

Eindelijk is het zo ver: na vier jaar kommer en kwel (2000-2004) zien we dit jaar een heropleving van de it-markt. Maar met de nieuwe projecten zijn er nieuwe vereisten voor kandidaten opgedoken.

Het beeld van de 'ideale it-er' is veranderd: weg met de techneuten die zich alles mochten permitteren zolang ze maar uitblonken in technologie X of Y. Vandaag is elke zichzelf respecterende consultant tevens een verkoper van zijn firma en begrijpt hij de core business van zijn klant.

De echte verkopers hebben vandaag de dag ook een moeilijke job: 'acquisitie is een pré' (Nederland) of 'prospectie is een must' (België) betekent aan beide kanten van de grens hetzelfde: bedrijven willen hunters die hun omzet gevoelig moeten verhogen. Deze business developers kijken soms jaloers naar hun collega-verkopers, de large account managers. Zij krijgen vaak slechts één tot drie klanten onder hun hoede waarop zij geacht worden heel hun jaarcijfer te draaien. Pijnlijk wanneer een klant dan plots besluit zijn project in de koelkast te zetten tot volgend jaar...

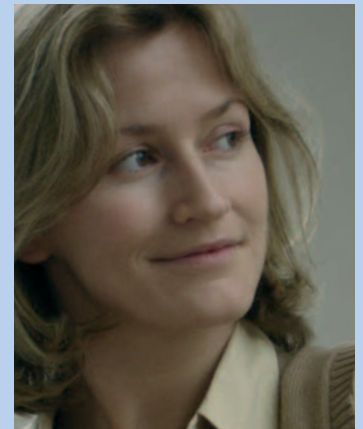
Bedrijven schrikken er ook niet voor terug om van kandidaten te verlangen een klant mee te brengen (lees: een welbepaald bedrijf en zijn projecten reeds dit jaar in het omzetcijfer te kunnen bijschrijven) en vragen dus niet meer naar een klantenportefeuille. Zoals men op de beurs aan stock picking doet, zo doen bepaalde bedrijven vandaag aan client picking om hun klantenbestand aan te vullen. Dat dit geen goede langetermijnstrategie is, mag duidelijk wezen.

# De ideale consultant

Het gekke is dat, hoewel het financiële en it-wereldje in de Benelux zeer klein zijn, er maar weinig bureaus of bedrijven zijn die zich de moeite getroosten om referenties van kandidaten na te trekken. Als de kandidaat goed overkomt, de juiste mensen lijkt te kennen (namedropping) en enkele ronkende titels op zijn cv heeft staan, gaat men er al snel van uit dat men een topkandidaat voor zich heeft. Een gemiste kans, want wanneer men op de markt gaat luisteren naar hoe iemand op een project heeft gepresteerd, krijgt men vaak waardevolle insider informatie.

Kortom, een zekere nuchterheid en een groot (zelf)relativeringsvermogen zijn goede eigenschappen voor een headhunter vandaag. Klanten willen steeds meer toegevoegde waarde voor dezelfde prijs en dat is hun goed recht. Maar een solution selling account executive van 30-35 die kan meepraten op C-level, zeg eens eerlijk: hoeveel kent u er eigenlijk? •

*An De Jonghe is CEO van Ulysses Consulting, headhunter voor de it- markt.*



An De Jonghe  
www.ulysses-consulting.com