



Ulysses Consulting,

pour un recrutement pas tout à fait comme les autres

Heureux qui comme Ulysses Consulting a fait non un beau voyage, mais un beau mariage : celui avec le candidat, placé au centre de la procédure de recrutement, et avec l'employeur, qui en profite par ricochet. Actif sur le marché ICT depuis 5 ans, il souffle aussi sur ce bureau un vent de dynamisme auquel on n'est plus forcément habitué...

Ce qu'on retient de prime abord chez Ulysses Consulting, c'est ce choix du " Contingency Recruitment ", c'est-à-dire l'inversion des processus de recrutement qui, au final, profite également à l'employeur. La méthode est simple : plutôt que de chercher uniquement dans leur catalogue les candidats qui correspondent le mieux au profil demandé, les consultants d'Ulysses Consulting proposent gratuitement à leurs " poulains " - avec qui ils ont défini les exigences au niveau des valeurs, des priorités et motivations, sans vouloir leur faire adhérer à un moule, et restent en contact sur le long terme - les fonctions et entreprises pour et dans lesquelles, dans l'absolu, ils devraient solliciter. Et pas uniquement les fonctions techniques, commerciales ou de management qui sont ouvertes.

Côté client, il s'agit aussi pour Ulysses Consulting d'anticiper, comme le précise Ian Morsomme, COO : " Nous devons comprendre ses process, afin de pouvoir être proactif plutôt que de simplement répondre à sa demande ". Ian Morsomme indique en sus que, pour chacune des personnes qui a convaincu Ulysses Consulting de son " petit quelque chose en plus ", le consultant en charge de son dossier se transforme en une sorte de marketer privé. Qu'il s'agisse d'un postulant DRH pour une société d'informatique ou d'un analyste programmeur dans une banque.

A force d'étonner agréablement des clients malheureusement parfois plus familiers du fait de payer un grand bureau de recrutement sans voir un seul CV en retour durant plusieurs mois, ou pour seulement obtenir une liste de 40 noms... dont ils connaissent déjà la majorité, petit à petit, Ulysses Consulting est devenu moins petit. C'est ainsi que le bureau belgo-belge peut se targuer de disposer d'environ 12.000 CV, d'une foultitude de (bons) contacts, et que sont nées des activités connexes de HR outsourcing, d'assessments, ou encore la vente à la Loterie Nationale de la structure de la base de données maison.

Evoluer... sans changer

An De Jonghe, CEO et co-fondatrice le bureau, revient sur les débuts d'Ulysses Consulting : " Nous travaillions tous les deux dans des bureaux concurrents. Partageant la même mentalité, nous avons décidé de nous lancer ensemble ". C'était fin 1999, le marché du recrutement ICT n'était pas au beau fixe, mais n'a pas empêché Ulysses Consulting de suivre son bonhomme de chemin : " En 2000, nous avons essentiellement eu des contrats pour des profils techniques mais, rapidement, le niveau des personnes recherchées s'est élevé ". " Et ceci sans modifier d'un iota notre philosophie : nos clients attendent d'en avoir pour leur argent, et nous devons couvrir nos frais ", ajoute Ian Morsomme.

On comprend mieux pourquoi, jusqu'à présent, Ulysses Consulting s'est fait plutôt discret au niveau du tam-tam marketing, et doit encore travailler à sa notoriété : la priorité était ailleurs, il fallait asseoir ses bases avant tout, se poser en acteur sérieux sur le marché, et le prouver. Et on ne s'étonne pas qu'un bureau pignon sur rue à l'avenue Louise ne fait pas partie des plans

pour gagner le respect : Ulysses Consulting travaille à 80% sur références. C'est ce qu'indique encore An De Jonghe : " Nous faisons très peu de prospection. Généralement, lorsqu'on arrive dans le bureau d'un client, c'est qu'il nous a connus par le biais d'un autre client que nous avons aidé, ou alors d'un ancien candidat qui est devenu un ambassadeur d'Ulysses. Il y a donc déjà, a priori, une relation de confiance qui peut s'installer ".

An De Jonghe continue sur la notion de réseau : " Quand une mission difficile se présente, au lieu de suivre le processus classique, nous pouvons téléphoner à quelques anciens candidats susceptibles de connaître la personne que nous cherchons. Ensuite, il nous est plus facile de la contacter, étant donné que nous sommes introduits. Nous ne faisons aucune différence par rapport à la manière dont on trouve un candidat ".

On ne badine pas avec la confiance

Mais comment gagner la confiance du client ? C'est l'efficacité pragmatique qui vient spontanément à l'esprit des deux enthousiastes compères : " Chez nos clients, nous ne sommes pas là pour faire de longs discours ou passer des annonces, mais pour résoudre leur problème business endéans le laps de temps imparti ", indique Ian Morsomme, complété par An De Jonghe : " Nous sommes généralement en contact non avec les gens des RH, mais avec les ICT et sales managers,... Bref, des gens qui aiment avoir affaire à des partenaires qui parlent la même langue qu'eux. Ca tombe bien : nous sommes avant tout des passionnés d'informatique ".

La flexibilité et la rapidité d'un bureau de petite taille non généraliste, qui connaît bien le marché, sont également pointées du doigt. Ainsi, les 7 consultants (néerlandophones et francophones, tous parfaits bilingues, d'âges différents, aux backgrounds variés, aux personnalités complémentaires et, chose rare dans l'ICT, appartenant en majorité au sexe faible) sont tous maîtres d'oeuvre de leurs dossiers - les fondateurs y compris - et comprennent les besoins du client, avec qui ils sont en interaction directe. Entre eux, pas de concurrence interne, et tout le bureau peut travailler ensemble sur une mission complexe, jusqu'à plus d'heure si nécessaire.

Ian Morsomme illustre la volonté d'efficacité d'Ulysses Consulting : "Quand cela ne fonctionne pas, nous nous mettons autour de la table pour essayer de comprendre. Un client ne parvenait pas à trouver sa perle rare depuis 8 mois. Nous lui avons demandé quels candidats il avait déjà rencontrés, pourquoi cela n'allait pas avec eux. Nous n'allions pas recommencer tout à zéro ! Il y avait tout simplement un problème dans la qualification définie ".

Ulysses Consulting peut bien sûr bousculer certaines personnes, habituées au classicisme. Pourtant, les clients comprennent vite que ses méthodes sont de leur intérêt, et An De Jonghe donne un exemple du degré de confiance : " Il arrive qu'un client nous téléphone en nous indiquant uniquement qu'il aimerait bien qu'on lui trouve un 'deuxième Peter', c'est-à-dire le même profil de candidat qu'on lui a déjà permis d'engager. Le contrat, il demande qu'on le lui envoie par la suite ! ".

La conclusion revient à Ian Morsomme : " Nous travaillons avec notre coeur et voulons continuer à grandir, en restant capables de regarder nous regarder dans le miroir chaque jour ".

Olivia Arend

<http://www.id-side.be/>

Meer info?

Betty Cornelis, Marketing Manager @ Ulysses Consulting
+32 (0)2 583 99 33 - bc@ulysses-consulting.com