

Comment mieux travailler avec les chasseurs de têtes

Ce document a pour vocation de partager quelques informations sur la manière de travailler avec les chasseurs de tête.

Quelques généralités sur le métier de chasse de têtes

Les clients des chasseurs sont les entreprises. Pas les candidats.

Ils ont une dimension commerciale forte : ils doivent se vendre à l'entreprise, vendre le poste au candidat et le candidat à l'entreprise.

Ils permettent à leurs clients

- De se voir proposer le meilleur candidat
- De réduire les risques relatifs à une embauche¹
- D'avoir une opinion objective, neutre – pas d'a priori
- D'être conseillé sur le long terme

Les chasseurs sont typiquement organisés par practises (finance, consumer goods, santé, énergie, ...).

Le process typique d'une chasse comporte les étapes suivantes :

- Un profil est établi avec le client.
- Le consultant travaille avec le chargé de recherche pour établir une première liste sur la base de :
 - o Base de données interne qui recense tous les courriers et CV reçus des candidats plus toutes les notes relatives à ces candidats prises lors de rencontres ou échanges téléphoniques).
 - o LinkedIn (ou Viadeo pour des profils plus nationaux).
 - o Le « sourcing » (cf plus loin).
- La liste est validée avec le client
- Le chargé de recherche commence les interviews
- Les candidats sont reçus par le consultant
- Une short list est établie et présentée au client (typiquement 3, rarement plus et au max 6) sur la base de 4 critères principaux :
 - o Les compétences techniques
 - o L'expérience adéquate du candidat
 - o La fit en termes de culture (pour réduire les risques de « rejet »)
 - o La dimension de leadership.
- Les références sont prises, les informations sont vérifiées (diplôme, salaire, ...)²
- Le chasseur aide à la négociation du package, à la rédaction du contrat et assiste le candidat à démissionner le cas échéant.
- Le chasseur accompagne le cadre dans sa prise de poste pendant environ 6 mois (ce qui correspond à la « garantie » qu'il donne à son client – si le candidat n'est pas confirmé après sa période d'essai, le chasseur doit reprendre sa chasse).

Un chasseur qui vérifie les références va effectivement appeler les contacts cités dans le dossier. Il va aussi se renseigner auprès de collègues (anciens ou actuels) et les faire parler de leur environnement pour collecter quelques informations sur le

¹ Il y a trois types de risques au niveau culturel, sectoriel et métier. Pour réduire les deux derniers, les chasseurs chassent des « clones ».

² Cette vérification est de plus en plus demandée par les clients après l'affaire Yahoo où le DG embauché en janvier 2012 a dû quitter son poste 3 mois après, en raison d'un diplôme universitaire figurant sur son CV et qu'il n'aurait jamais eu.

candidat de manière indirecte. Il va également « googler » le candidat (attention aux photos sur Facebook...)

Mieux comprendre un chasseur :

- En dehors de son métier de chasse, le chasseur est souvent sollicité et reçoit entre 50 et 200 CV par mois.
- Il commence par scanner le CV (environ 15 sec) et s'il est intéressé alors il lit la lettre de motivation.
- Si le CV n'est pas dans son secteur, il va le transmettre à son collègue en charge du secteur ou tout au moins le mettre dans la base de données du cabinet.

Quelques recommandations pour les candidats

A propos du **CV** et de la manière dont on le présente

- Le CV doit faire 1 page (débutants et jeunes) ou 2 pages (confirmés). Pas plus.
- Montrer la progression entre les postes
- Savoir parler de ses réalisations et des résultats associés (ne pas mentionner comme résultat d'une mission « j'ai été promu »).
- Ne pas hésiter à rappeler quelques données relatives à vos différents employeurs (effectifs, CA, ...)
- Adopter une présentation sobre.
- Ne pas mentir - partir du principe que les chasseurs trouveront toujours la faille (références, anciens CV restés dans la base,...)
 - o Diplômes
 - o Salaires
 - o Responsabilités
 - o Langues maîtrisées
 - o Trous dans la carrière (ex. : période de burn out)
 - o Incidents de carrière (ex. : départ suite à un licenciement)
- Ne pas avoir honte d'incidents de carrière et savoir montrer ce qu'on en a tiré.
- Prévoir un CV en français et un en anglais
- Le CV vidéo n'est pas utile sauf peut-être dans le métier de l'audiovisuel
- Prévoir une page de « pitch » à remettre comme un résumé de votre présentation.

A propos de **LinkedIn**

- L'utiliser comme une « carte de visite ».
- Les mêmes conseils que pour le CV s'appliquent également
- Ne pas solliciter trop de références. Trop de références tuent les références.

A propos de la **relation** avec le chasseur

- Identifier le consultant en charge de son secteur et s'adresser directement à lui ou elle.
- Etablir un contact avec le chasseur, avant même d'être réellement en recherche d'emploi. Construire une relation sur le long terme.
- Ne pas hésiter à donner quelques idées à un chasseur qui cherche un candidat (notion de sourcing).
- La manière dont on interagit avec le chasseur (mais aussi le chargé de recherche ou la secrétaire) donne des informations sur soi et sur la manière dont on se comportera en entreprise dans le futur. Etre poli et respectueux avec toutes les personnes rencontrées, de l'accueil à l'associé.
- Lorsqu'en entretien avec un chasseur, il faut savoir distinguer l'entretien de chasse (il y a un poste à pourvoir) des autres entretiens (sourcing, références, complaisance,...).
- S'il y a un poste à la clé, préparez-vous et renseignez-vous sur la société (si vous en connaissez le nom).

- S'il n'y a pas de poste, jouez le jeu du chasseur : sourcing, références, ...
- Lorsque la chasse est finie et que vous n'avez pas été sélectionné : acceptez que vous donner du feedback n'est pas la priorité numéro 1 du chasseur. Il y avait 10 candidats initialement. 1 a été retenu. Le chasseur n'a pas forcément le temps de fournir du feedback aux 9 autres personnes, même s'il le souhaiterait.
- Soyez toujours transparent avec le chasseur (ex : vous avez une piste en interne en parallèle, vous n'êtes pas sûr de pouvoir convaincre votre femme de déménager, ...)
- Soyez clair sur votre Unique Selling Proposition, votre positionnement.
- N'utilisez pas les chasseurs pour mener une réflexion globale sur votre carrière - différentes orientations possibles, l'envie de changer de voie, ... (sauf si vous avez établi une bonne relation avec eux et qu'ils acceptent de vous rendre ce service).
- Si vous n'avez pas fait le deuil de votre ancien job, patientez un peu ! ne passez pas 15 minutes à vous épancher sur l'épaule du consultant pour lui expliquer comment votre ancienne entreprise vous a manqué de respect !

Quand vous être présenté au **client**

- Montrez votre motivation, donnez envie.
- Présentez l'intérêt que l'entreprise aurait à vous embaucher, pas l'inverse (pas de « ce job me permettrait de passer du B to B au B to C » mais « mon expérience de marketing 2.0 pourrait être un atout pour l'entreprise X »).
- Adaptez-vous à la personne en face de vous :
 - o Si devant un opérationnel : il va chercher à tester vos compétences métiers et voir s'il aurait envie de travailler avec vous.
 - o Si devant un RH : il souhaite évaluer votre capacité à vous intégrer à l'entreprise.
- Acceptez le feedback du chasseur et ajustez-vous pour les prochains entretiens avec le client.
- Ayez toujours de questions prêtes à poser à votre interlocuteur.
- Renseignez-vous sur le profil de votre interlocuteur.

Quelques **conseils** en vrac

- Pensez à ce que vos collègues diraient de vous si un chasseur les sonde et les fait parler de vous.
- Ne pas faire de e-mailing aux 30 cabinets.
- Envoyer des mails personnalisés aux chasseurs responsables de votre secteur (faites-vous recommander si possible).
- Soyez professionnel – faites ce que vous avez dit que vous ferez (« je ne manquerai pas de vous rappeler dans les prochains jours pour prendre un rendez-vous... »).
- Si vous êtes reçu, ne supposez pas qu'il y a un poste à la clé – posez des questions et écoutez.
- Envoyez un message de remerciement après chaque entretien.
- Maintenez le contact.

Quelques recommandations de **lecture**

- « Le guide du professionnel du recrutement »
- "Success in six cups of coffee"
- "Headhunters and how to use them"