

Camair-Co

L'ENVOL VERS LA PERFORMANCE

Depuis son installation en janvier dernier, le nouveau directeur général de la compagnie déploie des stratégies et méthodes innovantes pour hisser Camair-Co au rang des compagnies aériennes de référence sur le continent. Un 777 cette année et deux 787 en 2015 sont annoncés.

Sur toute la façade Atlantique africaine, faire de Camair-Co une compagnie leader offrant des services de standing international, disposant d'une flotte moderne et performante et surtout, pouvant à terme distribuer des dividendes à ses actionnaires, tel est le cap fixé par Matthijs Boertien, nommé en janvier dernier directeur général de la Cameroon Airlines Corporation.

Leitmotiv repris par ses directeurs, dont le directeur commercial et marketing, Christian Perchat qui a récemment affirmé qu'ayant trouvé à sa nomination une organisation à peu près fonctionnelle, mais avec un certain nombre de postes non pourvus, il s'est donné pour priorité de remettre les choses dans le bon ordre. De même, en ce qui concerne les ventes à l'international, les responsables pays étaient jusqu'ici, confesse M. Perchat, quasi-orphelins : pas d'objectifs de chiffres d'affaires, pas de budget marketing et peu de support de la part du siège. D'où l'organisa-

tion les 23 et 24 mai derniers de la toute première convention commerciale de la Cameroon Airlines Corporation. Une occasion pour la fonction commerciale de l'entreprise et les différentes directions représentées de plancher sur ses critères de performance et, naturellement, de partager la vision du top management en matière d'objectifs, de stratégie et de méthode.

La vision managériale est clairement affirmée, sans complexe : « Nous souhaitons fonctionner comme toutes les compagnies du monde, c'est-à-dire avec un management par objectifs et une planification rigoureuse. Pour ce faire, nous avons besoin d'une bonne visibilité sur nos résultats commerciaux au niveau du « point de vente ». Avec une équipe rassemblée autour d'objectifs clairs et un soutien sans faille de la direction de la compagnie et des autres fonctions de l'entreprise, nous pouvons rapidement, c'est-à-dire d'ici la fin de l'année, professionnaliser la direction commerciale et, enfin, produire les revenus que

l'actionnaire attend de nous, tout en rassurant nos clients », assurait récemment le directeur commercial et marketing.

En ce qui concerne la direction commerciale, chaque responsable de département, chaque chef de marché a pu présenter ses réalisations, ses objectifs et les moyens à mettre en œuvre pour les réaliser. « Les résultats immédiats de cette convention commerciale sont au-delà de toutes les espérances : les équipes commerciales sont remobilisées, avec des consignes claires », témoigne le Directeur des ventes à l'international, Job Ikose. « Il a ainsi été demandé à chaque chef de marché de produire ses propres prévisions de recettes mensuelles, avec le niveau de détail par route, classe de transport, trafic, recette unitaire, et d'en déduire la recette totale », poursuit-il. De la même manière, ils devront produire un plan d'action commercial et de communication dûment chiffré, toujours sur une base mensuelle.

Si les observateurs y voient, avec une cer-



Matthijs Boertien, directeur général de la Cameroon Airlines Corporation.



Christian Perchat, directeur commercial et marketing.



Job Ikose Mbenda, directeur des ventes à l'international.

Camair-Co