

Détecteur de pépites

Atomisé et hétérogène en termes de pratiques comme de positionnement, le marché du recrutement est pour le moins difficile à cerner. Son image n'est malheureusement pas toujours flatteuse. Lorsqu'il fonde Solusearch en 2008, Laurent Chabannais a de la chasse de tête une certaine vision : sur-mesure, humano-centrée et agile. Rencontre.

Bio-express

Laurent Chabannais

Diplômé de Sciences Po Bordeaux, complété par un diplôme en ressources humaines, Laurent Chabannais occupe pendant dix ans des fonctions d'encadrement dans plusieurs entreprises des domaines de l'automobile, de la finance et des services. Il y est en relation avec les directions générales et financières. En 2000, il quitte le premier groupe bancaire français pour monter l'activité « banque-assurance » d'un cabinet de recrutement. Il supervise également le département finance d'entreprise. Humaniste et passionné, homme de convictions, intuitif et tourné vers l'humain, sa vision qualitative de son métier l'a conduit à créer SOLUSEARCH.

L'enjeu pour un cabinet de recrutement : trouver la pépite, la personne la mieux adaptée pour chaque client.

L'enjeu pour son client : trouver un partenaire de confiance qui comprenne l'ADN de son entreprise, ses valeurs, et lui propose des candidats parfaitement ciblés et répondant aux critères du poste à pourvoir, aussi bien en termes d'expertise que de « soft skills ». Et au-delà encore, un accompagnement du candidat jusqu'à son intégration au sein de l'entreprise. Lorsque Laurent Chabannais fonde Solusearch, en 2008, il a déjà une très bonne connaissance du milieu du recrutement et une vision claire de ce dont il veut se démarquer. « La chasse de tête n'a pas toujours eu très bonne réputation. Ce peut être un métier tourné vers le court terme où les motivations pécuniaires sont essentielles voire malheureusement uniques. Comme on le dit dans la profession, le client paie parfois autant l'épaisseur de la moquette que le savoir-faire du consultant y compris avec certains cabinets renommés. D'autres structures font aussi bien de l'intérim que du recrutement en CDI, ou au contraire vous obligent à entrer dans une pratique sectorielle et à adopter une logique uniquement productiviste. Autant de modèles qui ne me convenaient pas ». Pour Laurent Chabannais comme Frédérique Ranoux qui a rejoint Solusearch en 2011, une approche personnalisée, qui repose sur l'écoute et la compréhension du client, de son environnement, de sa culture d'entreprise et de ses valeurs constituent les vecteurs de la réussite d'un bon recrutement. Cela suppose également l'instauration d'une relation respectueuse et de confiance avec l'entreprise et le déploiement d'une approche agile et d'un savoir-faire d'artisan particulièrement efficace pour la détection de pépites. En tant qu'ambassadeur d'une entreprise auprès de son futur collaborateur potentiel, le cabinet de recrutement se doit de faire preuve des mêmes attentions vis-à-vis du candidat. Et pour que la collaboration soit un succès, il lui faudra détecter celui ou celle qui aura certes l'expertise et les « soft skills » requis pour le poste, mais aussi et surtout la capacité à s'adapter à l'entreprise, à s'y reconnaître pour s'y sentir bien et grandir avec elle.

Marque employeur

Après la nécessité de bien connaître son marché, ses concurrents et d'avoir déterminé son positionnement différenciant, c'est le second conseil que Laurent Chabannais donne à ses clients : travailler sur la marque employeur. « Pourquoi ? Parce qu'aujourd'hui, on vit dans un monde de communication où tout se sait très rapidement. La culture très hiérarchique d'une entreprise, le mode de management plutôt dur de celle-ci, la bienveillance de cette autre... Des aspects auxquels les nouvelles générations sont particulièrement sensibles. Leur réflexion par rapport à leur carrière n'est plus uniquement financière. Elles veulent s'investir dans des projets qui aient du sens à leurs yeux, au sein d'entreprises dont la stratégie soit lisible. Il ne doit pas y avoir de



décalage entre leurs attentes et ce que peut leur apporter une entreprise. Or quand ce décalage se manifeste, il porte le plus souvent sur des valeurs non partagées. » Autre étape trop souvent sous-estimée et négligée par les entreprises : l'intégration de leur nouveau collaborateur. Une fois la bonne personne recrutée, il est important d'engager un véritable parcours d'intégration pour l'accompagner dans sa prise de fonctions. Lui attribuer un bureau avec un ordinateur et un téléphone ne suffit pas. Il faut aussi lui expliquer l'organisation et le mode de fonctionnement de la société, lui présenter les différents services, lui donner les moyens de déchiffrer les codes. Alors seulement elle pourra être efficace et performante et apporter sa valeur ajoutée, ce qui est quand même la base du recrutement. Solusearch revendique son statut de cabinet multi-spécialistes et des espaces de chasse qui couvrent un large périmètre, aussi bien sectoriel que géographique. Ses clients : de grands groupes, des ETI et des PME. Son portefeuille affiche un équilibre quasi parfait : un tiers de banques et d'assurances, un tiers d'industriels (industries mécaniques, second œuvre en bâtiment, agroalimentaire, santé...) et un dernier tiers constitué d'acteurs des services et de la grande consommation. La réactivité et l'efficacité du cabinet reposent quant à elles sur les réseaux qu'il a su développer au fil des ans et lui permettent aujourd'hui de s'appuyer sur des expertises solides dans des secteurs d'activités variés pour répondre à la demande de clients aux quatre coins du territoire.



Des pratiques chamboulées

Il n'y a pas un mais plusieurs marchés de l'emploi cadre. En fonction des secteurs d'activités, de leur actualité, mais aussi du degré de séniorité des candidats, le marché peut être atone ou très dynamique. Certains secteurs sont en pleine restructuration avec d'importantes fusions et pour conséquences des doublons sur certaines fonctions mais aussi des besoins importants sur d'autres. Les entreprises recherchent souvent les mêmes profils : des candidats avec une première expérience de trois ans, des personnes qualifiées et formées, rapidement opérationnelles, et attractives financièrement. S'agit-il là des meilleurs critères de recrutement ? Pas forcément...

Sur le marché proprement dit du recrutement, les évolutions sont incessantes, que ce soit en termes d'outils ou de pratiques, entraînant d'importants chamboulements. L'apparition de l'Intelligence Artificielle dans le recrutement mais aussi l'émergence des recruteurs qui se définissent comme totalement

digitaux sont des tendances de fond. « Avec le développement du numérique et l'explosion des différents réseaux sociaux, l'accès aux candidats n'est plus réservé aux seuls cabinets et nombre d'entreprises se lancent seules dans le recrutement de leurs collaborateurs, pensant réaliser des économies. La réalité montre qu'il leur est souvent difficile d'attirer des profils d'experts et le recours aux cabinets s'impose souvent face à des processus très longs... Et ardu. » Ainsi, si elle est porteuse de nouveaux leviers, cette révolution a ses limites et est loin d'être la panacée. Première sacrifiée : la relation directe avec le candidat. Un contact téléphonique est bien plus efficace pour convaincre un candidat de l'intérêt d'un poste et d'un projet pour lui qu'un message impersonnel via un réseau social. La rencontre des personnes pour évaluer leur personnalité et leur adéquation à l'entreprise reste capitale. Et Laurent Chabannais de conclure : « Le recrutement, cela reste heureusement une affaire de personnes, pas uniquement d'algorithmes, aussi puissants soient-ils... ». ▀

Ce qu'ils en pensent...

SOCIETE GENERALE collabore avec SOLUSEARCH depuis plus de 10 ans. Le cabinet nous accompagne sur le recrutement de profils de haut niveau, notamment au sein des métiers Finance, Audit et Conformité. Nous apprécions particulièrement la relation de confiance construite au fil du temps avec eux : ils sont à l'écoute de nos besoins, ils nous connaissent très bien et partagent nos valeurs. Ils exercent leur métier avec passion et engagement. Les candidats présentés sont toujours de qualité et s'intègrent rapidement à l'entreprise.

Céline Massacrier - Direction du recrutement - Groupe SOCIETE GENERALE

Nous avons eu recours à SOLUSEARCH à 3 occasions : un directeur commercial pour la division sports - 2 roues -, un responsable des ventes et grands comptes GSB pour la division produits de sécurité, et le recrutement d'une responsable RH. Le cabinet a mené les missions rapidement et avec efficacité, en présentant des candidats tous très pertinents. Il a tout de suite cerné la culture de notre entreprise, le profil nécessaire pour réussir, l'adéquation avec l'équipe. J'ai apprécié la capacité du consultant à se projeter dans le besoin de l'entreprise, le suivi et l'accompagnement de l'intégration des collaborateurs recrutés.

Christian Klopfenstein - Président - ABUS France

Au cours de l'année 2018, j'ai confié au cabinet SOLUSEARCH divers recrutements « Middle management » sur des fonctions en Logistique. À partir d'une définition des besoins de l'entreprise, les candidats proposés par le cabinet ont toujours parfaitement été sélectionnés, et la double dimension « savoir-faire » et « savoir-être » a toujours répondu à nos attentes. Au-delà d'une sélection rigoureuse et d'un dossier de synthèse approfondi, la culture du résultat et l'accompagnement de SOLUSEARCH sont des éléments fondamentaux et sécurisants pour l'employeur et le candidat.

Fabrice Mozon - Directeur Supply Chain - Groupe POMMIER