

Booster votre carrière avec les chasseurs de tête

Beaucoup en rêvent mais tous les cadres n'ont pas la chance de recevoir un jour le coup de fil d'un consultant leur offrant un job sur un plateau. Comment être repéré par un chasseur de tête? Comment travaille-t-il? Que peut-on en attendre? Comment mettre toutes les chances de son côté? Toutes les réponses avec Bernardo Aronowicz, fondateur de B-Aron Conseil, cabinet spécialisé dans le recrutement pour le Private Banking à Genève. Interview.

*Propos recueillis par
Olivier VACHERAND*

B&F: Quelle est la différence entre un bureau de placement, un recruteur et un chasseur de tête?

B.A.: Le chasseur de tête et le recruteur partent de la demande du client et se mettent en quête d'un candidat répondant à cette demande. Le placeur part du candidat et se met en quête d'un emploi pour son compte. Le chasseur n'utilise généralement pas d'annonces et travaille dans l'ombre tandis que le recruteur publie des annonces sur internet ou dans la presse écrite.

B&F: Comment sont rémunérés les chasseurs de tête et les recruteurs?

B.A.: Deux modes de rémunération sont généralement employés. Dans le secteur bancaire, 20% du marché environ fait l'objet de mandats exclusifs plutôt adressés aux chasseurs. Dans ce cas, la procédure habituelle prévoit un paiement en trois étapes: 1/3 à la signature du mandat, 1/3 à la fourniture d'une «short list» et 1/3 à la conclusion. Mais l'essentiel du marché bancaire (80%) est traité au succès avec mise en concurrence de différents recruteurs. Seul celui qui trouve le bon candidat est rémunéré.

B&F: De quelle façon trouvez-vous le bon candidat?

B.A.: Nous utilisons tous les moyens qui sont à notre disposition. Depuis quelques années, les cabinets ont généralisé le recours à internet avec des annonces publiées sur des sites spécialisés dans la recherche d'emploi ou sur leur propre site. Il nous arrive également d'utiliser la presse pour autant que notre



«Un bon professionnel «chassé» peut espérer une augmentation de sa rémunération comprise dans une fourchette allant de 10 à 30%»

BERNARDO ARONOWICZ

client prenne en charge les insertions. Bien entendu, nous nous appuyons également sur notre propre base de données.

B&F: Comment est-elle constituée?

B.A.: Cette base de données est au cœur de notre métier et constitue l'une des clés de la réussite. Elle est constituée en faisant converger une foule d'informations récoltées grâce à nos réseaux, aux recherches que nous effectuons dans la presse, sur internet et grâce aux CV que nous recevons régulièrement. Sa mise à jour est primor-

diale. C'est pourquoi nous devons être attentifs aux mouvements de personnels qui s'opèrent sur nos marchés.

B&F: Une fois le candidat identifié, comment se passe la suite de la procédure?

B.A.: Dans la plupart des cas, nous appelons le candidat sur son lieu de travail en lui annonçant que son profil intéresse un de nos clients. On lui demande alors une description rapide de son profil pour s'assurer qu'il est effectivement dans la cible et on l'invite à nous faire parvenir son CV. Si le CV en question est conforme aux critères du client, le candidat potentiel est alors reçu par le chasseur de tête pour un entretien.

B&F: Quelle est la teneur de cet entretien?

B.A.: Il s'agit de cerner aussi précisément que possible le profil du candidat. Je lui demande par exemple de décrire ses compétences techniques et les résultats obtenus dans ses postes précédents. Je cherche également à comprendre son parcours, à identifier les raisons qui l'ont poussé à changer de poste au cours de sa carrière. Bien entendu, je juge au passage de la capacité du candidat à se présenter et à s'exprimer tout en essayant de cerner ses aspirations. Cet entretien est primordial pour le candidat car il n'y a généralement pas de deuxième chance.

B&F: Que voulez-vous dire par «aspirations»?

B.A.: Je dois être capable de pressentir la capacité du candidat à s'insérer dans la culture d'entreprise de mon client. Par exemple, les banques anglo-saxonnes sont plutôt orientées business et résultat avec pour corollaire une pression à court terme et une bonne part de rémunération variable. A l'inverse, les banques privées helvétiques

s'inscrivent plus dans une optique à long terme. Il faut savoir composer avec ces différences culturelles. Je ne mentionne l'établissement qu'en toute fin d'entretien lorsque je décide de poursuivre le processus et d'envoyer le CV à mon client. Vient ensuite la demande de références auprès de personnes ayant travaillé avec le candidat.

B&F: Après ces entretiens, vous composez donc votre «short list»...

B.A.: Il n'y a short list que dans le cas d'un mandat exclusif. Je présente alors entre trois et cinq candidats à mon client avec un commentaire synthétique d'une page

«Pour maximiser ses chances d'être chassé, il faut savoir rentrer dans la base de données informatique d'un chasseur et même mieux dans sa «base de données mentale»

maximum. Dans le cas d'un mandat non exclusif au succès, je présente les dossiers que je juge compatibles avec le poste.

B&F: Quelle augmentation de salaire peut espérer le «chassé»?

B.A.: Dans certains cas, le budget disponible est précisé lors de la signature du mandat, dans d'autres, la rémunération reste ouverte. Mais on ne va pas exclure d'emblée un bon candidat s'il dépasse le budget pressenti. Tout reste, bien entendu, négociable. Généralement, un bon professionnel «chassé» peut espérer une augmentation de sa rémunération comprise dans une fourchette allant de 10% à 30% à condition qu'il ne soit pas déjà hors marché.

B&F: Tous les cadres espèrent un jour être «chassé». Comment attirer l'attention des chasseurs de tête?

B.A.: Pour maximiser ses chances d'être chassé, il faut savoir rentrer dans la base de données informatique d'un chasseur et même mieux dans sa «base de données mentale». Il convient pour cela d'être visible sur le marché. Comment? En signant des contributions dans la presse par exemple; les

médias étant une source d'information privilégiée pour les chasseurs. Participer à des salons professionnels, intervenir dans le cadre de conférences, être inscrit dans l'annuaire des anciens de votre école sont autant d'autres pistes qu'il ne faut pas négliger. Répondre à des annonces ciblées permet également d'entrer dans les bases de données. Bien entendu, il ne faut pas hésiter à envoyer un CV en sélectionnant soigneusement son chasseur en fonction du secteur d'activité dans lequel il évolue. Même si cela paraît évident, il est indispensable que le CV soit clair, que l'on identifie immédiatement les compétences du candidat et ses aspirations pour le futur. Enfin, si vous avez la possibilité d'être recommandé auprès d'un chasseur, votre dossier aura d'autant plus de chances de retenir son attention.

B&F: La tentation est parfois forte «d'embellir» un peu les CV, est-ce une bonne idée?

B.A.: Attention, car nous croisons différentes sources d'information. Mentir à un chasseur de tête, que ce soit sur son parcours, sur son niveau de rémunération ou sur sa situation ne peut être que contre productif.

B&F: Y a-t-il des éléments d'un parcours qui peuvent être négatifs comme par exemple avoir attaqué un ancien employeur aux Prud'hommes?

B.A.: Dans le cas précis que vous évoquez, ce n'est pas réhivitoire. Si on dispose de cette information, il peut être utile d'obtenir des précisions sur le fond de l'affaire. Plus problématique est l'instabilité professionnelle par exemple. Elle sera mieux perçue à Londres ou New York qu'à Genève qui est très imprégnée de cette culture de stabilité et de long terme que l'on a déjà évoquée.

B&F: Après la France, la Suisse s'intéresse au CV anonyme pour contrer les discriminations à l'embauche. Les demandes de vos clients peuvent-elles s'avérer discriminatoires?

B.A.: Il existe effectivement quelques fois certaines demandes explicites concernant le sexe et l'âge des candidats. Par contre, je n'ai jamais observé chez mes clients de volonté discriminatoire en matière de nationalité, origine ou couleur de peau.

B&F: Il existe beaucoup de cabinets sur le marché, comment sélectionner le bon chasseur?

B.A.: C'est une question difficile d'autant que les acteurs sont nombreux et présentent des profils différents: acteurs généralistes ou spécialisés, grands ou petits, locaux ou internationaux. Pour faire le bon choix, interroger son réseau reste toujours une très bonne solution. Mais quoi qu'il en soit, ce qui est le plus important est la qualité du contact qu'on peut avoir avec le consultant. Il est inutile d'inonder le marché avec des CV ou de multiplier les offres spontanées. Mieux vaut cibler deux ou trois cabinets de confiance et travailler avec eux.

B&F: De quelle manière faut-il entretenir des liens avec les chasseurs?

B.A.: Une fois entré dans sa base de données, il est nécessaire de tenir le chasseur au courant de l'évolution de sa carrière afin justement qu'il puisse mettre à jour ses informations. Il faut absolument éviter de harceler son chasseur de tête au téléphone. Mieux vaut utiliser le mail et le faire avec une grande parcimonie. Il ne faut jamais oublier que le temps du chasseur est précieux. ■

O.V.

Chasseurs de tête: 10 conseils pour optimiser vos chances

1. Renseignez-vous sur les cabinets exerçant dans votre région et votre secteur d'activité
2. Demandez des recommandations à des collègues ou amis
3. Sélectionnez deux ou trois chasseurs et envoyez un CV clair, sans fausses informations
4. Renvoyer un nouveau CV chaque année et à chaque changement de poste
5. Restez en contact par téléphone ou mail avec le chasseur... mais sans faire de forcing
6. Soyez visibles sur le marché (séminaires, manifestations, articles de presse, etc.)
7. Répondez à des annonces ciblées
8. Préparez soigneusement votre entretien avec le chasseur, il n'y aura peut-être pas de 2^e chance
9. N'hésitez pas à collaborer avec le chasseur en lui recommandant de bons candidats
10. N'insistez pas auprès d'un chasseur si vous travaillez chez un de ses clients. Son éthique l'empêchera de vous contacter