

Gérald Karsenti, vice-président et directeur général des ventes de **HP TSG**

Il accroît la présence de ses vendeurs auprès des clients à fort potentiel

Quand Gérald Karsenti prend les rênes de HP TSG, en 2007, l'entreprise ne parvient plus à financer sa structure commerciale. Grâce à une nouvelle organisation, le manager est parvenu à redresser la barre.

> Plus de présence terrain, plus de clients à forte valeur, plus d'efficacité commerciale. Voilà le triptyque qui sous-tend la stratégie de Gérald Karsenti depuis 2007, date à laquelle il prend les rênes de HP TSG. Cette année-là, Hewlett Packard sort d'un lourd plan social. La branche de l'industriel en charge des solutions technologiques pour les entreprises (serveurs informatiques, unités de stockage, logiciels et services aux professionnels) voit encore son

Une productivité commerciale en progression de 20 % en 2008

chiffre d'affaires progresser, mais pas suffisamment pour assurer la rentabilité de sa structure commerciale qui compte alors 350 collaborateurs. Pour redresser la barre, le vice-président et directeur général des ventes de cette branche commence par définir un Top 30 de ses clients – ceux générant le plus de marge – auxquels il va accorder une attention accrue. En effet, Gérald Karsenti décide d'attribuer un "développeur

de business" à chacun de ces clients à fort potentiel. Résultat : sur cette cible, la croissance est deux fois supérieure à celle de l'ensemble de l'entité entre 2007 et 2008.

Toujours pour accroître la présence de l'industriel, mais cette fois-ci chez ses partenaires (des intégrateurs et des éditeurs), Gérald Karsenti crée une cellule "Alliances" de 20 commerciaux. Le directeur des ventes donne également le jour à une nouvelle fonction : les grands comptes locaux. « *La proximité client est fondamentale, encore plus en province qu'à Paris*, justifie-t-il. *Nous souhaitons donc que les commerciaux reviennent sur le terrain qu'ils avaient déserté.* » Dans le même temps, le manager diminue



Repères HP Solutions technologiques

Activité

Fabricant de serveurs, d'unités de stockage et de communication, de logiciels et de services liés aux infrastructures informatiques

CA 2008 Monde

110 milliards d'euros

Effectif France

1 200 salariés

Effectif commercial France

400 vendeurs

leur portefeuille de 30 à 10 dossiers clients. Résultat, les commerciaux de HP réalisent aujourd'hui cinq visites clientèle par semaine contre deux en 2006.

Enfin, une cellule de télévente voit le jour. L'objectif ? Doper les ventes auprès des plus petites entreprises tout en déchargeant les commerciaux terrain. Cette cellule ne tarde pas à prouver son efficacité : en 18 mois, HP compte déjà 1 000 clients de plus parmi les grosses PME et 3 000 parmi les plus modestes. Grâce à toutes ces initiatives, la cellule commerciale de HP Solutions Technologiques est de nouveau rentable et ce, malgré l'augmentation importante des effectifs qui atteignent aujourd'hui 400 vendeurs.

Isabelle de Chauviac



Parcours

Avant d'accéder aux fonctions de vice-président et directeur général de HP Solutions Technologiques en janvier 2007, Gérald Karsenti était directeur général adjoint chez Sogeti (groupe Cap Gemini) depuis janvier 2006. Il a auparavant passé dix-sept ans chez IBM au sein de différentes divisions au Japon, en Russie, en Europe et aux États-Unis. Il est diplômé de l'Institut d'études politiques de Paris et titulaire notamment d'un master de management à HEC Paris.