Comment bien recruter un acheteur ?

"Recherche acheteur hors production – au moins 10 ans d'expérience en achats de restauration collective – anglais et mandarin courant – master sur les achats facilities et dérivés exigé."
La recherche de la perle rare conduit parfois les directeurs achats et leurs homologues RH à quelques maladresses. Alors, quel est le processus de recrutement d'un acheteur?
Quels sont les trucs et astuces pour repérer et recruter les meilleurs? Et quels sont les profils à éviter?

L'auteur

Olivier Wajnsztok est directeur associé du cabinet AgileBuyer, spécialisé dans les équipiers achats (acheteurs professionnels qui traitent de projets achats chez les clients), le conseil et le coaching d'acheteurs.

La professionnalisation des achats rend la constitution des équipes de plus en plus stratégique. Vos collaborateurs seront l'image de votre service, les premiers ambassadeurs de vos démarches et de vos objectifs. Réussir leur recrutement est donc le premier facteur de succès de votre action.

Le processus RH : un processus achats ?

Le processus de recrutement d'un acheteur peut être comparé à un processus achats classique. Et du sourcing à la contractualisation jusqu'à l'évaluation de la prestation, il y a des spécificités à prendre en compte. L'élaboration du cahier des charges doit répondre exactement à votre besoin réel. L'originalité de l'exercice vient du fait que vous êtes votre propre client interne. Vous serez donc à votre tour tenté par les démons de la surqualité. La deuxième étape du sourcing, c'est-à-dire la diffusion du besoin, doit être multicanale. Les sites d'offres d'emploi bien sûr, mais aussi les hubs comme LinkedIn, les forums de discussions, les sites d'écoles de commerce et d'ingénieurs sont autant de moyens pour accéder au "marché d'acheteurs". Deux stratégies sont d'ailleurs possibles. La stratégie du chasseur consiste à viser des profils recherchés en utilisant les CVthèques. Celle du pêcheur repose, quant à elle, sur l'émission d'une annonce correspondant à un besoin, en tablant sur le fait que les profils désirés y répondront. Une fois votre "panel" réalisé, il faut analyser la correspondance de l'offre identifiée à votre cahier des charges. Pour faciliter cette analyse et entamer une première sélection, l'envoi d'une fiche de renseignements aux candidats permettra de confirmer les premières impressions du CV, mais aussi de s'assurer de la motivation des prétendants. S'ensuivra naturellement l'entretien de candidature. Étape cruciale, sorte de "grand oral", elle a pour but de valider

Abonnez-vous à notre newsletter sur **decision-achats.fr**

de visu la corrélation des profils aux besoins de l'entreprise. Les compétences, l'autonomie, les qualités de communication et d'adaptation seront des critères fortement dimensionnants de votre grille de dépouillement. Mais il conviendra en outre de confronter les aspirations naturelles des candidats aux opportunités que l'entreprise peut leur offrir. À quoi bon embaucher un candidat qui colle parfaitement au poste s'il a des ambitions de développement de carrière que l'entreprise n'est pas en mesure de lui proposer ? Une fois le candidat idéal identifié, il convient de contractualiser avec lui.
Cependant, les filtres précédents auront normalement joué leur rôle sélectif. Une fois cette étape franchie, il conviendra d'évaluer la prestation, autrement dit votre nouvel acheteur, en espérant ne pas devoir le "renvoyer" pour problèmes qualité.

Trucs et astuces pour repérer et recruter les meilleurs

Une des clés du succès du recrutement d'acheteurs est de savoir accéder à l'éventail le plus large possible de talents. C'est pourquoi la diffusion multisource de son besoin est un outil intéressant. Si vous vous contentez des sites d'offres d'emploi, votre communication ne touchera qu'une cible d'acheteurs en recherche active, par exemple. C'est la raison qui pousse certains directeurs achats à communiquer dans les médias spécialisés. En bénéficiant d'une tribune pour expliquer leurs actions, ils ont la possibilité d'aiguiser la curiosité de certains acheteurs qui n'auraient pas eu l'intention de présenter leur candidature.
Un outil à ne pas négliger est la cooptation. Vous avez votre réseau, vos acheteurs voire vos clients internes ont le leur. Non seulement une politique de parrainage vous permettra de débusquer des profils de grande valeur, mais elle occasionnera également de la motivation au sein de vos équipes.
Un autre moyen de réussir son recrutement est de rester continuellement en veille et de savoir anticiper son besoin. La création d'un compte sur un réseau social d'acheteurs, et pourquoi pas la tenue d'un blog sur l'activité de son service, sont autant de moyens de cerner les tendances du marché et de commencer à détecter les profils que vous rêveriez avoir dans votre équipe.
L'entretien de candidature est aussi une étape importante qui vous permettra de ne pas vous tromper d'acheteur. Ce tête-à-tête sera l'occasion de tests qui vous permettront d'évaluer les compétences du postulant évidemment, mais surtout ses capacités de communication et de présentation.
Sachez cerner son niveau de curiosité en détectant s'il pose des questions pertinentes. Confrontez-le à un problème inattendu et vous évaluerez son agilité intellectuelle. Assurez-vous tout au long de l'entretien de sa compréhension de vos propos. Pour que vous puissiez vous faire une idée neutre et non tronquée, il est indispensable que le candidat se sente à l'aise : offrez-lui donc un rafraîchissement et présentez-lui clairement votre activité.

Les profils à éviter

S'il existe rarement des profils parfaits, certains profils toxiques persistent. Il y a, par exemple, le profil de la star. Il porte beau, trop beau peut-être… C'est celui qui a déjà tout fait dans les plus grands services achats, mais qui sèche un peu quand on lui demande des références. Il y aussi le profil de l'étourdi : il n'a pas son CV, ni de papier ni de stylos. D'ailleurs, il s'y est repris à trois fois pour vous envoyer un mail avec toutes les pièces jointes. Un dernier pour la route : le margoulin tendance Christophe Rocancourt. Il a un blanc de deux ans sur son CV, mais c'est parce qu'il a fait le tour du monde en monocycle en suivant l'équateur. Ce dernier n'a bien sûr qu'un seul défaut, c'est d'être impatient ou trop perfectionniste.
En suivant ces quelques règles, vous parviendrez sans nul doute à monter une équipe achats de qualité. Et ne dit-on pas que la qualité d'une équipe est le reflet de la personnalité de son manager ? ●