

Marketing Management & Nouvelle Economie S 32 – S 61



- Présentateur:
- Félix C. Poudeu
- Marketing & Business Development (MBD) et
- Spécialiste en gestion du marketing d'entreprise (EMM)



+ 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

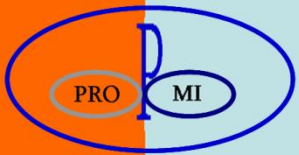


[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



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





# Questions & REponses

Quelles questions avez-vous?



+ 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

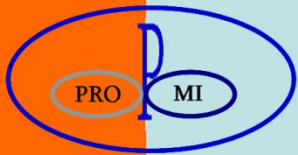


[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



[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



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



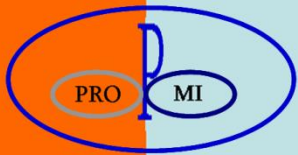
[Propmi Strategy & Consulting](#)



[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)



+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