



Erwan Nedelec, directeur des ventes de **Hama**

Il fusionne deux forces de vente et dope la rentabilité de la cellule commerciale

Entré chez Hama pour monter une force de vente dédiée aux produits Thomson, Erwan Nedelec est devenu directeur des ventes après en avoir réorganisé le service commercial.

➤ Lorsque Thomson décide, en décembre 2007, de confier la commercialisation de l'ensemble de sa gamme d'accessoires high-tech audio et vidéo à Hama, Erwan Nedelec, alors commercial chez Thomson, ne se doute pas qu'il va être le maître d'œuvre de la vaste réorganisation faisant suite à ce rachat de licence. Pourtant, il apprend vite que cette société d'origine allemande compte sur lui pour assurer la transition. «*Connaissant bien la gamme et le réseau de distribution, Hama a estimé que j'étais la meilleure personne*

pour assurer une continuité de service à nos clients», explique ce manager. En janvier 2008, il intègre donc les équipes de Hama au poste de responsable des ventes pour la gamme Thomson. Sa mission ? Mettre sur pied une nouvelle force de vente composée de huit commerciaux pour gérer principalement les grands comptes qui travaillaient avec Thomson (Auchan, Carrefour, Casino, Cora...). C'est chose faite en

Un chiffre d'affaires qui augmente de 15% en 2008

février 2008. Ces huit vendeurs forment alors la troisième force de vente d'Hama, qui comptait jusqu'à présent 20 commerciaux chargés soit

de vendre les gammes maison du spécialiste high-tech, soit d'animer le réseau de distribution Planète Saturn. L'intégration de cette nouvelle force de frappe et de leur manager transfuge de Thomson est jugée assez réussie par la direction de Hama pour que, six mois après son arrivée, Erwan Nedelec se

voit confier la charge de l'ensemble des trois forces de vente ! Très vite, le nouveau directeur des ventes constate que les commerciaux ont parfois des zones de travail identiques, même si leurs clients, sur ces secteurs, sont différents. «*J'ai donc décidé de fusionner les forces de*

vente Thomson et Hama et de redessiner les territoires de chacun», explique le manager. Concrètement, les commerciaux gardent le même nombre de magasins à visiter mais sur des territoires plus restreints. Résultat : jusqu'à un tiers de nuits d'hôtels à payer en moins aux vendeurs terrains qui voient leur présence sur la route diminuer de l'ordre de 25 % ! Une économie non négligeable pour Hama. «*Nos concurrents ont souvent fait le choix d'équipes de vente très réduites alors que Hama a fait le pari de s'appuyer sur une force de vente importante mais qui devait être réorganisée pour être rentable*», assure le directeur des ventes qui manage, à ce jour, une quarantaine de commerciaux et envisage de nouveaux recrutements en 2009. Une stratégie qui a fait progresser le chiffre d'affaires de 15 % en 2008.

Laurent Baillard

Parcours

Après une maîtrise en sciences économiques, Erwan Nedelec débute sa carrière en **1999** comme chef de projet chez Agora (une société de services en ingénierie informatique) avant de rentrer comme commercial chez Hitachi. Il intègre Thomson en **2002** où il gravit différents échelons pour terminer responsable des ventes France. Il entre chez Hama en janvier **2008** au poste de responsable des ventes Thomson avant de devenir, six mois après, directeur des ventes.



Repères

Hama

Activité Distributeur d'accessoires high-tech dans les domaines de la photo, de la vidéo, de l'audio, de l'informatique et des télécommunications
CA 2008 60 millions d'euros
Effectif 190 salariés
Effectif commercial 40 vendeurs