Welke informatie heeft een executive search bureau nodig voor een nieuwe opdracht?

Werving & Selectie · https://www.wierenga-degraaf.nl/kennisbank/welke-informatie-heeft-een-executive-search-bureau-nodig-voor-een-nieuwe-opdracht/

Een executive search-bureau heeft voor een nieuwe opdracht informatie nodig over de organisatie, de functie, de reden van de vacature, de arbeidsvoorwaarden en de interne besluitvorming. Hoe specifieker en eerlijker een opdrachtgever is in dit eerste gesprek, hoe gerichter het bureau kan zoeken en hoe groter de kans op een succesvolle match. De vragen hieronder lopen stap voor stap door alles wat een headhunter nodig heeft om effectief aan de slag te gaan.

Wat onderscheidt een executive search-opdracht van een gewone vacature?

Een executive search-opdracht richt zich op het actief benaderen van gekwalificeerde kandidaten die zelf niet op zoek zijn naar een nieuwe baan. Waar een gewone vacature werkt met reagerende kandidaten, zoekt een executive search-bureau proactief in netwerken, databases en via directe benadering naar mensen die precies passen bij een specifieke functie op hbo- of wo-niveau.

Bij een reguliere vacature plaatst een werkgever een advertentie en wacht op sollicitaties. Bij een executive search-traject draait het om het identificeren en benaderen van mensen die misschien nooit actief op zoek zijn, maar wel de juiste achtergrond, competenties en ambitie hebben. Dit vraagt om een andere aanpak, meer voorbereiding en een diepgaander intakegesprek.

Dat intakegesprek is dan ook het fundament van het hele traject. Een bureau dat niet weet wat een organisatie écht nodig heeft, kan niet gericht zoeken. Daarom is de kwaliteit van de informatie die een opdrachtgever aanlevert direct bepalend voor de kwaliteit van de kandidaten die worden voorgesteld.

Welke organisatie-informatie heeft een executive search-bureau nodig?

Een executive search-bureau heeft inzicht nodig in de strategie, cultuur en structuur van de organisatie. Kandidaten op senior niveau beoordelen een potentiële werkgever even kritisch als de werkgever hen beoordeelt. Zonder een helder beeld van de organisatie kan een bureau deze mensen niet overtuigend benaderen.

De volgende organisatie-informatie is essentieel voor een goede opdracht:

- **Missie en strategie:** Waar wil de organisatie naartoe en welke rol speelt de nieuwe functie daarin?
- **Organisatiestructuur:** Hoe is de organisatie opgebouwd, aan wie rapporteert de nieuwe medewerker en hoeveel mensen geeft hij of zij leiding?
- **Cultuur en werksfeer:** Wat zijn de ongeschreven regels, hoe wordt er samengewerkt en wat maakt de organisatie aantrekkelijk als werkgever?
- **Actuele uitdagingen:** Met welke vraagstukken worstelt de organisatie op dit moment en hoe raakt dat aan de nieuwe functie?
- **Positie in de markt:** Wat zijn de onderscheidende kenmerken ten opzichte van concurrenten?

Kandidaten op managementniveau stellen bij een eerste benadering direct vragen over de organisatie. Een bureau dat deze antwoorden niet kan geven, verliest geloofwaardigheid en daarmee de interesse van de beste kandidaten.

Wat moet een opdrachtgever vertellen over de functie zelf?

Een opdrachtgever moet de functie beschrijven in termen van verantwoordelijkheden, bevoegdheden, resultaatgebieden en de competenties die nodig zijn om succesvol te zijn. Een functieprofiel op papier is een startpunt, maar een headhunter heeft meer nodig dan een lijstje taken.

Concreet gaat het om de volgende informatie over de functie:

- **Kerntaken en verantwoordelijkheden:** Wat zijn de drie tot vijf belangrijkste dingen die iemand in deze rol moet doen?
- **Bevoegdheden:** Welke beslissingen kan de nieuwe medewerker zelfstandig nemen?
- **Resultaatgebieden:** Waarop wordt iemand na zes of twaalf maanden beoordeeld?

- **Vereiste opleiding en ervaring:** Wat zijn absolute vereisten en wat zijn wensen?
- **Competenties en persoonlijkheid:** Welk gedrag en welke drijfveren passen bij de functie en de organisatie?
- **Toekomstperspectief:** Welke groeimogelijkheden zijn er voor de persoon in deze rol?

Het onderscheid tussen harde eisen en wensen is hierbij cruciaal. Een bureau dat niet weet waar ruimte zit, zal óf te strikt zoeken en weinig kandidaten vinden, óf te breed zoeken en ongeschikte profielen voorstellen.

Waarom is de reden van de vacature relevante informatie voor een headhunter?

De reden van de vacature bepaalt mede het zoekprofiel, de urgentie en de manier waarop een bureau de opdracht in de markt zet. Of het gaat om een uitbreiding, een vervanging of een nieuwe strategische positie maakt een wezenlijk verschil in aanpak en verwachtingen.

Bij een vervanging na vertrek of pensionering is het relevant om te weten waarom de vorige medewerker is vertrokken. Was er sprake van een conflict, een mismatch in verwachtingen of simpelweg een carrièrestap? Dit soort informatie helpt een bureau om dezelfde fout niet te herhalen bij de selectie van de opvolger.

Bij een nieuw gecreëerde functie is het juist belangrijk te begrijpen welk probleem of welke kans aanleiding gaf tot het besluit. Dat zegt iets over de prioriteit die de organisatie geeft aan de rol en over de mate van vrijheid die de nieuwe medewerker krijgt.

Een headhunter die de achtergrond van een vacature kent, kan ook beter inschatten welk type kandidaat kans van slagen heeft. Iemand die een bestaand team overneemt, heeft andere kwaliteiten nodig dan iemand die een nieuwe afdeling opbouwt.

Welke arbeidsvoorwaarden moet je als opdrachtgever kunnen specificeren?

Als opdrachtgever moet je bij de start van een executive search-traject een realistisch beeld kunnen geven van het salaris, de secundaire arbeidsvoorwaarden en de eventuele flexibiliteit daarbinnen. Kandidaten op senior niveau verwachten een compleet en marktconform pakket, en een bureau kan alleen gericht zoeken als het weet wat de organisatie te bieden heeft.

De meest relevante arbeidsvoorwaarden om te specificeren zijn:

- **Salarisindicatie:** Een bandbreedte is voldoende, maar een realistisch en marktconform bereik is noodzakelijk
- **Bonusstructuur of winstdeling:** Zijn er variabele componenten en hoe zijn deze opgebouwd?
- **Pensioenregeling:** Wat is de regeling en hoe draagt de werkgever bij?
- **Lease of mobiliteitsvergoeding:** Is er een leaseauto of een andere mobiliteitsoplossing?
- **Thuiswerkmogelijkheden:** Hoeveel flexibiliteit is er in werktijden en werklocatie?
- **Overige voordelen:** Denk aan opleidingsbudget, telefoon, laptop of andere vergoedingen

Transparantie over arbeidsvoorwaarden voorkomt teleurstellingen laat in het proces. Niets is frustrerender voor alle partijen dan een kandidaat die na meerdere gespreksronden afhaakt omdat het pakket niet aansluit bij de verwachting.

Wie zijn de juiste contactpersonen tijdens een executive search-traject?

Tijdens een executive search-traject zijn de juiste contactpersonen degenen die inhoudelijk beslissen over de aanstelling en die snel kunnen schakelen. Dit zijn doorgaans de directeur of bestuurder, aangevuld met de HR-verantwoordelijke als procesbewaker. Onduidelijkheid over beslissingsbevoegdheid vertraagt een traject aanzienlijk.

Een bureau heeft in elk geval twee duidelijke contactpersonen nodig:

- **De inhoudelijke beslisser:** De persoon die uiteindelijk ja of nee zegt over een kandidaat. Dit is vaak de directeur, de leidinggevende van de functie of een lid van de raad van bestuur.
- **De procesbewaker:** Vaak de HR-manager of -adviseur die de planning bewaakt, afspraken coördineert en zorgt dat het traject voortgang houdt.

Het is ook waardevol om vooraf te bespreken wie er betrokken is bij de gespreksronden en wie uiteindelijk het definitieve besluit neemt. Hoe meer mensen een stem hebben in de selectie zonder duidelijke structuur, hoe groter het risico op vertraging of tegenstrijdige signalen richting kandidaten.

Hoe verloopt het selectieproces nadat het bureau de informatie heeft?

Nadat een executive search-bureau alle benodigde informatie heeft ontvangen, start het actief zoeken via een netwerk, directe benadering en meerdere wervingskanalen. Vervolgens volgt een gestructureerd selectietraject met meerdere gespreksronden, assessments en referentieonderzoek voordat een kandidaat wordt voorgesteld aan de opdrachtgever.

Een goed ingericht selectieproces verloopt in de volgende fasen:

1. **Multichannelwerving:** Het bureau zet zijn netwerk in, benadert kandidaten direct en maakt gebruik van sociale media, online platforms en databases om de juiste mensen te vinden.
2. **Voorselectie:** Op basis van het opgestelde profiel worden kandidaten gescreend op achtergrond, ervaring en motivatie.
3. **Twee gespreksronden:** Kandidaten die de voorselectie doorstaan, worden uitgenodigd voor twee gestructureerde gesprekken bij het bureau.
4. **Assessment:** Waar relevant worden competenties en drijfveren verder in kaart gebracht via een professioneel assessment.
5. **Referentieonderzoek:** Voordat een kandidaat wordt voorgesteld, wordt de achtergrond geverifieerd via referenties.
6. **Presentatie aan opdrachtgever:** Het bureau presenteert een selectie van geschikte kandidaten met een helder beeld van de persoon achter het cv.
7. **Nazorg:** Na de aanstelling begeleidt het bureau zowel de opdrachtgever als de kandidaat gedurende de eerste periode, doorgaans tot zes maanden na indiensttreding.

De kracht van dit proces zit in de combinatie van grondigheid en persoonlijke aandacht. Kandidaten die worden voorgesteld zijn niet zomaar mensen met een passend cv, maar mensen van wie het bureau begrijpt wat hen drijft en wat ze nodig hebben om succesvol te zijn.

Hoe helpt Wierenga & De Graaf bij een executive search-opdracht in Friesland?

Wierenga & De Graaf is een gespecialiseerd werving- en selectiebureau in Noord-Nederland dat organisaties begeleidt bij het vinden van de juiste professionals op hbo- en wo-niveau. Voor opdrachtgevers die een executive search-traject willen starten, biedt het bureau een aanpak die verder gaat dan het doorsturen van cv's.

Concreet betekent samenwerken met Wierenga & De Graaf:

- Een uitgebreide intake waarbij alle relevante organisatie- en functieinformatie zorgvuldig wordt opgehaald
- Actieve werving via een multichannelaanpak, inclusief directe benadering van passieve kandidaten via een jarenlang opgebouwd regionaal netwerk
- Elke kandidaat wordt beoordeeld door zowel een ervaren consultant als een directielid, het zogenoemde vierogenprincipe
- Twee gespreksronden en een assessment zorgen voor een grondige selectie voordat iemand wordt voorgesteld
- Referentieonderzoek en begeleiding tot zes maanden na indiensttreding, zodat de samenwerking ook na de aanstelling goed van start gaat
- Eerlijk advies over wat wel en niet realistisch is, inclusief een helder beeld van de Friese arbeidsmarkt en beschikbare kandidaten

Of het nu gaat om een managementfunctie, een specialistische positie of een interim-oplossing: Wierenga & De Graaf denkt mee vanuit de specifieke context van de organisatie en de regio. Neem contact op voor een kennismaking en ontdek hoe een persoonlijk gesprek al veel duidelijkheid geeft over de mogelijkheden voor jouw organisatie.

Veelgestelde vragen

Hoe lang duurt een gemiddeld executive search-traject van begin tot aanstelling?

Een executive search-traject duurt gemiddeld tussen de acht en twaalf weken, afhankelijk van de complexiteit van de functie, de beschikbaarheid van geschikte kandidaten en de snelheid waarmee de opdrachtgever beslissingen neemt. Een vlotte interne besluitvorming en heldere communicatie vanuit de opdrachtgever kunnen het traject aanzienlijk verkorten. Houd er rekening mee dat kandidaten op senior niveau doorgaans een langere opzegtermijn hebben, wat de totale doorlooptijd beïnvloedt.

Wat als we intern nog niet precies weten wat we zoeken — kunnen we dan toch al een executive search-bureau inschakelen?

Ja, en dat is zelfs aan te raden. Een ervaren executive search-bureau kan helpen om het zoekprofiel scherp te krijgen door de juiste vragen te stellen en mee te denken over wat de organisatie werkelijk nodig heeft. Het is beter om met een ruwe schets te beginnen en die samen aan te scherpen, dan te wachten tot alles intern volledig is uitgedacht. Wel is het belangrijk dat de eindverantwoordelijke beslisser betrokken is bij dat eerste gesprek, zodat het bureau niet werkt op basis van onvolledige of tegenstrijdige informatie.

Hoe gaat een executive search-bureau om met vertrouwelijkheid, zeker als de vacature intern nog niet bekend is?

Een professioneel executive search-bureau is gewend om discreet te opereren en kan de zoekopdracht volledig vertrouwelijk uitvoeren. Kandidaten worden dan benaderd zonder dat de naam van de opdrachtgever direct wordt genoemd; pas in een later stadium, wanneer er wederzijdse interesse is, wordt de organisatie onthuld. Het is verstandig om bij de start van het traject expliciete afspraken te maken over wat wel en niet gecommuniceerd mag worden, zodat zowel het bureau als de opdrachtgever op één lijn zitten.

Wat is een veelgemaakte fout van opdrachtgevers bij het starten van een executive search-traject?

Een van de meest voorkomende fouten is het opstellen van een te lang en te rigide eisenpakket, waarbij het onderscheid tussen absolute vereisten en wensen niet duidelijk is. Dit leidt ertoe dat het bureau óf nauwelijks geschikte kandidaten vindt, óf kandidaten afwijst die in de praktijk uitstekend zouden passen. Een andere veelgemaakte fout is het te laat betrekken van de uiteindelijke beslisser, waardoor het traject vertraging oploopt of eerder gegeven signalen worden teruggedraaid.

Hoe kan een opdrachtgever de aantrekkelijkheid van de functie vergroten voor passieve kandidaten?

Passieve kandidaten — mensen die niet actief op zoek zijn — laten zich niet overtuigen door een standaard functiebeschrijving. Wat wél werkt, is een helder verhaal over de impact van de rol, de

groeimogelijkheden en de unieke positie van de organisatie in de markt. Concrete elementen zoals autonomie, een interessant strategisch vraagstuk of een sterke bedrijfscultuur zijn voor senior kandidaten vaak doorslaggevender dan het salaris alleen. Een executive search-bureau helpt dit verhaal scherp te formuleren voordat de eerste kandidaat wordt benaderd.

Wat gebeurt er als een voorgestelde kandidaat toch niet de juiste blijkt te zijn na indiensttreding?

De meeste gespecialiseerde executive search-bureaus hanteren een garantieperiode, doorgaans variërend van drie tot zes maanden na indiensttreding. Wierenga & De Graaf begeleidt zowel opdrachtgever als kandidaat actief gedurende de eerste zes maanden, waardoor eventuele signalen vroeg worden opgepikt. Mocht een plaatsing toch niet werken binnen de afgesproken periode, dan zoekt een serieus bureau in overleg naar een passende oplossing. Het is verstandig om deze afspraken vooraf schriftelijk vast te leggen in de overeenkomst met het bureau.

Is een executive search-bureau ook inzetbaar voor interim-functies of alleen voor vaste aanstellingen?

Veel executive search-bureaus, waaronder Wierenga & De Graaf, zijn ook inzetbaar voor interim-opdrachten op management- of directieniveau. Dit is met name relevant wanneer een organisatie snel iemand nodig heeft om een vacature te overbruggen, een project te trekken of een transitie te begeleiden. De aanpak verschilt enigszins van een vaste aanstelling — de doorlooptijd is korter en de nadruk ligt meer op directe beschikbaarheid — maar de intake en het zoekproces zijn even zorgvuldig.

Gerelateerde artikelen

- De ideale werkgever bestaat niet
- Hoeveel leden heeft een Raad van Toezicht gemiddeld?
- Hoe beschrijf je een rolprofiel voor een toezichthouder?
- 11 tips voor kandidaten tijdens een assessment
- Wat is een assessment bij werving?