

# MANAGER DES UNITÉS COMMERCIALES SÉDENTAIRES

*Le défi de l'insourcing*

Quel meilleur vecteur de croissance pour une entreprise que la vente de ses produits et services ?

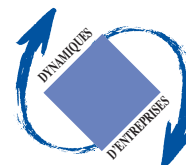
Un département commercial performant est gage de compétitivité dans un marché désormais sans frontières. Mais au-delà de la rentabilité de l'équipe de vente, la pertinence des opérations réalisées par celle-ci se résume en une activité stratégique qui :

- **génère** du chiffre d'affaires,
- **alimente** la trésorerie,
- **rassure** les actionnaires et les marchés financiers,
- **conforte** la direction générale dans ses orientations,
- **contribue** à la notoriété et à l'image de marque.

Pourtant, face à la nécessité de gagner des parts de marché tout en réduisant leurs coûts, certaines entreprises font le choix de l'*Insourcing*. Ainsi, elles augmentent la compétence et la productivité du service commercial tout en conservant le contrôle de leur image de marque. Une décision stratégique qui implique d'avoir recours à un mode de gestion singulier: le management des commerciaux sédentaires en *insourcing*.

*Fort d'une décennie de management opérationnel, David Noga, diplômé de l'INSEEC, a dirigé une dizaine d'équipes commerciales en insourcing au cours de sa carrière. Fondateur d'un cabinet de conseils en business development, cet entrepreneur français, natif du bidonville de Mvog-Ada au Cameroun, accompagne les startups et les entrepreneurs innovants dans leurs problématiques de croissance.*

Emmanuel Panais/pexels.com  
13 €  
ISBN : 978-2-343-23858-6



David Noga

# MANAGER DES UNITÉS COMMERCIALES SÉDENTAIRES

*Le défi de l'insourcing*



MANAGER DES UNITÉS COMMERCIALES SÉDENTAIRES  
*Le défi de l'insourcing*

L'Harmattan