

A close-up portrait of Dieudonné Tietse, a man with a warm smile, looking slightly upwards and to the left. He is wearing a dark blue suit jacket, a light blue and white striped shirt, and a red and blue striped tie. The background is a solid blue color.

INTERVIEW
DIEUDONNÉ TIETSE,
L'INFATIGABLE,

Plus de 25 ans au service du management
et du leadership.

INNOVATION:

IWOMIPAY,

La nouvelle solution de
paiement en ligne en Afrique
Centrale

PAROLE D'EXPERT:

TOURISME,

Quand les atouts touristiques
du Cameroun attirent de plus
en plus (Première partie)

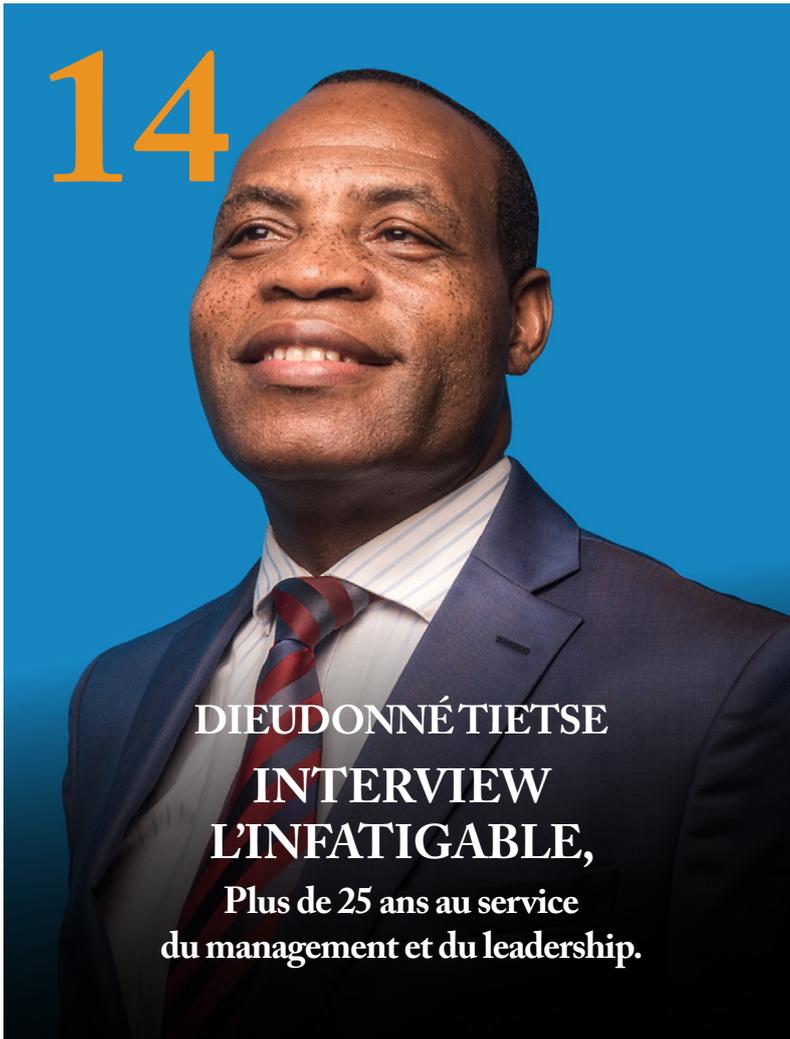
CONSÉCRATION :

RAPHAEL FUTE,

Une sommité
du milieu
des assurances

Sommaire

14



DIEUDONNÉ TIETSE
INTERVIEW
L'INFATIGABLE,
Plus de 25 ans au service
du management et du leadership.

6 **FLASH INFOS**



7 **DECOUVERTE**
LIONEL TCHAFFI,
un Jeune Bâtitseur



PERFORMANCE

Venant G. Pouemi,
un bosseur acharné

8



9 **CONSECRATION**
Raphael Fute,
Une sommité du milieu
des assurances

Sommaire

MANAGEMENT

Le management par les valeurs
comme levier de la performance

21

11

PAROLE D'EXPERT

Quand les atouts touristiques du Cameroun
attirent de plus en plus (Première partie)

26 STRATEGIE & INFLUENCE

Les réseaux sociaux, un atout dans
les stratégies de Relations Publics.



29 INNOVATION IWOMIPAY, la nouvelle solution de paiement en ligne en Afrique Centrale

24 DIASPORA Jules NGANKAM, l'espoir des PME africaines

30 LIFESTYLE Les afterworks : Pourquoi en organiser?



Directeur de publication:

Mérimé Wilson NGOUDJOU

Rédacteur en chef:

Christian Mvom

Conseillère Juridique:

Schneider Kimbeng

Design & mise en pages:

Siloe Agency

Rédaction:

Mérimé Wilson NGOUDJOU,
Christian Mvom, Fabrice TIEN-
TCHIEU, Winnie Nokam Wabo,
Leathicia A. NGOUDJOU

Directrice du Développement:

Isabelle Hubert

Photographie:

Max Mbakop

Contact &

Service commercial:

info@cameroonceo.com

(237) 695869141

(237) 653516931

Immeuble IPN Jaba Space

Bonapriso

Douala – Cameroun

Et demain la CAN

En janvier 2022, le Cameroun va accueillir la 33ème édition de la coupe d'Afrique des nations de football.

L'un des plus grands événements sportifs du continent. Le moins qu'on puisse dire est que malgré les lenteurs observées, les pouvoirs publics sont entrain de réussir le pari des infrastructures.

Les villes qui doivent accueillir les rencontres affiches fières allures en ce qui concerne les infrastructures sportives. Les infrastructures d'accueillent et les structures sanitaires connaissent des améliorations palpables. Au-delà de la compétition, les PME locales ont l'obligation de saisir cette opportunité unique pour se démarquer et faire valoir aux yeux du continent le savoir – faire Camerounais. Pour la toute première fois, 24 nations au lieu de 16 participeront à la CAN.

Au soir de la finale de cette compétition en terre camerounaise, la plus belle victoire devrait venir des créateurs de richesses locaux. Les acteurs du made in Cameroun se doivent d'élaborer les stratégies claires pour profiter de la vitrine qu'offrira la CAN au Cameroun pour impacter l'économie locale. Au-delà du chiffre d'affaires qu'il faudra impérativement gagner, les acteurs doivent se démarquer par la qualité et la disponibilité de leurs produits.

50 ans après la dernière CAN organisée au Cameroun, les attentes sont grands, le génie camerounais a une belle opportunité de s'exprimer et de se dévoiler aux yeux du monde. Il ne faudra surtout pas se loupier. La CAN, c'est demain, il faudra être prêt à frapper un grand coup... ■



Mérémi Wilson Ngoudjou

Dr Fritz Ntonè Ntonè nouveau PCA des ADC

Le président de la république Paul Biya a procédé à la nomination de l'ancien délégué du gouvernement de la ville de Douala comme président du conseil d'administration des Aeroports du Cameroun (ADC). Le poste était vacant depuis le décès en Avril 2021 du patriarche Joseph Dipita Pokossy Ndoumbè. ■



Maviance PLC, une startup fintech basée au Cameroun lève 3 millions de dollars



Maviance PLC, une fintech basée au Cameroun, a annoncé aujourd'hui qu'elle avait clôturé une levée de fonds de 3 millions USD auprès du hub panafricain de paiements numériques MFS Africa, qui rejoint le groupe en tant qu'investisseur stratégique. Avec ce nouveau financement, Maviance prévoit d'augmenter son empreinte sur son marché domestique Camerounais et de s'étendre dans les autres pays de la région économique de l'Afrique centrale (CEMAC). ■

210 milliards de FCFA de chiffre d'affaires pour les assureurs camerounais en 2020

Le président de l'Association des sociétés d'assurances du Cameroun (ASAC) Théophile Gérard Mouloung a rendu public le 25 mai dernier l'information sur le chiffre d'affaires des compagnies d'assurance au Cameroun. Au total 210 milliards de FCFA réalisés pour l'exercice 2020 contre 209 milliards de FCFA en 2019. Le secteur qui a connu une hausse du volume de son activité fait partie des rares n'ayant pas subi les rafles du COV19. ■



LIONEL TCHAFFI, un Jeune Bâtitseur

Par La Rédaction

L est jeune, dynamique et talentueux. Sa vision est haute, son parcours impressionnant. Véritable perle du système éducatif camerounais, Lionel Tchaffi bataille pour que les africains révisent leurs copies sur la façon de profiter des événements marquants de leur vie. À 29 ans bien consommé, ce jeune loup de l'évènementiel qui boxe déjà dans la catégorie poids lourd de ce domaine clé de l'économie, détonne par ses ambitions. Il n'est pas encore au faite de sa gloire professionnelle mais ses réalisations portent des griffes atemporelles. Un paragon de vitalité qui se pique de lecture à ses temps libres et qui en toute discrétion, s'emploie à séduire tous les jeunes mariés de la ville de Yaoundé avec son projet Express Events and Decor.

Son apparence chic et raffinée cache les séquelles d'une enfance bien difficile. Lionel Tchaffi vient de loin. Fils de Thaddée Tchaffi, un modeste homme d'affaires qui a fait fortune dans le tissu dans les années 90 et dont la pratique de l'activité a donné naissance à un carrefour bien connu dans la ville de Ngaoundéré (le carrefour tissu), ce jeune entrepreneur déterminé et hyperactif a toujours su que son étoile finirait un jour par briller. Un esprit habité par une assurance désarmante et une énergie folle, qui s'est fondu assez tôt dans le monde des affaires.

Son parcours académique mérite une attention bienveillante. Après l'obtention de son baccalauréat, il s'inscrit à l'université de Buea où il valide une licence en économie et gestion. Trois ans plus tard, après avoir jonglé entre quelques petits boulots, il décide d'aller s'inscrire à l'université Catholique de l'Afrique Centrale où il obtient un master en Management et Développement des projets. C'est à partir de ce moment qu'il ravive sa flamme pour l'entrepreneuriat. Sa passion pour le décor se transforme rapidement en un combat dévorant, le principal challenge de sa vie. Ainsi, après quelques temps de légitimes hésitations, il se lance en juin 2017 dans l'évènementiel avec le concept Express Events & Decor, une entreprise spécialisée dans le conseil et l'organisation des événements d'envergure. L'aboutissement



d'un travail de longue haleine pour sortir de l'obscurité et de la précarité.

Confiant en son potentiel, Lionel Tchaffi a gardé foi en la force de ses rêves. L'ancien élève du Lycée Bilingue de Ngaoundéré porte désormais haut les couleurs de la jeunesse camerounaise ambitieuse. Un jeune bâtisseur parti de presque rien pour devenir un Roc. ■



Marriage de Coco Emilia par ExpressEventDecor

Venant G. Pouemi, un bosseur acharné

Par la Rédaction.



Il fait partie de ces jeunes lions qui font briller le Cameroun par leur savoir-faire et la passion qu'ils ont de l'excellence. Venant G. Pouemi est un stratège qui, au quotidien démontre des compétences pratiques dans la recherche, la conception et la mise en œuvre d'idées innovantes qui concernent les gens aux marques et créent une valeur durable pour l'entreprise. Ce jeune Business Manager axé sur les résultats, considère que la créativité et le succès sont presque naturels pour les groupes où les gens ont confiance

en leur potentiel. C'est sa modeste expérience au sein des agences de publicité qui a fortifié la conviction de cet expert en communication. Ce talent pur qui fascine par l'étendue de ses compétences, avance actuellement à petit pas, espérant demain faire de grands bonds vers les sommets.

Tous ceux qui ont au moins une fois collaboré avec lui sont unanimes sur un point : Venant G. Pouemi est un homme rigoureux. Le parcours professionnel de ce Planner Stratégique qui allie sens de l'observation et de l'analyse à des ca-

pacités opérationnelles, inspire un mot : l'excellence.

Après l'obtention de son Baccalauréat, il se présente au concours de l'Ecole Supérieure de Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (ESSTIC) et le réussit. Il en sortira Major avec une mention bien, avant de compléter sa formation à l'Université de Poitiers où il obtient une Maîtrise en Management des affaires. Ce brillant parcours académique présage un meilleur destin pour lui.

2010 marque un tournant important dans sa jeune carrière professionnelle puisque c'est l'année où il intègre le groupe McCann Erickson en qualité de Gestionnaire de compte. Trois ans plus tard, il est promu au rang de Planner Stratégique avant d'être en 2015, Directeur de la Stratégie de la compagnie, investi de la délicate mission d'explorer et de planifier des scénarios gagnants et durables pour les clients de l'agence.

Passionné par la publicité, l'ancien président de l'Association des Etudiants en Communication (ASEC) démontre au fil de son travail qu'il n'a pas peur des défis que sa carrière peut lui offrir. Une confiance en soi qui va appeler de nouvelles opportunités.

En 2018, il est nommé Directeur Commercial de la firme avec entre autres missions de guider les développements créatifs offline & Digital. Une tâche qu'il accomplira avec beaucoup de compétences.

En Août 2019, celui qui a une certification en « Finance Islamique » est nommé Directeur exécutif de McCann au Cameroun et au Tchad. En 2021 il rejoint l'opérateur des télécommunications Orange Cameroun. ■

Raphael Fute, Une sommité du milieu des assurances

Par la Rédaction.

L'écosystème des assurances se développe de plus en plus au Cameroun mais, les initiatives, certes nombreuses, n'ont pas encore atteint leur point de maturité car le pays reste en deçà de 5% du taux de couverture. Dans ce milieu qui commande des solutions innovantes pour satisfaire un marché plus que jamais exigeant, Raphael Fute fait figure d'oracle. Le président Directeur Général de la Compagnie Professionnelle d'Assurance (CPA) agit au quotidien pour la transformation de l'univers des assurances au Cameroun. Ce professionnel expérimenté, qui fut président de l'Association des Sociétés d'Assurances du Cameroun, a l'audace atypique des managers qui n'ont pas peur d'exposer leurs ambitions. Une sommité dont la parole est rare mais reste très écoutée.



Le taux de pénétration de l'assurance au Cameroun est « extrêmement faible » soit « moins de 2% en valeur relative » Selon un rapport de l'Association des Sociétés d'Assurances du Cameroun, datant de 2015. La faute sans doute dit – on à ces assureurs qui se précipitent lorsqu'il s'agit de collecter l'argent des usagers mais trainent les pas, lorsqu'advient des sinistres.

C'est pour redorer le blason de cette corporation que Raphael Fute s'est engagé à redoubler d'ingéniosité pour mettre sur pied des solutions innovantes afin de satisfaire ce marché très exigeant. Un travail qui passe avant tout par l'éducation. Il faut

dire que contrairement à un pays comme la Côte d'Ivoire, la culture de l'assurance au Cameroun est encore embryonnaire, mais, le travail des bâtisseurs comme Raphal FUTE augure des lendemains meilleurs pour ce secteur d'activité vital pour le développement du Cameroun. Formé à l'institut des Assurances de Yaoundé, à 70 ans, Raphael FUTE a une vie professionnelle remplie. Ce Senior Manager qui tire cette profession vers le haut, revendique plus de 25 ans d'expérience dans le milieu.

En 1997, cet entrepreneur engagé obtient l'agrément de la CPA (un acteur majeur du sec-

teur, opérant dans la branche dommages du marché camerounais) afin de soutenir le développement économique et social et surtout, mettre son expertise au service de la protection des biens et des personnes contre les risques de la vie. Aujourd'hui, son entreprise séduit par ses performances. Une réussite qu'il doit à la rigueur et au dévouement des collaborateurs et partenaires. ■



kamart



PHOTO D'ENTREPRISE | REPORTAGE
PACKSHOT | PORTRAIT CORPORATE
DIAPORAMA | TIRAGE GRAND FORMAT

Contacts:

+237 675 680 333 / kamart.cm@gmail.com

facebook.com/KamartCorp



Quand les atouts touristiques du Cameroun attirent de plus en plus (Première partie)

KENFACK DONGMO ZAMBOU BRUNO
GUIDE NATIONAL DE TOURISME
N°: 2089/A/MINTOUL/SG/DET/SDAC/SA

Le Cameroun se positionne continuellement comme une destination touristique au cœur de l'Afrique centrale. Son territoire de 475 442 km² à la forme du triangle des Bermudes (évoqué pour représenter ses nombreux sites insoupçonnés, hébergeurs de patrimoines) demeure jusqu'à ce jour un réservoir de sites touristiques, d'attraites et d'attractions touristiques qui lui vaut la dénomination Afrique en miniature. Selon le rapport de "Hospitality Report 2018", le pays a passé le million d'arrivée touristique en enregistrant 1 012 000 de touristes en 2017. Un rapport statistique de la Banque mondiale soutient ce bilan en indiquant que le Cameroun est passé de 573 000

touristes en 2010 à 1 081 000 en 2017. En ma qualité de guide de tourisme agréé par le MINTOUL, je vous fais la confiance des fréquentations croissantes où le guide de tourisme est la principale cheville ouvrière qui garantit la satisfaction des visiteurs et des touristes.

Devenir un acteur dans le domaine du digital, c'est faire le choix important de contrôler les dizaines, centaines voire les milliers d'informations et interactions qui circulent autour de ses marques et produits. Ceci passe par quatre recommandations majeures:

La sanaga-maritime

Située dans la région du Littoral, la Sanaga-maritime est le département limitrophe à la région du Sud Cameroun. Elle

couvre une superficie d'environ 9 311 km². Sur le plan touristique, elle héberge une diversité de potentiels sites touristiques pratique pour les visites et touristes qui souhaitent s'y aventurer. L'attraction majeure ici est le fleuve sanaga qui se prête enfin à la navigation qui ouvre sur de nombreux sites tels que l'île des chimpanzés de Pongo-songo, le lac Tissongo avec sa rive de sable blanc, l'île de Manoka, les cascades de Déhané.

Le second attrait est la réserve Douala-Édéa, vaste de 1 600 km². Elle longe la côte atlantique au sud de Douala sur une distance de 35 km. On y découvre l'église de Marienberg, la toute première église catholique du Cameroun, le lac Ossa (lac aux Lamentins), la plage vierge



de Yoyo et son sable jaune colonisé par de crabes rouges. Cette réserve est un terrain idéal pour la pratique du cyclotourisme. Le visiteur se transporte au milieu de la faune et des plantations de palmiers à huile et d'hévéa, admire avec satiété le fleuve Sanga et ses bancs de sables qui prennent un bain de soleil. Il est également possible de visiter en voiture, mais attention vous devez y aller en saison sèche. Contactez un guide pour vous aider à réaliser vos voyages découvertes avec le moins d'improvisation.

Le Moungo

Le département du Moungo est un immense écrin de verdure qui s'étend sur 3 723 km². C'est un véritable havre de plaisir pour les citoyens de la capitale économique qui y trouve à nouveau un air frais dans un environnement dépaysant où règnent forêts de montagne et plantations agricoles. Le site le plus visité reste les chutes d'ekomnkam (80 m) dans le village éponyme à environ 3 h de route de

Douala. Ce site est aussi célèbre pour avoir été le lieu de tournage d'une partie du film Greystoke : La légende de Tarzan, le Seigneur des Singes du réalisateur Hugh Hudson. Pendant la visite, on peut avec un peu de chance rencontrer un guide local qui fût engagé comme porteur de matériels à l'occasion.

Nous parlerons également d'agrotourisme avec la plantation de poivre blanc de Penja qui ouvre ses portes aux visiteurs désireux de connaître l'histoire de leur joker en cuisine. Les femmes et les cuisiniers adorent ce moment du voyage qui expose sur le poivre de la pépinière à la commercialisation.

Le Mont Manengouba, haut de 2 411 m est le terrain de marche de nombreux Trekkeurs (amoureux de trek). Il présente deux routes :

- la route de Mbouroukou par Melong, qui permet de passer la nuit dans un hébergement en montagne. Pendant le trek, les participants découvrent le campement mbororo à 1 900 m avant de finir l'activité par la découverte des mystérieux lacs jumeaux : mâle et femelle.

-La route de Pôola par Nkong-samba permet aux Trekkeurs de découvrir un village de petits planteurs qui exploitent de petites superficies sur les terres fertiles du Mont. La marche finit par l'arrivée au sommet du mont (2 211 m) avec pour récompense une vue imprenable sur le Mont Nlonako et le département. Le Mont Nlonako, haut de 1 800 m, il s'ouvre au trek qui permet de visiter d'une part les vestiges du village Ngalmwa (village du Prince Ndédi Eyango). D'autre part, les visiteurs découvrent deux cascades qui se prêtent à la baignade. Je ne saurais finir sans évoquer le lac Minono, une eau claire et poissonneuse idéal pour le snorkelling, le lac Mami wata riche par sa diversité de reptiles et la plantation de fleurs.

L'Ouest

La région de l'ouest reste la plus fascinante des régions touristiques à mes yeux, car elle est un véritable agrégat de sites visitable en toute saison si on se fait accompagner des services d'un conseiller séjour. Parlons



du tourisme culturel avec ses nombreuses chefferies et places de marché local inscrites au programme touristique la route des chefferies. Les visiteurs découvrent la vie des communautés depuis leur origine à travers le passage dans les cases patrimoniales à thème. On peut citer : les chefferies Bamendjinda, Bamougoum, Bapa, Bamendjoun. Nous n'oublions pas de citer le sultanat de Foumban qui offre de découvrir le palais du sultan Njoya ainsi que son nouveau musée d'une architecture qui sort de l'ordinaire. Une balade dans les marchés entraîne les visiteurs à la découverte des galeries d'art et des savoir-faire locaux. On va citer la rue des artisans de Foumban, le marché d'art de Dschang, la galerie d'arts de Bafoussam...

Situé sur la chaîne de montagne du Cameroun, l'ouest est aussi idéal pour l'écotourisme à travers les treks sur les sommets tels que le Mont Bamboutos, troisième haut sommet du Cameroun avec 2 740 m, le Mont Batcha 1 900 m, le col de Batié, le Mont Bapit et son lac de cratère à 1 700m. À cause de son relief, la région est prolifique en chute d'eau, de grottes et de lacs qui se prêtent à la découverte. Les chutes Mami wata de Fongo-Tongo célèbre pour

sa hauteur, ses rites culturels et culturels et la traversée de sa forêt sacrée. Les chutes de la Méché qui est à la fois un site de mémoire, un site culturel et culturel. On y raconte l'histoire de la fin de commandant Outard et l'exécution des nationalistes. Les chutes de Tsinkop à Dschang, les cascades de Kectosop à Batoufam...

Le lac Baleng est une émeraude au fond du village éponyme. C'est un lieu vivant de rites culturels où les locaux viennent faire purifier leur âme par une prêtresse. Le lac Ndoupé est un autre lac de Baleng perdu au milieu des plantations paysannes saisonnières. Les visiteurs y retrouvent un calme thérapeutique. Les grottes Ndem-mvoh, sont un couple : mâle et femelle

qui abritent des sanctuaires rituels du village Fongo-Tongo. Une belle chute décor la grotte mâle créant en aval un bassin d'eau propice à la baignade selon la saison. Les grottes de Fovu, lieu sacré du village qui accueille les personnes désirant purifier leur âme. Il s'agit d'un site de pierres granitiques gargantuesques qui s'étale sur un important périmètre.

L'originalité de la région de l'ouest déjà riche en hébergement, c'est l'existence des cases d'hôtes qu'on peut trouver dans certaines chefferies. Ceci donne la possibilité de résider au sein de la chefferie, partager son quotidien le temps de son séjour. Je citerais les cases d'hôtes de Foto, de Batoufam, de Ntsingmeu...

La région dispose de nombreux hôtels recommandables tels que le ressort de Petpenoun, le Tagidor Garden, la Vallée de Bana, la villa Boutanga, l'hôtel Zingana...

Voilà jeté en pâture, un échantillon de l'argumentation qui pourrait expliquer la croissance de l'activité touristique au Cameroun. Toutefois, il convient de souligner l'existence des organisateurs de voyage et guides qui brassent toute cette diversité en symphonie pour une satisfaction garantie des voyageurs. ■



A portrait of Dieudonné Tietse, a man with a warm smile, looking slightly upwards and to the right. He is wearing a dark blue suit jacket, a light blue and white striped shirt, and a red and blue striped tie. The background is a solid blue color.

DIEUDONNÉ TIETSE L'INFATIGABLE,

Plus de 25 ans au service
du management et du leadership.

Il fait partie des plus grands, au-delà de ses bels accomplissements, il demeure un entrepreneur humble et passionné par son travail. Dieudonné TIETSE à travers le groupe PANESS qu'il a fondé en 1994 a grandement participé aux succès de plusieurs entreprises et à la transformation de plusieurs managers au Cameroun et en Afrique francophone. Interview exclusive.

Propos recueillis par la Rédaction.

Vous êtes aujourd'hui l'une des plus grandes figures de l'univers de conseil en management en Afrique francophone. Comment avez-vous bâti votre notoriété ?

Le métier de conseil, je l'ai embrassé dès mon plus jeune âge. Au lycée, je m'étais rendu compte que la tendance de beaucoup de mes camarades de classe était souvent de venir vers moi prendre des compléments d'information puisque j'étais passionné de lecture et de recherche. Il me souvient d'ailleurs qu'à cette époque, je m'offrais toujours le plaisir de trouver le livre que les enseignants utilisaient, ce qui contribuait à tisser des liens étroits avec certains enseignants et m'ouvrait par ricochet les portes de leurs bibliothèques. Quand j'arrive à l'université c'est pratiquement la même tendance. J'étais souvent sollicité par les étudiants de classes supérieures pour des accompagnements en bureautique. Cette passion du partage, je la tiens de mon professeur d'économie de Terminale (Bouyom Emmanuel) et de mon professeur d'organisation d'entreprise de l'École normale (Dr TEJI). Lesquels m'ont presque tenu la main tout au long de mon cursus académique. En 1994, je lance le cabinet PANESS qui deux ans plus tard, propose ses premières formations en Secrétariat, Gestion des ressources humaines et Ingénierie pédagogique. C'était dans un petit bureau d'environ 25 m² au Foyer du Marin à Douala. Nous sommes partis de très loin. Nous avons surmonté des difficultés immenses, avec des risques d'écroulement, pour arriver à ce stade en 27 ans. Voilà pour ce qui est de mes débuts. On a fait des progrès importants et le chemin reste encore long dans cet environnement hostile que nous vivons.

Pour traverser ce long fleuve, nous avons opté de travailler prioritairement sur 04 leviers : LA CREATIVITE, L'EXCELLENCE OPERATIONNELLE, L'ECOUTE CLIENT ET LE SUIVI. Ces 04 piliers nous ont permis chaque fois, d'adresser la problématique de l'entreprise de façon beaucoup plus précise et d'accompagner cette problématique d'un ensemble d'outils pratiques, de suivi et d'évaluation. En gros, on se rassure que les outils et méthodes sont effectivement mis en œuvre et que cela produit des résultats. Pour nous, la formation est une solution.

Le second élément qui a joué en notre faveur, c'est le partenariat avec Dale Carnegie, un cabinet de réputation mondiale, extrêmement exigeant en matière de méthode de travail, d'approche de développement et surtout de retour sur investissement. Etant donné qu'ils exigent un retour sur investissement de 272% sur 03 années après chaque action, nous sommes obligés d'être rigoureux et très professionnel pour garder le partenariat.

Pour cela, un accent est mis sur le professionnalisme et le pragmatisme de nos intervenants que nous certifions avant d'envoyer chez les clients, pour nos produits phares. La sélection de nos intervenants se fait sur la base de ce qu'ils ont comme bagage intellectuel (le plan théorique), de l'expérience (pratiques professionnelles) et surtout des attitudes et comportements (exemplarité). Vous savez qu'un adulte qui se présente dans une salle de formation ne veut pas de la théorie, il arrive avec des préoccupations immédiates et précises pour lesquelles il attend des solutions. C'est cette philosophie que nous mettons dans la tête, le cœur et les muscles de nos consultants.

Je crois que c'est cet ensemble de méthode qui nous a permis

d'asseoir une certaine notoriété dans quelques domaines. Je crois pouvoir dire aujourd'hui sans risque de me tromper que, sur le plan de tout ce qui est cadrage stratégique des entreprises, plans des organisations des effectifs, développement et mise en place des outils de gestion de compétences, gestion des performances, nous sommes véritablement assis.

Toutefois, précisons surtout que notre domaine de prédilection de tous les temps, demeure le management et le leadership. Quand vous parlez de management et de leadership chez PANESS, c'est comme si vous étiez dans l'ADN même de PANESS. Parce que nous n'avons qu'une seule conviction, c'est que si l'Afrique, avec son énorme potentiel ne parvient pas à décoller véritablement, c'est parce qu'on n'a pas la masse critique de managers et de leaders qui ont permis à d'autres continents (moins nantis en potentiel naturel) de prendre leur envol. C'est pour cela que notre créneau aujourd'hui et pour les 10 prochaines années, c'est de contribuer à bâtir cette masse critique de bons leaders et de bons managers qui vont contribuer à provoquer des développements durables et soutenus, par des changements positifs au sein des organisations, à tous les niveaux de la société africaine de demain, des quartiers jusqu'au sommet des ETATS. C'est un rêve que nous caressons et qui justifie ma propre existence sur terre.

À la base, vous êtes enseignant diplômé de l'ENSET. Comment vous vous êtes retrouvé dans les affaires ? Comment s'est opérée la transition ?

Honnêtement, j'ai toujours été dans les affaires tant et si bien que les contraintes de famille



participant, je m'évertuais déjà à trouver de quoi payer mes cahiers, depuis la classe de CE2. Quand j'étais en CM2, je pouvais aider ma maman, en contribuant pour la scolarité parce que je voyais bien qu'elle avait toute la volonté du monde, mais pas de moyens suffisants. Je suis, à la base, quelqu'un d'un peu indépendant, qui n'aime pas trop demander et trop dépendre des autres. Alors, la meilleure façon de confirmer et d'asseoir cette indépendance, c'est d'avoir ses propres ressources. C'est pour cela que plutard, étant étudiant, les vacances me permettaient de faire du petit commerce pour assurer mon indépendance. Pour ce qui est du métier d'enseignant, j'ai choisi l'enseignement parce qu'il devait me permettre de faire certaines choses. Un enseignant est en règle générale plus libre et toujours en activité intellectuelle. Pour des raisons diverses, j'ai fini par choisir l'entrepreneuriat.

J'ai donc quitté totalement la fonction publique pour réaliser quelque chose dans laquelle je me sens plus utile, plus à l'aise et bien motivé. En vérité, avec l'enseignement dans les lycées, je perdais le contact avec les adultes et le monde de l'entreprise que j'ai toujours rêvé de servir. Ainsi j'ai choisi de mettre mon talent au service des organisations et des cadres africains, véritables leviers d'émergence économique du continent. Une contribution à cette cause est plus motivante pour moi. J'ai donc opté pour ce combat qui devient ma vraie mission de vie.

Vous avez créé Paness Conseil en 1994. 27 ans plus tard, quels sont vos plus grands accomplissements avec cette entreprise ?

PANESS, est la concrétisation de mon rêve d'enfance. A sa création en 1994, il s'appelait

PEB (PANAFRIQUE ELECTRO BUREAUTIQUE, ndlr). À ce moment-là, je suis étudiant et ma cible c'était les étudiants et chercheurs qui devaient produire des mémoires ou des thèses. Mes premiers investissements étaient constitués d'un photocopieur, un micro-ordinateur, une petite imprimante canon portable et quelques outils. J'ai traité et imprimé les mémoires et les thèses d'un nombre important de personnes prospères de ce pays. Elles ne m'ont pas hélas, donné la permission de donner leurs noms ici. PANESS lui-même s'est créé avec une mise au départ de moins de 500 000 FCFA provenant de mes épargnes. Ensuite mes amis m'ont rejoint et nous avons mis en place un partenariat qui continue à démontrer ses atouts.

Aujourd'hui, nous avons un département informatique, un département conseil, et puis on a créé un parcours de forma-

tion certifiante des formateurs, un parcours de formation en management opérationnel, un parcours de formation en management stratégique. Nous avons mis en place un système de gestion des performances, un progiciel intégré de gestion des ressources humaines et de management.

Nous avons renforcé le puissant Dale Carnegie qui nous a donné à gérer l'Afrique Centrale et de l'Ouest, ce qui explique en partie notre expansion régionale. Il faut ajouter à cela, les journées nationales du management (JNM) que nous organisons depuis quelques années et qui drainent une bonne brochette de cadres africains. Le prochain challenge reste le Forum des Entrepreneur et Manager Afrique Centrale (FEMAC) qui va contribuer à impulser à sa manière l'intégration régionale.

En somme avec plus de 4 000 managers et 800 cadres décideurs que nous avons formés ainsi que les 150 coachés individuellement, je pense qu'il y a de quoi avoir encore de l'espoir.

Maintenant on peut se demander si sur le plan financier on a rencontré le même succès. Je dirais qu'on a progressé, car on est passé d'une entreprise qui faisait 500 000 FCFA de chiffre d'affaires à une entreprise qui fait quelques centaines de millions de FCFA de chiffre d'affaires (voire 03 fois plus si on intègre toutes les activités du groupe). Cela ne veut pas dire qu'on est milliardaire, sauf à confondre le chiffre d'affaires et le bénéfice. Ce sont des sujets à prendre avec beaucoup de pincettes parce qu'après, ça peut créer des frustrations par ci et par là.

Mon but n'est pas d'être un mil-

liardaire, mais, de donner une véritable satisfaction aux cadres d'entreprise, aux employés, aux entreprises. Il faut ensuite construire quelque chose de pérenne pour que mon indisponibilité ne sonne pas le glas de cette aventure.

A travers notre modèle de partenariat, nous voulons effectivement contribuer à enclencher un processus qui permet aux africains de comprendre qu'on gagnerait à travailler ensemble à travers des partenariats saints, car cela n'appartient pas qu'aux autres.

Qu'est ce qui a moins marché ?

Ce qui a vraiment moins marché c'est les retours sur investissement dans les entreprises. Je ne pense pas qu'on les a vraiment atteints. Il y'a des entreprises



INTERVIEW

dont on se demande souvent si elles étaient vraiment dans le besoin lorsqu'elles nous ont contacté. Ce qui n'a pas marché, c'est notre expansion, parce que chaque fois vous faites deux pas en avant, il faut également faire un pas en arrière. Je crois qu'à côté de cela, on peut aussi parler de difficultés conjoncturelles, politiques, voire humaines. Trouver de vrais partenaires dans les autres pays a été très compliqué pour notre métier de conseil. C'est pourquoi la technique n'est pas un problème parce qu'on peut donner facilement la technique aux gens. Le plus difficile c'est d'avoir quelqu'un qui ait une ouverture d'esprit, qui soit intègre, qui veuille apprendre, qui ait envie de grandir et qui soit prêt à faire des sacrifices.

D'où vient l'idée des journées na-

*tionales du management (JNM) ?
Quel bilan faites-vous des différentes éditions ?*

Quand j'ai commencé à faire de la consultation, c'était beaucoup plus pour les entreprises multinationales (TOTAL, EXXOM MOBIL, TEXACO, SHELL). Je découvre alors qu'en matière de technique de management, elles ont une certaine longueur d'avance sur les entreprises locales. Les gens ne savent pas que dans le domaine du management, il y'a de la technique lourde, des percées et des innovations inédites qui ne figurent dans aucun livre. J'ai rapidement compris que le décalage entre le niveau de performance de nos entreprises et le niveau de performance des entreprises occidentales, risquait davantage se creuser si nous ne faisons rien.

Puisque je n'avais pas la possibilité ou le droit de prendre les outils des firmes multinationales pour présenter aux entreprises nationales, alors j'ai lancé ce forum d'échange d'expériences entre praticiens du management. Le but était de mettre en relation ceux qui se cherchent avec ceux qui ont réussi. Voilà l'origine du concept. On est passé de 45 personnes à la première édition en 2006 à 300 personnes à la dernière édition. On espère bien faire quelque chose en 2022 parce que je vois qu'en 2021, le Covid 19 a compliqué les choses. D'ores et déjà, beaucoup d'entreprises ont pris goût à ce concept. D'un côté, on apprend de nouveaux outils et de l'autre, on communique sur son image, on partage son expérience et on enrichit son carnet relationnel. C'est un rendez-vous qui mérite de con-



tinuer et une initiative qui doit se multiplier dans d'autres pays d'Afrique.

Vous êtes un entrepreneur multisectoriel, on vous retrouve dans l'agriculture, l'industrie, la construction, l'éducation, le conseil... qu'est-ce qui vous motive au quotidien ?

La synergie, l'aide, le collectif, c'est la meilleure chose qu'on peut avoir. Je le dis dans les salles de formations et dans les conférences, car je pense que cela manque vraiment aux Africains que nous sommes. Par ailleurs, la meilleure façon de se faire comprendre est de les pratiquer. Avec de bons partenaires et de bonnes synergies, on peut faire beaucoup de chose en minimisant les risques. C'est la raison pour laquelle on a identifié un certain nombre de secteurs dans lesquels on essaie de s'implanter : formation académiques, matériel de construction, agriculture. La plupart sont encore de très petite taille, mais on y croit.

Êtes-vous satisfait de votre parcours, de vos accomplissements ?

Je respecte mon parcours,

même si je ne suis pas encore arrivé à réaliser le rêve de bâtir un groupe solide, on est dans le processus de consolidation. C'est la raison pour laquelle, on s'ouvre aux personnes qui pensent que notre façon de faire et notre rêve peuvent les intéresser. Nous sommes totalement ouverts à ceux qui croient en notre philosophie de partenariat, à tous ceux qui rêvent d'une Afrique puissante, une Afrique qui renaît de ses cendres.

Vous êtes un véritable chantre du digital. Quel est votre vision de l'Afrique numérique de demain ?

C'est très simple. On a raté deux ou trois révolutions. Le digital doit être africain. On n'a pas besoin de beaucoup d'argent pour l'innovation dans le digital. C'est un domaine extrêmement important que l'Afrique doit embrasser. C'est pour cela que chez PANESS, nous avons créé une structure qui s'appelle PANESS DIGITAL CENTER dont le but est de gérer la transformation digitale de PANESS, mais également d'accompagner nos clients dans leur transformation digital. Nous avons d'ailleurs créé 02 écoles supérieures de formation (IHTM et PIST).

Dans ces Business school, on va beaucoup travailler sur les nouveaux métiers du digital. Notons bien que le digital va affecter profondément le contenu des métiers. Il va détruire certains, en créant d'autres. Nous déplorons aussi le fait que nos institutions continuent à former les jeunes dans des métiers qui vont disparaître sous peu. De plus les programmes de formation n'intègrent pas suffisamment les nouvelles exigences digitales. On risque encore d'éloigner les jeunes des préoccupations des entreprises, avec ces formations inadaptées. Dans nos écoles, l'ensemble des filières doivent intégrer le digital comme l'une des dorsales stratégiques et opérationnelles. Nous voulons des jeunes qui vont s'intégrer rapidement et harmonieusement dans les entreprises dès la sortie de l'université. Mais aussi des jeunes ouverts au monde, préparés à innover pour aider nos entreprises à affronter la compétition internationale. Tel est notre crédo.

Tout ceci pour vous dire que l'Afrique doit voir dans le digital, une opportunité. Un nouveau retard dans ce domaine nous coûtera trop cher. Ne nous le permettons pas. ■



ivoire ceo

Le retour.

TRANSFORMONS L'AFRIQUE

-  Cameroun
-  Congo
-  Ethiopie
-  Ghana
-  Nigéria
-  Sénégal
-  Sierra Leone
-  Afrique du Sud
-  Tanzanie
-  Zambie

OUR CEMENT



Construisez l'esprit tranquille


**DANGOTE
CEMENT**

Le management par les valeurs comme levier de la performance

Par Le Cabinet Go Ahead Africa Ltd

Le Management Stratégique consiste à définir et à mettre en œuvre les orientations stratégiques de l'entreprise.



De nos jours, nombreux sont les Managers qui font face à une nouvelle génération de collaborateurs dont les attentes au sujet du travail englobent plus d'équilibre et d'harmonie entre vie professionnelle et vie privée, ainsi que le désir de développement des compétences et d'accomplissement.

Bergery définit le Management par les Valeurs comme étant l'art d'assurer les dynamiques humaines dans l'organisation en développant une puissance collective supérieure à l'addition des seules capacités individuelles. Cette notion peut également être interprétée comme

le fait de mettre les valeurs au cœur de toute action et décision dans l'entreprise. L'objectif étant de recentrer l'organisation sur des principes opératoires communs de manière à renforcer la cohésion organisationnelle.

En quoi est-il bénéfique de Manager par les Valeurs ?

Loin d'être une philosophie managériale, le Management par les valeurs est une pratique managériale à part entière, une approche qui associe les valeurs de l'entreprise à ses objectifs stratégiques. En effet, lorsque les valeurs de l'entreprise con-

cordent avec les conditions de travail, elles favorisent un plus haut niveau de performance.

Dans un contexte mondial hautement concurrentiel, une organisation ne peut plus vivre sans valeurs. Ces dernières participent à la construction de la culture d'entreprise, cette identité porteuse de sens qui désigne les activités et les valeurs communes à l'ensemble des membres d'une organisation et qui permet de booster la qualité de vie au travail.

Comment devenir un Excellent Manager ?



Voici pour vous, quelques Règles d'Or pour passer de la Performance à l'Excellence :

- Évaluez et Accompagnez votre Equipe
- Soyez Clair et Concis lors de la mise en place des Objectifs
- Soyez Exemplaire
- Assumez vos Erreurs
- Sachez prendre du Recul

Comme à l'accoutumée nous vous donnons rendez-vous le mois prochain et vous laissons à titre de réflexion cette belle citation : 'Si j'ai six heures pour abattre un arbre, je passerai les quatre premières à affûter ma hache'

Comment mettre en place une Culture d'entreprise forte ?

La culture d'entreprise se vit, se sent et se ressent plus qu'elle ne se voit.

Nous avons énuméré pour vous quelques astuces qui aideront sûrement à construire une Culture d'entreprise forte :

- Trouvez les valeurs qui vous définissent
 - Institutionnalisez les Team Building
- Ces activités de cohésion d'équipe permettront de consolider votre vision afin qu'elle devienne une vision commune et partagée par toutes les parties prenantes.

- Pratiquez le Recrutement par la Culture d'entreprise
- Il est important dès le processus de recrutement d'identifier les personnes qui partagent ou qui vivent selon les valeurs de votre entreprise ou organisation.
- Promouvez le Développement du Capital Humain

- Inspirez-vous des meilleurs

Comme à l'accoutumée, nous vous donnons rendez-vous le mois prochain en vous laissant cette petite réflexion, tirée d'un proverbe Africain, la Culture est la possibilité même de créer, de renouveler et de partager des valeurs, le souffle qui accroît la vitalité de l'humanité. ■

*Le Cabinet
Go Ahead Africa Ltd.*



IMPACTALKS | SAISON 3



Edition 5

”

ABNORMAL THE NEW NORMAL:

Comment se réinventer

CONFÉRENCIER INVITÉ

30

J U I N

18 h

C M R

17 H

G M T

Hôtel ONOMO



Albert BOUM
DG GULFIN



Investissement

10.000 Fcfa en Ligne

25.000 Fcfa en présentiel



694.564.974 / 699.681.870

677.823.612 / 672.890.150

Suivez-nous



Impactalks

info@gcheadafrica.net

Guy Kamgaing, Fondateur & CEO de StarNews Mobile

Par la Rédaction.

Le potentiel que représente l'économie numérique en Afrique est énorme. Son marché mobile est en plein essor et sa croissance est la plus rapide au monde. Le nombre de téléphones explose, l'accès à internet est de plus en plus large et pourtant, les offres de services à valeur ajoutée sont très peu africanisées. Une opportunité sur laquelle, Guy Kamgaing compte bien surfer. Cet entrepreneur camerounais est le promoteur de StarNews, une plateforme digitale qui permet de créer, de produire et de distribuer du contenu vidéo sur téléphone mobile, aux abonnés qui rechargent leur compte avec du crédit. Une solution panafricaine innovante qui a déjà mobilisé l'enthousiasme des fonds d'investissements et des grands opérateurs téléphoniques. Le 10 décembre 2020, ce professionnel de la téléphonie a levé 1,8 Millions de Dollars (près de 970.000.000 FCFA) dont 1 million de dollars (538 000 000 FCFA) auprès d'Investisseurs & Partenaires (I&P), un spécialiste de l'investissement à Impact dédié aux PME basées en Afrique Subsaharienne. Un financement qui lui a permis d'accélérer son développement dans de nouvelles régions anglophones du continent et surtout, d'enrichir son offre.

Le parcours de cet entrepreneur camerounais qui a travaillé aux Etats-Unis et en Suisse a été construit sur des défis ambitieux. Formé à l'université Pierre et Marie Curie où il obtient une Maîtrise en Mathématiques, avant de compléter sa formation en Etudes entrepreneuriales à la University of California, Los Angeles – The Anderson School of Management (UCLA), Guy kamgaing est un travailleur qui préfère l'action à l'esbroufe. Loué pour son flegme et sa qualité d'écoute, cet ancien élève du collège Dominique Savio qui totalise près de 20 ans dans le secteur de la téléphonie mobile débute sa carrière professionnelle en juillet 1997, comme associé chez Price Water House Coopers. Il sera très vite touché par le virus de l'entrepreneuriat.

En 2001, il fonde Globaltech ventures (un fournisseur d'équipements télécoms) afin de permettre aux opérateurs de développer leur réseau à moind

dre coût. Quelques années plus tard, il investit le champ des logiciels en lançant Mobile XL, le premier navigateur mobile utilisant les SMS



comme support de contenu (avant que les données et Smartphones ne deviennent courants). Echauffé par l'envie de découvrir de nouvelles choses, il décide de mettre son expérience au service du développement des affaires de l'entreprise britannique Acision en 2015, en qualité de consultant. Une aventure qui va l'aider à mieux comprendre le marché africain et de développer son réseau de contacts.

C'est en 2016 qu'il lance StarNews, un réseau de chaînes vidéo mobiles addictives, qui monétise avec succès, le contenu vidéo en Afrique. L'entreprise se positionne donc sur ce créneau unique et spécifiquement adapté au contexte africain, pour débloquer le potentiel du marché de la création de contenus vidéo sur le continent. Une solution panafricaine et innovante, qui très vite, connaît le soutien de nombreux artistes africains de renommée mondiale, parmi lesquels : Fally Ipupa, Davido et Serge Beynaud.

Cet entrepreneur talentueux et expérimenté veut aujourd'hui accélérer sa pénétration dans de nouveaux marchés grâce à ses partenariats avec les opérateurs mobiles mais aussi, produire une grande diversité de contenus locaux de qualité, avec une valeur ajoutée pour les utilisateurs finaux. La plateforme compte actuellement, plus de 5 millions d'abonnés. Un petit exploit qui augure d'un bel avenir pour la firme.

Par son envie, sa détermination et son dévouement au travail, Guy Kamgaing démontre qu'il est en marche vers le succès. ■

Nous vous aidons à véhiculer

de la valeur pour vos clients.

DIGITAL

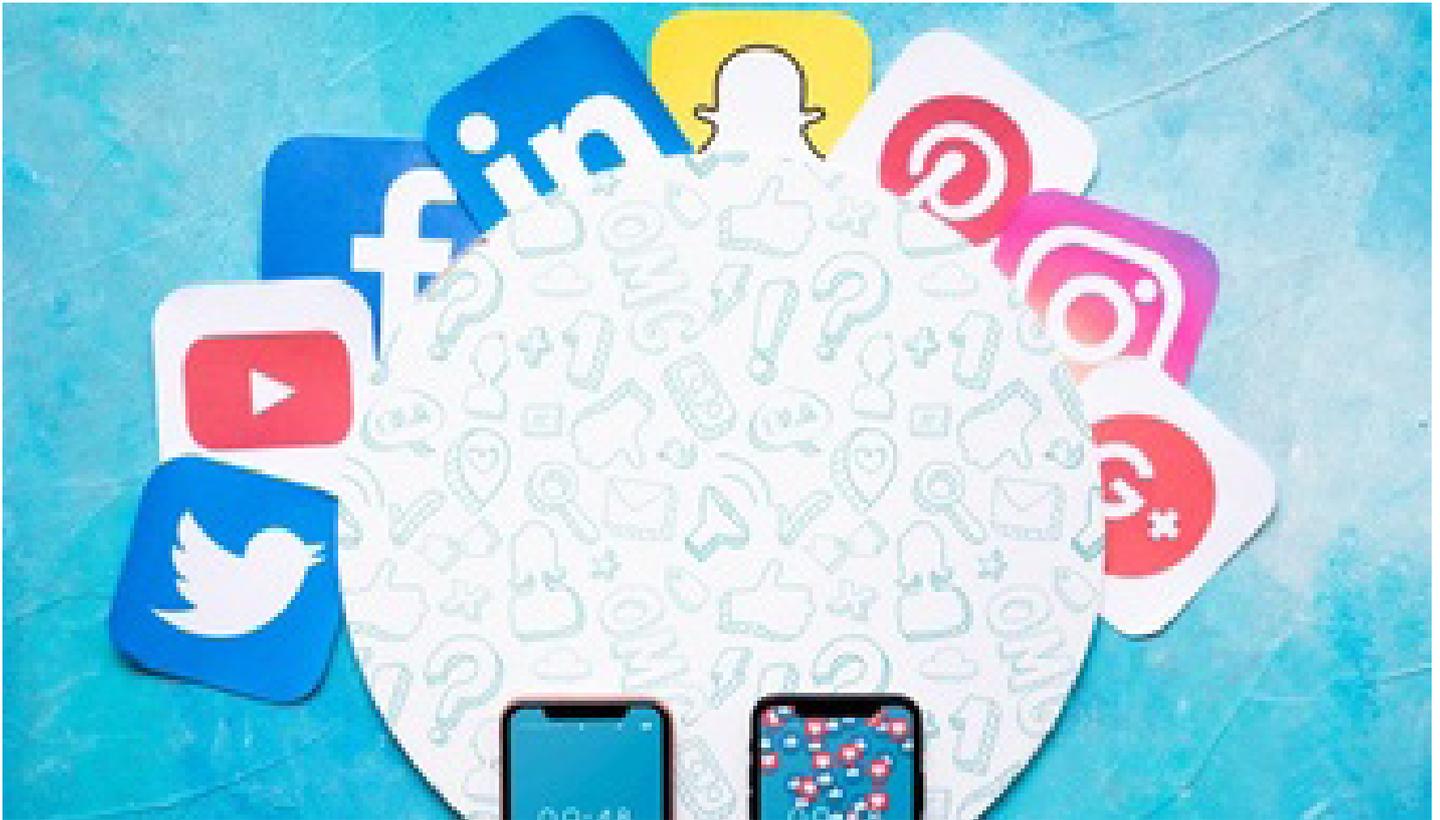
**STORY
TELLING**

**CREATION DE
CONTENUS**

Nous prenons soin de votre marque
en créant le lien avec vos clients.

Les réseaux sociaux, un atout dans les stratégies de Relations Publics.

Communicante au sein d'une entreprise de télécommunications du CAC40, Elodie MBIDA est une professionnelle aguerrie qui maîtrise les domaines de la communication institutionnelle et des relations publics.



Ces dernières années, l'on a observé un développement fulgurant des réseaux sociaux en Afrique, grâce à la démocratisation des coûts de connexion à internet. Avec cette croissance, de nouveaux relais d'opinion apparaissent et tout utilisateur a une infinie possibilité de création de contenus. Ceux-ci deviennent donc de potentiels influenceurs à travers toute l'attention qu'ils drainent sur leurs publications. Cette libéralisation croissante de la parole arrive avec son lot d'opportunités, mais aussi de risques pour les entreprises. Car les usagers des réseaux sociaux s'expriment désormais sur tous les sujets qui les intéressent et distribuent des bons et des mauvais points ; par exemple sur leurs satis-

factions ou non sur un produit, sur l'attitude d'une organisation ou encore d'une personnalité publique. Ainsi, votre image, votre réputation et votre notoriété sont en jeu.

Au Cameroun, bon nombre d'entreprises se limitent encore trop souvent à mettre en place des stratégies RP, pour affronter ce type de problématique. Ce qui ne produit pas toujours des résultats optimums. Dans cet article, nous verrons combien il est judicieux d'intégrer également les médias sociaux dans votre stratégie de relations publics, pour être efficace et atteindre vos objectifs à 360°.

Les professionnels des Relations Publics ont une maîtrise des mé-

canismes de communication, des calendriers rédactionnels et des tactiques à déployer pour atteindre les objectifs de développement et de maintien de la notoriété, de l'image et de la réputation des marques et des entités dont ils ont la charge. Dans le cadre de leurs différents projets communicationnels, ils conçoivent des contenus pertinents et impactants qui sauront intéresser votre public-cible et les diffusent dans un timing idéal. De plus en plus de journalistes, de clients, de collaborateurs, d'investisseurs sont accessibles directement à travers les réseaux sociaux. Ce qui rend plus évident la mise en relation et l'entame de la conversation.

Une propension à la communication en temps réel

Si l'on prend par exemple le cas des relations presse traditionnelles, il est clair que celles-ci permettaient de transmettre une information clé avec précision mais toujours avant ou après la situation ou l'événement pour lequel l'on communiquait. Que ce soit dans le cadre de la mise en orbite d'un produit, d'une conférence ou encore d'une levée de fond, vous deviez impérativement envoyer votre invitation et/ou votre communiqué et/ou votre dossier de presse avant ou après l'événement en question.

Aujourd'hui, les médias sociaux vous donnent la possibilité de transmettre vos informations en temps réel. Votre cible peut ainsi suivre votre actualité en direct et la relayer instantanément à sa communauté, via ses propres supports.

Des réseaux sociaux comme Facebook et Twitter, permettent aux attachés de presse d'initier et d'entretenir les relations avec les journalistes des médias qu'ils ciblent, sans pour autant les importuner. Autre fait notable, ces réseaux représentent aussi un nouveau canal de relance, qui s'avère très utile lorsque les modes de diffusion actuels saturent.

2- Le rôle clé que joue le Social Media Manager

Le digital englobe plusieurs métiers parmi lesquels le Community Management, le Search Engine Optimisation (SEO), le Social Media Management etc. Nous vous conseillons dans un premier temps de faire appel à un Social Media Manager car cet expert en stratégie digitale accompagnera son collègue spécialisé en stratégies RP dans la veille réputationnelle, la veille médiatique ou encore le développement de votre notoriété sur les réseaux. Le Social Media Manager base son travail sur la stratégie Social Media de l'entreprise ; il réfléchit aux objectifs à réaliser, le public cible, les réseaux sociaux à choisir, les contenus (créa) à adopter ainsi que la ligne

éditoriale. Il a également pour job de mettre sur pied des contenus pertinents, pour redresser ou booster l'image de la marque ou de l'organisation pour laquelle il travaille ; et par ricochet augmenter le taux de conversion. Il analyse les résultats de sa stratégie numérique à travers des outils de Web Analytics.

Grâce aux réseaux sociaux, vous pouvez faire parler de vous par exemple en relayant votre actualité, en diffusant des informations pertinentes sur les développements de vos produits, ou encore, en communiquant sur la vie de votre entreprise. Ce qui est davantage intéressant, c'est que vous touchez une population plus ciblée et à même d'être intéressée par vos produits. Enfin, vous avez la possibilité non négligeable de réorienter le public qui constitue votre communauté, vers votre site web et ainsi générer plus de trafic. Pour cela, il faudra travailler autour de quatre composantes :



L'écoute sociale :

Suivi et réponse aux problèmes de service à la clientèle et de réputation sur le web social.

L'influence sociale :

Établir une autorité sur le Web social, souvent par la distribution et le partage de contenu de valeur et/ou engageant.

Les réseaux sociaux :

Trouver et associer des individus et des marques influents et faisant autorité sur le web social.

La vente sociale :

Générer des leads et des ventes à partir de clients et prospects existants sur le web social.

Dans une stratégie de campagne média, les entreprises avec des budgets serrés, peuvent grâce au digital attirer l'attention des journalistes avec un hashtag (des mots clés qui permettent de regrouper un sujet de conversation sur un réseau social comme Twitter ou Instagram par exemple), une bonne communication orchestrée. Vous pouvez également renforcer votre présence en ligne à travers un programme d'employés ambassadeurs en ligne parmi vos collaborateurs, vos clients et vos partenaires. Les réseaux sociaux vous permettent aussi de mettre en place des stratégies de visibilité à moindre coût et très ciblées.

Si vous souhaitez faire du business avec d'autres entreprises (BtoB), le meilleur véhicule que nous vous conseillons est sans aucun doute le réseau social LinkedIn. C'est tout simplement la meilleure plateforme aujourd'hui pour créer son réseau d'affaires et pour faire valoir son expertise pointue. C'est aussi un excellent outil de recrutement et un lieu à privilégier afin de créer et développer une image d'employeur de marque.

A travers leur viralité, les réseaux sociaux sont de puissants outils de promotion pour les organisations qui savent en tirer parti. C'est par exemple le cas de Tiktok, qui est aujourd'hui plébiscité par plusieurs marques pour des campagnes de communications virales. Parmi ces marques qui parient sur Tik Tok, nous pouvons citer Le #MaoamChallenge par Haribo. La marque de bonbons Haribo dont la cible est jeune, ne pouvait pas se passer de Tik Tok pour lancer ses nouveaux bonbons. Nous pouvons prendre aussi le cas du #EyesLipsFace de la marque beauté Elf Cosmetics qui a connu un succès retentissant. Utilisés ensemble, les Relations Publics et les réseaux sociaux produisent des résultats très intéressants, car ils sont tout à fait complémentaires. Ils permettent aux professionnels des relations publics d'être en contact direct avec des influenceurs, des journalistes, des blogueurs. ■

Livres à lire, pour aller plus loin sur le sujet.

Nous avons sélectionné trois livres dont les thèmes abordés oscillent autour de l'article ci-dessus. Des ouvrages qui vous permettront assurément, de vous cultiver tout en vous donnant les outils pour améliorer votre prise en main des réseaux sociaux, dans le cadre de vos missions en entreprise ou en tant qu'entrepreneur.

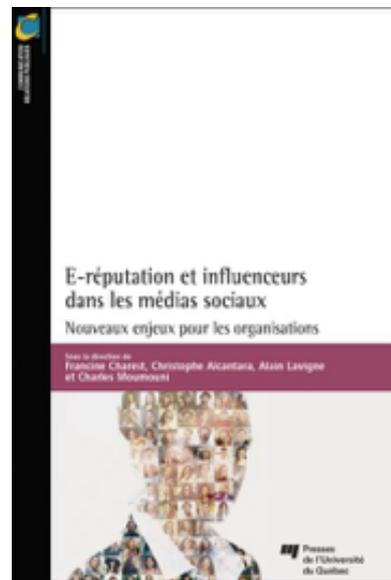
Résumé:

Le capital symbolique d'une organisation peut être profondément marqué, voire déterminé, par les médias sociaux. Jamais la réputation n'a été plus cruciale que dans nos sociétés contemporaines. Dans ce nouveau contexte, quelles sont les bonnes pratiques à adopter pour minimiser le risque que constitue la communication numérique ? Cet ouvrage réunit les réflexions d'enseignants-chercheurs nord-américains et européens issus de disciplines variées et celles de professionnels, d'experts et de praticiens. Offrant un regard pluriel sur les phénomènes d'e-réputation et d'influence, le livre aborde, autant par des articles théoriques que

par des études de cas, la construction et la définition des dynamiques d'e-réputation et d'influence, les cadres juridiques, les pratiques et enjeux qui y sont liés ainsi que les communautés virtuelles et l'innovation. Autant d'entrées possibles pour appréhender de façon opérationnelle les enjeux d'e-réputation ainsi que les influenceurs qui sont à l'oeuvre dans les relations publiques en ligne des organisations.

Caractéristiques détaillées:

Auteur : Francine Charest
Editeur : Presses Université Du Québec
Date de parution : 14/09/2017



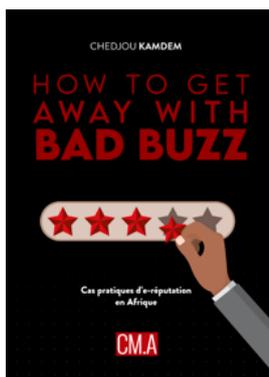
Le grand livre des réseaux sociaux : Toutes les techniques professionnelles sur Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn et Pinterest.

Résumé

Les réseaux sociaux sont l'affaire de tous, plus seulement des community managers. La plupart des entreprises, associations et de nombreux particuliers les gèrent d'ailleurs eux-mêmes, faute de moyens pour faire appel à un professionnel. Tous ces acteurs ont pleinement conscience du potentiel énorme des réseaux sociaux, pour attirer de nouveaux clients, augmenter leur notoriété ou trouver de nouveaux partenaires. Vous êtes une TPE/PME, une association ou un blogueur ? Vous êtes étudiant, responsable communication, community manager professionnel ? Les réseaux sociaux sont essentiels pour développer votre activité ? Alors ce livre vous est destiné ! Illustré d'exemples concrets, il propose une réflexion et des conseils approfondis pour vous approprier et mieux utiliser ces outils numériques. Vous découvrirez les techniques utilisées par les professionnels de la communication digitale, toutes applicables, quels que soient votre niveau et vos objectifs. Une véritable boussole pour mieux communiquer sur les réseaux sociaux et dynamiser votre activité !

Caractéristiques détaillées:

Auteur : Chedjou Kamdem
Editeur : CMA
Date de parution : 08/05/2021



How to get away with bad buzz.

Résumé

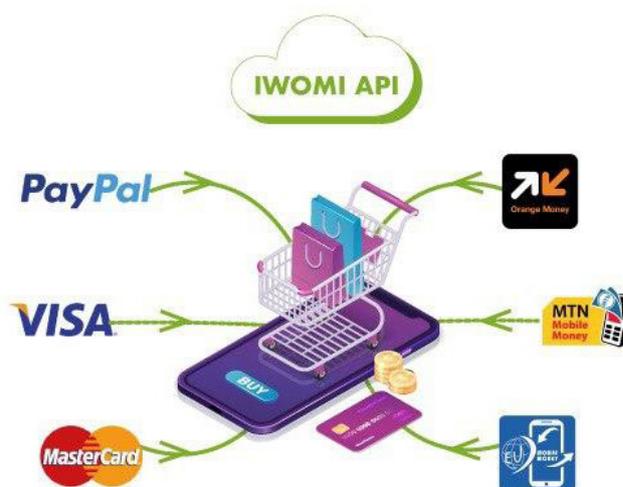
How To Get Away With Bad Buzz est un condensé de cas pratiques de gestion de bad buzz et d'e-réputation en Afrique, ainsi que des conseils ciblés pour gérer efficacement les réputations des pouvoirs publics, des organismes et des personnalités publiques sur le continent. L'auteur illustre tout au long de ce livre professionnel, comment une excellente évaluation accompagnée d'une maîtrise réussie de son e-réputation, contribuent efficacement à créer un climat de confiance et de proximité avec des cibles déterminées.

Caractéristiques détaillées:

Auteur : Chedjou Kamdem
Editeur : CMA
Date de parution : 08/05/2021 ■

IWOMIPAY, la nouvelle solution de paiement en ligne en Afrique Centrale

Par la Rédaction.



Les Fintechs sont en train de révolutionner l'accès aux services financiers à travers le monde. Au Cameroun, plusieurs projets portés par des entrepreneurs ambitieux se démarquent sur la scène nationale et sous-régionale. Un des acteurs majeurs de la Fintech camerounaise, c'est IWOMI Technologies, une start-up basée à Douala et fondée par Collins FOMBA (ingénieur diplômé de l'École Nationale Supérieure Polytechnique de Yaoundé) dont les solutions conçues sont utilisées dans plusieurs pays du continent. Une des dernières innovations de cette jeune entreprise qui célèbre en cette année 2021 ses 5 ans d'existence est IWOMIPAY : une solution sécurisée de cash management.

Dans sa quête permanente de participation au développement de l'inclusion financière en Afrique, l'entreprise IWOMI Technologies a développé IWOMIPAY, une solution sécurisée de cash management permettant aux entreprises d'accepter les paiements de leurs factures en ligne, et instantanément créditées sur leurs comptes bancaires. La plateforme dispose de tous les moyens de paiement disponible dans l'écosystème CEMAC (Mobile Money, GIMAC, Visa, Mastercard, Paypal, etc.). La solution arrive à un moment où le commerce en ligne se développe de plus en plus et où le mode de paiement est une problématique centrale qui n'attend que des solutions contextualisées pour dynamiser le

marché.

Désormais, les entrepreneurs indépendants auront la possibilité de faire payer leurs prestations en ligne juste à partir des liens de paiements que ces derniers enverront à leurs clients. Une avancée considérable qui augure des lendemains meilleurs pour l'écosystème de l'innovation camerounaise. Les promesses d'IWOMIPAY sont la sécurité, la simplicité et la gestion simplifiée des transactions.

Pour réussir son pari, IWOMI Technologies a misé sur les jeunes camerounais talentueux et déterminés à faire la différence afin que le numérique devienne véritablement le principal levier de croissance du pays. ■

Les afterworks : Pourquoi en organiser?

Par Marion Geyres (Moon -group)



Tiré de l'anglais « after-work », signifiant « après le travail », les afterworks désignent les moments, les activités, les réunions et les rencontres professionnelles organisées en dehors de l'entreprise. Populaires, il y a plusieurs bonnes raisons d'en organiser. Nous allons voir ici lesquelles et comment organiser des afterworks réussis.

Les afterworks : plus qu'une tendance entre collaborateurs
Pour commencer, que ce soit pour re-boost-er ses équipes à la rentrée comme ici, pour améliorer la cohésion, se détendre après un gros projet, il faut savoir que les afterworks sont tendances en milieu professionnel.

En fait, faire des afterworks, des soirées conviviales hors des murs de l'entreprise est clairement apprécié par les collaborateurs. Surtout à l'été, à la rentrée... L'idée consiste à aller partager des bières, des verres de vin, un cocktail, un apéritif entre collègues après le travail. C'est un moment chaleureux qui a souvent lieu dans un bar, à la terrasse d'un café. Ces moments resserrent les liens, motivent les

équipes, créent une émulation à moindre coup. Ce sont également souvent des moments qui permettent de faire le bilan, de décompresser ensemble dans un lieu neutre et sympathique.

Pourquoi Les Afterworks Sont Tendance

Par ailleurs, les afterworks permettent ainsi de discuter autrement du travail. De sujets dont on n'a pas nécessairement le temps d'aborder durant le temps de travail. Le contexte plus détendu et moins stressant de l'afterwork sera propice à ces discussions. De plus, cela développe les relations professionnelles entre collègues, cela permet d'être en relation avec ceux avec lesquels on échange moins d'ordinaire. Cela contribue grandement au networking, à

l'agrandissement de son réseau. Surtout si parfois on rencontre ainsi d'autres professionnels de d'autres entreprises. L'afterwork est également un bon compromis pour ceux qui veulent sortir en semaine tout en évitant les soucis liés aux post-soirées trop arrosées.

Pourquoi Organiser Des Afterworks

Il y a beaucoup de « pourquoi » qui motivent les employeurs, les chefs d'équipe à organiser des afterworks – plus ou moins importants. Bien qu'il puisse faire office d'« icebreaker », de briseurs de glace pour les nouveaux venus, l'afterwork a plus de portée que cela. Il favorise le sentiment d'appartenance et l'unité en entreprise. Il est plus aisé de faire connaissance, créer

des liens, débattre ou simplement rire avec ses collègues quand la journée de travail est finie. L'aspect teambuilding, ou comment renforcer l'esprit d'équipe, est indéniable.

Connaître

Les Informations Officieuses

C'est l'opportunité idéale pour en savoir plus sur les coulisses de son entreprise, les futures décisions, l'avancée réelle des projets, les rapports entre collègues, les méthodes de management de telle ou telle personne... Attention cependant à ne pas tomber dans la rumeur et à prendre du recul face aux bruits de couloirs et aux comérages.

Dévoiler Sa Personnalité

Par ailleurs, l'afterwork décomplexé. En effet, au travail, les échanges peuvent ne pas être naturels ou spontanés, ils dépendent beaucoup de la personnalité de chacun. En outre, un respect de hiérarchie, de politesse s'impose.

Les afterworks sont ainsi de bons prétextes pour révéler votre personnalité au grand jour, vos opinions, vos passions, et même votre humour – tout en restant un minimum professionnel !

Se Faire Des Amis Ou Trouver

L'âme Sœur

Participer à un afterwork peut vous amener à faire de belles rencontres, à agrandir votre cercle d'amis ou tout du moins, de connaissances. De plus, qui sait, vous pourrez peut-être même trouver l'amour ! D'après une enquête de l'Ined, 14% des couples français se sont rencontrés au travail.

De surcroît selon OpinionWay en France, 44% des personnes sondées seraient prêtes à se lancer dans une histoire d'amour au bureau.

Comment les organiser

De ce fait, afin que concrètement l'afterwork se fasse et que le salarié ne rentre directement chez lui après sa journée, il faut que le lieu d'afterwork soit proche du lieu de travail.

En fait, comme les afterworks se font sur l'argent des salariés et souvent non via un budget dédié de l'entreprise, il faut être en quête de bons plans. Par exemple, nous vous recommandons les formules « Happy Hour » pour dépenser à moindre coût et rester dans la modération. On s'y retrouve entre petites équipes pour discuter tranquillement.

Clés Pour Réussir Ses Afterworks

Vous savez désormais pourquoi les afterworks sont incontournables au sein d'une entreprise. Pour vous aider à vous lancer, on partage avec vous des clés pour réussir cet événement.

Choisir Le Bon Lieu

N'oubliez pas dans votre organisation que l'afterwork doit bien permettre aux collaborateurs de discuter entre eux, dans un cadre agréable et informel. Nous vous conseillons donc d'oublier les bars bondés avec la musique à fond.

La Fréquence Et Le Choix Des Dates Dans L'organisation Des Afterworks

Ne pas imposer l'afterwork
Les afterworks ont lieu les soirs de semaine, souvent le jeudi. Vérifiez auprès de vos équipes quel jour leur convient le mieux. Concernant la fréquence de ces soirées, tout dépend là aussi de vos collaborateurs. Une fois par semaine ou une fois par mois, n'hésitez pas à leur poser directement la question ! Soit de manière informelle ou via un emailing par exemple.

Ne Pas Imposer La Participation

Les afterworks sont des événe-

ments organisés en dehors du temps de travail. Gardez donc en tête que la participation des collaborateurs doit rester facultative. Certains ne souhaitent absolument pas mélanger vie professionnelle et vie privée ou ne veulent pas participer pour des raisons personnelles. L'afterwork ne doit pas être vu comme une contrainte mais comme un moment agréable passé entre collègues.

Partager un verre est généralement l'activité principale des afterworks. Néanmoins, vous pouvez proposer d'autres animations, un peu comme pour les teambuilding. Les possibilités conviviales sont nombreuses pour renforcer la cohésion et le dialogue en milieu professionnel !

Afterwork digital

Enfin, dans le contexte actuel du Covid-19 et du respect des règles sanitaires, une bonne idée est d'utiliser les leviers de live stream et d'organiser des afterworks digitaux ! Des apéros Skype, Zoom, des moments d'échanges plus conviviaux entre collaborateurs... Même derrière votre écran, vous pourriez être surpris des bénéfices de ce type d'événements ! C'est tout à fait le moment justement d'innover et de rester en lien avec vos équipes ! Vous pouvez aussi faire des Live via Facebook, YouTube, Instagram... Le digital facilite l'accessibilité et la participation de tous.

Nous espérons que vous aurez compris l'intérêt des afterworks, comment les organiser et surtout comment bénéficier de ses avantages en entreprise ! Pour des afterworks et des événements d'exception, n'hésitez pas à contacter les équipes de Moon Group dès à présent !

cameroon **ceo** *awards*

Ensemble célébrons
l'excellence managériale

...bientôt.

Ils ont choisi de bâtir l'avenir!

www.cameroonceo.com



CAMEROON CEO