CARRIÈRES

VIE PROFESSIONNELLE

Bien choisir son recruteur

Chasseur de têtes ou cabinet de recrutement : même si la foule de prestataires sur le marché peut donner le vertige, quelques pistes permettent de rapidement faire le tri pour identifier le professionnel le mieux adapté.

lle répond d'abord par une boutade « La différence entre un chasseur de têtes et un cabinet de recrutement? Pour certains, cela revient à comparer un chasseur et un pêcheur! » sourit Pascale Kroll. La responsable du site RH Advisor trouve quand même la comparaison un peu sévère. « Les deux peuvent être très efficaces, tempère-t-elle. Un chasseur de têtes est avant tout un recruteur. Sauf qu'il use souvent de méthodes plus variées, »

Pour les PME et TPE qui n'ont pas de service de ressources humaines en interne, le recrutement d'un nouveau salarié est très chronophage et l'appel à un recruteur extérieur peut ainsi se révéler d'un soutien précieux. Mais avant de choisir, une mise au point s'impose. « Le terme de chasseur de têtes est souvent galvaudé, reconnaît Frédéric Béziers. directeur régions et Luxembourg au cabinet Hays. En termes plus corpo-rate, on dit qu'il fait de l'approche directe. Son travail consiste en effet souvent à aller chercher des profils qui ne font aucune démarche pour trouver un poste. » Avant de se lancer, ce recruteur invite les entieprises à analyser

leurs besoins. « Pour la plupart des postes, un excellent cabinet de recrutement suffira. Tout dépend de la rarcté et de l'amplitude

du poste. Pour cer-

tains profils classiques, on peut se contenter d'un cabinet qui va prendre de 10 à 15 % du salaire annuel brut alors qu'un chasseur de têtes peut monter jusqu'à 25 %.»

Mais une fois lancé, encore faut-il faire un choix. Difficile quand on ne connaît personne. « Comme les agences immobilières, les chasseurs de têtes ont poussé comme des champignons, observe Guillaume Colein, directeur du Cabinet Victoire. Dans ce cas, une PME peut déjà commencer à trier en fonction de son secteur de spécialisation. » Pour ce consultant spécialisé notamment dans les métiers de

« Quand vous déléguez une mission,

vous déléguez aussi votre image et votre réputation »

LES MESURES À PRENDRE

■ Définir son besoin Chasseur de têtes ou cabinet de recrutement ? Tout dépend de l'envergure du poste et de la rareté du profil que vous cherchez, Mais, parfois, un cabinet de recrutement suffit

Demander autour de soi

Avant de chercher, on peut faire marcher le bouche-àoreille auprès de collègues. A condition qu'ils soient dans le même secteur cependant

Vérifier la méthode

Si vous choisissez l'approche directe d'un cabinet de chasse, demandez-lui comment il travaille et avec combien de personnes par

Voir plusieurs prestataires

Quel que soit le prestige de certains cabinets, la qualité d'une mission tient au consultant chargé de votre dossier et au ressenti. Il est recommandé de voir deux ou trois cabinets avant de choisir

Donner l'exclusivité

Il est recommandé de ne prendre qu'un cabinet, par mesure d'économies, pour ne pas courir le risque qu'un candidat soit sollicité plusieurs fois et parce que c'est plus motivant pour le

Prolonger la mission

Par mesure de sécurité, il est possible, moyennant supplément, de demander au cabinet de poursuivre sa recherche après l'embauche d'un candidat. Pour pouvoir se retourner en cas de mécontentement pendant la période d'essai.

L'AVIS DES INTÉRESSÉS



Marjorie DI PLACIDO. dirigeante du cabinet Human'iT

« Les PME ont parfois des idées reçues sur notre métier. Or, les chasseurs de têtes essaient généralement de s'adapter à la clientèle. Pour me différencier. j'insiste sur la partie conseil par exemple. On peut aider le client à bien définir le périmètre du ou des postes dont il a besoin. Récemment, j'ai travaillé pour une agence digitale en manque de développeurs. On les a aidés, en même temps, à travailler sur leur marque employeur. On se présente parfois comme la DRH de l'entreprise. On peut aussi proposer des prestations juridiques pour fidéliser la clientèle. Les chasseurs de têtes « purs », qui se distinguent des grands cabinets de recrutement, ont des structures plus petites, à taille humaine, et il faut en profiter. Il faut évaluer ceux qui comprendront peut-être mieux les enjeux de la mission. Certains se déplacent même pour visiter l'entreprise quand un plus grand cabinet n'aura pas le temps. A tort, beaucoup de PME pensent qu'elles n'ont pas le budget. Mais on travaille au pourcentage du salaire annuel brut du candidat avec des missions qui commencent à 3 000 € En fonction des prestations proposées, c'est un investissement intéressant. Il faut faire son marché et comparer !



Geoffroy DE BECDELIÈVRE PDG de Marco et Vasco (240 salariés)

« J'ai eu l'occasion de tester plusieurs chasseurs de têtes avec des résultats inégaux. Récemment, 'ai eu recours à une femme indépendante qui m'a fourni du bon travail. La fois d'avant, j'avais essavé un cabinet plus célèbre avec un résultat p us mitigé. Depuis, j'ai tendance à privilégier les plus petites structures que je sens plus pleinement investies dans les missions que je leur confie. Au fil des ans, j'en retire la leçon que la quali:é de la recherche tient surtout à la relation que l'on va nouer avec le consultant chargé de son dossier. C'est pourquoi il ne faut pas hésiter à changer de cabinet ou de consultant si on ne se sent pas à l'aise ou complètement compris. Un bon brief, bien pensé du côté du recruteur, et bien compris par son chasseur de têtes, c'est 50 % du travail déjà réalisés. Et il suffit qu'il v ait une mauvaise compréhension des besoins et du fonctionnement de la société pourrater son recrutement. En effet, un chasseur de têtes trouve toujours, mais pas forcément la perle rare que l'on cherche. Il faut sentir qu'il va cibler certains candidats en particulier et pas seulement piocher dans sa C/thèque.

la finance et de la comptabilité, le principal critère reste le profession lisme du cabinet. Il faut s'assurer qu'il comprenne les spécificités de votre secteur d'activité et la vraie nature du poste.»

Pour cela, mieux vaut en voir plusieurs. « Il est intéressant de voir comment plusieurs prestataires réagissent à votre demande, ajoute Pascale Kroll. Il est recommandé de voir 2 ou 3 consultants, sans s'éterniser, Personnellement, j'en donne 5 maximum guand on me contacte. »

Îl n'est pas interdit de demander à son interlocuteur comment il travaille « Quitte à choisir un chasseur, autant s'assurer qu'il ne fait pas que puiser dans sa CVthèque, commente Frédéric Béziers. Demandez-lui comment il compte identifier le profil qu'il vous faut et où il pense le trouver. » « Et je lui demanderais aussi, concrètement, comment il compte présenter le poste à pourvoir, termine Guillaume Colein. C'est une façon de vérifier qu'il a bien compris sa tâche, mais aussi de voir comment il va présenter votre entreprise et approcher les candidats. Car, quand vous déléguez une mission, vous déléguez aussi votre image et votre réputation. »

CÉLINE CHAUDEAU

EN SAVOIR PLUS

« Le Guide des professionnels du recrutement : 1 400 cabinets de recrutement et de chasse de

têtes », de Gwénolé Guiomard. Pascale Kroll et Guillaume Serres Ed. du Management, février 2014, 464 pages, 38 €.

- « Guide des conseils en recrutement », de Robert Ulman. Ed. Cercomm, 2013, 351 pages 19.90 €.
- « Etre recruté et recruter », Valentine Chapus-Gilbert et Flore Ozanne, Ed. Nathan, 2010, 320 pages. 19,90 €.

À CONSULTER

 Le site RH Advisor, comparateur de cabinets de recrutement : www.shadvisor.com.

EN LIBRAIRIE

« Le petit livre de la compta facile ». Partant du constat que la comptabilité reste la bête noire de



bon nombre de gens par ailleurs talentueux. auteur Marie-Jeanne Bouchage leur propose un petit guide écrit « dans le souci permanent d'être compris par les non-initiés, ceux qui détestent les chiffres et s'y trouvent confrontés bien malgré eux » : auto-entrepreneurs, salariés de PME, acteurs du monde associatif et particuliers en quête d'une gestion optimisée de leurs comptes. FirstEd.,160 pages.2,99€.

« Travailler mieux pour profiter plus ». Ce titre en forme de clin d'œil est celui d'un petit guide très joliment édité et teinté



d'humour anglo-saxon. L'auteur, David Gilbertson, entrepreneur qui a fait fortune en créant un groupe de presse économique, nous distille ses 28 règles d'or pour permettre aux dirigeants d'être plus efficaces et de se dégager du temps, pour réfléchir à de nouvelles orientations stratégiques ou se détendre. Ed.Phaidon, 128 pages. 12,95€

🚣 Le Parisien

*Le Parisien libéré *
25, avenue Michelet 93,408 Saint Ouen Cedex Tél. 01,40.10,30.30 Société par actions simplifiée Commission paritaire n° 0115 C85979 Président: Intra Presse représentée par Jean HORNAIN Principal associé: Intra Presse Jean HORNAIN, simetime, Directeur de la publication Eric HERTELOUP, DGA et éditeur Thierry BORSA, Directeur des rédactions du «Parisien» et «d'Aujourd'hui en France» RÉDACTION Responsable de la rédaction : Bénédicte Alaniou

Benedicte Alainous balaniou@leparisien.fr Editing et réalisation: Marianne Blériot mbleriot@leparisien.fr Rédaction: Agence Accroche-Press', Chloé Coursaget, Charlotte Robinet PUBLICITÉ/AMAURY MEDIAS

Directeurs généraux adjoints: Anne Browaeys, 01.41.04.97.61 Philippe Fromantin, 01.40.10.53.02 PUBLICITÉ COMMERCIALE

Directeur commercial: Roland Aouizerate, 01.41.0. 97.78 raouizerate@amaurymedias.fr ANNONCES EMPLOI

Directeur de la publicité : Muriel Petit, 01.40.10.53.22

IMPRESSION Sicavic Saint-Ouen (93400)

ABONNEMENT Le Parisien: 0.811.875.656 (coût d'un appel local)