

# De informatiespecialist in executive search organisaties

Een relatief onbekende functie in het informatievak is die van de informatiespecialist of -manager binnen executive search organisaties (headhunters), een ondoorzichtige wereld op zich. Jan R. Gajetaan en Harm Drent lichten een tip van de sluier op en belichten de rol van de informatiemanager in het zoekproces.

*Hij verplaatst zich in een exclusieve Jaguar. Op geheimzinnige, chique locaties ontmoet hij de topmensen uit het bedrijfsleven. Voor astronomische bedragen probeert hij ze te verleiden de overstap te maken naar de grote concurrent. De gezochte kandidaten vist hij veelal uit zijn relatiekring ofwel het 'old boys network', een elitaire club van heren die elkaar 'szondags op de golfbaan de mooie baantjes in BVNederland toedelen.*

**D**IT IS HET stereotype beeld dat veel mensen van headhunters hebben. In de realiteit heeft het vak van executive search de afgelopen jaren een veel bredere ontwikkeling gekend. Onder invloed van technologische ontwikkelingen, maar ook door schaarste op de arbeidsmarkt, houden executive searchers zich inmiddels niet meer louter bezig met de absolute toplaag in het bedrijfsleven. Ook in de hogere en zelfs de middelste lagen van het management wordt druk 'gehunt'. Bedrijven zien geen andere manier om aan de broodnodige mensen te komen, en bovendien worden headhunters door de nieuwe generatie managers steeds meer gezien als een noodzakelijk en nuttig middel om vooruit te komen op de carrière ladder. Daarbij gaat het overigens zeker niet uitsluitend om financiële motieven. Gebrek aan doorstroming of behoefte aan meer verantwoordelijkheden kunnen evenzeer een motief voor een overstap vormen.

Door de verbreding en professionalisering van de executive search is ook de research- en informatiecomponent de afgelopen jaren sterk ontwikkeld. Het gaat daarbij niet meer alleen om het traditionele beheer van de databank waar binnengekomen cv's worden geregistreerd en gecodeerd. Daarnaast wordt er steeds meer gedaan aan het structureel verzamelen van informatie over bedrijven. En ook de kennis van sectoren wordt steeds meer

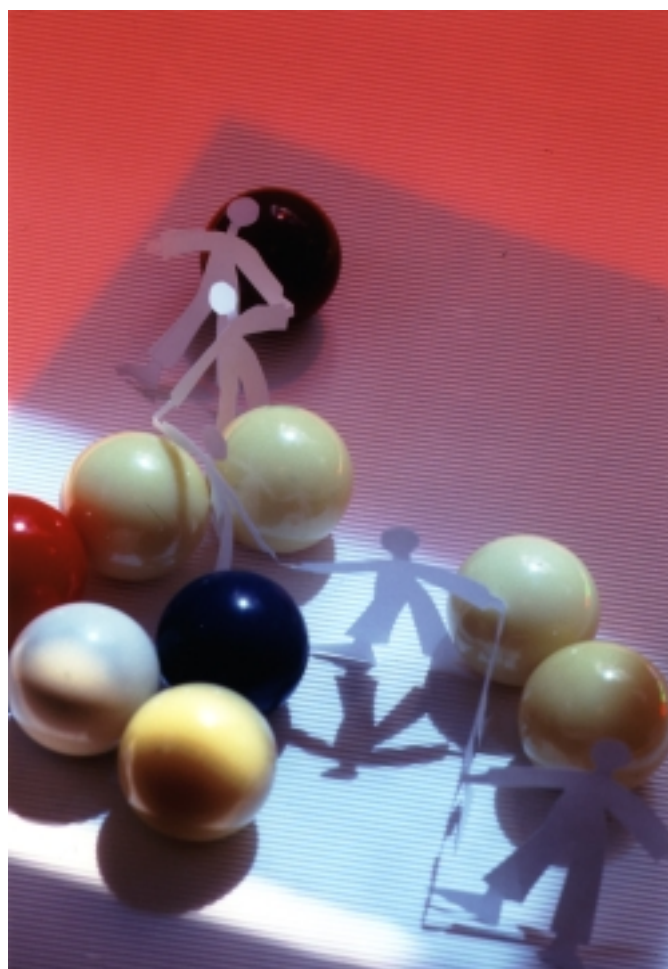


FOTO: EGON VIERBE

uitgediept om de consultants te voorzien van de nodige achtergrondinformatie.

## Zoekproces

Executive search-bureaus bestaan over het algemeen uit consultants (verantwoordelijk voor acquisitie en de uiteindelijke selectie van de kandidaten), researchers (zij benaderen mogelijke kandidaten), de informatiemanager (database en informatievoorziening) en secretaresses.

Het zoekproces kan als volgt worden gefaseerd:

1. het binnenhalen van de opdracht, acquisitie;



Begin jaren tachtig, toen de kantoortomatisering een grote vlucht nam, was een database eigenlijk niet meer dan een elektronische kaartenbak waarin kandidaatgegevens werden opgeslagen. Op dit moment is er sprake van complete managementinformatiesystemen waarin het totale zoekproces kan worden vastgelegd (en daarmee een managementinstrument voor de directie vormen). Uitgangspunt is niet langer de kandidaat, maar de relatie, om het even of het nu een opdrachtgever, een kandidaat of een zogenaamde *jobseeker* betreft. De database vormt het beginpunt van elke handeling. Dit houdt in dat researchers, secretaresses en consultants meer dan voorheen actief betrokken zijn bij de database, omdat er veelal een koppeling bestaat met tekstverwerkingspakketten en alle contacten in de database worden geregistreerd. Ook kan in de database worden bijgehouden hoeveel kandidaten per opdracht zijn benaderd, hoeveel tijd dat heeft gekost en wie er uiteindelijk aan een opdrachtgever zijn gepresenteerd. Bekende databases die zijn ontwikkeld vanuit en voor de executive search-wereld zijn bijvoorbeeld *Filefinder 2000* van Dillistone Systems, *Pam* van InfoSoft, *PRS* van RTS.

### Informatiespecialist

Het verstrekken van bedrijfs- en sectorinformatie wordt een steeds belangrijker onderdeel van de informatiefunctie. Binnen executive search-organisaties wordt steeds meer nadruk gelegd op *business development*: het binnenhalen van nieuwe klanten en het versterken van contacten met bestaande relaties. Van essentieel belang is hier kennis van de markt, van het bedrijf en van de concurrenten. Informatie/kennis is immers een belangrijke productiefactor die het concurrerend vermogen van organisaties meer en meer bepaalt. Het is dan ook niet zonder reden dat het management van executive search-organisaties heeft onderkend dat informatie een belangrijke rol speelt in alle facetten van het zoekproces. Researchers en informatiespecialisten hebben tegenwoordig de beschikking over databanken (Het Financieel Dagblad) en cd-roms (*Reach* is eigenlijk standaard voor elke executive search organisatie, *Kompass*). Een hele vooruitgang, want in het verleden moest de informatiemanager zich behelpen met boekwerken als het *Financieel-Economisch Lexicon* en het *ABC voor Handelen Industrie*.

Ook het beschikbaar komen van een groot aantal bronnen zoals het Internet is een niet te onderschatten factor waardoor het belang van de informatiefunctie toeneemt. Daarnaast blijft het aantal vakbladen en tijdschriften groeien. Kortom, de hoeveelheid beschikbare informatie is nauwelijks te overzien en men ziet door de bomen het bos niet meer. Het is de taak van de informatiemanager dit aanbod te filteren. Daarbij blijft het specifieke van deze branche natuurlijk dat men altijd op zoek is naar mensen. Executive searchers scannen kranten, tijdschriften, brochures, jaarverslagen, rapporten en het Internet dus niet alleen op trends en sectorinformatie, maar zijn bovenal op zoek naar nieuw talent.

### Practice groups

In navolging van wat in de organisatie-advieswereld al een tijdje gemeengoed is, hebben de grote executive search-organisaties, zoals Korn/Ferry, Spencer Stuart, Heidrick

& Struggles, Egon Zehnder, Boyden en H. Neumann International, de afgelopen jaren zogenaamde *practice groups* opgezet. In deze practice groups bundelen consultants van de diverse kantoren uit verschillende landen hun kennis en delen zij hun ervaringen met het doel wereldwijd een zo sterk mogelijke positie te bemachtigen in bepaalde takken van industrie. Dit proces wordt versneld omdat de meeste executive search-organisaties inmiddels de beschikking hebben over een intranet, dat als platform voor kennisuitwisseling dient. De behoefte aan een persoon die verantwoordelijk is voor de informatievoorziening en die kan optreden als een *center of excellence* wordt groter en het is aan de informatiemanager in deze behoefte te voorzien.

### Kennismanager?

De vraag in hoeverre de informatiemanager ook kennismanager is, valt niet makkelijk te beantwoorden. In kennisintensieve organisaties die executive search-bureaus zijn, is het de taak van de informatiemanager voorwaardenscheppend bezig te zijn en ook een infrastructuur aan te bieden waarin alle medewerkers worden gestimuleerd hun kennis met elkaar te delen. Er hoeft niet per se een intranet te zijn, een goede database kan eenzelfde functie vervullen (Filefinder is een sprekend voorbeeld). De informatiemanager speelt hier nadrukkelijk de rol van initiator, maar is geen echte kennismanager. Kennismanagement is tenslotte iets dat iedereen aangaat en door iedereen beleiden moet worden.

*J.R. Gajentaan is research country coördinator bij H. Neumann International. Drs. H. Drent is manager information services bij Boyden.*

### Martine Geerlings

*Voormalig consultant bij SearchTalent, werving- & selectiebureau voor informatiespecialisten, nu information researcher bij Deloitte & Touche Enterprise Risk Services*

‘Het werven van informatiespecialisten voor executive search-organisaties is niet eenvoudig, mede door de krapte op de arbeidsmarkt. Informatiespecialisten zijn in staat pro-actief informatie te verzamelen en op maat te presenteren voor strategisch, tactisch en/of operationeel niveau, maar zijn ook in staat informatiestromen te beheren en te beheersen. Ik merk dat executive search-organisaties steeds vaker de waarde van interne en externe informatie voor de organisatie erkennen en daarmee de waarde inzien van wat een informatiespecialist de organisatie kan bieden. Om die reden is de markt voor informatiespecialisten als zeer krap aan te duiden. De specifieke vaardigheden en kwaliteiten waarover een informatiespecialist moet beschikken, passen goed bij kandidaten die de HBO-opleiding voor Informatie Dienstverlening en Management (IDM) hebben afgerond. Naast vakinhoudelijke kennis blijken bij executive search-organisaties de communicatieve en sociale vaardigheden van een informatiemanager van doorslaggevend belang.’