

# Recrutement d'un cabinet d'études marketing pour l'organisation des sessions stratégiques DMC-Marchés

---

Réponse à l'appel d'offre

Janvier 2025

Offre technique



Préparé par :

Cible Etudes & Conseil

Media Intelligence



# Sommaire

<b>Introduction</b>	<b>3</b>
<b>1. Rappel du contexte et des objectifs</b>	<b>5</b>
<b>2. Notre compréhension du mandat</b>	<b>8</b>
<b>3. Approche méthodologique</b>	<b>11</b>
<b>4. Présentation de l'équipe projet</b>	<b>13</b>
<b>5. Présentation générale du consortium</b>	<b>16</b>
<b>6. Présentation sommaire d'étude similaire</b>	<b>24</b>
<b>7. Contacts</b>	<b>26</b>



# Introduction

## Note d'intention du consortium

### Cible étude & Conseil et Media Intelligence

Nous sommes très heureux d'avoir l'opportunité de soumettre cette proposition en réponse à l'appel d'offres restreint de la Société Générale du Cameroun invitant les cabinets et instituts d'études à l'accompagner dans **l'organisation des sessions stratégiques DMC-Marchés.**

La présente offre technique présente notre compréhension du mandat, nos expériences et nos équipes pour répondre dans la limite du possible au besoin exprimé par la SGCAM.



## Déclaration de groupement

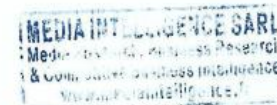


### DECLARATION DE COLLABORATION

#### RELATIF AU RECRUTEMENT D'UN CABINET D'ETUDES MARKETING POUR L'ORGANISATION DES SESSIONS STRATEGIQUES DMC-MARCHES SGCAM

Je, soussigné(e), étant dûment autorisé(e) à représenter Media Intelligence SARL enregistrée au CAMEROUN, déclare par la présente que nous acceptons de coopérer avec le consortium mené par CIBLE ETUDES & CONSEIL pour la procédure d'appel d'offre mentionnée ci-dessus.

Nom de l'organisation/entité	Media Intelligence SARL
Nom et position du représentant autorisé	Rostant Tane Directeur General de Media Intelligence SARL
Pays d'immatriculation	CAMEROUN
Signature	
Date	24/01/2025





1

## **Rappel du contexte et des objectifs**

# 1. Rappel du contexte

## Au niveau mondial

La SGC est un grand groupe européen, l'un des tout premier en matière de services financiers. Présent depuis 155 ans avec plus de 133 000 collaborateurs et présents dans 61 pays avec 30 millions de clients particuliers, entreprises et investisseurs institutionnels, la SGCAM maintient son dynamisme à travers le lancement de son plan stratégique « **Transform to grow** » en inaugurant en Novembre 2018 une nouvelle plateforme de marque portée par la signature qui marque les ambitions de sa croissance durable au service des clients, de l'économie et de la société « **C'est vous l'avenir** ».

## Au niveau du Cameroun

La SGCAM est une banque totalement intégrée au sein de l'économie camerounaise avec 700 collaborateurs, 48 agences et 245 000 clients. La banque est tributaire de nombreux prix et récompenses.

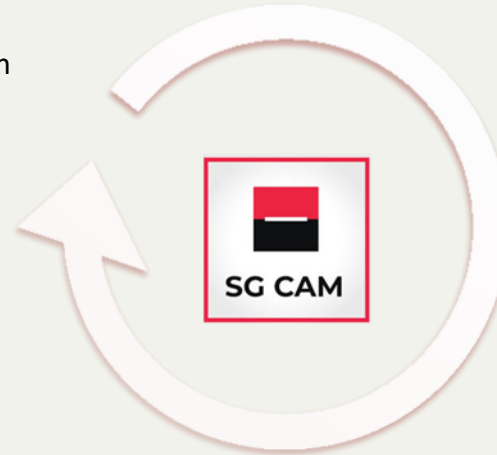
**Depuis plusieurs années, la SGCAM s'est positionnée comme un acteur de référence dans le paysage bancaire, avec des performances d'ensemble solides. Mais depuis quelques années, elle fait face à une concurrence accrue. Dans la poursuite de ses ambitions de croissance durable, la SGCAM sollicite un cabinet d'étude marketing ayant pour rôle d'être un facilitateur stratégique et un accompagnateur opérationnel pour aligner les efforts marketing et commerciaux de la banque et maximiser ses performances globales.**

## 2. Rappel des objectifs

### 1. Accompagner

- Dans l'organisation des sessions stratégiques entre la DMC et la direction commerciale

L'objectif principal est d'accompagner SGCAM dans la formulation et la facilitation de la mise en place des stratégies des directions DMC et Commerciales à travers des ateliers d'encadrement et de partage.



### 2. Présenter

- Un état des lieux du marché bancaire camerounais sur la base de données d'étude déjà recueillies.

### 3. Analyser

- La croissance de la SGCAM vs la concurrence

### 4. Ressortir

- Les recommandations





2

## **Notre compréhension du mandat**



### 3. Notre compréhension du mandat

Nous avons compris que la SGCAM souhaite aligner les efforts de sa direction marketing et communication avec ceux de ses directions commerciales afin d'optimiser les performances globales de la banque. Les deux départements jouent un rôle crucial dans la création de valeur pour la banque. La direction marketing et communication attire les clients et renforce la notoriété de la marque tandis que la direction commerciale convertit ces opportunités en revenus tout en fidélisant les clients.

Nous avons bien compris que dans le cadre de l'organisation des sessions stratégiques entre les directions marketing et commerciale de la SGCAM, l'agence prestataire d'études marketing va permettre d'assurer une coordination efficace, d'aligner les priorités des deux directions et d'aider à définir les grandes orientations stratégiques de la banque.



**Notre mandat consistera à accompagner la SGCAM sur deux volets:**

#### 1. La formulation de la stratégie marketing et commercial

Fournir les éléments qui permettront de formuler ou de préciser la stratégie de SGCAM

#### 2. La facilitation dans l'animation participative

Participer à la rencontre avec les différentes équipes en permettant des échanges faciles à travers des animations interactives.

### 3. Notre compréhension du mandat

Pour se rassurer du succès de l'organisation de ces sessions stratégiques, l'approche s'articulera autour de plusieurs points clés:

**Des ateliers collaboratifs:** A travers des pitches de présentation de l'état des lieux du marché bancaire, d'évaluation de la performance de SGCAM et de l'identification des écarts stratégiques.

**Des brainstormings guidés:** En procédant à des constructions collaboratives des priorités stratégiques de la SGCAM et des propositions de solutions opérationnelles adaptées.

**Des exercices pratiques:** En proposant des plans d'action concrets pour chacun des départements.

**La mise en place d'un tableau de bord commun de suivi des engagements:** Pour suivre efficacement les actions qui vont être définies.

**Finalité:** Constituer une feuille de route stratégique alignée sur les priorités de chacune des directions (DMC et commerciales)

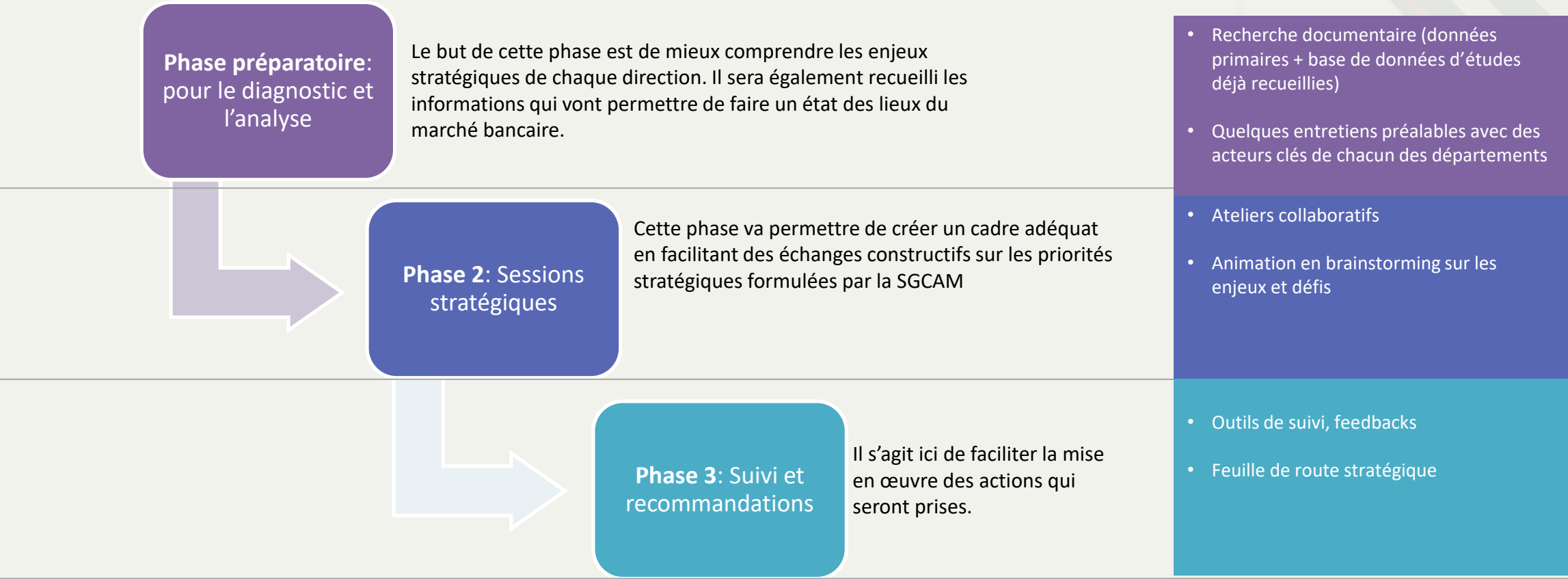


3

## **Approche méthodologique**

# 3. Approche méthodologique

Nous proposons un accompagnement qui pourra se dérouler en 03 phases





4

## **Présentation de l'équipe projet**

## 4. Présentation de l'équipe projet

Une équipe d'experts mobilisée pour cet accompagnement...

Personnel clé



**Bernard NDZOGOUE'**

Directeur Technique Centrale  
**Cible Etudes & Conseil**

Expert en management des organisations avec plus de 30 ans d'expérience en évaluation et renforcement des capacités institutionnelles, en diagnostic, organisation, plan de développement et plan de suivi des entreprises.



**Rostant TAGNE**

CEO & DG  
**Media Intelligence**

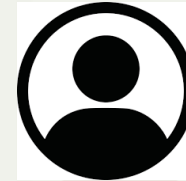
Expert senior en intelligence stratégique et marketing avec 17+ ans d'expérience dans les médias et l'intelligence économique en Afrique. Fondateur et Directeur Général de Media Intelligence SARL, a dirigé 300+ projets dans 17 pays.



**Redford Mounkala**

Responsable Etudes marketing  
**Cible Etudes & Conseil**

Expert en études et recherche marketing avec plus de 10 ans d'expérience.



**Marius TIOGNOU**

Chargé d'études  
**Media Intelligence**

Expert en intelligence stratégique et competitive, plus de 10 ans d'expérience.

## 4. Présentation de l'équipe projet

Une équipe d'experts mobilisée pour cet accompagnement...

Personnel d'appui



**Jessica BELLA**

Chargé d'études  
**Media Intelligence**

Plus de 03 ans d'expérience en étude sur le digital et tracking.



**Julienne ABOGO**

Chargé d'études  
**Cible Etudes & Conseil**

Plus de 03 ans d'expérience en étude et recherche marketing.





5

## **Présentation générale du consortium**

## 5. Présentation Générale du consortium

### Groupe Cible: Qui sommes nous ?

---

Crée en 1987, le Groupe Cible est un bureau d'étude de droit camerounais à vocation internationale.

Le groupe Cible est composé de quatre grandes entreprises:

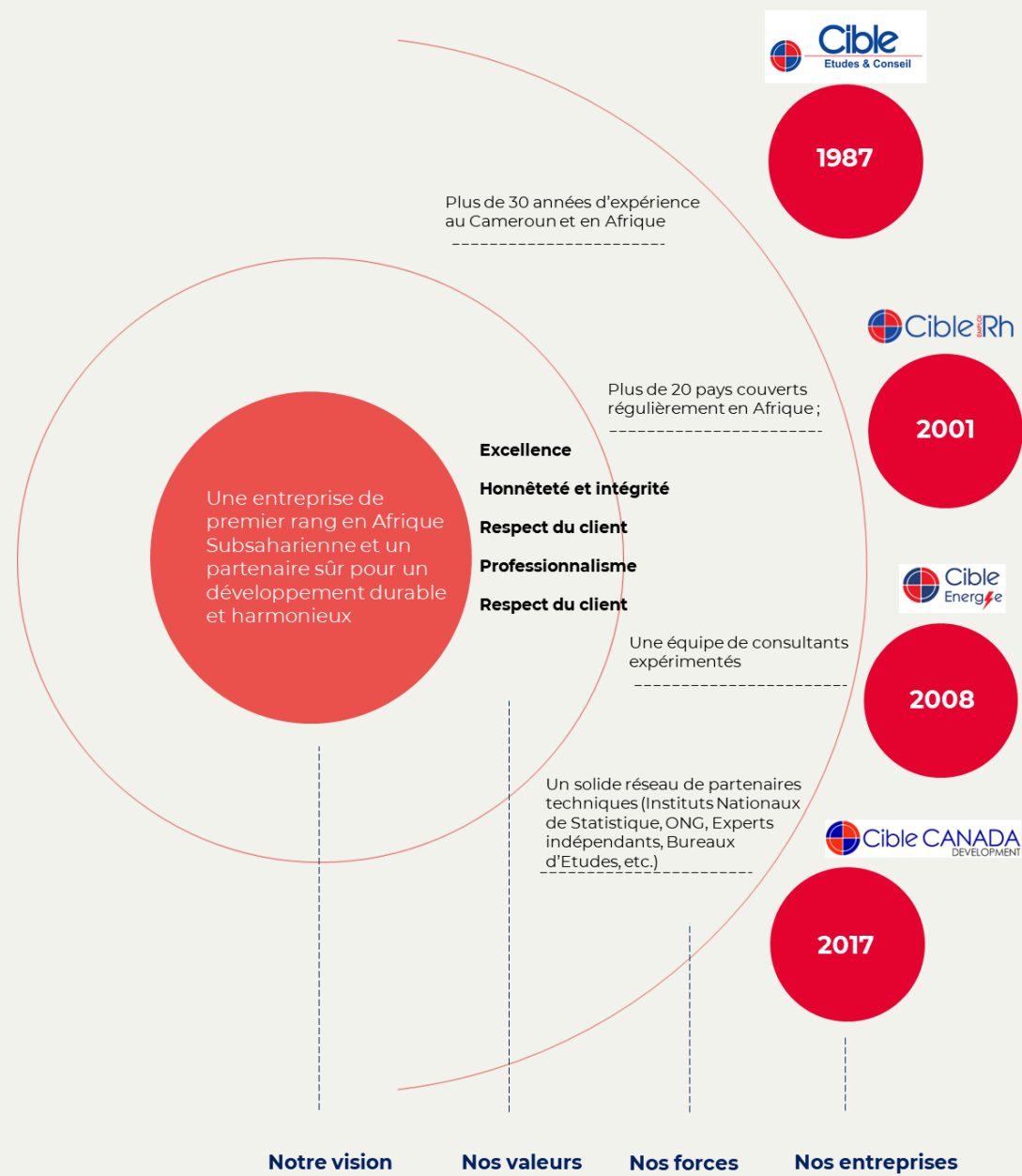
1. Cible Etudes & Conseil
2. Cible Ressources humaines
3. Cible Energie
4. Cible CANADA

Le groupe Cible est membre de ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) et partenaire agréé de IFC dans le programme Business Edge.

Depuis Octobre 2016, Cible est certifié ISO 9001: 2015 en gestion des ressources humaines et en collecte et/ou analyse des informations qualitatives et quantitatives sur l'environnement des organisations, études socio-économiques.



# 5. Présentation Générale du consortium



Le groupe Cible est une entreprise de premier rang en Afrique Subsaharienne avec une vision, une mission, des valeurs et une force.

## Des valeurs fortes

La satisfaction client au cœur de notre démarche de recherche perpétuelle de l'excellent

<ul style="list-style-type: none"><li><b>Confidentialité</b> nous respectons la confidentialité totale des informations mises à notre disposition pendant et après notre intervention.</li><li><b>Respect du client</b> nous impliquons systématiquement le client à toutes les étapes du projet de manière à lui assurer une autonomie à moyen terme ;</li><li><b>Professionnalisme</b> nous mettons à la disposition du client uniquement les compétences pour apporter les solutions appropriées aux problèmes posés ;</li><li><b>Excellence et Convivialité</b> faire de l'excellence et de la convivialité, des quêtes permanentes</li><li><b>Honnêteté et l'intégrité</b> nous n'acceptons que ce que nous savons faire</li></ul>	<h3>QUELQUES CHIFFRES CLES</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>Présence dans 04 pays de la sous-région africaine</li><li><b>+ 1000</b> collaborateurs</li><li>Un chiffre d'affaires annuel en croissance constante</li><li><b>04</b> filiales aux expertises complémentaires</li></ul>
---	---

## 5. Présentation Générale du consortium

# Media Intelligence : Qui sommes nous ?

---

Existant depuis 2007, ce cabinet nait de la volonté de son Fondateur qui, après avoir travaillé pendant plusieurs années comme consultant dans divers domaines d'activités, a réalisé que les entreprises Camerounaises et de la zone CEMAC en général évoluent dans un environnement incertain.

**Media  
Intelligence est  
un cabinet  
conseil spécialisé  
en Intelligence  
Economique.**

Elles ne disposent pas d'informations intègres et pertinentes au moment de prendre des décisions

Le Fondateur réalise dès lors qu'en **collectant, analysant et en présentant correctement les données émanant du marché**, elles peuvent aider les dirigeants à prendre des décisions mieux éclairées et conséquemment atteindre sereinement leurs objectifs.



## 5. Présentation Générale du consortium

### MEDIA INTELLIGENCE

*une volonté d'accroître la compétitivité des entreprises en Afrique*

**VISION** ♦ **MISSIONS** ♦ **VALEURS**



#### VISION

Renforcer les économies des pays d'Afrique par l'amélioration de la compétitivité des entreprises qui sont ses clients, afin de devenir une institution incontournable en ce qui concerne l'intelligence économique en Afrique.

#### MISSIONS

Répertorier, analyser et comprendre les changement dans les secteurs d'activités principaux de l'Afrique et ainsi aider nos clients à avoir une parfaite compréhension de leur environnement professionnel qui devient de plus en plus compétitif.

#### VALEURS

Pour réaliser notre mission, nous nous appuyons sur les valeurs suivantes :

##### INTÉGRITÉ

Agir avec éthique et honnêteté.

##### ORIENTATION CLIENT

Partenariat gagnant / gagnant.

##### CONFIDENTIALITÉ

Les informations des partenaires ont un caractère strictement confidentiel.

## 5. Présentation Générale du consortium

### MEDIA INTELLIGENCE

*une volonté d'accroître la compétitivité des entreprises en Afrique*

#### QUELQUES CHIFFRES CLÉS





## 5. Présentation Générale du consortium

Dates	Désignation de la mission/& description brève des principaux livrables/produits	Nom du Client & pays de la mission	Rôle de votre entreprise dans la mission
2024	Baromètre des banques/ Pénétration et usages des services bancaires dans les entreprises	Afriland First Bank / Cameroun	Étude du marché
2024	Baromètre des banques/ Pénétration et usages des services bancaires dans les entreprises	Banque Atlantique / Cameroun	Étude du marché
2024	Baromètre des banques/ Pénétration et usages des services bancaires dans les entreprises	Union Bank / Cameroun	Étude du marché
2022	Baromètre des banques/ Pénétration et usages des services bancaires dans les entreprises	SGC /Cameroun	Étude de marché
2019	Enquête de satisfaction	BGFI Bank / Cameroun	Étude de marché
2018	Enquête de satisfaction	BGFI Bank/ Cameroun	Étude de marché
2017	Baromètre de satisfaction clients	BICEC / Cameroun	Étude de marché
2016	Étude d'implantation d'Agence	CBC / Cameroun	Étude de marché
2016	CIBLE BAROMETRE / Enquête de satisfaction Banque/Assurance	Cameroun	Étude du marché
2014	Enquête de satisfaction	BICEC	Étude du marché
2012	Etude la qualité de service dans les agences et les boutiques shop	MONEY GRAM / Cameroun	Étude du marché



## 5. Présentation Générale du consortium

Dates	Désignation de la mission/& description brève des principaux livrables/produits	Nom du Client & pays de la mission	Rôle de votre entreprise dans la mission
2024	Enquête de satisfaction et de positionnement de la Banque Atlantique vis-à-vis du marché	Banque Atlantique	Etude de marche
2024	Enquête de notoriété, image, perception et satisfaction client CBC Analyse de la perception digitale CBC	CBC/Cameroun	Etude de marche Analyse digitale
2024	Benchmark des produits et services de BGFI Congo et ses concurrents	BGFI/Congo	Etude de marche
2023	ÉVALUATION DE LA QUALITÉ DU SERVICE EN AGENCE AFRILAND FIRST BANK	AFRILAND FIRST BANK/Cameroun	Etude de marche
2023	Analyse Quantitative et Qualitative de la perception Client Afriland First Bank	AFRILAND FIRST BANK/Cameroun	Etude de marche
2023	Enquête de Satisfaction Client et Evaluation Qualité de Service de la CBC Analyse de la perception digitale CBC	CBC/Cameroun	Etude de marche Analyse digitale
2022	Enquête de Satisfaction Client et Evaluation Qualité de Service de la CBC Analyse de la perception digitale CBC	CBC/Cameroun	Etude de marche Analyse digitale
2021	Enquête de satisfaction client et &valuation qualité de service le la CBC Analyse de la perception digitale CBC	CBC /Cameroun	Etude de marche Analyse digitale
2021	Etude d'identification des leviers de recrutement des clients des banques au Cameroun	Afriland First Bank/Cameroun	Etude de marche
2020	Etude de sondage client SGC	SGC/Cameroun	Etude de marche
2020	Rapport d'étude d'image et de perception des banques et de profilage des consommateurs des services bancaires du congo	Congo	Etude de marche
2019	Benchmark des produits et services des 5 premiers concurrents d'Ecobank	Ecobank/Cameroun	Etude de marche
2019	Benchmark des produits et des sevices des principales banques au Cameroun	SGC/Cameroun	Etude de marche
2019	Rapport de l'étude d'image et de notoriété des banques camerounaises et évaluation digitale	Cameroun	Etude de marche Analyse digitale
2019	Etude bilan de l'image et de positionnement de BGFI Bank dans le marché de la banque au Congo	BGFI/Congo Brazza	Etude de marche
2019	Analyses des facteurs d'adoption et d'utilisation des solutions digitales par les clients d'Ecobank Cameroun	Ecobank/cameroon	Etude de marche



6

## **Présentation sommaire d'étude similaire**

## 6. Présentation sommaire d'étude similaire

1. Introduction
2. Méthodologie de l'étude
3. Environnement du marché des banques
4. Services bancaires classiques et digitaux
5. Services de paiement mobile
6. Service de tenue des comptes
7. Dormance des banques
8. Présence de la microfinance dans l'environnement bancaire
9. Conclusions





**Theodoret Marie FANSI**

CEO Cible Etudes & Conseil

Tél: (+237) 626 29 69 18

E-mail: [fansitheo@groupe-cible.com](mailto:fansitheo@groupe-cible.com)

**Redford MOUNKALA**

Responsable Etudes & Recherche marketing

Tél: (+237) 626 29 69 18

E-mail: [mounkala@groupe-cible.com](mailto:mounkala@groupe-cible.com)

**Rostant TANE**

CEO & DG Media Intelligence

Tél: (+237) +237 677431013 / +237 6 97 18 33 99

E-mail: [rostane@mediaintelligence.fr](mailto:rostane@mediaintelligence.fr)