

PROFESSIONAL PERFORMANCE MARKETING INTERNATIONAL

The key of your success

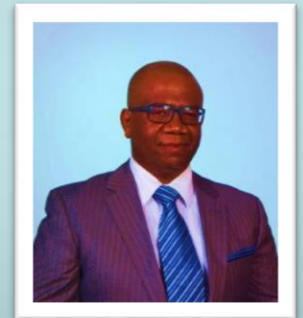


- ✓ *Effectivity*
- ✓ *Efficiency*
- ✓ *Innovativity*
- ✓ *Sustainability*

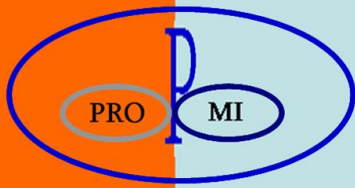
*We help you to
increase your
business*

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



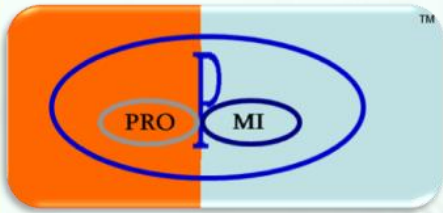
Propulsez votre entreprise en faisant votre propre marketing



Pro Network Marketing Akademy

PROMEDI@COM
IMPROVE YOUR BRAND & REVENUES

PROPMI

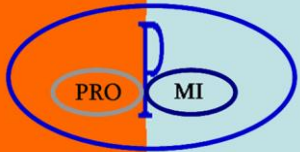


PROP MI CONSULTING

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

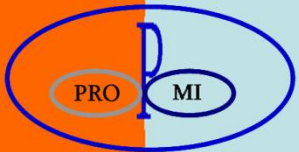
- Marketing, Sales & Business Development
- EMM – Enterprise Marketing Management
- ERP – Enterprise Resource Planning
- **CRM = Customer Relationship Management**
- Web- & E-Commerce Marketing
- IT & Marketing Project Management

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)

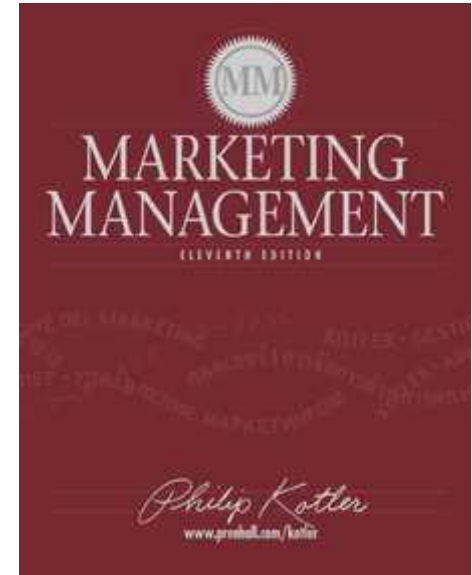
Works experiences: Wundermann Germany, IBM UK, Microsoft UK, Vmware IR, Adorsys , Accenture, Dexion, ... Services Sources UK, Rainmaker UK, ... For more question contact me per E-Mail: propmi.consulting@gmail.com or Whatsapp – See below.

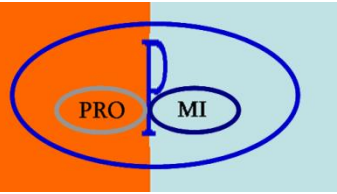




Analyser les marchés commerciaux et le comportement d'achat des entreprises Par Philip Kotler S. 226-252

Félix C. Poudeu

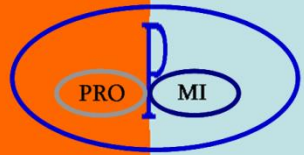




**"De nombreuses entreprises transforment
judicieusement leurs fournisseurs et distributeurs en
partenaires précieux.»**

Kotler sur le marketing





Objectifs

Dans ce chapitre, nous nous concentrons sur six questions :

- Qu'est-ce que le marché des entreprises et en quoi diffère-t-il du marché des consommateurs ?
- À quelles situations d'achat les acheteurs organisationnels sont-ils confrontés ?
- Qui participe au processus d'achat d'entreprise ?
- Quelles sont les principales influences sur les acheteurs organisationnels ?
- Comment les acheteurs d'entreprise prennent-ils leurs décisions ?
- Comment les institutions et les agences gouvernementales font-elles leurs achats ?



+ 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

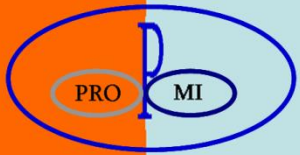


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Qu'est-ce que l'achat organisationnel ?

- Achats organisationnels
- **Le marché des entreprises contre le marché des consommateurs**
 - Marché des entreprises
 - Moins d'acheteurs
 - Acheteurs plus importants
 - Relation étroite fournisseur-client
 - Acheteurs géographiquement concentrés

Source : www.bookfiesta4u.com 1-229





Qu'est-ce que l'achat organisationnel ?

Qu'est-ce que l'achat organisationnel ?

- Demande dérivée
- Demande inélastique
- Demande fluctuante
- Achats professionnels





Questions à débattre

- Si vous étiez chargé de commercialiser un produit ou un service auprès d'une organisation, tenteriez-vous de contacter initialement le service des achats ou les utilisateurs potentiels des offres de votre entreprise ? Pourquoi?
- Le produit que vous vendiez ferait-il une différence ? Pourquoi?



+ 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





Qu'est-ce que l'achat organisationnel ?

- **Situations d'achat**
 - Rachat direct
 - Rachat modifié
 - Nouvelle tâche
- **Achat et vente de systèmes**
 - Achat de systèmes
 - Solution clé en main
 - Vente de systèmes

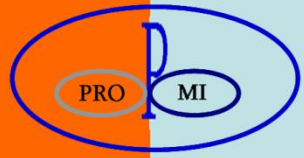




Questions à débattre

- Quels sont certains des avantages pour une organisation qui peuvent découler d'une solution à source unique ou d'un accord d'achat de systèmes avec un entrepreneur principal ?
- Quels sont certains des pièges potentiels? Que peut faire l'entreprise pour se protéger de ces risques ?





Participants au processus d'achat d'entreprise (BBP)

- **La centrale d'achat**
 - Initiateurs
 - Utilisateurs
 - Influenceurs
 - Décideurs
 - Approbateurs
 - Acheteurs
 - Gardiens
 - Principaux influenceurs d'achat
 - Vente approfondie à plusieurs niveaux



+ 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



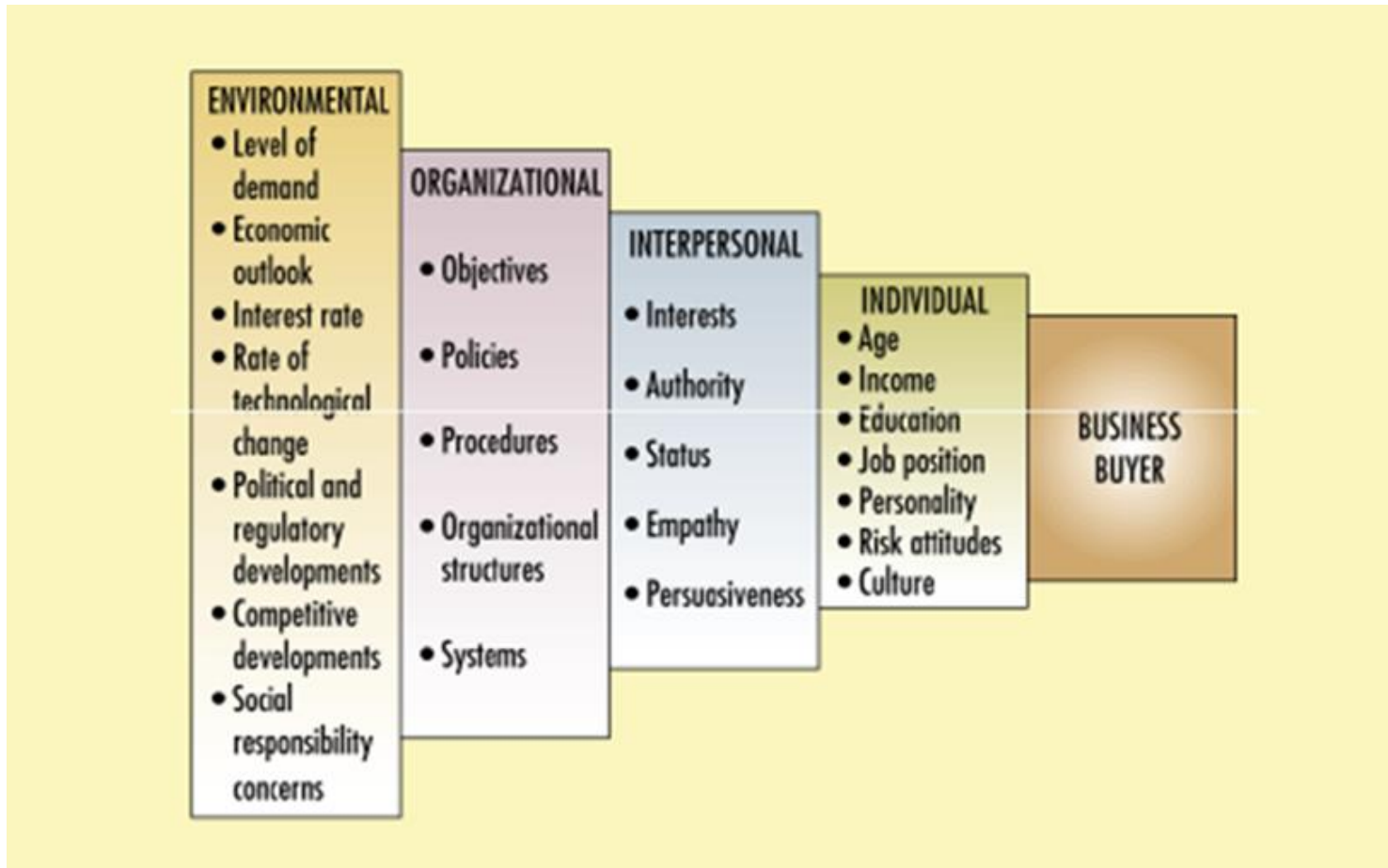
[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com



Figure 8-1 : Influences majeures sur le comportement d'achat industriel



© 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

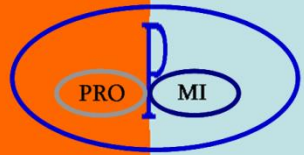


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com

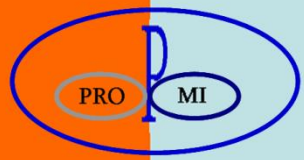




Influences majeures sur les décisions d'achat

- **Facteurs environnementaux**
- **Facteurs organisationnels**
 - Mise à niveau de la Direction des Achats
 - Rôles interfonctionnels
 - Achats centralisés
 - Achats décentralisés de petits articles
 - Achats Internet





Commerce électronique

La page d'accueil e-hub Plastics.com offre aux acheteurs et aux vendeurs de plastiques un marché ainsi que des nouvelles et des informations.



+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

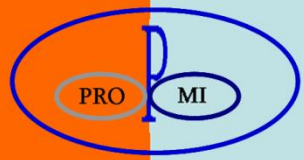


Propmi Strategy & Consulting



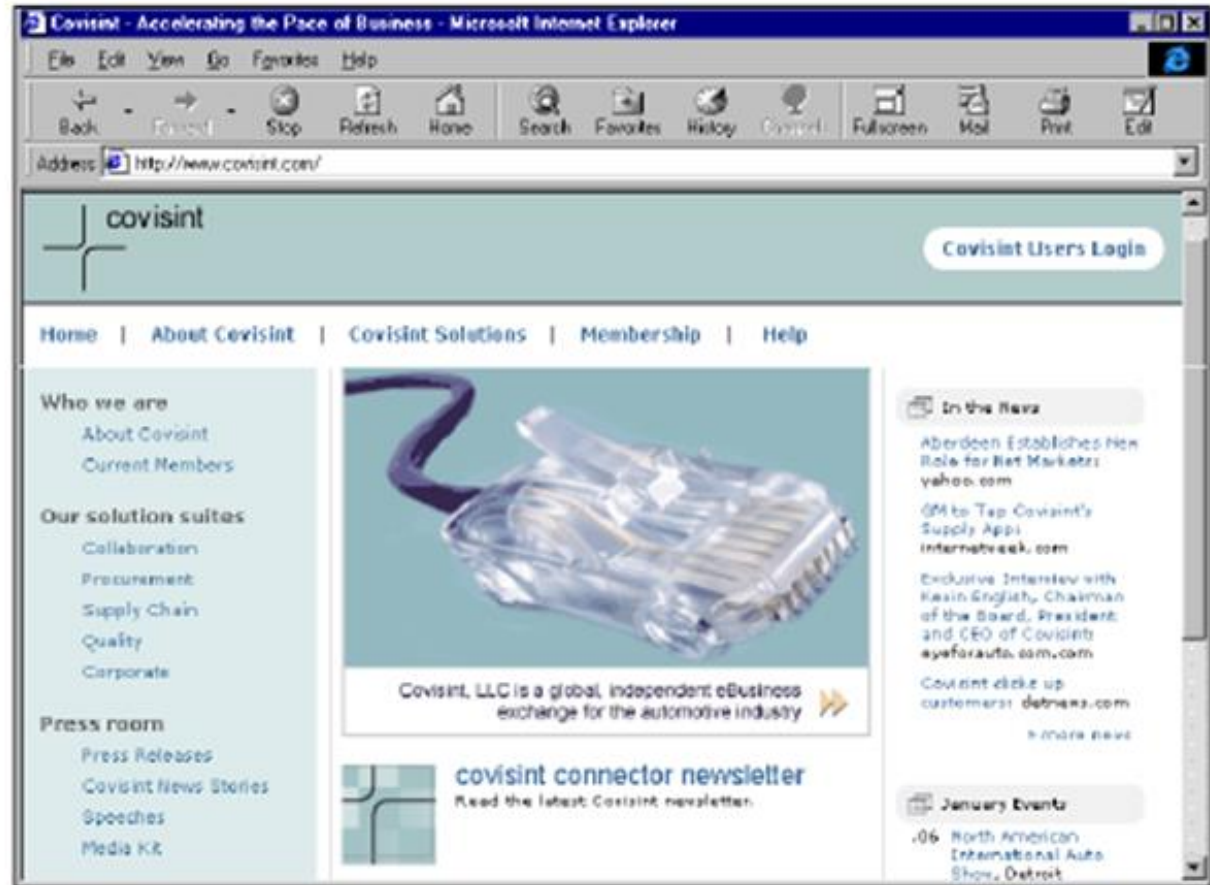
www.propmiconsulting.wordpress.com





Services et informations sur le site Web

Le site Web de Covisint offre à la fois des services et des informations.



+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





Influences majeures sur les décisions d'achat

- Autres facteurs organisationnels
- Contrats à long terme
 - Inventaire géré par le fournisseur
 - Programmes de réapprovisionnement continu
- Achats-Evaluation de la Performance et Acheteurs
- Développement professionnel
- Amélioration de la gestion de la chaîne d'approvisionnement
- Production au plus juste
- Juste à temps





Influences majeures sur les décisions d'achat

- Facteurs interpersonnels et individuels
- Facteurs culturels
 - La France
 - Allemagne
 - Japon
 - Corée
 - Amérique latine





Le processus d'achat/d'approvisionnement :

- Incitation à l'achat
- Trois orientations d'achat de l'entreprise
- Orientation d'achat
- Marchandisation
- Multi-sourcing
- Orientation achats
- Planification des besoins en matériaux (MRP)
- Orientation en gestion de la chaîne d'approvisionnement



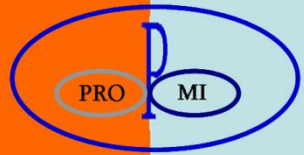


Le processus d'achat/d'approvisionnement :

Types de processus d'achat:

- Produits courants
- Produits à effet de levier
- Produits stratégiques
- Produits goulot d'étranglement



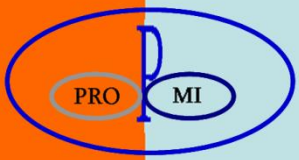


Le processus d'achat/d'approvisionnement :

- **Étapes du processus d'achat**
 - Reconnaissance de problème
 - Description générale des besoins et spécifications du produit
 - Analyse de la valeur du produit
 - Recherche de fournisseur
 - Moyeux verticaux
 - Hubs fonctionnels
 - Liens externes directs vers les principaux fournisseurs
 - Alliances d'achat
 - Sites d'achat d'entreprise
 - Demande de propositions (RFP)



Tableau 8.1 : Buygrid Framework : Principales étapes (Buyphase) du processus d'achat industriel par rapport aux grandes situations d'achat (Buyclasses)



Buyphases	Buyclasses		
	New Task	Modified Rebuy	Straight Rebuy
1. Problem recognition	Yes	Maybe	No
2. General need description	Yes	Maybe	No
3. Product specification	Yes	Yes	Yes
4. Supplier search	Yes	Maybe	No
5. Proposal solicitation	Yes	Maybe	No
6. Supplier selection	Yes	Maybe	No
7. Order-routine specification	Yes	Maybe	No
8. Performance review	Yes	Yes	Yes

© 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

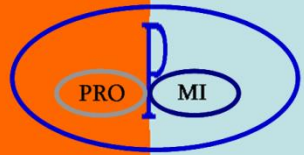


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Le processus d'achat/d'approvisionnement :

- Description générale des besoins et spécifications du produit
 - Analyse de la valeur du produit
- Recherche de fournisseur
 - Moyeux verticaux
 - Hubs fonctionnels
 - Liens extranet directs vers les principaux fournisseurs
 - Alliances d'achat
 - Sites d'achat d'entreprise
 - Demande de propositions (RFP)





Le processus d'achat/d'approvisionnement :

- Sollicitation de propositions
- Choix du fournisseur



Tableau 8-2 : Exemple d'analyse de fournisseur

Attributes	Importance Weights	Rating Scale			
		Poor (1)	Fair (2)	Good (3)	Excellent (4)
Price	.30				X
Supplier reputation	.20			X	
Product reliability	.30				X
Service reliability	.10		X		
Supplier Flexibility	.10			X	
Total score: .30(4) + .20(3) + .30(4) + .10(2) + .10(3) = 3.5					



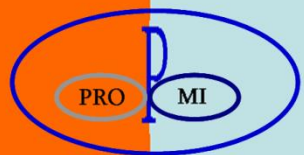


Tableau 8-2 : Exemple d'analyse de fournisseur

Les attributs	Échelle de notation				
	Importance de Poids	Pauvre (1)	Équitable (2)	Bon (3)	Excellent (4)
Prix	.30				X
Fournisseur réputation	.20			X	
Produit fiabilité	.30				X
Fiabilité	.10		X		
Fournisseur La flexibilité	.10			X	
Score total:	$.30(4) + .20(3) + .30(4) + .10(2) + .10(3) = 3.5$				





Le processus d'achat/d'approvisionnement :

- Évaluation de la valeur client
 - Produits de commande courante
 - Produits à problèmes procéduraux
 - Produits à problèmes politiques
- Spécification de routine de commande
 - Contrat-cadre
 - Plans d'achat sans stock
 - Revue de la performance
 - Carte du flux d'achat



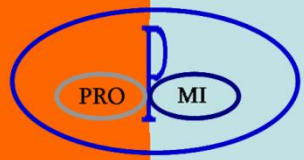
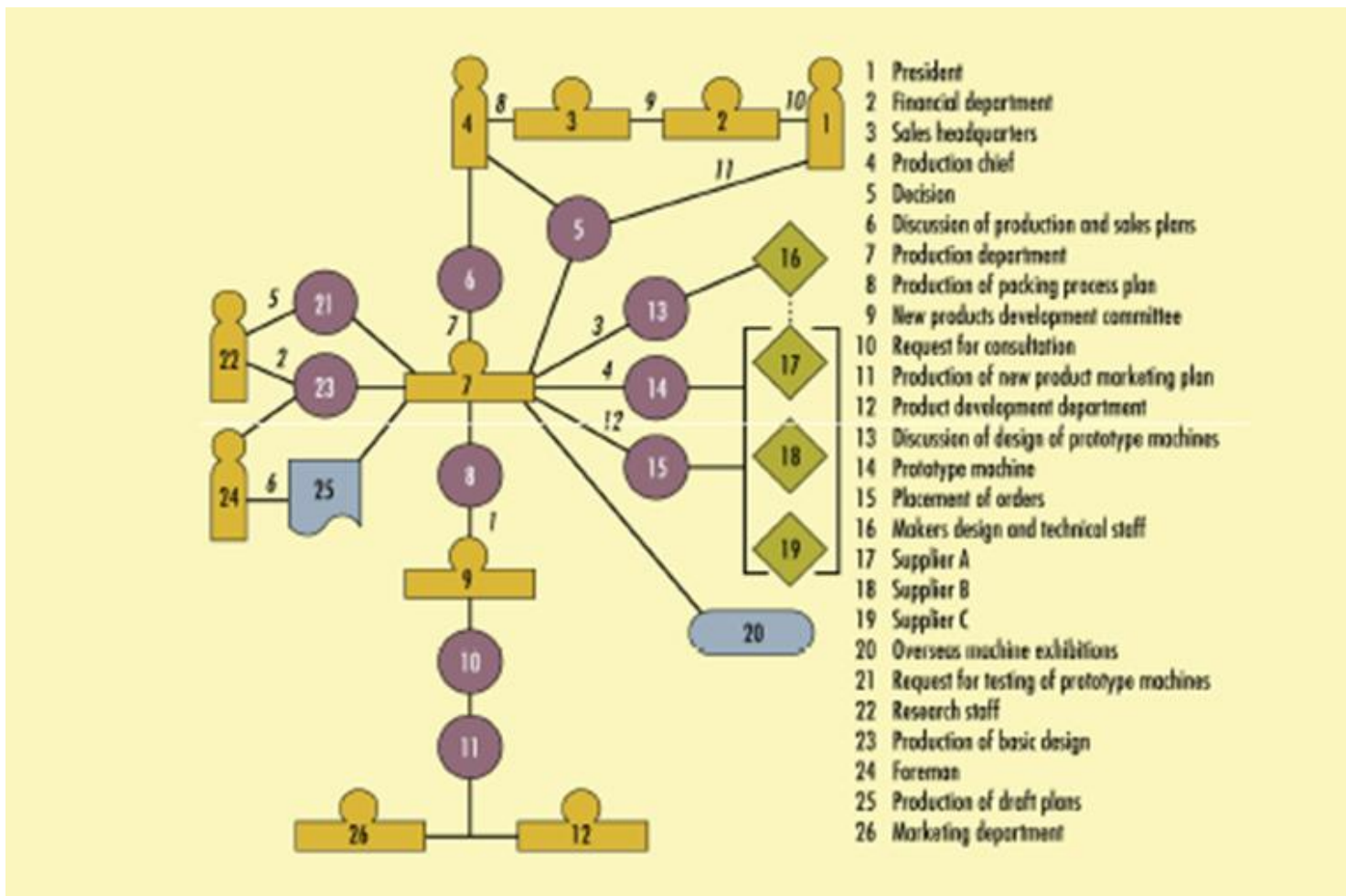
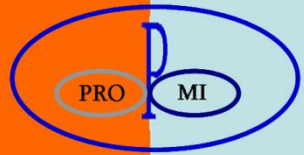


Figure 8-2 : Principales influences sur le comportement d'achat industriel



© Propmi Strategy & Consulting

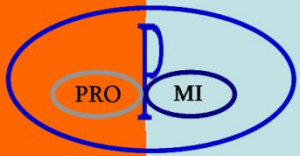




Institutionnel et Gouvernement Marchés

- Institutionnel marché





Des questions & RÉPONSES

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

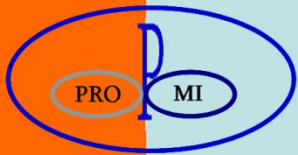


www.propmiconsulting.wordpress.com



info.propmi@gmail.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



+ 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

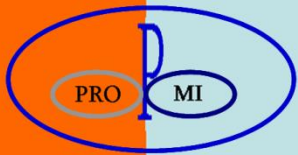


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





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



+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

