

PROFESSIONAL PERFORMANCE MARKETING INTERNATIONAL

The key of your success



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

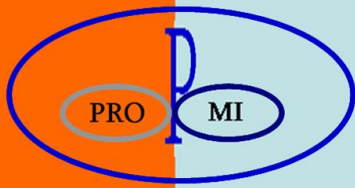
*We help you to
increase your
business*

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

Expertise

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



Felix C. Poudeu
CEO / DG

Services

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



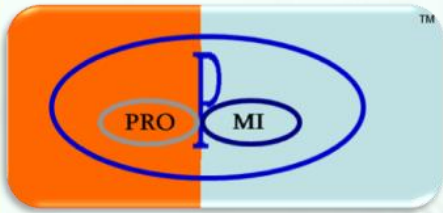
Propulsez votre entreprise en faisant votre propre marketing



Pro Network Marketing Akademy

PROMEDI@COM
IMPROVE YOUR BRAND & REVENUES

PROPMI

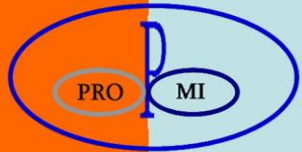


PROP MI CONSULTING

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

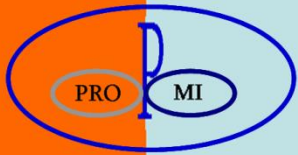
- Marketing, Sales & Business Development
- EMM – Enterprise Marketing Management
- ERP – Enterprise Resource Planning
- **CRM = Customer Relationship Management**
- Web- & E-Commerce Marketing
- IT & Marketing Project Management

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)

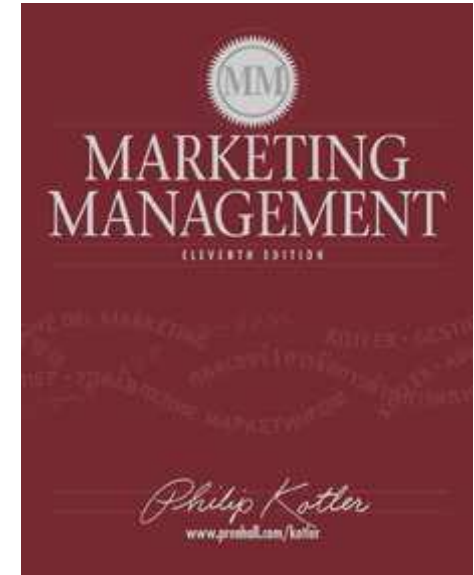
Works experiences: Wundermann Germany, IBM UK, Microsoft UK, Vmware IR, Adorsys , Accenture, Dexion, ... Services Sources UK, Rainmaker UK, ... For more question contact me per E-Mail: propmi.consulting@gmail.com or Whatsapp – See below.





Gagner des marchés grâce à une planification stratégique axée sur le marché Par Philip Kotler S 98 - S 131

Félix C. Poudeu

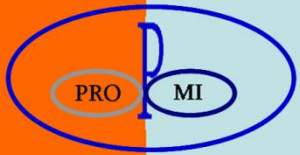




Kotler sur le marketing

**Il est plus important de faire ce qui est
stratégiquement juste que ce qui est
immédiatement rentable.**

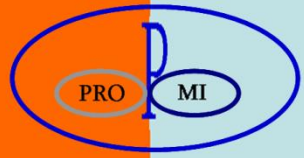




Objectifs

- Dans ce chapitre, nous examinons les questions suivantes :
 - Comment la planification stratégique est-elle effectuée au niveau de l'entreprise et des divisions ?
 - Comment la planification est-elle effectuée au niveau de l'unité commerciale ?
 - Quelles sont les grandes étapes du processus marketing ?
 - Comment la planification est-elle effectuée au niveau du produit ?
 - Que comprend un plan marketing ?





Planification stratégique : trois domaines clés et quatre niveaux d'organisation

- Plan de commercialisation stratégique
- Plan marketing tactique
- Plan de marketing





Planification stratégique de l'entreprise et de la division

- **Tous les sièges sociaux entreprennent quatre activités de planification**
 - Définir la mission de l'entreprise
 - Création d'unités commerciales stratégiques (SBU)
 - Attribuer des ressources à chaque SBU
 - Planification de nouvelles entreprises, réduction des effectifs ou fermeture d'entreprises plus anciennes





Planification stratégique de l'entreprise et de la division

- Définir la mission de l'entreprise
- **Les énoncés de mission définissent dans quels domaines concurrentiels l'entreprise opérera**
 - Portée de l'industrie
 - Gamme de produits et d'applications
 - Périmètre de compétence
 - Portée du segment de marché
 - Portée verticale
 - Portée géographique





Questions à débattre

Pouvez-vous nommer une entreprise qui a récemment modifié sa gamme de produits ou sa gamme de segments de marché de manière très publique ? Était-ce une expansion ou une contraction de la portée ?

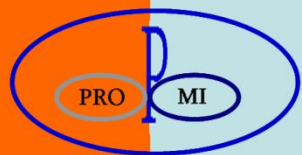




Planification stratégique de l'entreprise et de la division

- Création d'unités commerciales stratégiques (SBU)





Définitions d'une entreprise axées sur le produit ou axées sur le marché

Société	Définition du produit	Définition du marché
Missouri-Pacifique Chemin de fer	Nous dirigeons un chemin de fer	Nous sommes un peuple et des biens déménageur
Photocopier	Nous faisons la copie équipement	Nous aidons à améliorer le bureau productivité
Huile standard	Nous vendons de l'essence	Nous fournissons de l'énergie
Photos de Colombie	Nous faisons des films	Nous commercialisons du divertissement
Encyclopédie	Nous vendons des encyclopédies	Nous diffusons des informations
Transporteur	Nous faisons de l'air conditionneurs et fours	Nous fournissons le climat contrôle à domicile





Planification stratégique de l'entreprise et de la division

- **Trois caractéristiques des SBU**
 - Entreprise unique ou ensemble d'entreprises connexes pouvant être planifiées séparément
 - A son propre ensemble de concurrents
 - A un gestionnaire qui est responsable de la planification stratégique et du profit
- **La matrice de la part de croissance**
 - Part de marché relative
 - Quatre cellules
 - Points d'interrogation
 - Étoiles
 - Vaches à lait
 - Chiens
- Stratégies SBU
- Cycle de vie SBU





Questions à débattre

Pouvez-vous donner un exemple d'une "Star" qui a sauté "Cash Cow" et est passée directement au statut "Chien" ?

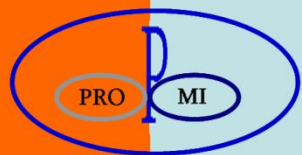




Planification stratégique de l'entreprise et de la division

- Le modèle General Electric





Le modèle General Electric

Facteurs sous-jacents à l'attractivité du marché et à la position concurrentielle dans le modèle de portefeuille multifactoriel de GE : marché des pompes hydrauliques

		<u>Weight</u>	<u>Rating = (1-5)</u>	<u>Value</u>
Market Attractiveness	Overall market size	0.20	4	0.80
	Annual market growth rate	0.20	5	1.
	Historical profit margin	0.15	4	0.60
	Competitive intensity	0.15	2	0.30
	Technological requirements	0.15	4	0.60
	Inflationary vulnerability	0.05	3	0.15
	Energy requirements	0.05	2	0.10
	Environmental impact	0.05	3	0.15
	Social-political-legal	Must be acceptable 1.0		3.70
Business Strength	Market share	0.10	4	0.40
	Share growth	0.15	2	0.30
	Product quality	0.10	4	0.40
	Brand reputation	0.10	5	0.50
	Distribution network	0.05	4	0.20



+ 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





Planification stratégique de l'entreprise et de la division

- Critique des modèles de portefeuille
- Planification de nouvelles entreprises,
- Réduire les effectifs des entreprises plus anciennes

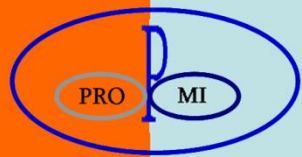




Planification stratégique de l'entreprise et de la division

- Croissance intensive





Page d'accueil de Starbucks :

les clients peuvent demander un catalogue de produits Starbucks, s'abonner à une newsletter et effectuer des achats en ligne



+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

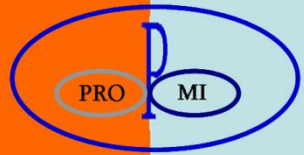




Planification stratégique de l'entreprise et de la division

- Croissance intégrative
- Diversification Croissance
- Réduire les effectifs des entreprises plus anciennes

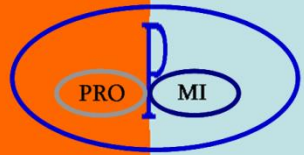




Questions à débattre

Donnez un exemple d'un segment de marché où la croissance intégrative serait préférable à la croissance par la diversification. Expliquez pourquoi une approche est meilleure que l'autre.





Planification stratégique de l'unité commerciale

- **Mission d'affaires**
- **Analyse SWOT**
 - Analyse de l'environnement externe
(Analyse des opportunités et des menaces)
- **Opportunité de commercialisation**
 - Opportunité d'achat plus pratique ou efficace
 - Répondre au besoin d'informations et de conseils
 - Personnalisez une offre qui n'était auparavant disponible que sous forme standard



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



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



info.propmi@gmail.com

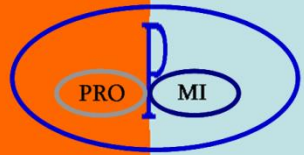


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Questions à débattre

Donnez quelques exemples d'entreprises qui ont réussi à dominer leur segment de marché en utilisant la technologie pour rendre les opportunités d'achat plus pratiques et plus efficaces.

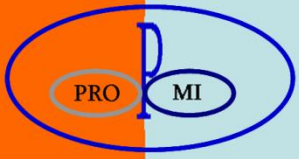




Planification stratégique de l'unité commerciale

- **Analyse des opportunités marketing (MOA):**
 - Les avantages peuvent-ils être articulés à un marché cible?
 - Le marché cible peut-il être atteint avec des médias et des canaux commerciaux rentables ?
 - L'entreprise a-t-elle les capacités essentielles pour offrir les avantages aux clients ?
 - L'entreprise peut-elle offrir ces avantages mieux que n'importe quel concurrent réel ou potentiel ?
 - Le taux de rendement atteindra-t-il le seuil d'investissement requis ?





Matrices des opportunités et des menaces

(a) Opportunity matrix

		Success Probability	
		High	Low
Attractiveness	High	1	2
	Low	3	4

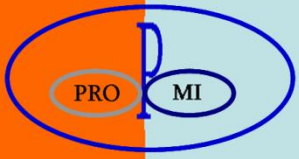
- Opportunities**
1. Company develops a more powerful lighting system
 2. Company develops a device for measuring the energy efficiency of any lighting system
 3. Company develops a device for measuring illumination level
 4. Company develops a software program to teach lighting fundamentals to TV studio personnel

(b) Threat matrix

		Probability of Occurrence	
		High	Low
Seriousness	High	1	2
	Low	3	4

- Threats**
1. Competitor develops a superior lighting system
 2. Major prolonged economic depression
 3. Higher costs
 4. Legislation to reduce number of TV studio licenses





Matrices des opportunités et des menaces

(a) Opportunity matrix

		Success Probability	
		High	Low
Attractiveness	High	1	2
	Low	3	4

- Opportunities**
1. Company develops a more powerful lighting system
 2. Company develops a device for measuring the energy efficiency of any lighting system
 3. Company develops a device for measuring illumination level
 4. Company develops a software program to teach lighting fundamentals to TV studio personnel

(b) Threat matrix

		Probability of Occurrence	
		High	Low
Seriousness	High	1	2
	Low	3	4

- Threats**
1. Competitor develops a superior lighting system
 2. Major prolonged economic depression
 3. Higher costs
 4. Legislation to reduce number of TV studio licenses

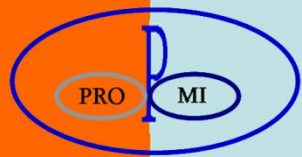




Planification stratégique de l'unité commerciale

- **Analyse environnementale interne** (analyse des forces/faiblesses)
- **Formation d'objectifs**
- **Formulation stratégique**
 - Stratégie
- **Stratégies génériques de Porter**
 - Maîtrise globale des coûts
 - Différenciation
 - Concentrer





Le site Web de Travelocity

Le site Web de Travelocity aide le consommateur à planifier l'ensemble de ses vacances - vols, hébergement et location de voiture.com

Travelocity.com - Go Virtually Anywhere! Airline Tickets, Hotels, Cars, Vacations and Cruises. - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Go Favorites Help

Back Forward Stop Refresh Home Search Favorites History Channels Fullscreen Mail Print Edit

Address <http://www.travelocity.com/>

Welcome to Travelocity.com!
Already a member? [Log in here.](#)

Home Dream, Plan, Go Flights Lodging Cars/Rail Vacations Cruises Deals/Rewards My Stuff

Find me the best round-trip

Flights

From:

To:

Adults: 1

My dates are flexible

I need to depart:

and return:

Search Now

More Search Options

Dream Maps

Search Destination Search

Travel advice personalized for you.

Let our Trip Expert help you.

Express Request
Find a destination that's perfect for you.

Someplace Similar
A new favorite, based on an old one.

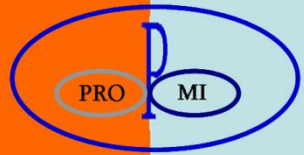
Destination Check
See if a specific place is right for you.

Dream, Plan, Go

Fare Watcher Personalize

\$99	Boston Orlando	\$142	Boston Philadelphia
\$67	Los Angeles Las Vegas	\$190	New York San Francisco

Featured Destination Destination Guides



Planification stratégique de l'unité commerciale

- **Efficacité opérationnelle et stratégie**
 - Groupe stratégique
 - Alliances stratégiques
- **Alliances marketing**
 - Alliances de produits ou de services
 - Alliances promotionnelles
 - Alliances logistiques
 - Coopération tarifaire
- **Gestion des relations partenaires, PRM**
- **Formulation et mise en œuvre du programme**
- **Rétroaction et contrôle**



+ 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

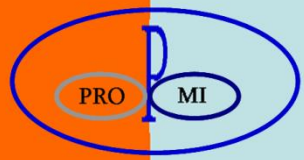


www.propmiconsulting.wordpress.com



info.propmi@gmail.com

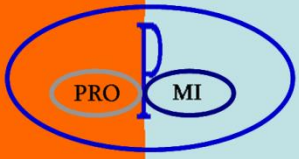




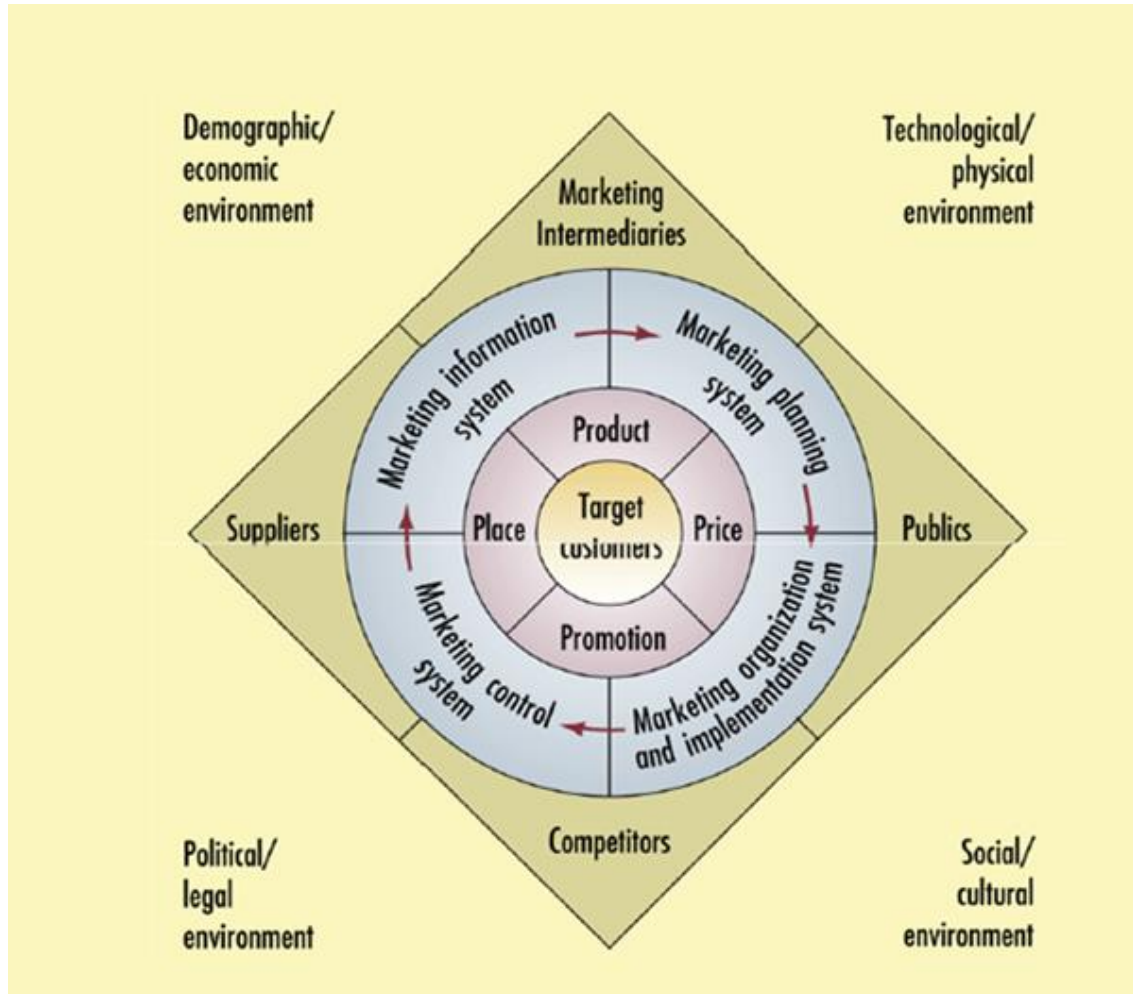
Le processus de commercialisation

- Étapes du processus de planification
 - Le processus de commercialisation
 - Analyse des opportunités de marché
 - Développer des stratégies de marketing
 - Planification des programmes de marketing
 - Gestion de l'effort marketing
 - Contrôle du plan annuel
 - Contrôle de rentabilité
 - Contrôle stratégique





Facteurs influençant la stratégie marketing de l'entreprise



© 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





Planification de produit : la nature et le contenu d'un plan marketing

- Contenu du plan marketing
 - Résumé
 - Situation commerciale actuelle
 - Analyse des opportunités et des problèmes
 - Objectifs
 - Stratégie de marketing
 - Programmes d'action
 - Projections financières
 - Contrôles de mise en œuvre





Planification de produit : la nature et le contenu d'un plan marketing

- Exemple de plan marketing : Assistant numérique personnel Sonic :
 - Situation commerciale actuelle
 - Analyse des opportunités et des problèmes
 - Objectifs
 - Programmes d'actions
 - Projections financières

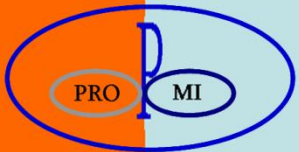




Planification de produit : la nature et le contenu d'un plan marketing

- Contrôles de mise en œuvre
- **Stratégie de marketing**
 - Positionnement
 - Gestion des produits
 - Tarification
 - Distribution
 - Communications marketing
 - Recherche en marketing





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

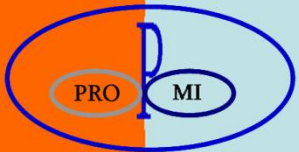


www.propmiconsulting.wordpress.com

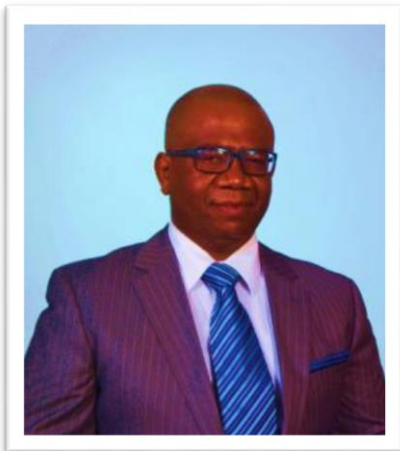


info.propmi@gmail.com





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

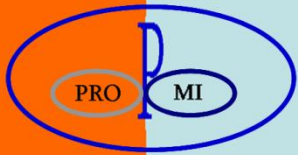


www.propmiconsulting.wordpress.com



info.propmi@gmail.com





Contact Us:

Félix Constant POUDEU

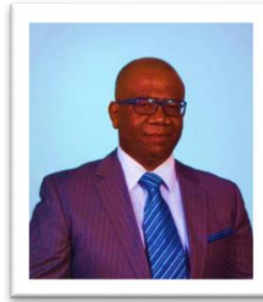
CEO & Fondateur

Consultant en Gestion de Marketing & Ventes
Spécialiste en Développement Commercial

Email: www.propmiconsulting.wordpress.com

Phone: +237 6 73 39 82 52

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



+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

