

Wystarczy im jedna rozmowa, by otworzyć przed kimś drzwi do kariery. Sami za wytropienie odpowiedniego kandydata mogą liczyć na niezłe pieniądze. Kto? Łowcy głów, a w zasadzie pracowników.

Zanim head-hunter zajmie się rekrutacją pracowników na najwyższe stanowiska, najpierw sam musi wyrobić sobie markę w zawodzie. Wiadomo, że osobie zdolnej, ale bez doświadczenia, żaden pracodawca nie powierzy zadania znalezienia specjalistów, np. na posady menedżerskie. W tej profesji bardzo trudno zastąpić to, czego nie da się zdobyć od razu: praktyki. – Doświadczenie w naszym przypadku odgrywa kluczową rolę – przyznaje Agnieszka Wilczyńska, konsultantka warszawskiej firmy Darwin Rhodes. – Nie da się teoretycznie nauczyć, jak należy rozmawiać z kandydatem i jak zachęcić go do zmiany miejsca pracy. Poszczególne firmy mają różne sposoby działania, lecz wszystkie opierają się zawsze na praktyce – dodaje.

Czym więc na co dzień zajmują się łowcy głów? – Generalnie chodzi o pozyskiwanie informacji, zdobywanie kontaktów i umiejętne wykorzystywanie tego, co udało się zgromadzić. Trzeba też utrzymywać relacje z pracownikami o wysokiej wartości, którzy są bardzo ważni dla osób sprzedających projekty rekrutacyjne – tłumaczy Tomasz Małagowski, head-hunter z firmy Premium Consultants. W bardziej obrazowy sposób istotę doradztwa personalnego tłumaczy Piotr Ciszek z warszawskiego oddziału Huberts Mozes & Partners. – To jest mniej więcej tak, jak wskazuje sama nazwa zawodu. Zajmujemy się wyszukiwaniem właściwej „głowy” na właściwe stanowisko, czyli staramy się znaleźć konkret-

Łowcy głów

ne osoby pod określony profil oczekiwań klienta – wyjaśnia. I dodaje. – My nie działamy tak jak łowcy głów na Dzikim Zachodzie. Oni co prawda kosztowali mniej niż my, ale – w przeciwieństwie do nas – tych, na których polowali, nigdy nie dostarczali zleceniodawcom żywych – kończy z uśmiechem.

W przypadku head-hunterów trudno mówić o określonej ścieżce edukacyjnej, która gwaranto-

walaby właściwe przygotowanie do zawodu. Reguły nie ma, lecz najczęściej przyszli łowcy głów wybierają studia związane z psychologią bądź socjologią, co przysparza im później na wielu etapach ich pracy. – Myślę, że przynaj-

mniej połowa z nas to psychologowie – mówi Agnieszka Wilczyńska. Dlaczego? – Takie wykształcenie bardzo pomaga, zwłaszcza w kontaktach interpersonalnych. Nie oznacza to jednak, że absolwenci np. nauk ścisłych nie mają szans na karierę. Wszystko zależy od indywidualnych predyspozycji – twierdzi Wilczyńska. Potwierdza to przyodek Tomasza Małagowskiego.

W TYM ZAWODZIE CHODZI
O POZYSKIWANIE
INFORMACJI, ZDOBYWANIE
KONTAKTÓW I UMIEJĘTNE
WYKORZYSTYWANIE TEGO,
CO UDAŁO SIĘ ZGROMADZIĆ
– MÓWI TOMASZ
MAŁAGOWSKI Z PREMIUM
CONSULTANTS

– Ja uczyłem się na Wydziale Prawa i Administracji na UKSW w Warszawie. Nie sądzę, by te studia w jakiś sposób przygotowały mnie do headhuntingu, za to cenię sobie doświadczenie w telemarketingu, z którym byłem związany, zanim zająłem się tym, co obecnie – mówi Małagowski.

Doradcy personalni od lat działający na rynku z chęcią wymieniają wiele plusów swojego zawodu. Okazuje się, że choć wymaga on abso-

lutnego zaangażowania i siedzenia po godzinach, może przynosić dużą satysfakcję. – Z mojej perspektywy największym plusem w tej branży jest bardzo duża różnorodność i nabywana przez nas umiejętność odnalezienia się na rynku – mówi Piotr Ciszek.

– Obserwujemy nie tylko zmiany, jakie na nim zachodzą, ale też wszelkie strategiczne decyzje podejmowane przez poszczególne firmy, ludzi i ich kariery – dodaje.

Niestety, są też minusy. Specjaliści od lat działający na rynku najczęściej wymieniają konieczność siedzenia do późna w pracy. To jednak charakteryzuje też wiele innych profesji. A pozostałe wady? – Na pewno powtarzalność niektórych czynności. Zdarza się, że lista osób, do których muszę zadzwonić, liczy ponad 150 nazwisk. A z każdym staram się rozmawiać w podobny sposób – mówi Tomasz

Małagowski z Premium Consultants. Head-hunterzy wcale jednak nie narzekają z tego powodu. Wręcz przeciwnie. – Wiadomo, że zanim znajdzie się odpowiednią osobę, należy wykonać mnóstwo telefonów i włożyć w poszukiwania wiele wysiłku. Ale wysiłek towarzyszy przecież większości zawodów. Jeśli chce się być skutecznym, trzeba się z tym pogodzić – kończy Agnieszka Wilczyńska.

tyle zarobisz

2500 zł/mies. – pensja head-huntera z niewielkim doświadczeniem

5000 zł/mies. – średnia pensja doświadczonego head-huntera

3–15 proc. sumy – prowizja dla head-huntera, jaką otrzymuje za dany projekt

1000 zł – średnia prowizja za projekt o małej wartości

8000 zł – średnia prowizja za projekt o dużej wartości

HEAD-HUNTER POWINIEN SIĘ CHARAKTERYZOWAĆ ZDECYDOWANIEM, PEWNOŚCIĄ W DZIAŁANIU I SIŁĄ PERSWAZJI – UWAŻA JOANNA MADEJSKA PROWADZĄCA WŁASNĄ FIRMĘ HEADHUNT.COM.PL

➤ W związku z rosnącym zapotrzebowaniem na usługi związane z doradztwem personalnym osoby szukające zatrudnienia w tej branży zwykle nie napotykają większych problemów. Warunek jest jeden: trzeba wykazać się ambicją i kreatywnością oraz zawsze uparcie dążyć do wytyczonego celu.

Jakimi jeszcze cechami powinien się charakteryzować osoba myśliczą o karierze w tym zawodzie?

Piotr Ciszek uważa, że empatią i elastycznością. – Takie osoby mają największe szanse na karierę w doradztwie personalnym. Poza tym niebagatelną rolę odgrywają dociekliwość, upór i kreatywność, bo często dotarcie do danej informacji wymaga nie tylko sporego wysiłku intelektualnego, ale i pomysłowości – twierdzi konsultant z Huberts Mozes & Partners. Na kilka innych istotnych cech zwraca uwagę Joanna Madejska, prowadząca własną firmę Headhunt.com.pl: – Powinien się charakteryzować zdecydowaniem, pewnością w działaniu i siłą perswazji. Dodatkowo musi posiadać duże umiejętności komunikacyjne, analityczne oraz psychologiczne, co przydaje się podczas bezpośrednich kontaktów z kandydatami – twierdzi.

Kariera w headhuntingu to nie zawsze praca w korporacji. Niektórzy łowcy głów starają się „polować” samodzielnie jako freelancerzy. I bardzo to sobie chwala. – Działając na własny rachunek, zarabiam więcej niż wcześniej, w dodatku mam zdecydowanie więcej wolnego czasu. Poza tym lepiej poznaję swoich klientów i często się z nimi zaprzyjaźniam, bo pracuję nad znacznie mniejszą liczbą projektów niż koledzy po fachu działający w dużych firmach – mówi Joanna Madejska.

Jak widać, ten zawód ma wiele zalet. Czy wśród nich są także wysokie zarobki? Oczywiście, bo łowcy głów to przy okazji łowcy całkiem niezłych pieniędzy. – Trzeba pamiętać, że nasza praca związana jest z sukcesami, które osiągamy, lub z porażkami, jakie ponosimy. W związku z tym dobrzy head-hunterzy na pewno zwiążą się z tą branżą lojalnie i na długo, natomiast słabsi, ze względu na częste rozczarowania, szybko zrezygnują – kończy Piotr Ciszek.

JANUSZ SCHWERTNER

FOTO: PIOTR PEKAŁA