

Head-hunterii trag linie: "2009 un an mai bun decat ne asteptam"

Camelia Bucioveanu, 18 Decembrie 2009

Dupa un inceput de an 2009 in care numarul de proiecte in executive search scazuse la jumătate fata de 2008, head-hunterii au reusit sa isi repuna afacerile pe picioare. Desi totalizeaza cifre de afaceri cu pana la 20% mai mici decat anul trecut, head-hunterii cu cateva contracte deja semnate in protofoliu privesc cu optimism spre 2010.

Proiecte pe ultima suta de metri a anului 2009

La inceputul anului 2009, dupa un trimestru de criza, majoritatea companiilor, nu-si asumau riscul de a pune in aplicare planuri de crestere si dezvoltare. In asteptarea unei reasezari a pietei, proiectele de executive search erau suspendate sau amanate pe termen nelimitat. In trimestrele doi si trei head-hunterii au inceput sa creasca numarul de contracte semnate si sa ajunga la un volum de proiecte in trimestrul patru similar cu cel din 2008.

Recruiterii explica mentinerea numarului proiectelor de executive search prin nevoia esentiala a companiilor de lideri competenti, care sa conduca cu succes compania spre sfarsitul crizei. Conform acestora, organizatiile nu poate tine descoperite pozitiile de top pentru ca, mai ales in perioadele de criza, schimbarile de strategie si cost control catalizeaza adaptare la noile conditii impuse de piata.

“In acest an pot spune ca am scazut mai putin decat ne asteptam. Previzionam o cifra de afaceri de 400 000 de euro, insa terminam anul cu afaceri de 500.000 de euro”, sustine head-hunter-ul George Butunoiu, proprietarul firmei de executive search cu acelasi nume.

Si compania de executive search Antal Network International va inregistra la sfarsitul anului venituri mai mici comparative cu 2008. “Evident, si noi ne confruntam cu o cifra de afaceri mai mica, insa am estimat aceasta situatie inca de anul trecut, cand stiam ca majoritatea companiilor vor da piept cu criza. Desi am scazut din cauza situatiilor financiare ale companiilor client, am reusit sa pastram un nivel bun al profitabilitatii”, afirma Irina Vasile (foto), country manager al Antal.

K.M. Trust, un alt jucator pe piata plasarilor de manageri, acumulase la sfarsitul primului semestru afaceri in valoare de 320 000 de euro. Compania va incheia anul 2009 cu venituri de 430-450 000 euro, o contractie a business-ului de 10-15% fata de 2008. Insa realizarea acestei cote este valabila doar pentru divizia de executive search a companiei, fara a calcula veniturile diviziei Key to Success. “Consolidat cu cifra de afaceri a Key to Success, noua divizie de recrutare middle management, lansata la inceputul anului cred ca vom incheia anul cu 5-7% procente crestere fata de anul trecut”, spune Valentin dima, consultant K.M. Trust.

Pentru compania de executive search Advice Human Resources semestrul al doilea a echivalat cu o dublare a activitatii de recrutare, in timp ce in lunile octombrie si noiembrie volumul proiectelor s-a triplat raportat la primele trei luni din 2009. “In prezent, numarul proiectelor in derulare este echivalent cu cel din anii 2007-2008. Motivatia clientilor nostri a demara procesele de recutare pana la inceputul anului 2010 este strans legat de planurile pe care le au pentru urmatorul an, acelea de a creste simtitor cota de piata si de a recastiga clientii pierduti in anul ce se incheie”, noteaza Mihaela Scarlat, executive researcher al Advice.

Cum si-au pastorit head-hunterii afacerile

Chiar daca afacerile head-hunterilor isi revin treptat din amorteala, urmele lasate de criza in strategiile de business si in masurile eficientizare a costurilor raman vizibile.

Intr-o piata in care companiile pusesera lacat pe bugetele de resurse umane, speriate de consecintele economice din vara si toamna, cand profitul avea sa secatuiasca, head-hunterii au fost impinsi spre doua decizii: servicii de calitate la preturi mai mici, politica success-fee (clientul plateste dupa ce au angajat managerul propus de compania de executive search) sau reducerea bugetelor de cheltuieli.

De exemplu, Antal a combinat strategia scaderii costurilor cu un declin al onorariilor incasate per proiect. Cu toate acestea, unele contracte prevedeau onorarii mai mari decat plafonul companiei, datorita gradului de complexitate a pozitiei lucrate. “Ca strategii, am tintit catre un volum de munca crescut, o mai mare flexibilitate, extrema orientare catre clienti si candidati si pretentii salariale egale cu anii trecuti sau chiar mai mici”, afirma Vasile.

Daniela Necefor, managing partner al companiei de executive search Total Business Solution (TBS) sustine ca schimbarea politicii de tarificare s-a produs in companiile in care onorariile percepute atingeau un maxim al mercurialului pietei. “Cand vorbim despre un onorariu mare, vorbim despre 100 000 de euro pentru un manager plasat. Tarifele medii se situeaza in jurul valorii de 35 000 de euro pentru o pozitie, in timp ce 300 – 10 000 de euro pot fi considerate fee-uri (onorarii) mici. Cei care tarifeaza la pret minim, probabil au pastrat aceleasi cerinte fata de client”, afirma Necefor.

In executive search onorariile sunt corelate cu impactul in business al rolului pozitiei pentru care se recruteaza, cu disponibilitatea candidatilor la un moment. Executive searcher-ii isi negociaza onorariile fie prin propunerea unei sume fixe per proiect, fie prin stabilirea unui procent din salariul de baza al managerului plasat.

TBS practica o politica de tarificare la nivel mediu. Necefor sustine ca TBS a continuat sa negocieze proiecte la aceleasi valori ca si anul trecut, evitand contractarea success fee. “Nu am acceptat sa lucram prin success – fee, ci am preferat sa negociem retainer (o parte din suma se incaseaza la semnarea contractului). Multe companii (n. red. de executive search) s-au confruntat cu amanari sau suspendari ale proiectelor, si daca semnaseră contract success fee si incepusera sa lucreze pentru client, au pierdut timpul degeaba”, explica Necefor.

K.M. Trust, cu un nivel al remuneratiei per proiect la o cota medie de 35 000 de euro, s-a axat pe o strategie diferita: a preferat reducerea cheltuielilor interne, de recrutare si crearea unei noi divizii de business, mai profitabila in criza decat recrutarea pe pozitii de top.

Daca pentru fiecare om plasat, firma trebuia sa scaneze printr-o lista de cateva sute de persoane pentru a gasi oameni potriviti, proces care ridica totalul cheltuielilor cu peste 10.000 de euro/recrutare, consultantii K.M. Trust au redus numarul posibililor candidate pana la 130.

Radu Manolescu (foto), managing partner al K.M Trust, a precizat in vara acestui an ca tot ceea ce depaseste 125-130 de candidati se factureaza suplimentar, evitandu-se astfel eventualele conflicte de interese cu clientii.

In plus, Key to Success, compania infiintata in 2008, axata pe recrutarea de middle manageri, a contribuit la inregistrarea unei cresteri de 5-7% in bugetul consolidate, potrivit lui Dima.

“Costurile de recrutare au ramas relativ constante. Anul acest am preferat sa acordam cresterile salariale planificate si chiar sa facem angajari in prima parte a anului. Pentru a mentine un nivel acceptabil al costurilor in aceste conditii am optimizat folosirea unor resurse, am renegociat contractele cu unii furnizori si am redus sau redistribuit unele beneficii pentru angajati”, subliniaza Dima.

Butunoiu nu si-a modificat directia de business in acest an: a pastrat valoarea costurilor de personal, si a mentinut valoarea onorariilor. “Noi putem scadea si cu 80% si tot ne-am putea mentine pe piata, pentru ca costurile de personal nu sar de 100.000 de euro anual”, explica acesta.

Manageri ideali, pe o piata in declin

Pe langa dificultatile create de incasarile in declin si de costurile fixe de personal, managerii companiilor de executive search s-au confruntat si cu exigentele sporite ale clientilor.

“Chiar daca am avut mai multi candidate din care sa alegem in acest an, nu a fost o munca mai usoara pentru noi, pentru ca exigenta clientilor ne-au determinat sa sustinem mai multe interviuri decat pana acum”, mentioneaza Butunoiu.

In opinia recruiterilor, managerul anului 2009 trebuie sa aiba capacitatea de a conduce nu numai un business, ci si oamenii din subordine. “Se pune din ce in ce mai mult accent pe capacitatea managerului de a fi orientat catre oameni, de a le servi drept model si de a-i motiva. In aceasta perioada, cei mai multi angajati resimt insecuritatea locului de munca si au nevoie mai mult decat oricand de un lider vizionar, orientat atat pe afacerea pe care o coordoneaza, dar si pe oamenii care il sprijina in demersul sau”, spune Scarlat.

Un alt atu al managerului de criza este capacitatea acestuia de a gandi noi strategii de reducere a costurilor fara a afecta major liniile de business deja existente. Mai mult, la putere acum sunt managerii inovatori, care fac din criza o oportunitate de a lansa compania pe noi pietele si de a gasi strategii ieftine, dar eficiente de marketing, mai spun recruiterii.

Daca anul 2008 a fost prosper pe toate planurile, anul in curs privilegiaza anumite industrii. Farma, FMCG, IT si sectorul energetic au cea mai mare nevoie de manageri pentru ca inca isi permit sa dezvolte linii de business.

Pentru TBS, majoritatea celor peste 50 de contracte semnate in acest an (un contract poate contine una sau mai multe pozitii pentru recrutare) au venit din industria energetic si din FMCG, subdivizia companii cu profil alimentar.

“Am recrutat pozitii foarte specializate, cu profil tehnic. Au fost companii din industria energetic care au cerut oameni cu experienta de 15 – 20 de ani in domeniu, pentru pozitii in senior management”, afirma Daniela Necefor (foto).

Pentru Antal Network International cele mai multe cereri au venit din domeniile cel mai puternic afectate de criza – auto si constructii. “Cei cu adevarat constienti ca suntem in criza dar si ca trebuie sa iesim din aceasta, isi cauta cei mai buni manageri, din timp, si cu un real interes”, conchide Vasile.