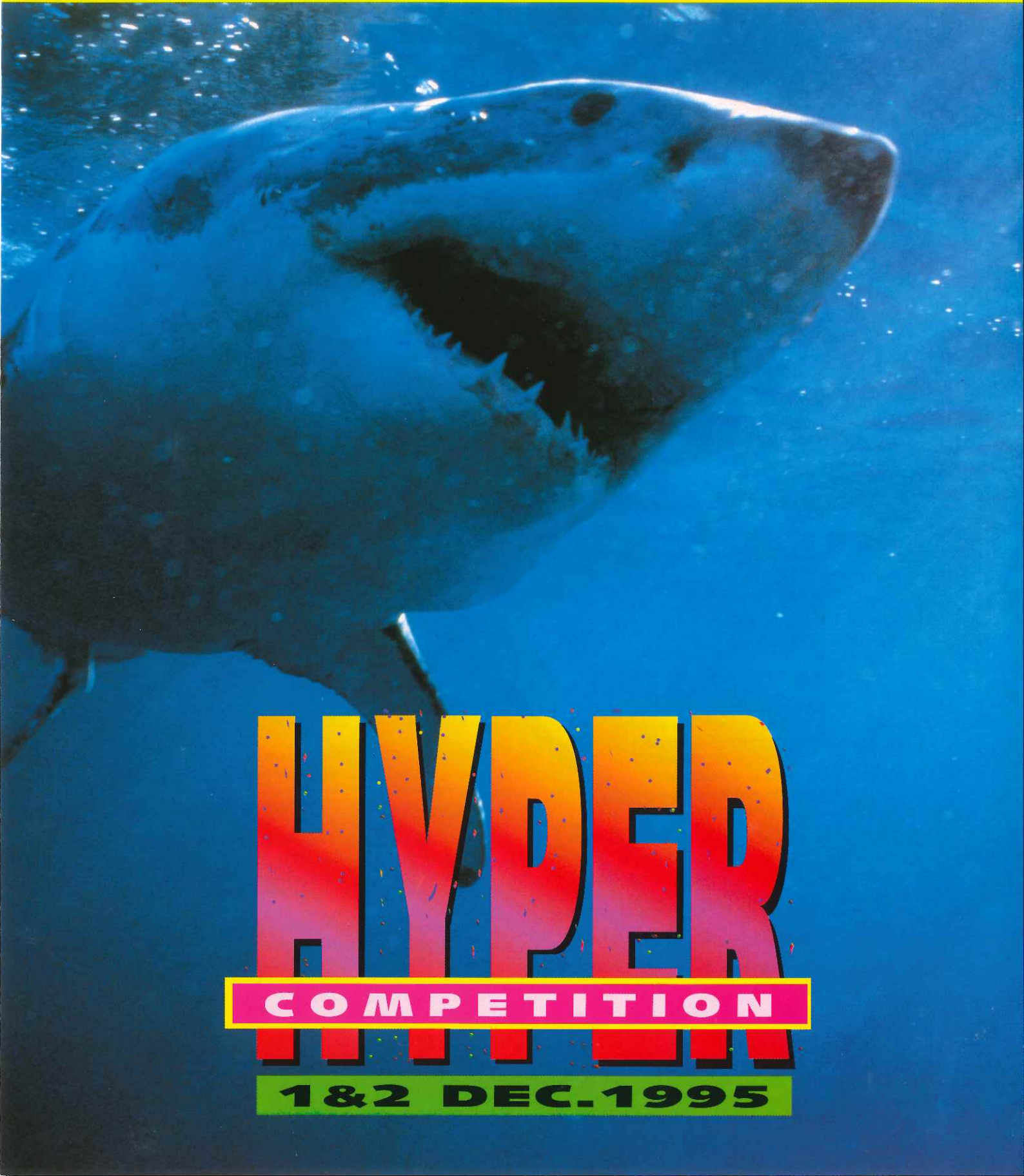


**Votre entreprise redoute-t-elle
les dents de la concurrence?**



HYPHER

COMPETITION

1&2 DEC. 1995

HYPERCON

"HYPERCOMPETITION": COMMENT TENIR

Dans les années '80, le marketer ne put résister qu'en tenant les poings serrés. La fin des années '90 et le début du 21ème siècle s'annoncent encore plus rudes. Dans cette nouvelle ère de "l'hyper-compétition", les consommateurs sont de plus en plus exigeants, les seuils d'accès baissent de plus en plus et les coups et contrecoups stratégiques se succèdent à un tel rythme qu'un avantage concurrentiel ne peut plus être forgé de façon traditionnelle.

UN DÉPLACEMENT RADICAL DU CENTRE STRATÉGIQUE

En observant les entreprises dans des circonstances de marché surchauffées, D'Aveni a établi un tout nouveau modèle. Aux Etats-Unis, D'Aveni est conseiller pour de nombreuses sociétés "Fortune 500" et il y a déjà été proclamé "révélation de l'année". Celui-ci démontre comment une entreprise monte sur des "échelles d'escalade", tandis que des avantages sont créés, érodés, détruits et recréés en permanence. Entre-temps, cette entreprise doit exécuter sans arrêt des manoeuvres stratégiques dans les 4 arènes de la concurrence: prix et qualité, timing et savoir-faire, la construction de bastions et deep pockets, l'avantage financier à l'échelle des géants. D'Aveni démontre comment les concurrents entament à chaque fois la lutte afin de conquérir le leadership dans ces arènes. Celui qui réussit à donner le ton sur les quatre champs de bataille survit. Et ce n'est pas toujours le leader du marché! La petite entreprise flexible peut utiliser sa rapidité afin de battre les grands concurrents sur le terrain de l'innovation, elle peut conclure une alliance ou s'axer sur sa propre niche... Le géant Goliath n'a-t-il pas été vaincu par le rusé David?

AU-DELÀ DE PORTER ET MCKINSEY: LES NOUVEAUX 7 S DE D'AVENI

A l'aide de centaines d'exemples pratiques de marchés hyper-compétitifs, D'Aveni illustre comment des entreprises telles que Coca-Cola, IBM, GM et Sony se maintiennent au sommet. Elles n'y réussissent qu'en rompant le statu quo et en créant sans cesse des avantages temporaires. A cet effet, elles manipulent une nouvelle série de stratégies, que D'Aveni a appelées - d'après l'exemple de McKinsey - les 7 S: Superior Stakeholder Satisfaction, Strategic Soothsaying, Speed,

Surprise, Shifting the Rules of Competition, Signaling Strategic Intent et Simultaneous and Sequential Strategic Thrusts.

D'Aveni explique qu'une entreprise doit, de façon paradoxale, anéantir ses propres avantages afin d'en conquérir de nouveaux. Un succès à long terme n'est pas basé sur un avantage maintenu par une stratégie à long terme, mais sur une stratégie dynamique qui crée des avantages à court terme, les détruit et les crée à nouveau.

De cette façon, D'Aveni démontre que les théories de Michael Porter sur les avantages concurrentiels permanents sont dépassées: "le modèle de Porter part du principe que l'on doit essayer d'élever les seuils d'accès. Mais partout dans le monde, on voit que ces seuils baissent toujours, par les changements technologiques, la mondialisation de l'économie et la formation d'alliances stratégiques."

Vous pensez que cette théorie n'est pas toujours facile à accepter? D'Aveni: "Il ne s'agit pas d'une théorie normative. Je décris uniquement ce qui se passe. Pourtant, beaucoup de gens s'en irritent." Lorsqu'on lui demande pourquoi nous devons croire ses théories, il répond: "If you don't, you'll be destroyed. By companies that do believe them."

COMPETITION

R TÊTE DANS UN MARCHÉ SURCHAUFFÉ?

HYPERCOMPETITION



QUATRE FORCES MOTRICES:

- ★ 1. Les consommateurs sont de plus en plus exigeants.
- ★ 2. Les révolutions technologiques provoquent des déplacements de paradigme dans presque toutes les branches industrielles.
- ★ 3. Les seuils d'accès baissent de plus en plus.
- ★ 4. Le fait de pouvoir investir de grosses sommes d'argent devient toujours plus important.



QUATRE CHAMPS DE BATAILLE:

- ★ 1. Prix/qualité.
- ★ 2. Savoir-faire/timing.
- ★ 3. Construction de bastions/invasion.
- ★ 4. "L'argent ne joue aucun rôle".



TROIS DIRECTIVES POUR LA SURVIE:

- ★ 1. Poussez davantage la concurrence.
- ★ 2. Dérangez et redéfinissez le marché.
- ★ 3. Conquérez à chaque fois de nouveaux avantages.

Source: Adformatie n° 21, 25/5/95 - Richard A. D'Aveni.

LES GÉANTS DU MARKETING À PROPOS DES NOUVELLES TENDANCES

Ce 14ème Congrès International de Marketing saura certainement vous passionner du début à la fin avec son feu d'artifice verbal et ses cas brûlants d'actualité. Outre le conférencier principal, vous verrez défiler une pléiade d'orateurs nationaux et internationaux. A l'aide de cas passionnants et d'exemples pratiques, ils répondent de façon concrète à la théorie de l'Hypercompétition de Richard D'Aveni. Bref, le Congrès de Stichting Marketing se porte à nouveau garant de points de vue surprenants dans le domaine du marketing. Un aperçu:

| Vendredi 1er décembre 1995 | | Samedi 2 décembre 1995 | |
|--|---|---|---|
| Session 1: Session d'ouverture | | Session 5: Concurrence et management | |
| 09.00 | Richard A. D'Aveni | 09.00 | Fons Trompenaars Karel Cardoen (Auto's Cardoen) |
| Session 2: Faire face à une concurrence impitoyable | | Session 6: Communication | |
| | Herman Daems (KUL) Konstantinos Lambrinopoulos Riccardo Petrella (EEC) | | Goos Geursen (FHV/BBDO) Leo W. van Os (Unilever) André Duval (TBWA) |
| | LUNCH | | LUNCH |
| Session 3: Customer satisfaction & loyalty | | Session 7: Le point de vue des outsiders | |
| | Tom Brannan J. Frederik Danielson (Brierley & Partners) Chantal Seiler (Canal Plus) | | P.J. Everaert (Philips) Paul Meert |
| Session 4: Marketeer de l'Année | | | |
| | Couronnement du Marketeer de l'Année | | |
| 18.15 | Réception | 15.00 | FIN |

- 3 conférenciers se penchent sur le thème "Faire face à une concurrence impitoyable". Le professeur Herman Daems (KUL) et Konstantinos Lambrinopoulos (Founder and Chief Executive of Emphasis Consulting SA) y font référence. Riccardo Petrella, (Directeur de l'Unité de Recherche Sociale auprès de l'Union Européenne) lui, nous met en garde contre une adoration exagérée du principe de la concurrence.
- Dans la session "Customer satisfaction & loyalty", vous entendrez trois monstres sacrés. Tom Brannan et Frederik Danielson (Brierley & Partners), deux experts des programmes de fidélité, émettent une note critique dans ce domaine. Chantal Seiler (Canal+) termine cette session en révélant comment la plus grande station de télévision commerciale a réussi à associer fidélité et divertissement.
- La deuxième journée commence par le thème "Concurrence et management". Le Dr. Fons Trompenaars (Centre for International Business Studies) relance immédiatement le débat en expliquant comment le manager d'aujourd'hui peut affronter la con-

currence de la façon la plus efficace. Karel Cardoen propose une session bien de chez nous.

- La session "Communication" donne la parole au stratège hollandais de la publicité, Goos Geursen (FHV/BBDO) concernant la communication marketing de l'avenir... Leo W. van Os (Unilever) et André Duval (TBWA) vous montrent des cas passionnants et des exemples pratiques.
- Pendant la dernière session, P.J. Everaert (Philips) éclaire la façon dont les mastodontes de l'économie mondiale réussissent à rester alertes. Paul Meert (spécialiste du temps et animateur par excellence des formations) clôt le Congrès. En tant qu'observateur, il nous garantit une vision pétillante sur le Congrès et les événements marketing.

Une traduction simultanée est prévue en français et en néerlandais.

LA MEILLEURE QUALITÉ AUX PRIX LES PLUS MODÉRÉS!

Gâce à la collaboration exceptionnelle de volontaires du marketing et de sponsors, Stichting Marketing vous garantit depuis de nombreuses années la meilleure qualité aux meilleurs prix. Notre vocation consiste à offrir une vaste plate-forme pour tout marketeer belge. Lorsque vous participez au 14ème Congrès de Marketing, vous ne payez donc que 14.000 FB en tant que membre et 17.000 FB en tant que non-membre de Stichting Marketing. Tout est compris dans ce montant: 2 jours de cas passionnants présentés par des conférenciers nationaux et internationaux, des lunchs, des pauses café et... le couronnement exclusif du Marketeer de l'Année!

LE COMPANY PACKAGE: L'INCENTIVE POUR LES ENTREPRISES

Stichting Marketing va jusqu'au bout du principe "every day low prices". Lorsque vous participez au Congrès avec 10 collègues ou clients de votre entreprise, nous vous offrons le Company Package. Cette formule vous garantit plusieurs avantages:

- Chaque participant bénéficie du prix de membre de 14.000 FB. Au total, vous ne payez donc que 140.000 FB au lieu de 170.000 BEF.
- Vous recevez l'ouvrage de notre conférencier principal Richard A. D'Aveni (valeur: 1.200 FB): "Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering".
- Nous vous garantissons les meilleures places, aux premiers rangs.
- Si possible, nous invitons l'un des conférenciers à déjeuner à votre table.

Pour le Company Package, nous faisons valoir le principe "les premiers décidés seront les premiers servis". Les plus rapides auront donc la meilleure place et le plus de chances de déjeuner avec l'un de nos conférenciers! Incitez donc vos collègues et vos clients à participer à ce prestigieux événement!

SPÉCIALEMENT POUR LES PREMIERS DÉCIDÉS!

UNE INSCRIPTION AVANT LE 30.09.95 VOUS DONNE LA POSSIBILITÉ DE GAGNER UN VOYAGE EXCEPTIONNEL À NEW YORK AVEC KLM OU UNE SUPER VALISE DE SAMSONITE

14ÈME CONGRES INTERNATIONAL DE MARKETING

HYPER

COMPETITION

1&2 DEC. 1995

PALAIS DES CONGRÈS
COUDENBERG 3 1000 BRUXELLES



SPONSORING: METTEZ VOTRE ENTREPRISE SOUS LES PROJECTEURS!

OUI, mon entreprise souhaite s'engager comme sponsor du 14ème Congrès International de Marketing. Ainsi, je place mes produits sous les projecteurs auprès d'un public sélectionné de 750 éminents marketeers belges. Envoyez-moi le dossier sponsoring présentant toutes les possibilités qui me sont offertes.

Nom : Mme/M.
Prénom
Fonction :
Société :
Rue : N°:
Code postal: Localité :
Téléphone : / Fax: /

Renvoyez cette carte à :
Stichting Marketing
Pascale Cambie
Research Park Zellik
De Haak 1 • 1731 Zellik
Tél: 02/467.59.59 • Fax : 02/467.59.56



STICHTING MARKETING
"DE VERENIGING VAN MARKETING PROFESSIONALS"
"L'ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS DU MARKETING"

CONNAISSEZ-VOUS UN CANDIDAT POUR L'ÉLECTION DU "MARKETEER DE L'ANNÉE 1995"?

OUI, je souhaite présenter un candidat marketeer (homme ou femme) qui a au moins 10 ans d'expérience dans ce métier et qui a réalisé une performance exceptionnelle cette année. Envoyez-moi un dossier comprenant le règlement complet. De cette façon, je saurai exactement comment proposer mon candidat pour l'élection du "Marketeer de l'Année 1995".

Nom : Mme/M.
Prénom
Fonction :
Société :
Rue : N°:
Code postal: Localité :
Téléphone : / Fax: /

Renvoyez cette carte à :
Stichting Marketing
Pascale Cambie
Research Park Zellik
De Haak 1 • 1731 Zellik
Tél: 02/467.59.59 • Fax : 02/467.59.56



STICHTING MARKETING
"DE VERENIGING VAN MARKETING PROFESSIONALS"
"L'ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS DU MARKETING"

CARTE D'INSCRIPTION C O N G R È S

14ÈME CONGRÈS
INTERNATIONAL DE MARKETING

**HYPER
COMPETITION**
18-20 DEC. 1995

PALAIS DES CONGRÈS
COUDENBERG 3 1000 BRUXELLES

OUI, je suis membre de Stichting Marketing et je m'inscris pour ces deux prestigieuses journées marketing. Je ne paie que 14.000 FB. Je pourrai assister à la consécration du Marketeer de l'Année 1995, en exclusivité. Si je m'inscris avant le 30/09/95, je peux gagner un voyage exceptionnel à New York avec KLM ou une super valise de Samsonite.

OUI, je ne suis pas membre de Stichting Marketing et paie 17.000 FB. Je pourrai assister à la consécration du Marketeer de l'Année 1995, en exclusivité. Si je m'inscris avant le 30/09/95, je peux gagner un voyage exceptionnel à New York avec KLM ou une super valise de Samsonite.

OUI, je souhaite également inviter mes collègues et mes clients à participer à ce Congrès à un prix avantageux et j'opte pour la formule Company Package. Elle comprend le prix de membre de 14.000 FB par personne pour le groupe entier (10 personnes), l'ouvrage du conférencier principal Richard A. D'Aveni: "Hypercompetition: Managing the dynamics of Strategic Maneuvering" (pour chacun), les meilleures places aux premiers rangs et, si possible, un déjeuner avec l'un des conférenciers. Une inscription avant le 30/09/95 me donne également la possibilité de gagner un voyage exceptionnel à New York avec KLM ou une super valise de Samsonite.

| Tarifs (hors TVA 20,5%) | Membres S.M. | Non-membres |
|--|--|-------------|
| Inscription | 14.000 FB | 17.000 FB |
| Company Package (10 personnes au prix de membre) | 140.000 FB pour 10 personnes (+ livre D'Aveni pour chacun) | |

Mettez une croix dans la case qui convient. Prix par personne, déjeuners, cafés, apéritifs, syllabus, remise des prix Marketeer de l'Année inclus. Le tarif membre s'applique uniquement lorsque vous avez payé la cotisation pour 1995.

Souhaitez-vous envoyer cette carte sous enveloppe? Dans ce cas, pliez-la en deux le long de cette ligne pointillée.

PREMIERE INSCRIPTION

Nom: Mme/M.
 Fonction:
 Société:
 TVA:
 Rue: N°:
 Code postal: Localité:
 Téléphone: / Fax: /

DEUXIEME INSCRIPTION

Nom: Mme/M.
 Fonction:
 Membre Stichting Marketing: OUI NON

COMPANY PACKAGE

Prière de renvoyer la liste complète des participants ainsi que leurs coordonnées.

Je paie après réception de votre facture. Lors d'une inscription tardive, je paie à l'entrée du Congrès. Toute annulation doit nous parvenir par écrit et avant le 15 novembre 1995. Après cette date, 30% du tarif d'inscription sera maintenu.

Date:
 Signature:

Cachet société:



Renvoyez votre carte d'inscription à :
 Stichting Marketing
 Pascale Cambie
 Research Park Zellik
 De Haak 1 • 1731 Zellik
 Tél: 02/467.59.59 • Fax : 02/467.59.56



LE MARKETEEER DE L'ANNÉE 1995!

EXCLUSIF

Stichting Marketing, Trends et Trends/Tendances organisent pour la seconde fois l'élection du Marketeer de l'Année 1995. Nous nous proposons ainsi de consacrer le marketeer qui s'est fait remarquer de façon résolument positive au cours de l'année.

Tous les professionnels exerçant une fonction marketing stratégique ou exécutive comme activité principale, et ce, dans n'importe quel secteur et n'importe quelle entreprise entrent en ligne de compte. Il ou elle possède une expérience marketing d'au moins 10 ans et jouit d'une excellente réputation dans le métier. Condition majeure: au cours de l'année 1994 ou 1995, cet homme ou cette femme a réalisé une performance marketing exceptionnelle.

LE MARKETEEER DE L'ANNÉE FERA LA COUVERTURE DE TRENDS ET DE TRENDS/TENDANCES LE 7 DÉCEMBRE!

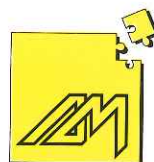
L'année dernière, du côté francophone, le marketeer de l'année était Philippe Vander Putten, Directeur Général de Kraft Jacobs-Suchard Côte d'Or. Et du côté néerlandophone, ce fut Pierre Brusselmans, Administrateur Délégué de Henkel Belgium qui eut cet honneur.



LA REMISE DES PRIX: UNE EXCLUSIVITÉ POUR LES PARTICIPANTS!

L'a consécration des lauréats et la remise des trophées des Marketeers de l'Année auront lieu en exclusivité le vendredi soir 1er décembre, à la fin de la première journée du congrès. Cet événement est uniquement accessible aux participants! Raison de plus pour s'inscrire aujourd'hui à ce 14ème Congrès.

Trends



STICHTING MARKETING
"DE VERENIGING VAN MARKETING PROFESSIONALS"
"L'ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS DU MARKETING"

Seuls les premiers décidés peuvent gagner une super valise... ou un voyage exceptionnel à New York!



Inscrivez-vous avant le 30 septembre
et gagnez une superbe valise...
ou un voyage exceptionnel à New York!

Cette année aussi, les premiers décidés peuvent s'attendre à de super prix. Si vous vous inscrivez avant le 30/09/95, vous pouvez gagner un voyage à New York pour 2 personnes avec la KLM. Dans la "ville qui ne dort jamais", vous vivrez des moments passionnants: de Greenwich Village à Central Park et de la Statue de la Liberté au Pont de Brooklyn... Vous ne saurez où donner de la tête pour observer tout (et tout le monde). Un must pour tous ceux qui veulent découvrir la vie d'une vraie métropole! Et, même si vous ne gagnez pas les tickets, vous pouvez toujours devenir l'heureux propriétaire de l'une des huit magnifiques valises de Samsonite. Avec cette Rolls des valises, vos voyages se passeront comme sur des roulettes...!

PASSEZ CE DÉPLIANT À VOS COLLÈGUES
ET À VOS CLIENTS! AINSI, VOUS LEUR
OFFREZ ÉGALEMENT LA POSSIBILITÉ DE
GAGNER LE VOYAGE À NEW YORK!



STICHTING MARKETING
"DE VERENIGING VAN MARKETING PROFESSIONALS"
"L'ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS DU MARKETING"



LE SOIR

Trends

scripta

V A R
Vlaamse Audiovisuele Regie

