MÉTIER DE BUSINESS MANAGER

Les recruteurs en sociétés de conseil : des piliers sous-estimés du succès

Frédéric Le Pennec · 2 octobre 2024



Dans les sociétés de conseil et ESN, les recruteurs jouent un rôle stratégique souvent sous-valorisé. Cet article alerte sur le manque de reconnaissance, la pression des KPI et la nécessité d'une meilleure collaboration avec les business managers.

Dans les sociétés de conseil et ESN, les business managers sont souvent sous le feu des projecteurs, avec des objectifs de chiffre d'affaires et des responsabilités commerciales clairement mises en avant. Pourtant, un acteur clé reste dans l'ombre : le recruteur. Chargé de trouver et d'évaluer les talents qui vont permettre à l'entreprise de répondre aux attentes de ses clients, le recruteur joue un rôle essentiel. Mais ce rôle est souvent peu valorisé, tant en termes de reconnaissance humaine que salariale. En dépit de leur importance stratégique, les recruteurs se retrouvent souvent à jongler avec des KPI imposés, avec peu de formation ou d'accompagnement pour les aider à réussir dans leur mission.

Le rôle crucial du recruteur : premier et parfois unique point de contact

Le recruteur est souvent le premier point de contact qu'un candidat aura avec l'entreprise. C'est lui qui va incarner l'image de la société, qui va donner la première impression de ce que pourrait être une carrière au sein de celle-ci. Ce moment de contact est crucial. Il peut, pour le candidat, influencer durablement la perception qu'il aura de l'entreprise, que ce soit dans le cadre de sa candidature actuelle, ou lors d'une future opportunité. Pire encore, un mauvais recrutement, ou un entretien mal

mené, peut non seulement coûter la perte d'un bon profil, mais également entacher la réputation de l'entreprise sur le long terme.

Exemple concret : Un candidat mal accueilli par un recruteur ou mal informé sur le poste proposé peut, des années plus tard, devenir un client potentiel. La mauvaise impression initiale persistera dans son esprit, influençant peut-être ses décisions futures. De la même manière, un candidat bien traité pourra être un ambassadeur, même s'il n'a pas été retenu lors de sa première candidature.

La reconnaissance humaine et salariale : une véritable disparité

Malgré leur rôle essentiel, les recruteurs sont rarement reconnus à leur juste valeur. Dans beaucoup d'ESN ou sociétés de conseil, leur rémunération est bien inférieure à celle des business managers, même si leur travail est tout aussi stratégique. Les business managers sont souvent rémunérés sur la base des contrats signés et des marges générées, ce qui peut créer une dynamique inégale où les recruteurs, pourtant indispensables à la chaîne de valeur, sont relégués au second plan.

Il n'est pas rare de voir des recruteurs gérer des dizaines de postes ouverts en parallèle, avec une pression constante pour répondre à la demande des clients, mais sans recevoir la même reconnaissance que leurs collègues business managers. Or, sans leur travail en amont, les business managers ne pourraient tout simplement pas remplir leurs objectifs.

Manque de formation et d'accompagnement : recruteurs laissés à eux-mêmes

La plupart des recruteurs dans les sociétés de conseil souffrent également d'un manque criant de formation et d'accompagnement. Alors que les business managers bénéficient souvent de formations sur la vente, la négociation ou la communication, les recruteurs sont rarement outillés pour améliorer leurs compétences. Ils doivent se former sur le tas, parfois sans véritable soutien de la part de leur management, ce qui peut les mener à adopter des méthodes moins efficaces, ou à se concentrer uniquement sur l'atteinte des KPI au détriment de la qualité des recrutements.

Ce manque de formation contribue à créer une situation où les recruteurs se sentent isolés, et où leur développement professionnel est négligé. Pourtant, l'investissement dans la montée en compétences des recruteurs pourrait avoir un impact direct sur la qualité des talents intégrés à l'entreprise, et donc sur le succès des projets réalisés.

Management par le chiffre : une culture qui dévalorise le savoir-faire

Dans de nombreuses sociétés de conseil, le management des recruteurs est essentiellement basé sur les chiffres. Nombre d'appels passés, entretiens réalisés, CV envoyés... Ces KPI sont utilisés pour juger leur performance. Mais cet usage des KPI, en décalage avec les réalités du métier, pousse certains recruteurs à se focaliser sur la quantité au détriment de la qualité.

Le management par les chiffres, déconnecté des compétences réelles nécessaires au recrutement, comme l'évaluation des profils, la compréhension des besoins clients et la création d'une expérience positive pour les candidats, dévalorise le travail des recruteurs et compromet la qualité du recrutement. À long terme, cette approche nuit à la réputation de l'entreprise et limite son attractivité pour les talents.

Les recruteurs, excuses ou fusibles des mauvaises performances des business managers

Au-delà de la sous-valorisation et des dérives liées aux KPI, les recruteurs peuvent parfois être utilisés comme des boucs émissaires pour masquer les véritables raisons des mauvaises performances des équipes commerciales. Lorsqu'un business manager ne parvient pas à atteindre ses objectifs, la responsabilité est souvent rejetée sur le recruteur, accusé de ne pas fournir les bons profils ou de manquer de réactivité. Cependant, cette dynamique masque un problème plus profond : un manque de communication et de collaboration entre les business managers et les recruteurs.

Les business managers, en étant en interface directe avec les clients, sont mieux placés pour comprendre les besoins spécifiques en termes de compétences et de profils. Or, beaucoup de ces managers négligent de transmettre des informations claires et détaillées aux recruteurs, laissant ces derniers dans l'incertitude quant aux profils réellement recherchés. Cette absence de communication conduit à des recrutements mal alignés avec les attentes des clients, ce qui impacte directement les performances des business managers.

Cette dynamique crée un cercle vicieux où les recruteurs sont blâmés pour des échecs qui sont en réalité dus à un manque de soutien et de clarté de la part des business managers, entraînant leur démotivation. Pour remédier à cela, il est impératif de favoriser une communication transparente et régulière entre business managers et recruteurs, afin d'assurer que les besoins des clients sont correctement compris et traduits en critères de recrutement précis et pertinents.

Conclusion : Le recruteur, un acteur stratégique à revaloriser

Les recruteurs en sociétés de conseil jouent un rôle central, mais ils sont souvent sous-estimés, tant en termes de reconnaissance humaine que salariale. Leur travail, pourtant essentiel, n'est pas suffisamment valorisé, et les KPI mal utilisés risquent d'aggraver la situation. De plus, en tant que fusibles des mauvaises performances des business managers, ils se retrouvent injustement pointés du doigt, ce qui nuit à la collaboration interne et à la qualité des recrutements. Il est temps pour de nombreuses sociétés de conseil et ESN de repenser leur approche du recrutement en offrant aux recruteurs une vraie reconnaissance, des formations adéquates, et en mettant en place des KPI qui mesurent la qualité autant que la quantité. Une meilleure communication entre business managers et recruteurs est également indispensable pour garantir des recrutements alignés avec les besoins réels des clients et assurer le succès global de l'entreprise.