

“Internet maakt kandidaten meer visibel, maar de toegevoegde waarde van sterke headhunters blijft groot”

In de snel veranderende bedrijfsweld maken hypes onderdeel uit van de dagelijkse realiteit, maar ze moeten in het juiste kader gezet worden. Als de industrie onder spanning komt te staan, en men de tering naar de nering moet zetten, vlucht men in een vals geloof in vaak minderwaardige processen. Ook rekrutering is onderhevig aan deze fenomenen. We vroegen Vandycke & Partners naar hun inzichten en ervaringen.



De sociale media hebben zich genesteld in ons dagelijks leven. Ons land telde in juni van dit jaar zo'n 3,5 miljoen Facebookgebruikers, in oktober 2008 was dat nog 1 miljoen. Over het gebruik van deze toepassingen in de bedrijfsweld, worden vandaag dikke boeken geschreven. Tal van 'specialisten' stellen hun diensten ter beschikking van de bedrijven die vinden dat zij aanwezig moeten zijn in de 2.0 realiteit.

Vandycke & Partners heeft de trend bekeken en de mogelijkheden onderzocht in functie van rekrutering. De conclusie kan zijn dat we niet blindelings de hype moeten volgen en dat je de relevantie van de meeste netwerken sterk in twijfel kan trekken, tenminste in functie van het vinden van kandidaten en van een nieuwe baan. Een van die netwerken is echter zonder meer de positieve referentie en dat is LinkedIn.

"In die mate dat je het als headhunter vandaag niet begrijpt als de een of andere gerespecteerde manager helemaal niet aanwezig is op LinkedIn. Professionals beseffen nog te weinig dat LinkedIn een belangrijke tool kan zijn in functie van hun carrièreplanning. Misschien mag de boutade wel zijn: als je iets te betekenen hebt, dan ben je op LinkedIn, en al helemaal als je je actief of zelfs gewoon passief beschikbaar wil maken op de jobmarkt", zegt Franky De Cauter, Consultant bij Vandycke & Partners.

Een gevolg van de sterk groeiende sociale netwerken, en van LinkedIn in het bijzonder, is dat bedrijven gaan denken: nu kunnen we het helemaal zelf, want kandidaten liggen nu voor het oprapen. Op die manier neger je de toegevoegde waarde van een rekruteringskantoor zoals Vandycke & Partners, dat al twintig jaar een leidende rol speelt in rekrutering voor Health care en Life Sciences.

Rekrutering en headhunting in het bijzonder, is veel complexer dan het namenlijstje dat in een aantal gevallen inderdaad toegankelijker is geworden door het internet. Een rekruteringskantoor met een lange historiek in een omliggende sector, kan terugvallen op dieptekennis van de bedrijven, kent de achtergronden van de markt, heeft een actief netwerk van insiders en geniet het vertrouwen van potentiële kandidaten. Dat alles resulteert in een breed inzicht, in *market intelligence* die een sterke rol speelt in de oefening om kandidaat en bedrijf met elkaar te matchen. *"Een goed voorbeeld kan zijn dat we de rollen en dus de profielen zien veranderen. Een verschuiving ruwweg van chemie naar biologie in farmaproductie heeft nieuwe vraagstukken doen ontstaan en vereist de inzet van andere profielen met inzichten die daarop een antwoord rekruteerder om een duidelijke toegevoegde waarde te bieden voor je opdrachtgever"*.

Een antwoord op de recessie

De economische situatie van de afgelopen twee jaar, heeft de rekruteringsmarkt sterk doen afnemen. Als gevolg daarvan, hebben we een aantal rekruteringskantoren zien verdwijnen. Andere

hebben hun werkwijze en hun principes bijgesteld om alsnog het hoofd boven water te kunnen houden.

Samen met een slecht economisch klimaat, bleef het aantal *mergers & acquisitions* in de Health Care & Life Sciences groot, wat leidt tot een ontdubbeling van functies, reorganisaties en alweer een dalend aantal vacatures. Rekruteringskantoren die in deze situatie een ongunstige klantenportefeuille blijken te hebben en die daarenboven onvoldoende gebouwd hebben aan hun zakelijk netwerk van zowel potentiële opdrachtgevers als van sterke kandidaten, kregen het bijzonder moeilijk. De realiteit wordt scherper en de rekruteerders die stand houden, worden tegen elkaar uitgespeeld. *"Daar is niemand bijgebaat",* meent Franky De Cauter. *"Bedrijven vinden dat ze een goede zaak doen als ze een kantoor kunnen overtuigen om no cure no pay voor hen te werken. Met dat soort van contracten krijg je een bod, maar je wordt niet per se geholpen. Het is veelal een schijnvertoning die tegen beter weten in hoopt op een maximaal resultaat aan de hand van een minimale, niet onderbouwde inspanning"*. Vandycke & Partners is kunnen blijven voortwerken op het bekende elan en heeft ook alle redenen om met vertrouwen verder te bouwen aan de toekomst.

Alle informatie over Vandycke & Partners en Mediconsult vindt u op www.vandycke-partners.com