

PROFESSIONAL PERFORMANCE MARKETING INTERNATIONAL

*The key of your success*

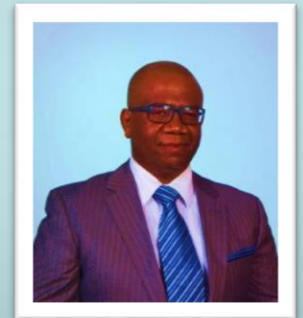


- ✓ *Effectivity*
- ✓ *Efficiency*
- ✓ *Innovativity*
- ✓ *Sustainability*

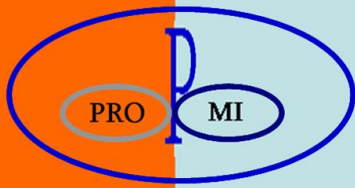
*We help you to  
increase your  
business*

**Marketing – Distribution – Sales – Communication**

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



Felix C. Poudeu



THE WAY WE THING IS  
CHANGING



Our valeurs

- Effectivity
- Efficiency
- Innovation
- Sustainability

Improve your Marketing  
and Business  
Development  
Capability

## PROFESSIONAL PERFORMANCE MARKETING INTERNATIONAL



Felix C. Poudeu  
CEO / DG

### Expertise

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

### Services

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



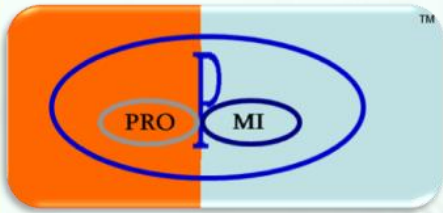
Propulsez votre entreprise en faisant votre propre marketing



Pro Network Marketing Akademy

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

**PROPMI**

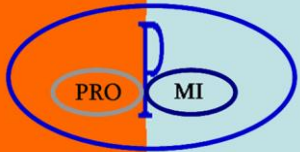


# PROP MI CONSULTING

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

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





# About Me

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



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

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

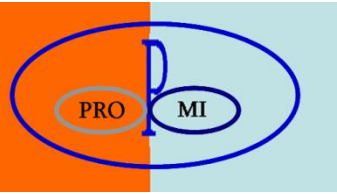
### Qualification:

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

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







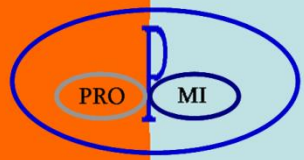
# PROPMI CONSULTING

## Comment créer la satisfaction, la valeur et la fidélisation des clients?

Félix C. Poudeu

CONSULTANT EN GESTION DU MARKETING D'ENTREPRISE (EMM) &  
EN GESTION DE PROJET MARKETING





## Kotler sur le marketing

*Il ne suffit plus de satisfaire les clients. Vous devez les ravir.*





## Objectifs

- Dans ce chapitre, nous aborderons les questions suivantes :
  - Que sont la valeur et la satisfaction client, et comment les entreprises peuvent-elles les fournir ?
  - Qu'est-ce qui fait une entreprise performante ?
  - Comment les entreprises peuvent-elles à la fois attirer et fidéliser leurs clients ?
  - Comment les entreprises peuvent-elles améliorer à la fois la rentabilité des clients et celle de l'entreprise ?
  - Comment les entreprises peuvent-elles offrir une qualité totale ?



+ 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)



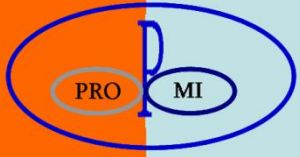


# Définir la valeur et la satisfaction client

- Valeur perçue par le client (CPV) :
  - Valeur client totale
  - Coût total client







# Déterminants de la valeur livrée par le client

## CLIENT VALEUR LIVRÉE

Le total: La valeur client

Le total: Client Coût

Valeur de Produit

Coût Monétaire

Valeur des Prestations de service

Coût du Temps

Valeur du Personnel

Coût d'Énergie

Valeur d'Image

Coût Psychique



+ 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





## Définir la valeur et la satisfaction client

- Satisfaction totale du client
  - la satisfaction
- Les attentes du client
- Offrir une valeur client élevée
  - Proposition de valeur
  - Système de livraison de valeur
- Mesurer la satisfaction





## Outils de suivi et de mesure de la satisfaction client

### Plainte et Systèmes de suggestions :

Une organisation centrée sur le client permet aux clients d'enregistrer facilement des suggestions et des réclamations. Certaines entreprises centrées sur le client - P&G, General Electric, Whirlpool - établissent des lignes directes avec des numéros sans frais. Les entreprises utilisent également les sites Web et le courrier électronique pour une communication bidirectionnelle rapide.



+ 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

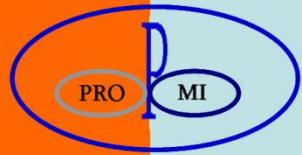


[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



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





## Outils de suivi et de mesure de la satisfaction client

### Enquêtes de satisfaction client :

Des études montrent que bien que les clients soient insatisfaits Enquêtes de satisfaction client : avec un achat sur quatre, moins de 5 % se plaindront. La plupart des clients achèteront moins ou changeront de fournisseur. Les entreprises réactives mesurent directement la satisfaction des clients en menant des enquêtes périodiques. Lors de la collecte de données sur la satisfaction des clients, il est également utile de poser des questions supplémentaires pour mesurer l'intention de rachat et pour mesurer la probabilité ou la volonté de recommander l'entreprise et la marque à d'autres.



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



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



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



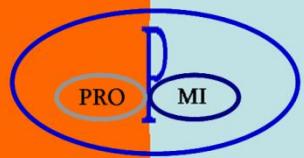
[Propmi Strategy & Consulting](#)



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



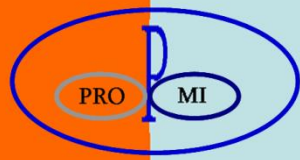




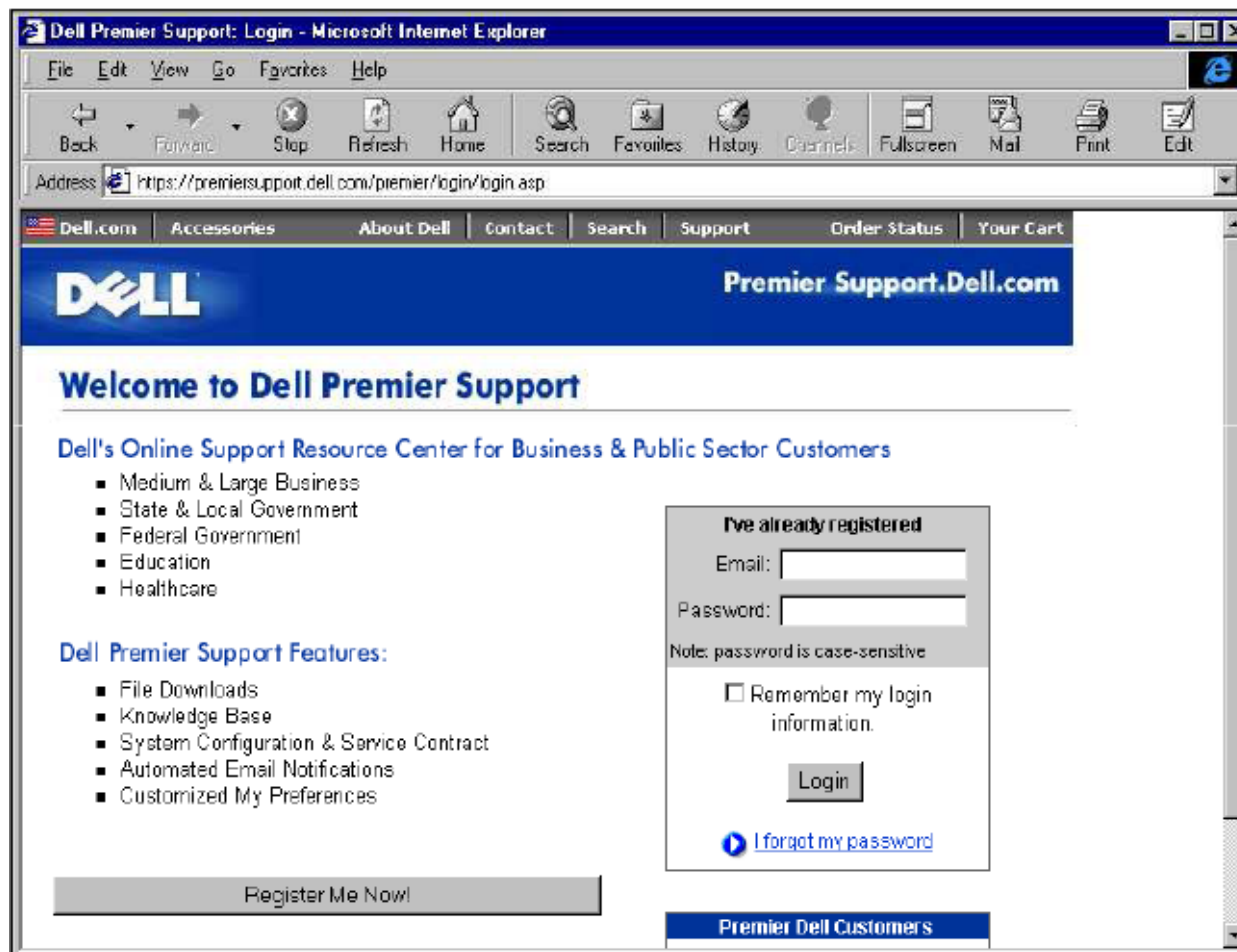
## Questions à débattre

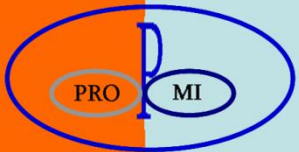
**Vous sentiriez-vous plus fidèle à la marque pour une entreprise qui a essayé de résoudre immédiatement une plainte par e-mail, ou une entreprise qui a fait appel à un représentant du service client dans les deux jours ouvrables pour résoudre le problème par téléphone ?**





Premier Dell.com est une section spéciale du site Web de Dell, axée sur les affaires, qui permet aux clients d'interagir avec Dell et de personnaliser toutes les phases de leurs relations d'affaires avec Dell.





# La nature des entreprises à haute performance

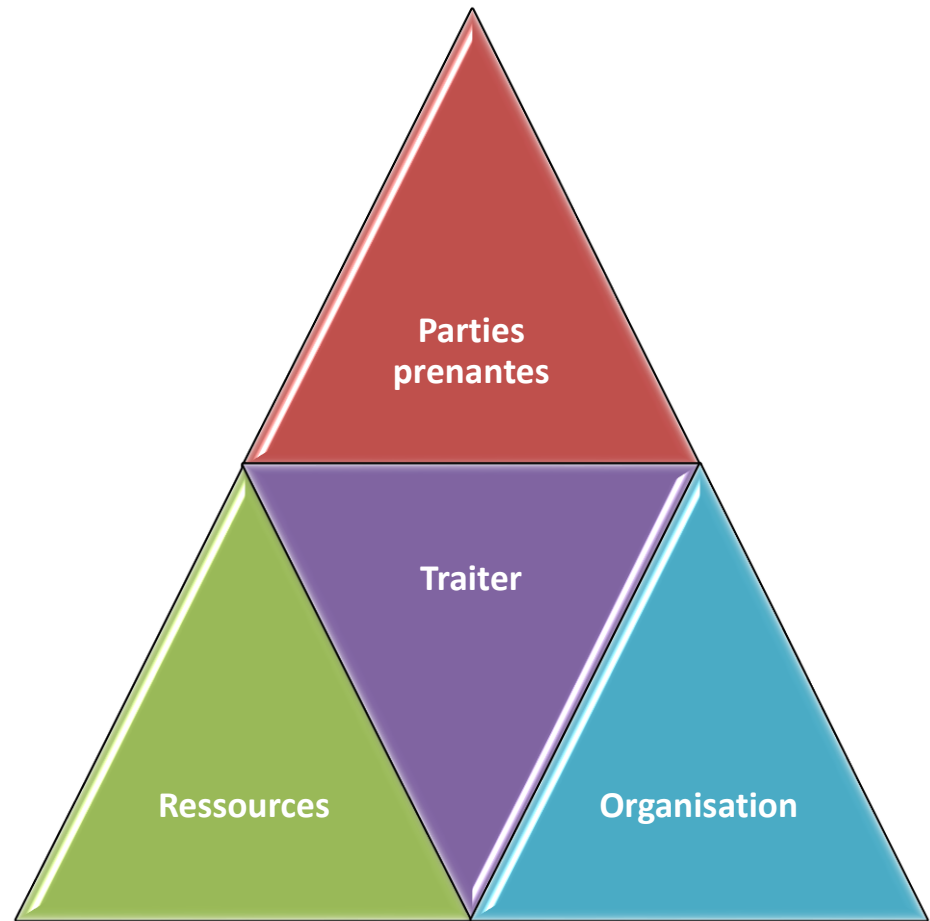
## • Entreprise performante

Définir des stratégies pour satisfaire les principales parties prenantes...

... en améliorant les processus métier critiques

...

...et aligner les ressources et l'organisation.





## La nature des entreprises à haute performance

- Parties prenantes
- Processus
- Ressources
  - Compétences de base
  - Capacités distinctives
- Organisation et culture organisationnelle
  - Organisation
  - Culture d'entreprise
  - Analyse du scénario





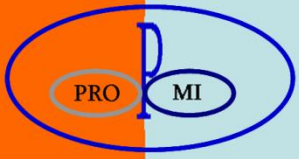


## Questions à débattre

**Pouvez-vous nommer une entreprise qui a changé la perception qu'a le public de sa culture d'entreprise ?**

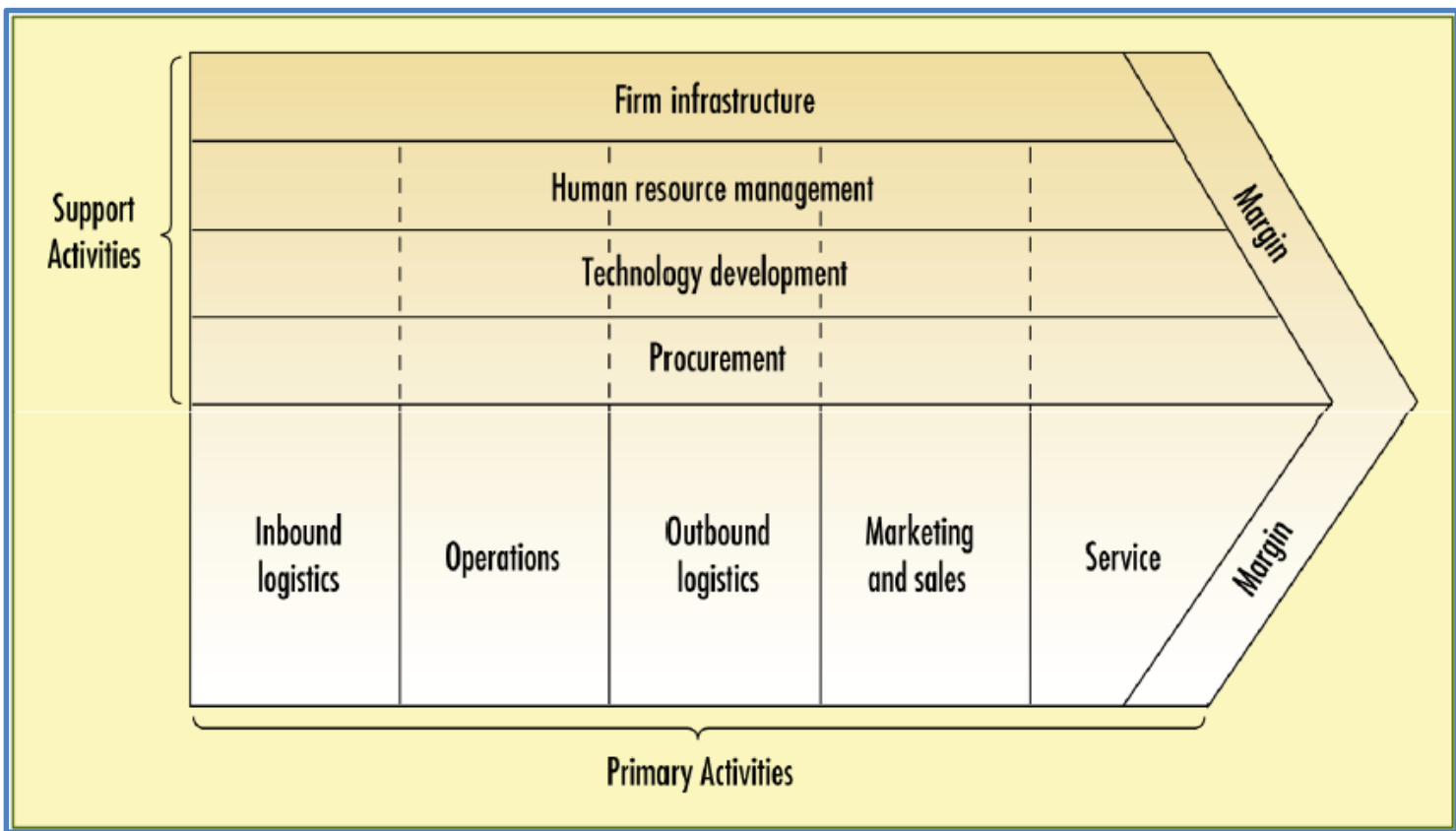
**Cela a-t-il effectivement réhabilité l'image de cette entreprise ?**





# Offrir de la valeur et de la satisfaction client

La chaîne de valeur  
générique



© 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

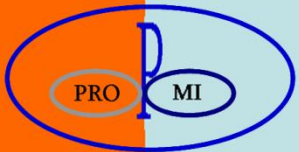




# Offrir de la valeur et de la satisfaction client

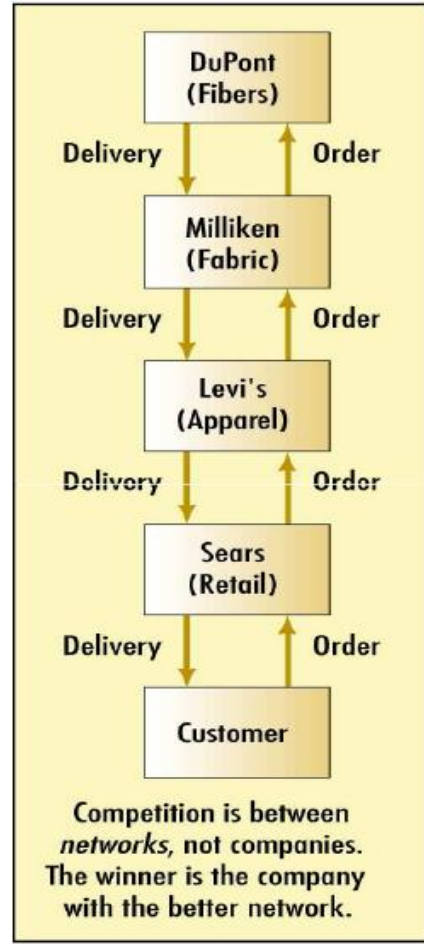
- **Chaîne de valeur:**
  - Chaîne de valeur
  - Repères
- **Processus métier de base :**
  - Le processus de détection du marché
  - Le nouveau processus de réalisation de l'offre
  - Le processus d'acquisition de clients
  - Le processus de gestion de la relation client
  - Le processus de gestion de l'exécution





# Offrir de la valeur et de la satisfaction client

- Le réseau de distribution de valeur (chaîne d'approvisionnement)
- Exemple du réseau de livraison de valeur de Levi Strauss







# Attirer et fidéliser les clients

- Gestion des relations partenaires (PRM)
- Gestion de la relation client (CRM)





## Attirer et fidéliser les clients

- Saturn a gagné un taux de fidélité client de plus de 60% en changeant fondamentalement la relation acheteur-vendeur.
- Pouvez-vous penser à une autre entreprise qui a effectué un changement d'une ampleur similaire ? Ont-ils eu des résultats similaires ?

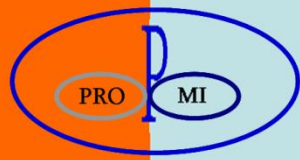




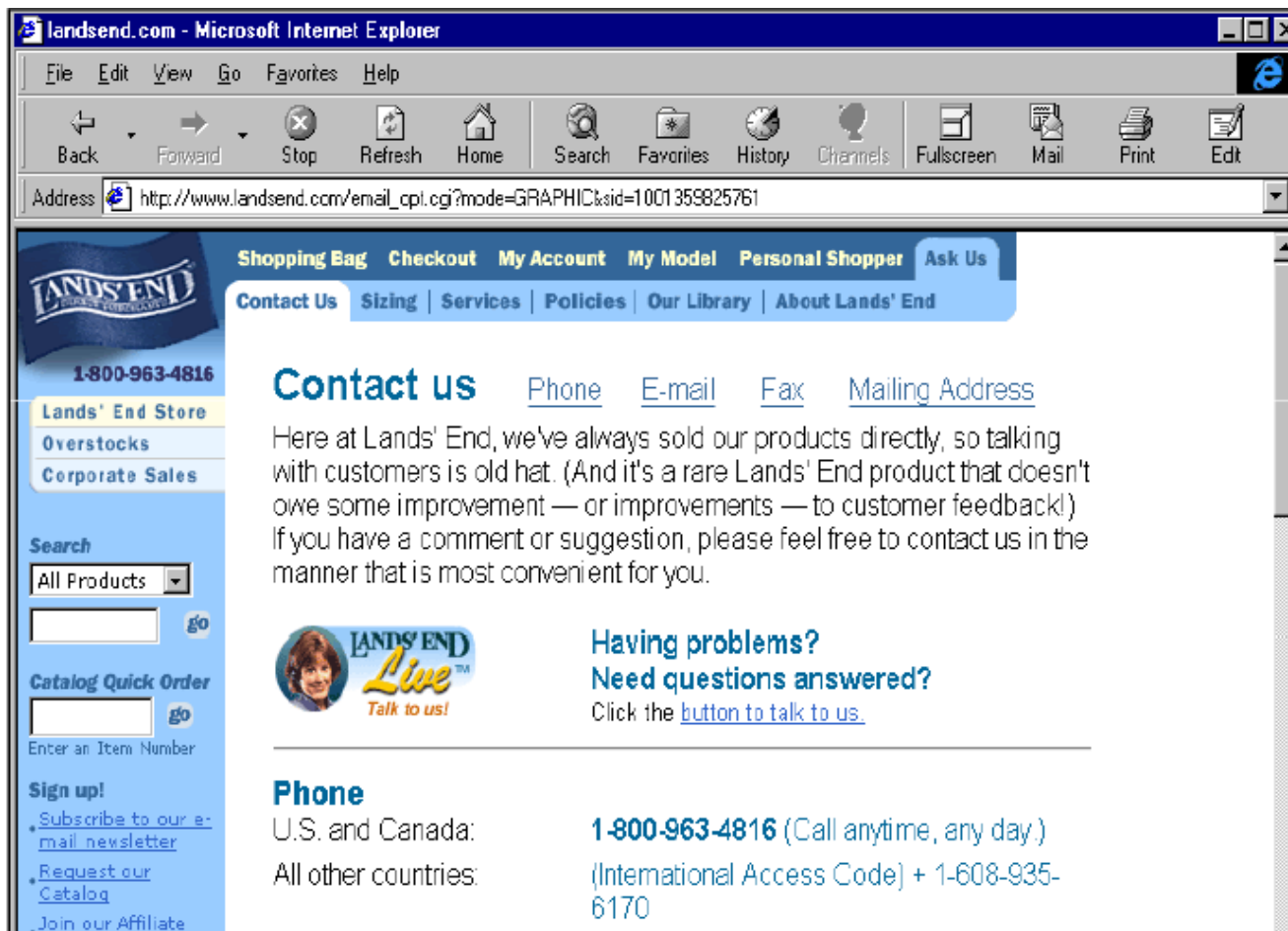
# Attirer et fidéliser les clients

- Attirer des clients
- **Calcul du coût des clients perdus**
  - Taux de désabonnement des clients
  - Valeur à vie





Sur le site Web de Lands' End, les clients peuvent cliquer sur un bouton pour parler avec un représentant du service à la clientèle

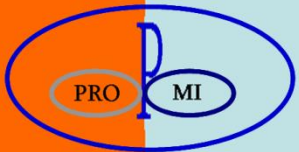




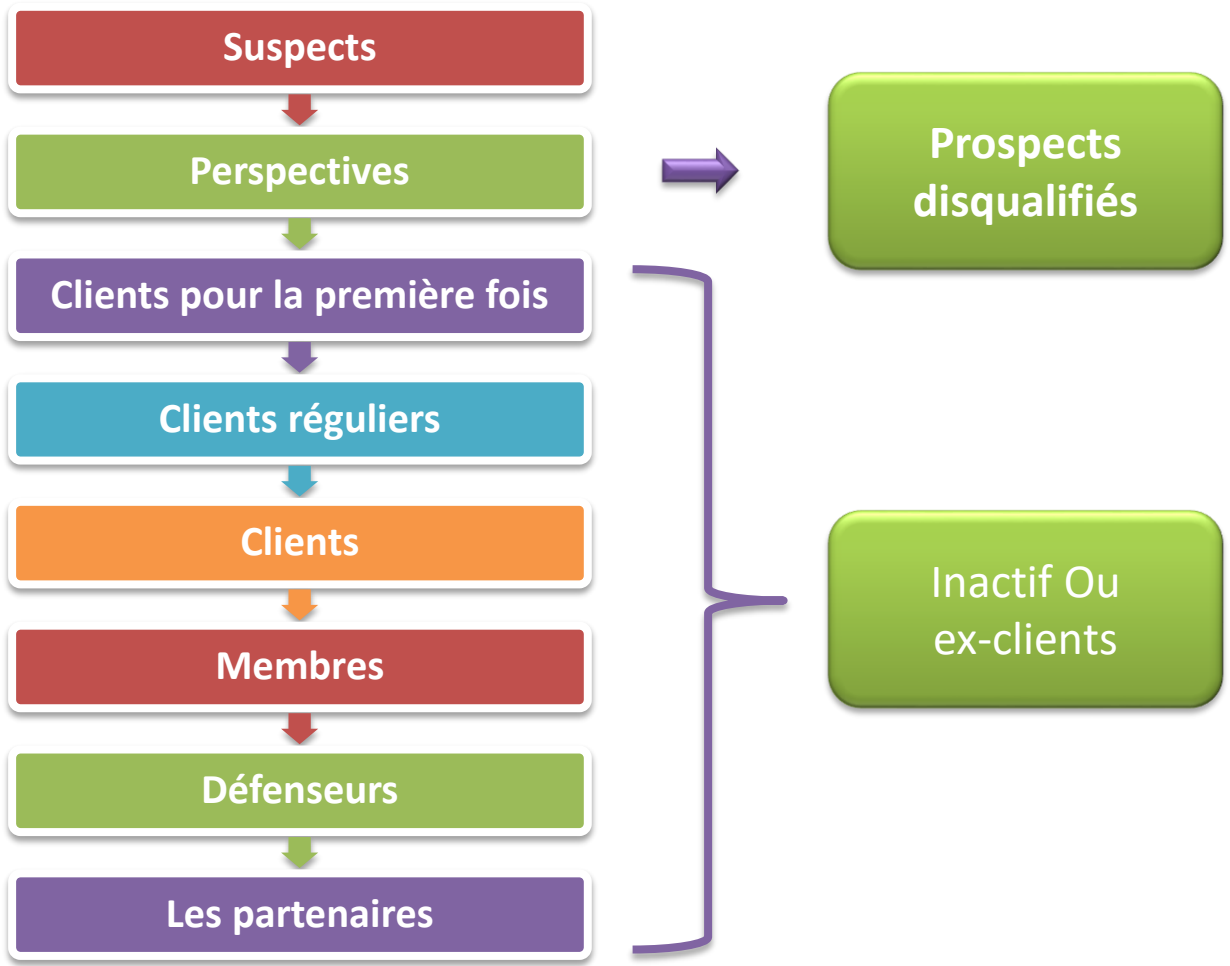
## Attirer et fidéliser les clients

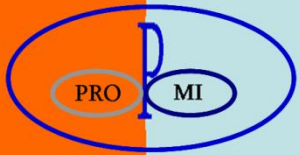
- Le besoin de fidélisation de la clientèle
- Mesurer la valeur vie client (CLV)
- Gestion de la relation client (CRM) : la clé
  - Capital client
  - Trois moteurs du capital client
    - Équité de valeur
    - Capital de la marque
    - Équité relationnelle





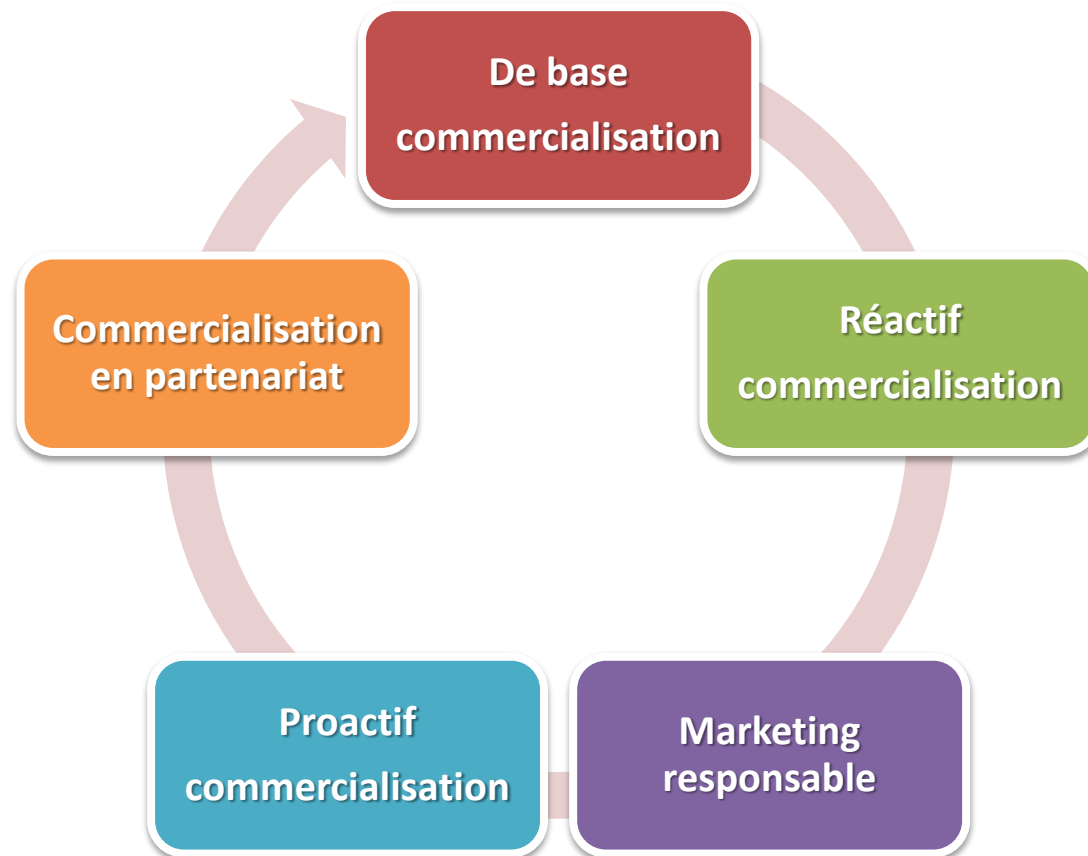
# Le processus de développement client

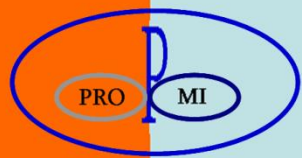




# Attirer et fidéliser les clients

Cinq niveaux d'investissement dans l'établissement de la relation client :





## Niveaux de marketing relationnel

	Haute marge	Marge moyenne	Faible marge
De nombreux clients/distributeurs	Redevable	Réactif	De base ou réactif
moyen de clients/distributeurs	Proactif	Redevable	Réactif
Peu de clients / Distributeurs	Partenariat	Proactif	Redevable





# Attirer et fidéliser les clients

- **Former des liens solides avec les clients : les bases**
  - Participation interdépartementale
  - Intégrez la voix du client dans toutes les décisions commerciales
  - Créer une offre supérieure pour le marché cible
  - Organiser et rendre accessible une base de données d'informations clients
  - Permettre aux clients de joindre facilement le personnel approprié
  - Récompenser les employés exceptionnels
- **Ajout d'avantages financiers :**
  - Programmes de fréquences (FP)



+ 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)

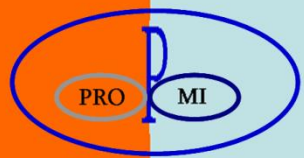


[Propmi Strategy & Consulting](#)



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

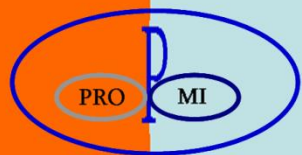




# Attirer et fidéliser les clients

- Ajout d'avantages sociaux





## Actions sociales affectant les relations acheteur-vendeur

Bonnes choses	Mauvaises choses
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Initier des appels téléphoniques positifs</b></li><li>• <b>Faire des recommandations</b></li><li>• <b>Franchise dans la langue</b></li><li>• <b>Utiliser le téléphone</b></li><li>• <b>Montrez votre appréciation</b></li><li>• <b>Faire des suggestions de services</b></li><li>• <b>langage de résolution de problèmes « nous »</b></li><li>• Atteindre les problèmes</li><li>• Utilisez du jargon ou des raccourcis</li><li>• Problèmes de personnalité diffusés</li><li>• Parlez de "notre avenir ensemble"</li><li>• Routinez les réponses</li><li>• Accepter la responsabilité</li><li>• Planifier l'avenir</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Faire uniquement des rappels</li><li>• Faire des justifications</li><li>• Langage accommodant</li><li>• Utiliser la correspondance</li><li>• Attendez les malentendus</li><li>• Attendre les demandes de service</li><li>• Utilisez le langage juridique « nous devez »</li><li>• Répondez uniquement aux problèmes</li><li>• Utilisez de longs mots</li><li>• communication</li><li>• Problèmes de personnalité cachés</li><li>• Parlez de faire du bien</li><li>• le passé</li><li>• Exercice incendie et urgence</li><li>• réactivité</li><li>• Transférer le blâme</li><li>• Ressasser le passé</li></ul>





# Attirer et fidéliser les clients

- Ajout de liens structurels :
  - Créer des contrats à long terme
  - Facturer des *prix inférieurs aux clients à volume élevé*
  - Transformez le produit en service à long terme

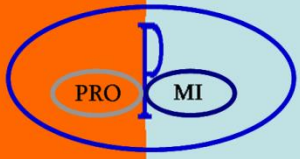




# Rentabilité du client, rentabilité de l'entreprise et gestion de la qualité totale

- Mesurer la rentabilité
  - Client rentable





# Analyse de rentabilité client-produit

		Customers			
		C <sub>1</sub>	C <sub>2</sub>	C <sub>3</sub>	
Produits	P <sub>1</sub>	+	+	+	Highly profitable product
	P <sub>2</sub>	+			Profitable product
	P <sub>3</sub>		-	-	Losing product
	P <sub>4</sub>	+		-	Mixed-bag product
		High-profit customer	Mixed-bag customer	Losing customer	

© 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



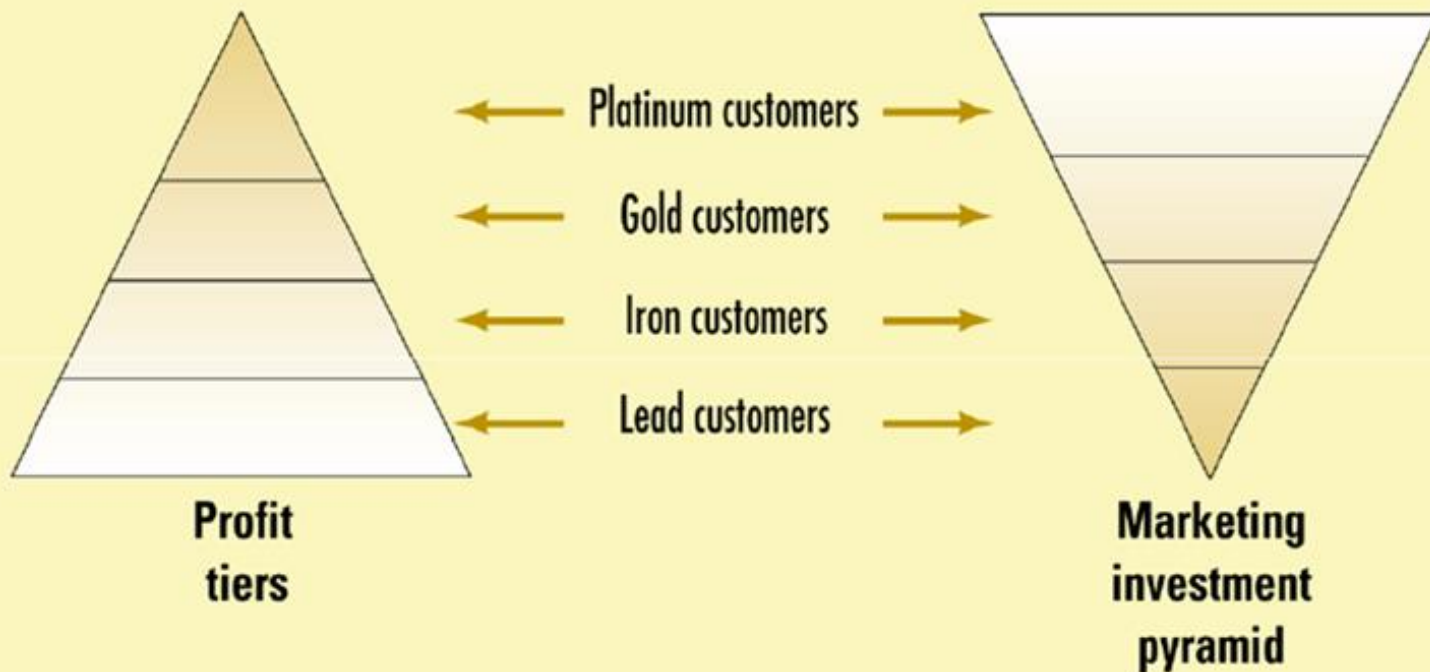
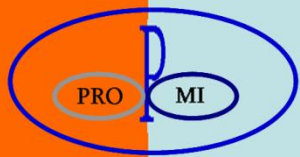
Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com



# Allocation des investissements marketing en fonction de la valeur client



+ 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)





# Rentabilité du client, rentabilité de l'entreprise et gestion de la qualité totale

- Augmenter la rentabilité de l'entreprise
  - Avantage compétitif
  
- Mise en œuvre de TQM
  - Gestion de la qualité totale
    - Qualité

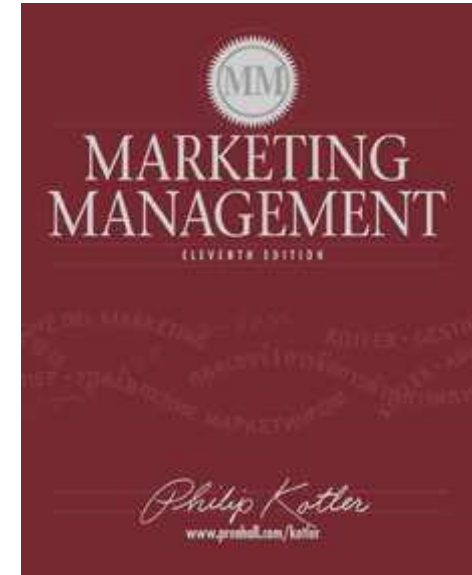






## Littératures

**Renforcer la satisfaction, la valeur  
et la fidélisation de la clientèle Par  
Philip Kotler S 62 – S 97**





# Questions & REponses

Quelles questions avez-vous?

© Propmi Strategy & Consulting



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



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



Propmi Strategy & Consulting

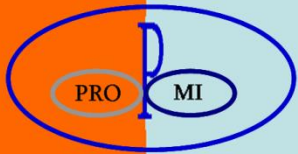


www.propmiconsulting.wordpress.com

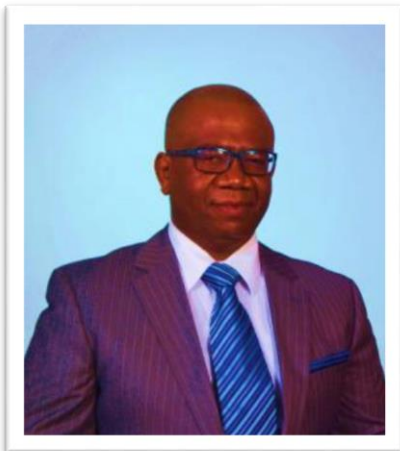


info.propmi@gmail.com





# PROPMI CONSULTING



## Félix C. Poudeu

### CEO & Co-Founder Propmi Consulting

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



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



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



Propmi Strategy & Consulting

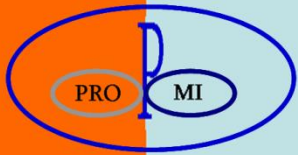


[www.propmiconsulting.wordpress.com](http://www.propmiconsulting.wordpress.com)



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





## Contact Us:

Félix Constant POUDEU

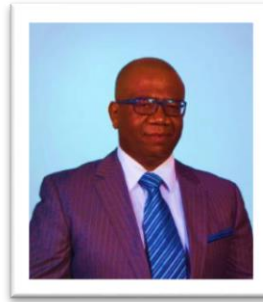
CEO & Fondateur

Consultant en Gestion de Marketing & Ventes  
Spécialiste en Développement Commercial

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

Phone: +237 6 73 39 82 52

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



## Contact address:

### PROPMI CONSULTING

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

BP: 11526 Douala  
Cameroun

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



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



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



Propmi Strategy & Consulting



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



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

