Supana™
Creating transparency and trust

BRANCHERAPPORT SEARCH & HEADHUNTING 2015

Copyright © 2015 Supana™ All rights reserved

Search- og headhunter-branchen

Supana™

BRANCHEANALYSE 2015
SEARCH & HEADHUNTING

4 BLIVER BRANCHEN OVERFLØDIG?

TRENDS Med værktøj som LinkedIn og TalentBrowser, kan branchen stå imod?

7 HVEM ER TOP-LEVERANDØR?

Sales Management ApS	9.4	10/9	84	84	94	81	86	81	81
Frontpeople A/S	8.9	10/7	74	71	81	66	49	74	71
Compass HR Group A/S	8.8	15/14	71	61	66	69	66	66	6
Hammer Andersen	8.8	12/12	69	66	61	59	81	51	
Best Talent A/S	8.5	13/12	59	39	49	61	69	49	
Hansen Toft A/S	8.4	19/17	54	51	51	56	46	56	
Comentor A/S	8.4	16/12	51	49	36	54	59	4	
Laigaard & Partners A/S	8.3	22/18	49	56	41	51	56		
People & Performance A/S	8.3	9/6	46	44	56	41	54		
Fischer & Company	8.2	14/12	44	41	39	44	51		
European Search Company ApS	8.0	9/4	41	16	44	46	6		

TOPLISTEN 21.755 datapunkter giver dig svaret på, hvem der er den bedste search/headhunter i Danmark.

12 HVEM TJENER PENGE?

ØKONOMI Se økonomiske nøgletal for de sidste tre år.

16 BETYDER STØRRELSEN NOGET?

STØRRELSE Se om leverandørens størrelse har betydning for kvalitet og performance.

TRENDS & PERSPEKTIV

4 Indledning
4 Trends i branchen
7 Toplisten
9 Search- & Headhunter-virksomheder i rapporten
10 Forskel på rekruttering og headhunting?
10 Fakta om branchen
12 Økonomisk performance i branchen
14 Branche karakteristika

DETALJERET RAPPORTERING

21 Sales Management ApS
23 Frontpeople A/S
25 Compass Human Resources Group A/S
27 Hammer Andersen
28 Best Talent A/S
29 Hansen Toft A/S
31 Comentor A/S
33 Laigaard & Partners A/S
34 People & Performance A/S
35 Fischer & Company
36 European Search Company ApS
37 Nordic Search Group ApS
38 Capacent People A/S
39 Amrop A/S

OM BRANCHERAPPORTEN

40 Forstå undersøgelsen
40 Inkluderet og udeladt
41 Analysens pålidelighed og begrænsninger
42 Svarfordeling på region og størrelse
44 Svarfordeling på branche
44 Kommerciel brug af rapporten
45 Maksimalt udbytte

INDLEDNING

I Dagbladet Børsen d. 10. juni 2015 gav overskriften **"Headhunter-branche har brug for oprydning"** anledning til stor diskussion. I artiklen hævder headhunteren Camilla Treschow Schrøder, at branchen mangler gennemskuelighed og er præget af useriøsitet.

Brancherapporten er Supanas initiativ for at gøre markedet mere gennemskueligt og måle på kvaliteten i branchen. Og branchen og leverandørerne på markedet er under pres, fordi teknologien og kunderne aldrig sover. Dele- og on demand-økonomien har gjort sit indtog – hvor fx AirBnB og Uber er i gang med at ændre hotel- og biludlejningsbranchen. Trenden er, at kunderne vil have fuldstændig transparens i pris og kvalitet, og rapporten er et skridt i denne retning.

GENNEMSIGTIGHED NU!

I takt med at verden bliver mere og mere digital og forbundet, kan vi se konturerne af enden på de mere traditionelle leverandør- og kundeforhold. Drevet af nye forretningsmodeller kan virksomhederne ikke længere blot nøjes med hus-konsulenten eller headhunteren som de altid har benyttet. Derfor er mange organisationer i gang med at professionalisere indkøbsprocesser og –funktioner, hvilket betyder et stigende behov for at indsamle data om deres nuværende og fremtidige leverandører.

Specielt de største og mest prestige fyldte leverandører i branchen har korsets sig mod øget gennemsigtighed. Når vi konkret har spurgt til deres medvirken til at kaste lys over kvalitet i branchen, har svaret mange steder været afvisende: "*Nu lever vi jo bedst under radaren*", "*Vi laver vores egne kundeundersøgelser*" eller "*Lad os lige se tiden an*".

Via rapporten ønsker Supana at øge gennemsigtigheden i branchen, og når tilstrækkeligt mange kunder bidrager, bliver resultatet større gennemsigtighed, stigende konkurrence og bedre kvalitet. Tendensen har været længe undervejs, men brugen af benchmarking og online vurderinger vil for alvor accelerere udviklingen.

TRENDS I BRANCHEN

BLIVER BRANCHEN OVERFLØDIG?

Flere undersøgelser viser løbende, at de internbaserede muligheder for at finde netværk og få stillinger annonceret er ved at fjerne markedet for den klassiske rekruttering/headhunting under chefniveau. Her peges ofte på LinkedIn som det ultimative værktøj. Men også værktøjer som TalentBrowser, som er en matching service for rekruttører, der benytter teknologien til at fjerne svage kandidater og fremhæve de mest kvalificerede fylder mere og mere. Anno 2015 oplever rekrutterings- og headhuntervirksomhederne stigende efterspørgsel. Da kun nogle få store virksomheder synes at udnytte de nye teknologiske muligheder, er der ikke meget der tyder på, at branchen bliver overflødig foreløbig.

SKIFT I KANDIDATENS FORHANDLINGSPOSITION

Hovedparten af branchen oplever, at kandidaternes position bliver stærke-

re og stærkere. Med kandidaterne i førersædet vil de bedste leverandører være nød til at skifte fra udvælgelse og vurdering af kandidater til at producere fantastiske kandidatoplevelser og sælge kandidater positionen. Så hvis din virksomhed har brug for de mest eftertragtede kandidater, bør din leverandør håndtere dette.

Nu når opsvinget indfinder sig, bliver det kritisk at fremsætte attraktive tilbud. De mest attraktive kandidater får flere tilbud på en gang, hvorfor leverandørens opgave også er at rådgive om hvorledes kompensationspakken sættes sammen på en måde, som afspejler kandidaternes jobkriterier. Desuden skal konsulenterne være klædt på til at genforhandle med kandidaten i forhold til konkurrende tilbud.

MANGLEN PÅ DYGTIGE REKRUTTØRER/HEADHUNTERE

Chok – vi kommer til at mangle dygtigere rekruttører og headhuntere. I takt med at rekrutteringsprocesserne kompliceres, globaliseres og socialiseres, vil der blive en signifikant mangel på kvalificerede rekruttører og headhuntere. Leverandører, som forsætter uændret, vil blive dårligere og dårligere til at få de attraktive kandidater, og der vil komme et stigende behov for erfarne og kompetence konsulenter.

STIGENDE PERSONALE-OMSÆTNING

De sidste par år har personaleomsætningen været støt stigende (DI personalestatistik 2014), og indtoget af vækst i Danmark vil helt sikkert forstærke denne tendens. Dels betyder det, at antallet af rekrutteringer stiger væsentligt, men også at leverandørerne skal hjælpe kunderne med at forudse sandsynligheden for, at medarbejdere forlader virksomheden tidligere end forventet og derfor begynde en tidlig søgeproces.

I områder med stor konkurrence om kandidaterne vil kandidaternes jobskifte tage få dage, og dette stiller krav til leverandør-kundeforholdet. Således vil flere og flere rekrutteringsprocesser ikke have en ubesat stilling, som skal besættes, men når det rigtige talent findes, så starter processen også selvom, der ikke er en ledig stilling lige nu. Ja det betyder, at du kommer til at ansætte et talent nogle uger eller måneder, før du forventede, men til gengæld fik konkurrenten ikke talentet.

FORVENT IKKE RADIKAL FORNYELSE

Der er intet der tyder på, at flertallet af leverandørerne vil implementere ny teknologi eller processer, der for alvor vil flytte kvaliteten eller værdien af processen. Derfor bliver det nødvendigt for dig at holde øje med de 5-10% af leverandørerne, der virkelig er innovative, og derfor kan få udbytte af nye teknologier og processer. Specielt udbredelsen af databaserede søge- og beslutningsprocesser bliver vigtigere og vigtigere. Et værktøj som LinkedIn eller TalentBrowser revolutionerer ikke branchen, men gør det lettere at finde de mest kvalificerede kandidater. Teknologierne gør det muligt at gå fra job-matching til social-matching, hvor personlige præferencer, interesser og netværk muliggøres.

VÆLG EN VINDER

Mange brancher oplever stigende vækst, og resultatet er mangel på kvalificeret talenter, der forstærkes af global konkurrence om talenterne. Dette kræver øget hastighed og kompetence hos leverandørerne. Den mere indædte konkurrence om talenterne stiller krav til leverandørerne, som de ikke har oplevet i mange år. Så hvis din organisation ikke skal komme bagest i køen, må du stille nye og skrappere krav til dine rekrutteringsleverandører. Så udvis udsyn og mod når du vælger dine rekruttører eller headhuntere.

DANMARKS BEDSTE SEARCH & HEADHUNTER-VIRKSOMHEDER 2015

Resultaterne i toplisten er genereret ud fra de spørgsmål, som respondenterne har besvaret. Leverandørerne er blevet vurderet via en spørgeramme, og vi forventer, at deres score vil variere som følge af forskelle i leveringsevne og kvalitet. Spredning i resultaterne gør det muligt at rangordne alle leverandørernes præstationer på en skala, som den enkelte leverandørs resultater efterfølgende kan sammenholdes med.

TOPLISTEN

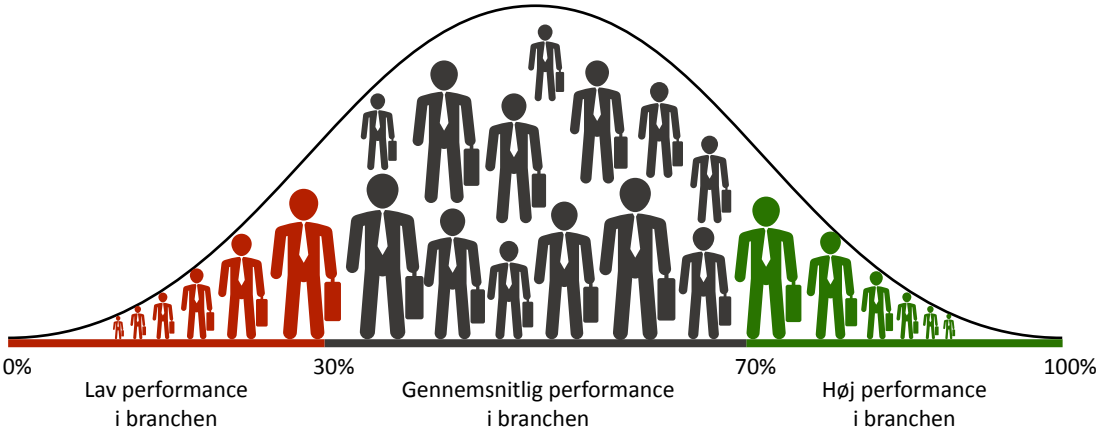
	Leverandør		Leverandør performance		Antal obs / kunder	Benchmark Score	Kommunikation	Metode & Analyse	Fokus & Resultat	Innovation & Værdi	Etik & Samarbejde	Partnerskabs potentiale
1	Sales Management ApS		★★★★★	9.4	10/9	**84**	84	94	81	86	81	81
2	Frontpeople A/S	QA	★★★★½	8.9	10/7	**74**	71	81	66	49	74	71
3	Compass HR Group A/S		★★★★½	8.8	15/14	**71**	61	66	69	66	66	61
4	Hammer Andersen	QA	★★★★½	8.8	12/12	**69**	66	61	59	81	51	64
5	Best Talent A/S		★★★★½	8.5	13/12	**59**	39	49	61	69	49	54
6	Hansen Toft A/S		★★★★½	8.4	19/17	**54**	51	51	56	46	56	36
7	Comentor A/S	QA	★★★★½	8.4	16/12	**51**	49	36	54	59	46	51
8	Laigaard & Partners A/S		★★★★½	8.3	22/18	**49**	56	41	51	56	34	41
9	People & Performance A/S		★★★★½	8.3	9/6	**46**	44	56	41	54	36	56
10	Fischer & Company	QA	★★★★½	8.2	14/12	**44**	41	39	44	51	39	46
11	European Search Company ApS		★★★★½	8.0	9/4	**41**	16	44	46	61	54	39
12	Nordic Search Group ApS		★★★★☆	7.4	10/7	**29**	26	34	29	34	29	24
13	Capacent People A/S		★★★☆☆	5.7	10/8	**11**	9	14	9	16	19	11
14	Amrop A/S		★★★☆☆	5.5	9/6	**9**	14	4	11	11	11	9

QA **Kvalitetssikring:** Leverandøren har for at sikre et objektivt grundlag inviteret alle sine kunder til at vurdere kvaliteten og værdien af leverancerne.

Toplisten har en overvægt af mindre leverandører. Dette skyldes, at mange af search- og headhuntervirksomhederne, ikke har tilstrækkeligt mange vurderinger til at komme med i brancheanalysen (<9 vurderinger).

I Supana måler vi search- og headhuntervirksomhedernes absolutte og relative performance i branchen. Dette er muligt, fordi virksomhedernes performance er normalfordelt. Det vil sige, at alle virksomhedernes performance kan beskrives ved at se på middelværdi og spredning.

Figuren på næste side illustrerer, hvordan vi i Supana opdeler de danske search- og headhuntervirksomheder efter deres performance i branchen. Antallet af stjerner angiver leverandørens absolutte kvalitetsniveau, dvs. evnen til at levere høj kvalitet og professionel rådgivning. Leverandørens Branche Benchmark er leverandørens samlede relative styrke i branchen. Scorer en virksomhed 30% betyder det, at kunderne opfatter virksomheden lige så god eller bedre end 30% af virksomhederne i branchen. En score på 80%



betyder, at virksomheden er bedre end 80% af branchen og dermed, at der kun er 20%, som er bedre end denne.

Toplisten kan bruges, hvis du vil kende markedets opfattelse af search- og headhuntervirksomhedernes absolutte og relative styrke i branchen. Den garanterer ikke, at leverandøren er god nok til din virksomhed, hvorfor den ikke må erstatte din kritiske sans.

SEARCH- & HEADHUNTER-VIRKSOMHEDER I RAPPORTEN

Rapporten giver en grundig analyse af 14 search- og headhuntervirksomheders resultater i undersøgelsen. For at sikre undersøgelsens uafhængighed kunne alle virksomheder vurderes gratis. Det er leverandørernes kunder der vælger, hvem der bliver vurderet, og hvad resultatet bliver. Leverandørerne er nedenfor oplistet i alfabetisk rækkefølge.

VURDERET I RAPPORTEN

- **Amrop A/S**
- **Best Talent A/S**
- **Capacent People A/S**
- **Comentor A/S**
- **Compass Human Resources Group A/S**
- **European Search Company ApS**
- **Fischer & Company v/ Christine Fischer**
- **Frontpeople A/S**
- **Hammer Andersen**
- **Hansen Toft A/S**
- **Laigaard & Partners A/S**
- **Nordic Search Group ApS**
- **People & Performance A/S**
- **Sales Management ApS**

Udeladt pga. få observationer (<9 vurderinger)

- Accountor Denmark A/S
- Ankjaer Search & Select
- Boyden A/S
- Brinch & Partners ApS
- Capax Recruitment ApS
- Confidence Search A/S
- Curia Management ApS
- Egon Zehnder P/S
- Experis A/S
- Genitor ApS
- Globesearch Management A/S
- Hudson Global Resources A/S
- Humantrust A/S
- Karsberg ApS
- Konsulenthuset Ballisager A/S
- Lisberg Executive Search A/S
- Mercuri Urval A/S
- Momentous
- Momentum Consulting A/S
- Nordic Headhunting ApS
- Signium International, Danmark ApS

DE STØRSTE REKRUTTERINGS-/SEARCH-/HEADHUNTER-VIRKSOMHEDER

Accountor, Active Search 1998 A/S, Adecco, Amrop, Ankjær Search & Select, Assessit, Assistance Personaleservice A/S, Avignon ApS, Basico A/S, Beirholm Search, Best Talent A/S, Best-Selection, Birn & Partners, Bloom, Boyden A/S, Brinch & Partners, CAD Kompaniet, Cadesign Mind, Capacent People, Capax Recruitment ApS, Carematch ApS, Comentor A/S, Compass Human Resources Group A/S, Confidence Search A/S, Courant, Curia Management ApS, Dahl & Kjærgaard, DNA Headhunting Aps , EffektivRekruttering, Egon Zehnder, Embedded People ApS, EQ, European Search Company, execute.dk, Experis (Manpower), Experis A/S, Expuri, Fischer & Company, FK Select ApS, Flensby & Partners A/S, FlexWork , Focus Recruitment, Frontpeople A/S, Frontsearch ApS, Gade - Search & Selection, Gastrojob, Genitor ApS, Globesearch, Globesearch Management A/S, Hammer Andersen, Hansen Toft A/S, Hartmanns, Hays Specialist Recruitment A/S, Head Ahead, Hedegaard Management, Heidrick & Struggles, Høi & Thomassen A/S, Holmgaard Management, HR Mæglerne, HR Navigator, HR-Industries A/S, HRpeople, Hudson, Human Capital Group Danmark A/S, human selection, Humanizer ApS, HumanTrust A/S, Incipia, Inpraxis.aw v/Ane Wermer, Insightments ApS, IP Regnskab, Administration & Personale, J. Friisberg & Partners, JobAdvice Management ApS, JobHouse, Jobindex A/S, JobTeam, Juridisk ServiceBureau ApS, K2 Search ApS, Karsberg ApS, Kelly Services, Kjerulf & Partnere, Konsulenthuset Ballisager A/S, Korn Ferry Int., Kromann Connect, Laigaard & Partners A/S, Lisberg Executive Search A/S, Locator ApS, Lohbus ApS, LOHFF Management Consultants A/S, Lufthavnsvikar & Rekrutteringsservice, Manpower Group, Mercuri Urval A/S, Moment A/S , Moment Professionals A/S, Momentous, Momentum Consulting, Nexus Interim Management A/S, Nigel Wright Recruitment, Nordic Headhunting ApS, Nordic Search Group ApS, Nova 100 ApS, Nova Denmark, Odgers Berndtson, Peeq ApS, People & Performance A/S, People In Action ApS, Peopleinsync ApS, PeopleLink ApS., peoplemover, PM Consult, Pointer A/S, ProData Consult, Proffice A/S , Profil Match ApS - Vikarbureau & Rekruttering, Profilpartners ApS, Promando A/S, Proselection, Prospira, Ramsdal Vikar & Rekruttering , Randstad, Recruiters, Resonans A/S, Rex&Lindeborgh a/s, Russell Reynolds Associates,, Sabroe Selection, Sales Management ApS, SAM, Scandinavian Staffing , ScanPeople ApS, SCR, Selsøe Juncker ApS, Sensu, Signium International , Skelmose, Speedrecruiters ApS, Speerhead Nordic, Spencer Stuart, SpenglerFox ApS., T2-Management, talentagent.dk, Talentor, Taplow Denmark, Target Headhunting ApS, Teknik Bureauet ApS, Temp-team A/S , Testmanden, Totem Search & Selection, Trapez ApS, Uglvig ApS, Unik HR, UniqueConsult Danmark A/S, & friends

FORSKEL PÅ REKRUTTERING OG HEADHUNTING?

I praksis er det ofte vanskeligt for kunderne at skelne mellem de to ydelser og dermed type af leverandører. Faktisk viser vores analyser, at der ikke er målbar forskel på kundernes krav til leverandørerne af de to ydelser. I praksis benytter mange af leverandørerne da også en kombination af begge metoder, uanset om de markedsfører sig som rekrutteringsvirksomhed eller headhunter.

Omvendt ved vi, at måden organisationer vælger at rekruttere medarbejdere på, og hvem de vælger som leverandører, kan have afgørende betydning for evnen til at nå organisationens mål! Tillige findes der god dokumentation for, at rekrutteringsbeslutninger og -praksis har betydning for organisationens performance og evne til at eksekvere sin strategi.

Forskellen mellem rekruttering og search/headhunting handler primært om metoden og prisen, hvor sidstnævnte ofte er betydeligt dyrere end førstnævnte. I branchen argumenteres der for, at det er afgørende at vælge den rette metode til opgaven.

Her ses search/headhunting som en specialiseret praksis med et særligt formål. Ud fra et omkostningsperspektiv bør metoden ikke benyttes indenfor områder, hvor kompetencerne er rigelige, og rekruttering derfor kan benyttes. Search/headhunting er rettet mod to forskellige mål:

1. at erhverve knappe højt specialiserede faglige kompetencer
2. at erhverve de bedste ledere og topledere (executive search) på markedet

REKRUTTERING

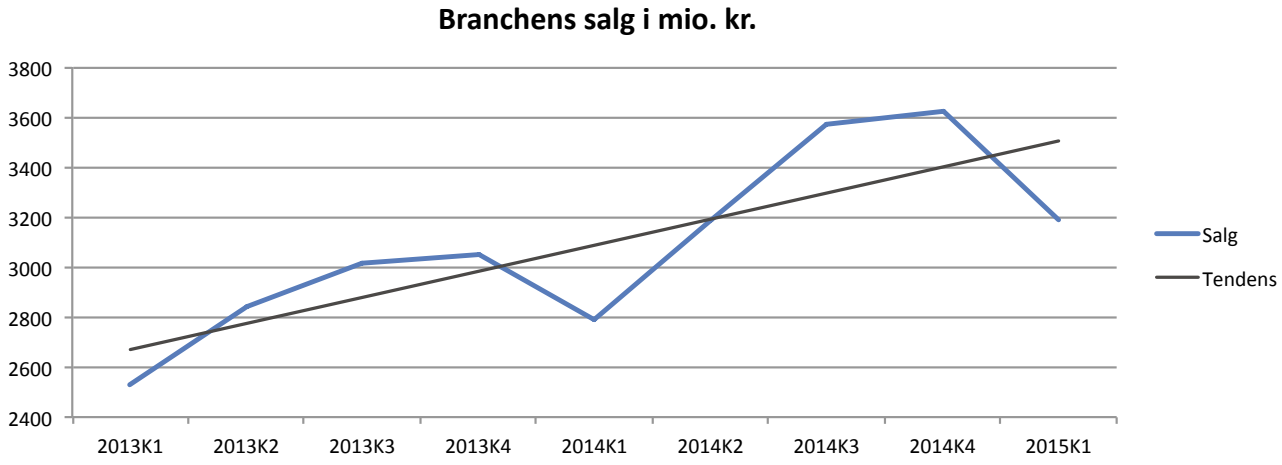
Formålet er at besætte en stilling med den bedst tilgængelige person. Rekrutteringsvirksomheder søger i en pulje af kandidater, der er aktivt på udkig efter en ny udfordring ved annoncering på forskellige platforme fx trykte medier, sociale eller faglige platforme. Dette giver en gruppe af kandidater, som er "selv-udvalgte" aktivt jobsøgende.

SEARCH & HEADHUNTING

Formålet er, at finde den bedste person uanset om han eller hun allerede er ansat eller søger nyt job. Tilgangen udvider og uddyber kandidatpuljen, der er til rådighed for den ansættende organisation. Metoden forudsætter viden om, hvor man skal finde kandidaterne men også sociale færdigheder, empati, forhandlingsteknik og en god forretningsforståelse.

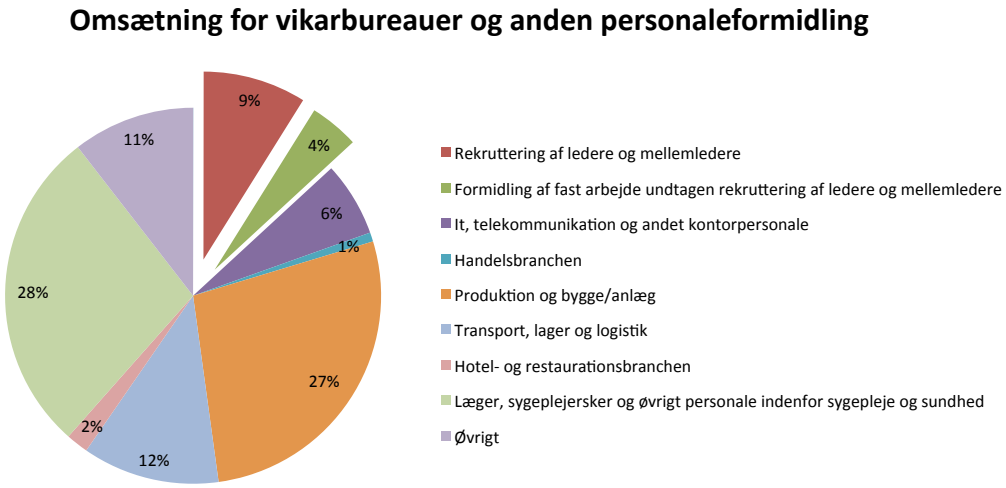
FAKTA OM BRANCHEN

Branchens salg er vokset med 26% fra 1. kvartal 2013 til 1. kvartal 2015 og synes at have genfundet de gode vækstrater, som kendetegnede den før finanskrisen. De sidste 4 kvartaler solgte branchen ydelser for 13,6 mia. kr. fordelt på mere end 1000 danske leverandører (Danmarks Statistik). 17.108 fuldtidsansatte arbejder med alt fra at finde vikarer til ufaglærte jobs, headhunte tunge IT-specialister og lave executive search af adm. dir. til børsnoterede virksomheder.



Kilde: Danmarks Statistik, 2015

Branchens historiske udvikling indikerer, at øget vækst i samfundet kraftigt vil øge antallet af virksomheder i branchen, og vi må forvente en mindre eksplosion både i antallet af virksomheder og ansatte i den kommende tid. Dette skyldes sandsynligvis, at indgangsbarriererne og opstartsomkostningerne er utroligt lave. Reelt er eneste faste omkostning ved at starte op i branchen udgiften til mobil og pc. Dermed bliver det endnu vigtigere i fremtiden at kvalitetssikre de nye aktører i branchen.



Kilde: Danmarks Statistik, 2013

Rekruttering, search og headhuntingen udgør kun 13,1 % (2012) af omsætningen i branchen, selvom den kommunikationsmæssigt og brandingmæssigt fylder langt mere. Rekruttering står for 7-10% af omsætningen. Search & headhuntning udgør 3-6% af omsætningen, men sidstnævnte fremstår mest attråværdig og prestigefyldt. Der er heller ingen tvivl om, at branchen er karakteriseret af et vist imagehierarki, som synes omvendt proportionalt med størrelse i omsætning. Vikarbranchen har klart størst omsætning og udgør næste 87% af branchen. Mere end halvdelen af omsætningen i branchen vedrører midlertidige ansættelser indenfor 'Produktion og bygge/anlæg' (27%) samt sundheds- og plejeområdet.

I branchen bidrager dette imagehierarki til øget ugennemsigtighed, fordi mange af aktørerne "snopper opad". Eksempelvis kommunikerer mange af vikarbureauerne, at de udfører rekruttering. Mange af rekrut-

teringsvirksomhederne fortæller, at de laver Search & headhunting og stort set alle Search & headhuntervirksomheder siger de laver Executive Search. Vi har derfor valgt, at det er kunderne, som angiver, hvilken ydelse de har købt og kategoriseret leverandørerne herefter.

Metodisk er der dog det problem, at kunderne ikke altid er i stand til at skelne mellem rekruttering, search og headhunting, og i praksis handler forskellen dog også blot om metoden til at finde kandidater. Dette er relativt uinteressant for langt de fleste kunder, som blot at interesseret i at finde den bedste kandidat til jobbet, og hvorledes dette sker er mindre vigtigt. Dette indikerer, at branchen med fordel endnu tydeligere kan kommunikere værdien af de forskellige ydelser således, at dette bliver selvindlysende for kunderne. Det svarer lidt til, at sælge biler uden at kunne forklare forskellen på at vælge en Suzuki eller en Mercedes.

ØKONOMISK PERFORMANCE I BRANCHEN

Top 10 i Search & Headhunting branchen målt på bruttofortjeneste er præget af store internationel aktører, men det indbyrdes styrkeforhold har de sidste 3 år ændret sig markant. Hvor Egon Zehnder tidligere synes urørlige som branchens største, er deres omsætning faldet markant med hele 30% og search branchens top synes igen mere åben. Specielt Amrop og Spencer Stuart har virkeligt taget markedsandele og er vokset henholdsvis 42% og 120% fra 2012 til 2014. Amrops bruttofortjeneste er således i dag på størrelse med Egon Zehnder. Boyden International melder sig også som en af de større aktører på markedet og deres omsætning er øget med 160% i perioden. Blandt de nationale aktører er det specielt Hansen Toft og Flensby & Partnere, som har vundet markedsandele.

Blandt de mellemstore Search & Headhuntere er det specielt nationale aktører, som har haft en positiv udvikling fx nordjysk baserede Comentor som i perioden er vokset hele 187%. Dårligst er verdens største headhuntervirksomhed Korn/Ferry kommet igennem perioden hvor bruttofortjensten næsten er reduceret til 1/3.

De 10 største har i perioden haft en gennemsnitlig afkastningsgrad på 26,9, som må siges at være særdeles høj, specielt set i lyst af at perioden har været karakteriseret af lavkonjunktur og stagnation. Resten af branchen har ikke evnet at fastholde samme høje afkast, og hovedparten af leverandørerne ligger under 10% i gennemsnitlig afkastningsgrad i perioden. Dette kan enten betyde, at de mellemstore leverandører har været presset på pris og omkostninger, eller at de blot har tilpasset priserne i nedadgående retning. Tilsyneladende har de 10 største headhuntere formået at fastholde deres lukrative forretning og prisniveau.

Afkastningsgrad: Afkastningsgraden er det mest centrale af de regnskabsmæssige nøgletal. Afkastningsgraden er velegnet til at sammenligne meget forskellige virksomheder med, idet det er uafhængigt af virksomhedernes mission, størrelse (omsætning) og kapitalgrundlag (forholdet mellem gæld og egenkapital).

	Mio. kr.	Bruttofortjeneste				Resultat før skat				Afkastningsgrad		
	Rangordnet efter år 2013	**2014**	**2013**	**2012**	**Δ %**	**2014**	**2013**	**2012**	**Δ %**	**2014**	**2013**	**2012**
1	Egon Zehnder	59,9	86,8	85,0	-30%	2,5	16,1	6,0	-58%	3	19	5
2	Amrop	58,1	49,8	40,8	42%	38,8	31,9	22,9	70%	96	79	98
3	Russel Reynolds	-	40,7	34,9	17%	-	12,6	9,2	37%	-	20	18
4	People & Performance	26,6	26,3	25,9	3%	0,7	0,0	3,9	-81%	13	1	25
5	Flensby & Partners	38,6	25,5	30,2	28%	0,1	0,1	13,6	-99%	0	0	65
6	Spencer Stuart Int. P/S	30,0	23,5	13,6	120%	0,3	0,1	-0,1	-351%	1	0	0
7	Odgers Berndtson	24,1	17,2	23,9	1%	5,2	2,1	6,2	-16%	24	16	41
8	Compass HR Group	-	16,4	13,1	25%	-	1,7	0,7	143%	-	24	11
9	Hansen Toft	17,8	14,8	12,4	44%	2,1	1,5	0,6	247%	26	22	10
10	Momentum Consulting	12,1	12,0	10,5	15%	2,7	2,7	3,8	-29%	29	27	43
11	Boyden International	14,3	10,5	5,5	160%	10,5	3,2	2,2	376%	49	39	33
12	Laigaard & Partners	7,1	9,6	7,4	-4%	0,0	0,0	0,5	-99%	0	0	11
13	Human Capital Group	-	9,4	9,8	-4%	-	0,5	0,4	25%	4	3	4
14	Kjerulf & Partnere	11,1	9,2	9,8	13%	1,9	1,3	0,5	283%	21	15	7
15	Unique Consult	8,6	8,0	8,4	3%	1,3	1,5	2,3	-42%	32	24	39
16	Nigel Wright Denmark ApS	7,5	7,5	8,1	-8%	1,7	0,6	1,7	-1%	0	7	44
17	Pointer A/S	-	7,3	6,0	22%	-	0,9	0,3	200%	-	18	5
18	Kluge & Partners A/S	6,6	6,6	3,1	113%	1,3	1,3	-0,4	423%	28	-18	-21
19	Profil Partners ApS	-	6,2	5,8	7%	-	0,9	1,9	-53%	-	23	31
20	Comentor A/S	5,9	5,9	2,1	187%	0,4	0,1	0,0	800%	11	4	4
21	GlobeSearch A/S	5,8	4,9	5,2	12%	1,5	0,6	1,0	54%	43	25	37
22	Korn/Ferry	4,9	4,9	8,9	-45%	0,0	0,0	3,0	-99%	0	23	-14
23	Promando	5,5	4,5	5,9	-7%	0,8	0,1	0,5	59%	24	6	21
24	Lisberg Executive Search A/S	-	4,0	5,1	-22%	-	0,1	-0,3	-133%	-	7	-2
25	Capacent People A/S	-	3,6	3,8	-6%	-	-1,9	-1,2	57%	-	-18	-15
26	Signium International	-	3,6	3,3	9%	-	0,2	-0,8	-125%	-	10	-56
27	Frontpeople A/S	2,1	3,3	2,7	-22%	0,1	0,6	-0,1	174%	4	21	5
28	Hays Specialist Recruitment DK	4,9	3,6	12,7	-62%	-3,7	-9,5	-2,4	55%	-60	-171	-31
29	Nordic Headhunting	5,8	3,1	2,6	127%	0,2	0,0	0,0	3833%	10	1	0
30	HumanTrust A/S	3,6	2,3	-	59%	0,4	0,2	-	123%	14	6	-
31	Karsberg ApS	-	1,6	0,9	85%	-	-0,1	0,0	757%	-	-8	0
32	Best Talent A/S	1,3	1,5	2,1	-39%	-0,2	0,0	0,3	-145%	-17	0	30
33	European Search Company ApS	2,4	1,0	0,3	728%	1,6	1,0	0,3	538%	63	49	53
34	Curia Management ApS	2,5	1,0	1,2	108%	0,2	-0,4	-0,1	-290%	26	-86	-25
35	Sales Management ApS	0,3	0,6	0,7	-53%	0,4	0,6	0,8	-50%	7	17	22

NB. Der foreligger ikke regnskabsdata fra Fischer & Company og Nordic Search Group, hvorfor disse ikke er medtaget.

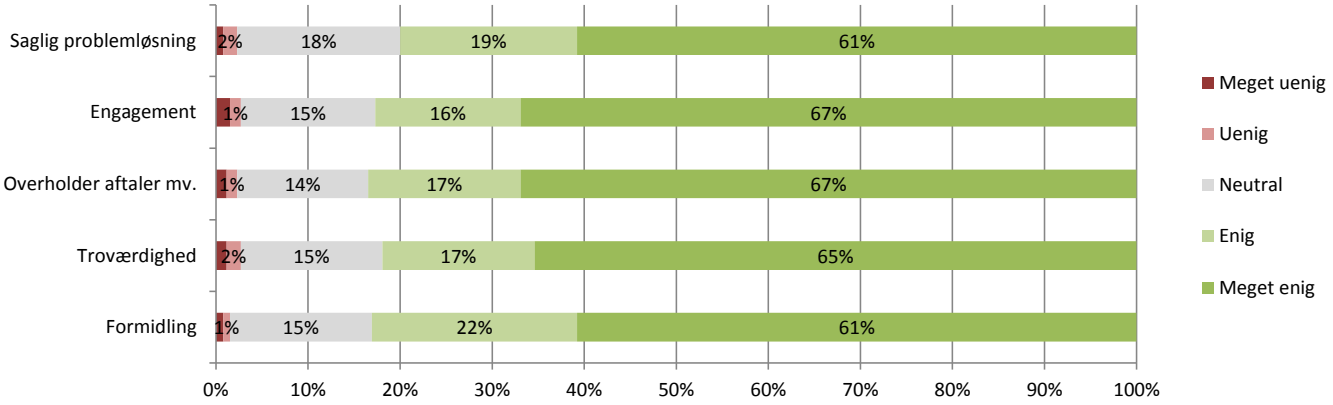
BRANCHE KARAKTERISTIKA

Analysen fokuserer på fire vigtige områder, som karakteriserer branchen: Branchens styrke og svagheder, leverandørens evne til at levere value for money, andel af ambassadørkunder samt betydningen af leverandørens størrelse.

God professionel proces som fulgte aftaler og tidsplan

Transportvirksomhed med 200-499 ansatte

LEVERANDØRERNES STØRSTE STYRKER



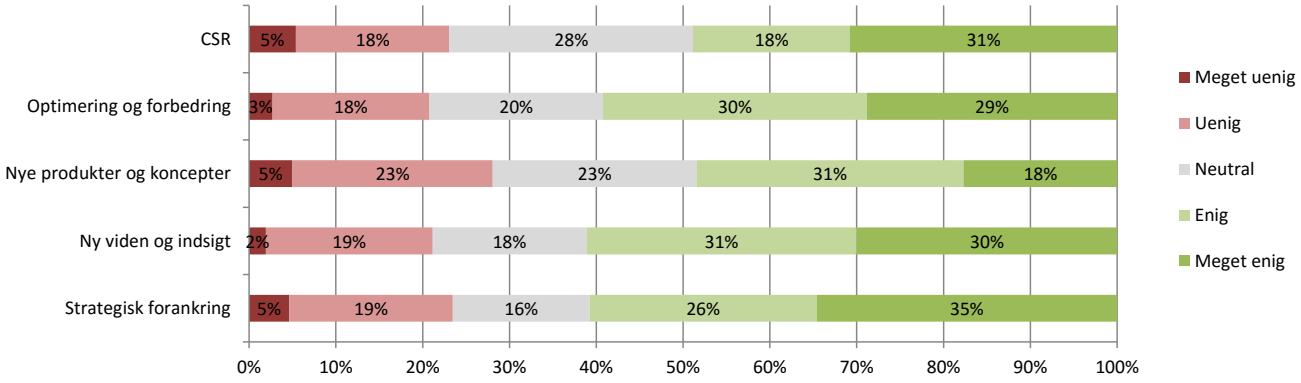
Figuren viser, i hvilken udstrækning kunderne oplever, at leverandøren udviser adfærden.

Search og Headhunting branchens dårlige rygte er en sandhed med modifikation, idet næsten 8 ud af 10 kunder oplever deres leverandører som troværdige, og at de overholder aftaler og tidsplaner. Trods den meget dårlige omtale af seriøsiteten i branchen, så viser Supana's undersøgelse, at hovedparten af ydelserne rapporteres som leveret af seriøse og professionelle leverandører. Således vurderer 80% af kunderne, at deres headhunter foretager saglige vurderinger baseret på relevante informationer og grundige analyser. Dermed ikke sagt at der ikke findes dårlige og useriøse headhuntere i branchen, denne undersøgelse har dog ikke kunne dokumentere denne forekomst fra de bedste i branchen.

Kompetent og troværdig. Viser høj forståelse for vores virksomheds behov

Fremstillingsvirksomhed med 50-99 ansatte

LEVERANDØRERNES UDFORDRINGER



Figuren viser, i hvilken udstrækning kunderne oplever, at leverandøren udviser adfærden.

Innovation og fornyelse er tydelige udfordringer i branchen. Måske er dette ikke helt overraskende, idet rekrutteringsprocessen opfattes af mange som veldokumenteret og en særdeles triviel metode, som ikke kræver andet end stort omhu og netværk. Men set i lyset af udviklingen af sociale teknologier, platforme og kommunikationskanaler er det skræmmende, at kun 48% af kunderne oplever, at deres leverandør skaber nye produkter, koncepter eller design. Interessant nok oplever kunderne at search & headhunterene som markant mere innovative end rekrutteringsvirksomhederne. Trods at mange headhuntere opfatter sig selv som trusted advisors, er 37% af kunderne ikke enige i, at deres ydelser bliver forankret i organisationens strategi.

Headhunterne kan med fordel opprioritere og uddanne deres konsulenter i at opstille og udvikle mål for, hvorledes ydelserne strategisk forankres i organisationen og forretningen. Forretningsmæssig og strategisk forankring af rekrutteringsydelserne kan være metoden til at komme på direktionens agenda.

HVAD ER PÅ KUNDENS AGENDA?

Øverst på kundernes ønskeliste står leverandørerne, som skaber og udbygger gode relationer til alle i organisationen. Leverandørerne skal kunne kommunikere kompetent på en klar og troværdig måde og have styr på processen og hele rekrutteringsforløbet.

Til gengæld har det mindre betydning, at leverandøren bidrager med nye fremgangsmåder, produkter eller om leverandøren reelt skaber en forbedring i organisationen. Værdiskabelsen er således ikke det vigtigste, og der synes ikke at være forventninger til, at ydelsen reelt flytter kundens forretning. Den manglende strategiske forankring indikerer, at kunderne reelt ikke opfatter branchen som meget mere end en let og smidig metode til at finde de ønskede medarbejdere.

- Samarbejde
- Mundtlig kommunikation
- Struktur og metode

- Forretningsfokus
- Værdiskabelse
- Innovation

VALUE FOR MONEY

Der er en markant og signifikant statistisk sammenhæng mellem kunder, som oplever value for money, og hvorvidt leverandøren er i stand til at synliggøre en effekt på kundens ydeevne og profitabilitet. At vise effekt på bundlinjen har været HRs ambition og ønske gennem mere end 20 år, og derfor er det måske heller ikke overraskende, at der er en stærk sammenhæng mellem at demonstrere dette og den oplevede værdi.

I nedenstående tabel fremgår de 5 vigtigste faktorer, som hænger sammen med kundens oplevelse af værdi for pengene. Her er den tillidsskabende adfærd et grundlæggende omdrejningspunkt. Kommunikationsmæssigt skal leverandøren fremstå som en troværdig samarbejdspartner, der er i stand til at gennemføre en saglig og grundig job- og virksomhedsanalyse. Fokus skal være på organisationens behov og sikre, at kunden serviceres på en tilfredsstillende måde. Desuden skal leverandøreren have godt styr på deadlines, budgetter og andre projektmål.

	Vigtighed for at ydelsen giver god værdi for pengene	Korrelation (r)	Forklaringskraft
1	Ydelsen muliggør forbedret ydeevne og profitabilitet i vores organisation	**0,81**	**65%**
3	Leverandøren overholder budget- og projektmål	**0,77**	**59%**
5	Leverandøren fremstår troværdig	**0,76**	**58%**
4	Leverandøren fokuserer på organisationens behov og tilfredshed	**0,75**	**56%**
5	Leverandøren foretager saglige vurderinger ud fra relevante informationer og analyser	**0,75**	**56%**

BETYDER STØRRELSEN NOGET?

Ja! Men det er små leverandører som leverer bedst kvalitet. Analysen viser lidt overraskende, at der er en svag negativ statistisk sammenhæng mellem kundens oplevede kvalitet og leverandørens størrelse målt som antallet af medarbejdere. Med andre ord oplever kunderne ikke, at der er en sammenhæng mellem bedre kommunikation, bedre produkter, større værdi, bedre metode, etik osv, og jo flere ansatte en leverandør har.

Vores analyse af leverandørenes bruttofortjeneste synliggør endnu tydeligere, at der ingen positiv sammenhæng er mellem evnen til at tjene penge og den kvalitative performance, idet korrelationen er negativ. Dvs. desto større fortjeneste desto dårligere oplevelse har kunden af sin leverandør. Om dette gælder hele branchen kan endnu ikke afgøres, da vi kun har data på 40 af branchens search & headhuntere og dermed stadig har brug for flere informationer om andre af branchens leverandører.

Den relativt lille search & headhunter Sales Management har trods sin ringe størrelse vist gode takter ifølge de største danske virksomheder. Men også Compass Human Resources Group udmærker sig positivt, når de servicere de helt store kunder.

Korrelation: Korrelationskoefficienten **r** beskriver den statistiske sammenhæng mellem to faktorer. Jo tættere **r** er på 1 desto større statistisk sammenhæng. r = 0,7 beskrives ofte som en stærk korrelation. F.eks. er vægt og højde korreleret r = 0,70, idet højere personer ofte er tungere end lave personer. Der er naturligvis undtagelser eksempelvis lave tunge personer og høje tynde personer.

Forklaringskraft: Koefficientens varians. En forklaringskraft på 50% betyder f.eks., at halvdelen af en persons vægt kan forklares som følge af højden.

TOPLISTE, STORE ORGANISATIONER
MERE END 100 ANSATTE

	Leverandør	Leverandør performance		Antal obs / kunder	Benchmark Score	Kommunikation	Metode & Analyse	Fokus & Resultat	Innovation & Værdi	Etik & Samarbejde	Partnerskabs potentiale
1	Sales Management ApS	★★★★★	9.4	6/5	**87**	87	93	79	87	84	84
2	Compass Human Resources Group A/S	★★★★½	8.8	5/5	**73**	64	67	70	67	67	53
3	Laigaard & Partners A/S	★★★★½	8.1	12/11	**47**	47	36	41	44	39	41
4	Fischer & Company v/ Christine Fischer QA	★★★★½	8.1	6/5	**44**	50	33	56	39	33	56
5	European Search Company ApS	★★★★½	8.0	5/2	**41**	16	47	50	56	56	36
6	Hansen Toft A/S	★★★★	7.9	12/10	**39**	39	41	39	33	41	33

TOPLISTE, SMÅ ORGANISATIONER
MINDRE END 100 ANSATTE

1	Hansen Toft A/S	★★★★★	9.1	7/7	**72**	66	69	75	81	72	46
2	Hammer Andersen QA	★★★★★	9.1	10/10	**69**	63	66	66	78	63	72
3	Compass Human Resources Group A/S	★★★★★	9.0	8/7	**66**	54	60	69	72	60	69
4	Frontpeople A/S QA	★★★★½	8.8	7/5	**63**	72	90	57	28	66	66
5	Laigaard & Partners A/S	★★★★½	8.8	7/5	**60**	57	49	49	75	54	49
6	Best Talent A/S	★★★★½	8.4	8/7	**49**	34	37	51	60	37	37
7	Comentor A/S QA	★★★★½	8.4	13/9	**43**	40	34	46	54	40	51
8	People & Performance A/S	★★★★½	8.4	6/4	**40**	46	46	37	46	34	54
9	Fischer & Company v/ Christine Fischer QA	★★★★½	8.1	7/6	**37**	28	28	28	51	28	31
10	Nordic Search Group ApS	★★★★	7.4	8/6	**25**	19	31	22	25	22	22
11	Capacent People A/S	★★★	5.4	6/5	**4**	4	7	4	7	7	1

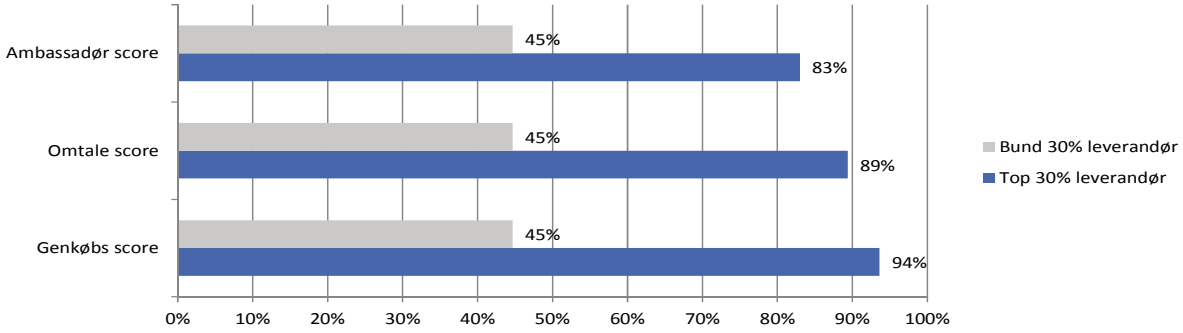
QA **Kvalitetssikring:** Leverandøren har for at sikre et objektivt grundlag inviteret alle sine kunder til at vurdere kvaliteten og værdien af leverancerne.

AMBASSADØR KUNDER

Er du villig til at være din leverandørs ambassadør? Hvis du svarer ja på dette spørgsmål, er det ekstremt sandsynligt, at du opfatter din leverandør som fremtidig samarbejdspartner, at du vil sige noget pænt om leverandøren til din omgangskreds og sågar anbefale leverandøren til andre. Samtidigt er det næsten sikkert, at du oplever en så stor tryghed ved leverandøren, at du også i fremtiden vil købe ydelser fra denne. Alt dette måler vi i dimensionen partnerskabspotentiale.

AMBASSADØRERNE ER GULD VÆRD

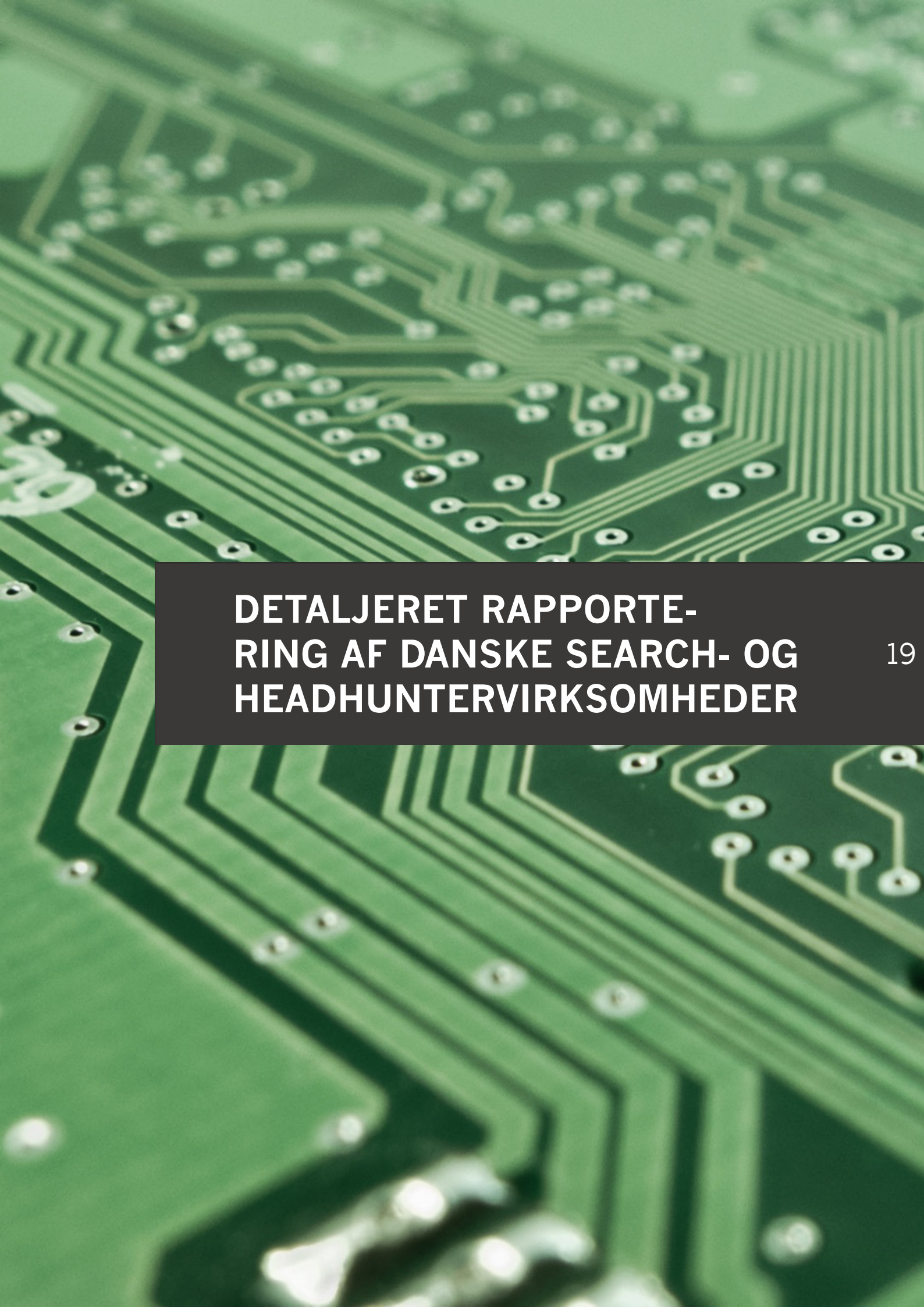
For en leverandør er en ambassadør guld værd, idet disse kunder giver en mere profitabel vækst. De er lettere at fastholde, de køber flere af leverandørens produkter og koster mindre at servicere. Ambassadørerne fungerer herved som en helt gratis og meget effektiv salgsstyrke, der kommer ud til vanskeligt tilgængelige beslutningstagere.



Ambassadør score *% der anbefaler leverandøren – % der ikke vil anbefale leverandøren*
Omtale score *% der vil tale positivt om leverandøren – % der ikke vil tale positiv om leverandøren*
Genkøbs score *% der vil købe samme ydelse igen – % der ikke vil købe samme ydelse igen*

Eksempel: *50% af en leverandørs kunder vil anbefale leverandøren minus 20%, som ikke vil anbefale leverandøren giver en Ambassadør score på 30%*

Som det fremgår af figuren ovenfor, er der her markante forskelle i branchen. Niveauet for loyalitet er dog højt i hele branchen. Således vil en stor andel af kunderne hos de 30% dårligste leverandører stadig fungere som ambassadører med en ambassadør score på 45%. De distanceres dog langt af kunderne blandt top 30% leverandører, som har næsten end dobbelt så høj score. Det høje niveau i branchen afspejles også i genkøbs scoren, som indikerer, i hvilken udstrækning en kunde er villig til at købe en ydelse af den pågældende leverandør igen. Den relativt høje genkøbs score hos kunderne blandt de dårligste leverandører er vanskelig at forklare. Men skal måske ses i lyset af, at leverandøren ikke altid vælges på baggrund af sin performance. I løbet af undersøgelsen har vi interviewet en række beslutningstagere om, hvorfor de vælger en bestemt leverandør. Nogle gange har man en samarbejdsaftale – hvorfor man skal benytte leverandøren uagtet dennes performance. Nogle gange er valget politisk motiveret for at sikre sig imod kritik, hvorfor der vælges en af de etablerede og højt profillerede leverandører. Argumentet er, at man ikke bliver fyret for at have valgt Egon Zehnder, uanset hvor dårlig den nye person performerer. Slutteligt er der nogle, der fortæller, at brugen af headhuntere også giver beslutningstageren en mulighed for selv at blive synlig overfor headhunteren – dvs. at det er en egennyttig beslutning, som plejer egne karrieremuligheder.



DETALJERET RAPPORTE-RING AF DANSKE SEARCH- OG HEADHUNTERVIRKSOMHEDER

RESULTATER SIGER MERE END 1000 ORD

Siden 2008 har Sales Management rekrutteret kommercielle nøglemedarbejdere, som kan skabe resultater og udvikling.

NSRP Nordic Sales Recruitment Partners

SALES MANAGEMENT

(+45) 4236 3836 · www.sales-management.dk

*Undersøgelsen er foretaget af den uvildige analysevirksomhed Supana™, på baggrund af minimum 9 kundebesvarelser per deltagervirksomhed.

Fremragende performance

9.4 af 10

SALES MANAGEMENT APS

Sales Management ApS's leverandør performance er 9.4 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som fremragende.

BRANCHE BENCHMARK – 84%

Sales Management ApS's benchmark vurdering ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 84% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren vil bidrage med større værdi end gennemsnittet til organisationen.

KOMMUNIKATION – 84%

Undersøgelsen viser, at Sales Management ApS's Kommunikation & Rapportering ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 84% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er bedre end andre til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 94%

Undersøgelsen viser, at Sales Management ApS's Metode & Analyse ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 94% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren har lettere end andre ved at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er bedre til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 81%

Undersøgelsen viser, at Sales Management ApS's Fokus & Resultater ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 81% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er bedre end andre til at løse opgaver, levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 86%

Undersøgelsen viser, at Sales Management ApS's Innovation & Værdi ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 86% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er mere end gennemsnitlig kreativ og nytænkende i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger i højere grad end andres forbedrer organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 81%

Undersøgelsen viser, at Sales Management ApS's Etik & Samarbejde ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 81% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren opbygger en positiv, åben og effektiv samarbejdsrelation baseret på høj etik og klare værdier.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 81%

Undersøgelsen viser, at Sales Management ApS's Partnerskabs potentiale er over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 81% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Markedet opfatter dermed leverandøren som en mere attraktiv samarbejdspartner end andre leverandører.

Professionel og velforberedt. Handlekraftig og en god lyttende profil, der sikrer at vores ønsker og behov bliver indfriet, hurtigt og sikkert!

Virksomhed i Region Hovedstaden med 100-199 ansatte

FRONTPEOPLE
HUMAN TALENT & BUSINESS DYNAMICS

VI SÆTTER MENNESKER & VIRKSOMHEDER I FRONT...
Derfor er FRONTPEOPLE A/S din professionelle samarbejdspartner, når der skal findes, ansættes og udvikles dygtige medarbejdere, eller når du vurderer, at det er tid til at øge organisationens evne til at skabe resultater.

DET RIGTIGE VALG ER FORUDSÆTNINGEN FOR SUCCES
Rekruttering af nøglemedarbejdere handler om at styrke virksomhedens konkurrenceevne samt sikre, at virksomheden realiserer sine strategiske målsætninger.

VI FINDER DEN RETTE KANDIDAT TIL DIG!
At kunne rekruttere de såkaldte passive kandidater er ofte afgørende for en virksomhed – og kan i høj grad være en medvirkende årsag til at stå bedst mulig i markedet. At finde markedets ultimative kandidat på det rette tidspunkt kræver erfarne ressourcer.

FRONTPEOPLE A/S' tilgang til search er en proaktiv og systematisk afdækning af markedet efter kandidater, der ikke selv søger job. Den type kandidater kan kun motiveres, såfremt det aktuelle job er et naturligt og rigtigt karriereskridt.
Den passive kandidat forholder sig realistisk og velovervejet til den konkrete jobmulighed. De har tid til at vente på det job, der vil være interessant for dem som det næste i karrieren. Og det er jo det, det handler om – det rigtige og langtidsholdbare match mellem kandidat og virksomhed.

FRONTPEOPLE A/S
Hjulmagervej 8D
7100 Vejle

☎ +45 75 19 19 38
✉ mail@frontpeople.dk

FRONTPEOPLE A/S

Meget god performance

8.9 af 10

Frontpeople A/S's leverandør performance er 8.9 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som meget god.

BRANCHE BENCHMARK – 74%

Frontpeople A/S's benchmark vurdering ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 74% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren vil bidrage med større værdi end gennemsnittet til organisationen.

KOMMUNIKATION – 71%

Undersøgelsen viser, at Frontpeople A/S's Kommunikation & Rapportering ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 71% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er bedre end andre til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 81%

Undersøgelsen viser, at Frontpeople A/S's Metode & Analyse ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 81% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren har lettere end andre ved at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er bedre til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 66%

Undersøgelsen viser, at Frontpeople A/S's Fokus & Resultater ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 66% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er bedre end andre til at løse opgaver, levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 49%

Undersøgelsen viser, at Frontpeople A/S's Innovation & Værdi ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 49% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er mere end gennemsnitlig kreativ og nytænkende i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger i højere grad end andres forbedrer organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 74%

Undersøgelsen viser, at Frontpeople A/S's Etik & Samarbejde ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 74% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren opbygger en positiv, åben og effektiv samarbejdsrelation baseret på høj etik og klare værdier.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 71%

Undersøgelsen viser, at Frontpeople A/S's Partnerskabs potentiale er over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 71% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Markedet opfatter dermed leverandøren som en mere attraktiv samarbejdspartner end andre leverandører.

Kvalitetsikring: Frontpeople A/S har for at sikre et objektivt grundlag inviteret alle sine kunder til at vurdere kvaliteten og værdien af leverancerne.

"God professionel samarbejdspartner der har lavet en god search af markedet."

Virksomhed i Region Syddanmark med 1000+ ansatte

COMPASS
HUMAN RESOURCES GROUP

Building Winning Businesses

More than 450 hirings a year throughout Europe

To succeed in our business - We strive to understand yours

Aarhus ● Copenhagen ● London ● Stockholm ● Oslo ● Helsinki ● Zürich

www.compasshrg.com
+45 70 20 12 75

Meget god performance

8.8 af 10

COMPASS HUMAN RESOURCES GROUP A/S

Compass Human Resources Group A/S's leverandør performance er 8.8 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som meget god.

BRANCHE BENCHMARK – 71%

Compass Human Resources Group A/S's benchmark vurdering ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 71% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren vil bidrage med større værdi end gennemsnittet til organisationen.

KOMMUNIKATION – 61%

Undersøgelsen viser, at Compass Human Resources Group A/S's Kommunikation & Rapportering ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 61% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er bedre end andre til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 66%

Undersøgelsen viser, at Compass Human Resources Group A/S's Metode & Analyse ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 66% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren har lettere end andre ved at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er bedre til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 69%

Undersøgelsen viser, at Compass Human Resources Group A/S's Fokus & Resultater ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 69% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er bedre end andre til at løse opgaver, levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 66%

Undersøgelsen viser, at Compass Human Resources Group A/S's Innovation & Værdi ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 66% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er mere end gennemsnitlig kreativ og nytænkende i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger i højere grad end andres forbedrer organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 66%

Undersøgelsen viser, at Compass Human Resources Group A/S's Etik & Samarbejde ligger over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 66% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren opbygger en positiv, åben og effektiv samarbejdsrelation baseret på høj etik og klare værdier.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 61%

Undersøgelsen viser, at Compass Human Resources Group A/S's Partnerskabs potentiale er over gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 61% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Markedet opfatter dermed leverandøren som en mere attraktiv samarbejdspartner end andre leverandører.

En meget troværdig leverandør der også kan udfordre vores organisation.

Virksomhed i Region Hovedstaden med 1000+ ansatte

Vi rekrutterer sælgere, salgschefer og salgsdirektører!

Det siges, at direktørens lederskab opgøres, som summen af de mennesker man har i sin organisation. Kompetente ledere og medarbejdere skaber vindervirksomheder, der øger markedsandele og skaber sunde forretninger.

Man kan have markedets bedste produkter, men det nytter kun, hvis man kan afsætte dem. Derfor er det en tvingende nødvendighed at sikre en stærk og veldrevet salgs- og marketingorganisation.

En salgsdirektør kan være forskellen mellem fiasko og succes.

En dygtig salgsdirektør ansætter de rette salgstalenter til at tiltrække, udvikle og fastholde kunderne, og kan dermed gøre salgsafdelingen til en af virksomhedens konkurrencemæssige fordele.

Det hjælper vi med.

Se mere på www.hammerandersen.com

HAMMERANDERSEN
SALES RECRUITMENT & DEVELOPMENT

HAMMER ANDERSEN

Meget god performance

8.8 af 10

Hammer Andersen's leverandør performance er 8.8 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som meget god.

BRANCHE BENCHMARK – 69%

Hammer Andersen's benchmark vurdering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 69% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil bidrage med lige så stor værdi som andre leverandører til organisationen.

KOMMUNIKATION – 66%

Undersøgelsen viser, at Hammer Andersen's Kommunikation & Rapportering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 66% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren vurderes som gennemsnitlig til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 61%

Undersøgelsen viser, at Hammer Andersen's Metode & Analyse er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 61% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er gennemsnitlig til at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er gennemsnitlig til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 59%

Undersøgelsen viser, at Hammer Andersen's Fokus & Resultater er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 59% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil være lige så god som andre leverandører til at løse opgaver og levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 81%

Undersøgelsen viser, at Hammer Andersen's Innovation & Værdi er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 81% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er gennemsnitlig kreativ og nytænkende i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger i ligeså høj grad som andres forbedrer organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 51%

Undersøgelsen viser, at Hammer Andersen's Etik & Samarbejde er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 51% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren løser problemer og opgaver som de fleste samt opbygger en gennemsnitlig samarbejdsrelation.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 64%

Undersøgelsen viser, at Hammer Andersen's Partnerskabs potentiale er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 64% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er dermed en ligeså attraktiv samarbejdspartner som andre leverandører.

QA

Kvalitetsikring: Hammer Andersen har for at sikre et objektivt grundlag inviteret alle sine kunder til at vurdere kvaliteten og værdien af leverancerne.

"Fantastisk dygtige og professionelle medarbejde.

Virksomhed i Region Hovedstaden med 50-99 ansatte

Meget god performance

8.5 af 10

BEST TALENT A/S

Best Talent A/S's leverandør performance er 8.5 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som meget god.

BRANCHE BENCHMARK – 59%

Best Talent A/S's benchmark vurdering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 59% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil bidrage med lige så stor værdi som andre leverandører til organisationen.

KOMMUNIKATION – 39%

Undersøgelsen viser, at Best Talent A/S's Kommunikation & Rapportering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 39% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren vurderes som gennemsnitlig til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 49%

Undersøgelsen viser, at Best Talent A/S's Metode & Analyse er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 49% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er gennemsnitlig til at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er gennemsnitlig til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 61%

Undersøgelsen viser, at Best Talent A/S's Fokus & Resultater er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 61% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil være lige så god som andre leverandører til at løse opgaver og levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 69%

Undersøgelsen viser, at Best Talent A/S's Innovation & Værdi er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 69% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er gennemsnitlig kreativ og nytænkende i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger i ligeså høj grad som andres forbedrer organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 49%

Undersøgelsen viser, at Best Talent A/S's Etik & Samarbejde er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 49% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren løser problemer og opgaver som de fleste samt opbygger en gennemsnitlig samarbejdsrelation.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 54%

Undersøgelsen viser, at Best Talent A/S's Partnerskabs potentiale er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 54% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er dermed en ligeså attraktiv samarbejdspartner som andre leverandører.

Sætter sig ind i hvordan virksomheden og kulturen fungerer, udnytter den gode indsigt til at anbefale tilgange til både personaleudvikling, indkøring samt hvilke profiler der vil gøre sig bedst. Er fleksibel, og kommer gerne med "skæve" ideer og kandidater der kan give nye perspektiver. I høj grad en patner, ikke kun en leverandør.

Virksomhed i Region Midtjylland med 100-199 ansatte

HANSEN TOFT A/S

Meget god performance

8.4 af 10

Hansen Toft A/S's leverandør performance er 8.4 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som meget god.

BRANCHE BENCHMARK – 54%

Hansen Toft A/S's benchmark vurdering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 54% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil bidrage med lige så stor værdi som andre leverandører til organisationen.

KOMMUNIKATION – 51%

Undersøgelsen viser, at Hansen Toft A/S's Kommunikation & Rapportering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 51% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren vurderes som gennemsnitlig til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 51%

Undersøgelsen viser, at Hansen Toft A/S's Metode & Analyse er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 51% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er gennemsnitlig til at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er gennemsnitlig til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 56%

Undersøgelsen viser, at Hansen Toft A/S's Fokus & Resultater er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 56% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil være lige så god som andre leverandører til at løse opgaver og levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 46%

Undersøgelsen viser, at Hansen Toft A/S's Innovation & Værdi er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 46% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er gennemsnitlig kreativ og nytænkende i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger i ligeså høj grad som andres forbedrer organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 56%

Undersøgelsen viser, at Hansen Toft A/S's Etik & Samarbejde er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 56% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren løser problemer og opgaver som de fleste samt opbygger en gennemsnitlig samarbejdsrelation.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 36%

Undersøgelsen viser, at Hansen Toft A/S's Partnerskabs potentiale er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 36% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er dermed en ligeså attraktiv samarbejdspartner som andre leverandører.

COMENTOR
en del af dit resultat

Vi vil være en del af jeres resultat

Om Comentor

Vi er en ambitiøs spiller på det danske konsulentmarked og har siden 2002 placeret kandidater i positioner såvel nationalt som internationalt. Vi er 17 medarbejdere, der hver dag gør vores ypperste for at bidrage til, at I opnår de resultater, I er sat i verden for.

Vi er meget bevidste om, at vi aldrig er bedre end den sidste opgave, vi har løst, og netop det er vores drivkraft. Ligeledes udfordrer vi både jer og os selv som en helt naturlig del af at være en betroet og forretningsfokuseret rådgiver. Vi sætter en ære i at bruge vores erfaringer og holdninger aktivt i hvert enkelt samarbejde og vi gør det, vi siger! Netop derfor oplever vi, at vores kunderelationer er langvarige, og at de ser os som en yderst kvalificeret sparringspartner.

Det er ikke et enten-eller men et både-og

Vi rekrutterer primært på strategisk og taktisk niveau ved hjælp af metoderne Search, Selection og Executive Search. Hvilken ydelse der er den rette, vurderer vi, når opgaven stilles og på baggrund af parametre som; branche, jeres krav til kvalifikationer, kompetencer, geografi og mulig synlighed/annoncering.

Vores styrker som rekrutteringspartner er vores evne til at søge **indsigt** i jeres virksomhed, skabe det helt rigtige **match** og **følge op** på den valgte kandidat efter ansættelse. Vi leverer præcis den ydelse, som I har brug for, og ønsker I selv at håndtere dele af processen, støtter vi jer i det. Vores samarbejdspartnere har sat følgende tre ord på vores rekrutteringsløsninger: fleksible, effektive og kvalitative. Nøgleord som i høj grad er udtryk for vores DNA.

Præcision og nærvær

I får en yderst dedikeret samarbejdspartner med et stærkt markedsfokus, og hvor fleksibilitet, eksekvering og sparring er centrale elementer i vores rådgivningsmodel. Fremfor blot at løse opgaven, engagerer vi os i jeres virksomheds udvikling for på den måde at skabe et perspektiv, der sikrer, at der er taget hensyn til mål og succeskriterier for stillingen på såvel kort som lang sigt. Vi agerer respektfuldt og ansvarligt på jeres vegne med høje krav til såvel kvalitet i løsningen som en høj grad af etik og respekt for de mennesker, der er involveret undervejs.

Hvordan finder vi jeres nye kollega?

For at opnå det bedst mulige match mellem virksomhed og kandidat arbejder vi fokuseret og struktureret gennem hele processen. Vi benytter proaktivt vores mange års erfaring og stærke netværk i tiltrækning af den rette medarbejder og anvender de nyeste og bedste metoder, som også inkluderer høj aktivitet på de sociale medier. Vi kortlægger kandidater, som vi har evalueret og været i dialog med og fastholder, efter aftale, disse i vores CV database. Vi ved af erfaring, at de særligt dygtige kandidater er guld værd og kan være svære at finde – derfor slipper vi dem ikke, fordi vi ved, at I pludselig kan stå med et behov.

Etik og professionalisme

Det er ingen kunst at interviewe, vil mange sige, men vi er af en anden opfattelse. For os handler det om at agere på vegne af jer og fremstå som en troværdig og anerkendende partner. Vi går tæt på kandidatens situation og karriereønsker og er meget opmærksomme på at skabe en imødekommende stemning, der giver kandidaten en god oplevelse. Vi vægter én-til-én dialogen højst og anvender kun de personlighedsprofiler og analyser, der er nødvendige som et supplement til interviewet. Alt i alt ønsker vi at medvirke til at skabe nye ambassadører for jeres virksomhed.

Hvordan kommer I videre?

Vi håber, med denne introduktion, at vi har pirret jeres nysgerrighed til at søge flere og uddybende informationer om Comentor, vores ydelser og om hvordan andre oplever, at vi agerer som samarbejdspartner.

På **comentor.dk** finder I vejen til det hele, ligesom I ved at følge os på LinkedIn, kan tage aktiv del i den viden, og de erfaringer vi deler gennem nyhedsbreve og artikler. Vi har altid stræbet efter at være en del af jeres resultat, og det vil vi blive ved med. Netop derfor er vi det toneangivne konsulenthus, der står klar til at bringe os i spil som jeres professionelle rådgiver.

De bedste hilsner

Comentor

C.W. Obels Plads 16 / DK-9000 Aalborg / +45 26 42 00 00 / info@comentor.dk / **www.comentor.dk**

COMENTOR A/S

Meget god performance

8.4 af 10

Comentor A/S's leverandør performance er 8.4 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som meget god.

BRANCHE BENCHMARK – 51%

Comentor A/S's benchmark vurdering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 51% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil bidrage med lige så stor værdi som andre leverandører til organisationen.

KOMMUNIKATION – 49%

Undersøgelsen viser, at Comentor A/S's Kommunikation & Rapportering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 49% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren vurderes som gennemsnitlig til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 36%

Undersøgelsen viser, at Comentor A/S's Metode & Analyse er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 36% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er gennemsnitlig til at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er gennemsnitlig til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 54%

Undersøgelsen viser, at Comentor A/S's Fokus & Resultater er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 54% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil være lige så god som andre leverandører til at løse opgaver og levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 59%

Undersøgelsen viser, at Comentor A/S's Innovation & Værdi er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 59% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er gennemsnitlig kreativ og nytænkende i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger i ligeså høj grad som andres forbedrer organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 46%

Undersøgelsen viser, at Comentor A/S's Etik & Samarbejde er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 46% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren løser problemer og opgaver som de fleste samt opbygger en gennemsnitlig samarbejdsrelation.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 51%

Undersøgelsen viser, at Comentor A/S's Partnerskabs potentiale er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 51% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er dermed en ligeså attraktiv samarbejdspartner som andre leverandører.

QA

Kvalitetsikring: Comentor A/S har for at sikre et objektivt grundlag inviteret alle sine kunder til at vurdere kvaliteten og værdien af leverancerne.

Kompetent og troværdig. Viser høj forståelse for vores virksomheds behov.

Virksomhed i Region Nordjylland med 50-99 ansatte

Find din næste leverandør på
supana.com

Supana™

LAIGAARD & PARTNERS A/S

Meget god performance

8.3 af 10

Laigaard & Partners A/S's leverandør performance er 8.3 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som meget god.

BRANCHE BENCHMARK – 49%

Laigaard & Partners A/S's benchmark vurdering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 49% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil bidrage med lige så stor værdi som andre leverandører til organisationen.

KOMMUNIKATION – 56%

Undersøgelsen viser, at Laigaard & Partners A/S's Kommunikation & Rapportering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 56% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren vurderes som gennemsnitlig til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 41%

Undersøgelsen viser, at Laigaard & Partners A/S's Metode & Analyse er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 41% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er gennemsnitlig til at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er gennemsnitlig til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 51%

Undersøgelsen viser, at Laigaard & Partners A/S's Fokus & Resultater er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 51% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil være lige så god som andre leverandører til at løse opgaver og levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 56%

Undersøgelsen viser, at Laigaard & Partners A/S's Innovation & Værdi er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 56% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er gennemsnitlig kreativ og nytænkende i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger i ligeså høj grad som andres forbedrer organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 34%

Undersøgelsen viser, at Laigaard & Partners A/S's Etik & Samarbejde er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 34% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren løser problemer og opgaver som de fleste samt opbygger en gennemsnitlig samarbejdsrelation.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 41%

Undersøgelsen viser, at Laigaard & Partners A/S's Partnerskabs potentiale er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 41% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er dermed en ligeså attraktiv samarbejdspartner som andre leverandører.

Meget stringent og struktureret process. Højt kvalificationsniveau i løsning af opgaven.

Virksomhed i Region Hovedstaden med 10-19 ansatte

Meget god performance

8.3 af 10

PEOPLE & PERFORMANCE A/S

People & Performance A/S's leverandør performance er 8.3 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som meget god.

BRANCHE BENCHMARK – 46%

People & Performance A/S's benchmark vurdering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 46% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil bidrage med lige så stor værdi som andre leverandører til organisationen.

KOMMUNIKATION – 44%

Undersøgelsen viser, at People & Performance A/S's Kommunikation & Rapportering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 44% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren vurderes som gennemsnitlig til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 56%

Undersøgelsen viser, at People & Performance A/S's Metode & Analyse er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 56% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er gennemsnitlig til at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er gennemsnitlig til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 41%

Undersøgelsen viser, at People & Performance A/S's Fokus & Resultater er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 41% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil være lige så god som andre leverandører til at løse opgaver og levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 54%

Undersøgelsen viser, at People & Performance A/S's Innovation & Værdi er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 54% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er gennemsnitlig kreativ og nytænkende i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger i ligeså høj grad som andres forbedrer organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 36%

Undersøgelsen viser, at People & Performance A/S's Etik & Samarbejde er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 36% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren løser problemer og opgaver som de fleste samt opbygger en gennemsnitlig samarbejdsrelation.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 56%

Undersøgelsen viser, at People & Performance A/S's Partnerskabs potentiale er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 56% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er dermed en ligeså attraktiv samarbejdspartner som andre leverandører.

Vi har fået en meget kompetent behandling af leverandøren. Konsulenten har, for at forstå opgaven, brugt tid på at snakke med medarbejdere i den funktion hvor en lederstilling skulle besættes, hvilket har givet konsulenten indsigt i behov og organisering. Denne tilgang ses som meget positiv.

Virksomhed i Region Syddanmark med 200-499 ansatte

FISCHER & COMPANY

Meget god performance

8.2 af 10

Fischer & Company's leverandør performance er 8.2 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som meget god.

BRANCHE BENCHMARK – 44%

Fischer & Company's benchmark vurdering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 44% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil bidrage med lige så stor værdi som andre leverandører til organisationen.

KOMMUNIKATION – 41%

Undersøgelsen viser, at Fischer & Company's Kommunikation & Rapportering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 41% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren vurderes som gennemsnitlig til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 39%

Undersøgelsen viser, at Fischer & Company's Metode & Analyse er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 39% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er gennemsnitlig til at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er gennemsnitlig til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 44%

Undersøgelsen viser, at Fischer & Company's Fokus & Resultater er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 44% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil være lige så god som andre leverandører til at løse opgaver og levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 51%

Undersøgelsen viser, at Fischer & Company's Innovation & Værdi er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 51% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er gennemsnitlig kreativ og nytænkende i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger i ligeså høj grad som andres forbedrer organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 39%

Undersøgelsen viser, at Fischer & Company's Etik & Samarbejde er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 39% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren løser problemer og opgaver som de fleste samt opbygger en gennemsnitlig samarbejdsrelation.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 46%

Undersøgelsen viser, at Fischer & Company's Partnerskabs potentiale er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 46% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er dermed en ligeså attraktiv samarbejdspartner som andre leverandører.

QA

Kvalitetsikring: Fischer & Company har for at sikre et objektivt grundlag inviteret alle sine kunder til at vurdere kvaliteten og værdien af leverancerne.

Fischer & Company har gennem et stort netværk fingeren på pulsen og er i stand til at levere kandidater af høj kvalitet. Jeg har arbejdet sammen med Fischer & Company i 10 år og kan varmt anbefale dem til head hunting opgaver.

Virksomhed i Region Hovedstaden med 200-499 ansatte

God performance

8.0 af 10

EUROPEAN SEARCH COMPANY APS

European Search Company ApS's leverandør performance er 8.0 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som god.

BRANCHE BENCHMARK – 41%

European Search Company ApS's benchmark vurdering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 41% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil bidrage med lige så stor værdi som andre leverandører til organisationen.

KOMMUNIKATION – 16%

Undersøgelsen viser, at European Search Company ApS's Kommunikation & Rapportering er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 16% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren vurderes som gennemsnitlig til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 44%

Undersøgelsen viser, at European Search Company ApS's Metode & Analyse er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 44% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er gennemsnitlig til at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er gennemsnitlig til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 46%

Undersøgelsen viser, at European Search Company ApS's Fokus & Resultater er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 46% af leverandørerne i denne gruppe. Dette tyder på, at leverandøren vil være lige så god som andre leverandører til at løse opgaver og levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 61%

Undersøgelsen viser, at European Search Company ApS's Innovation & Værdi er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 61% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er gennemsnitlig kreativ og nytænkende i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger i ligeså høj grad som andres forbedrer organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 54%

Undersøgelsen viser, at European Search Company ApS's Etik & Samarbejde er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 54% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren løser problemer og opgaver som de fleste samt opbygger en gennemsnitlig samarbejdsrelation.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 39%

Undersøgelsen viser, at European Search Company ApS's Partnerskabs potentiale er gennemsnitlig. Leverandørens resultat er bedre end 39% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er dermed en ligeså attraktiv samarbejdspartner som andre leverandører.

God performance

7.4 af 10

NORDIC SEARCH GROUP APS

Nordic Search Group ApS's leverandør performance er 7.4 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som god.

BRANCHE BENCHMARK – 29%

Nordic Search Group ApS's benchmark vurdering ligger under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 29% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren i ringere grad end andre bidrager med værdi til kunderne.

KOMMUNIKATION – 26%

Undersøgelsen viser, at Nordic Search Group ApS's Kommunikation & Rapportering ligger under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 26% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren vurderes som dårligere end andre til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 34%

Undersøgelsen viser, at Nordic Search Group ApS's Metode & Analyse ligger under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 34% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er dårligere end andre til at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er dårligere end andre til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 29%

Undersøgelsen viser, at Nordic Search Group ApS's Fokus & Resultater ligger under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 29% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren vil være dårligere end andre til at løse opgaver, levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 34%

Undersøgelsen viser, at Nordic Search Group ApS's Innovation & Værdi ligger under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 34% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er traditionel i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger er dårligere til at forbedre organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 29%

Undersøgelsen viser, at Nordic Search Group ApS's Etik & Samarbejde ligger under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 29% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren kun i ringe grad opbygger en positiv, åben og effektiv samarbejdsrelation.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 24%

Undersøgelsen viser, at Nordic Search Group ApS's Partnerskabs potentiale er under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 24% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Markedet opfatter dermed leverandøren som en mindre attraktiv samarbejdspartner end andre leverandører.

Jævn performance

5.7 af 10

CAPACENT PEOPLE A/S

Capacent People A/S's leverandør performance er 5.7 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som jævn.

BRANCHE BENCHMARK – 11%

Capacent People A/S's benchmark vurdering ligger under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 11% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren i ringere grad end andre bidrager med værdi til kunderne.

KOMMUNIKATION – 9%

Undersøgelsen viser, at Capacent People A/S's Kommunikation & Rapportering ligger under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 9% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren vurderes som dårligere end andre til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 14%

Undersøgelsen viser, at Capacent People A/S's Metode & Analyse ligger under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 14% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er dårligere end andre til at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er dårligere end andre til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 9%

Undersøgelsen viser, at Capacent People A/S's Fokus & Resultater ligger under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 9% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren vil være dårligere end andre til at løse opgaver, levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 16%

Undersøgelsen viser, at Capacent People A/S's Innovation & Værdi ligger under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 16% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er traditionel i problem- og opgaveløsningen. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger er dårligere til at forbedre organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 19%

Undersøgelsen viser, at Capacent People A/S's Etik & Samarbejde ligger under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 19% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren kun i ringe grad opbygger en positiv, åben og effektiv samarbejdsrelation.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 11%

Undersøgelsen viser, at Capacent People A/S's Partnerskabs potentiale er under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 11% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Markedet opfatter dermed leverandøren som en mindre attraktiv samarbejdspartner end andre leverandører.

AMROP A/S

Jævn performance

5.5 af 10

Amrop A/S's leverandør performance er 5.5 hvilket betyder at kunderne oplever deres performance som jævn.

BRANCHE BENCHMARK – 9%

Amrop A/S's benchmark vurdering ligger langt under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 9% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren vil have meget sværere end andre leverandører ved at bidrage med værdi til kunderne.

KOMMUNIKATION – 14%

Undersøgelsen viser, at Amrop A/S's Kommunikation & Rapportering ligger markant under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 14% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren vurderes som meget dårligere end andre til at kommunikere effektivt på en professionel og tillidsvækkende måde.

METODE & ANALYSE – 4%

Undersøgelsen viser, at Amrop A/S's Metode & Analyse ligger markant under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 4% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Leverandøren er meget dårligere end andre til at analysere og nå ind til kernen i komplekse problemstillinger og spørgsmål. Resultatet indikerer endvidere, at leverandøren er dårligere til at planlægge, arbejde systematisk og velorganiseret.

FOKUS & RESULTAT – 11%

Undersøgelsen viser, at Amrop A/S's Fokus & Resultater ligger markant under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 11% af leverandørerne i sammenligningsgruppen, hvilket tyder på, at leverandøren er dårligere end andre til at løse opgaver, levere produkter og serviceydelser af høj kvalitet.

INNOVATION & VÆRDI – 11%

Undersøgelsen viser, at Amrop A/S's Innovation & Værdi ligger markant under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 11% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren er mere traditionel i problem- og opgaveløsningen end andre leverandører. Resultatet indikerer endvidere, at leverandørens løsninger er markant dårligere til at forbedre organisationens indtjening og effektivitet.

ETIK & SAMARBEJDE – 11%

Undersøgelsen viser, at Amrop A/S's Etik & Samarbejde ligger markant under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 11% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Dette tyder på, at leverandøren ikke opbygger en positiv, åben og effektiv samarbejdsrelation.

PARTNERSKABS POTENTIALE – 9%

Undersøgelsen viser, at Amrop A/S's Partnerskabs potentiale er markant under gennemsnittet. Leverandørens resultat er bedre end 9% af leverandørerne i sammenligningsgruppen. Markedet opfatter dermed leverandøren som en langt mindre attraktiv samarbejdspartner end andre leverandører.

God professionel proces som fulgte aftaler og tidsplan.

Virksomhed i Region Hovedstaden med 200-499 ansatte

FORSTÅ UNDERSØGELSEN

Supanas Supplier Analytics™ er baseret på en seks dimensional model. Modellen gør det muligt at analysere kvaliteten og værdien af danske leverandørers service og professionelle rådgivning.

Supplier Analytics™ gør det muligt at sammenligne forskellige leverandører baseret på kundernes vurdering af kvalitet, værdi og potentiale på tværs af markedet.

Supplier Analytics™ er unik fordi værktøjet fordeler leverandørernes performance på en lang række kritiske typer af leverandøradfærd.

Supplier Analytics™ giver ikke kun en forståelse af markedet, men identificerer også de væsentligste opmærksomhedspunkter, der kan hjælpe kunder til at få det optimale ud af deres leverandører.

Supplier Analytics™ er baseret på uafhængig forskning og er evidensbaseret. Fundamentet er databaserede analyser og forudsigelser på baggrund af kunders perception af leverandørernes kritiske adfærd.

Resultaterne i rapporten skal ikke forstås som leverandørernes virkelige adfærd, men som kundernes observationer og vurdering af kvalitet og værdi i leverancerne. Den aktuelle vægtning af de seks dimensioner bliver løbende udviklet og valideret.

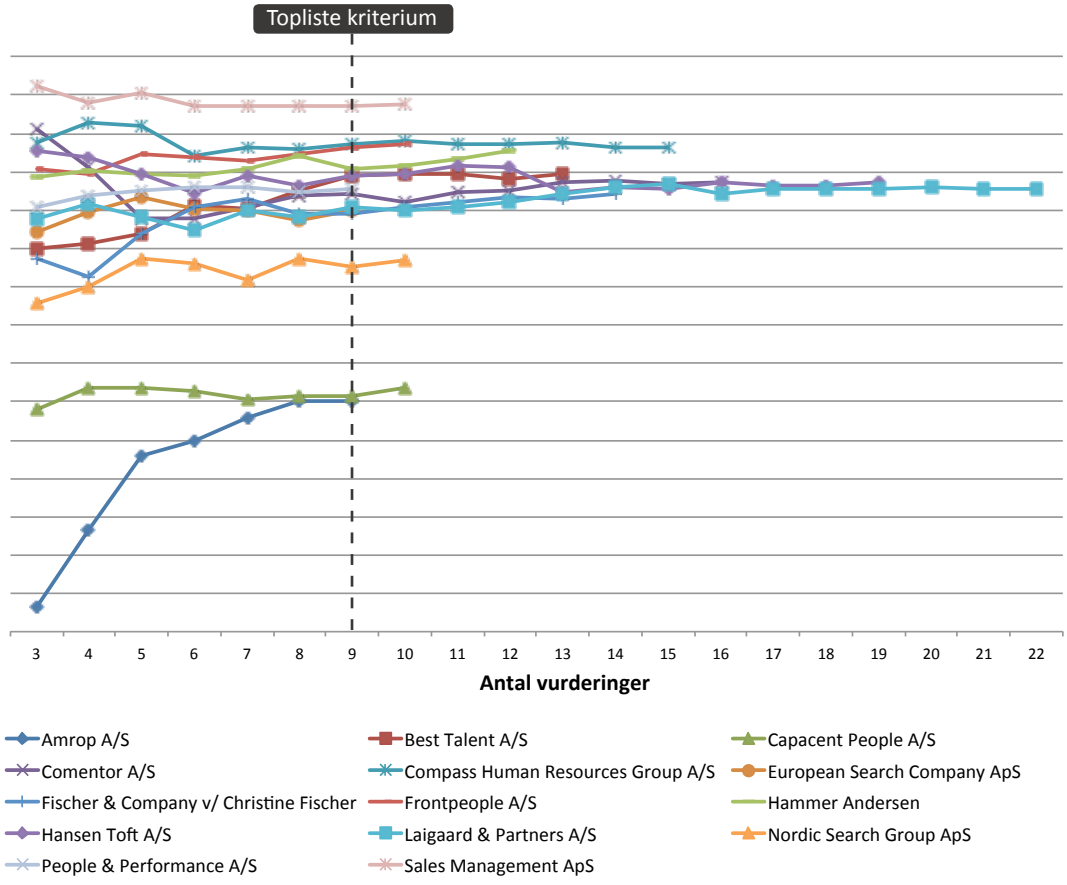
INKLUDERET OG UDELADT

Data i rapporten er baseret på leverandører der har en selvstændig tilstedeværelse på det danske marked. Et resultat heraf er, at leverandører der servicerer danske virksomheder fra udenlandske kontorer fx fra Sverige, England og USA ikke har haft mulighed for at blive repræsenteret i analysen. Disse virksomheder servicerer en mindre andel af de danske kunder. Vi forventer i den kommende tid at gennemføre lignende undersøgelser i de andre nordiske lande.

Rapporten er Supana første undersøgelse af området, og målet er at frigive en opdateret version af rapporten i 2. kvartal 2016.

ANALYSENS PÅLIDELIGHED OG BEGRÆNSNINGER

Analysen og benchmark er lavet med Supana's Supplier Analytics værktøj og baseret på tilgængeligt materiale fra pålidelige respondenter. Respondenterne er alle personer, som har været kunde hos en vurderet search/headhunter, og de stammer fra i alt 153 unikke kunder, der har købt en eller flere ydelser. De fleste af kunderne bidrager med mellem en og tre observationer. Der er samlet set blevet vurderet 40 search/headhunter virksomheder i undersøgelsen heraf omhandler rapporten 14. Når en search/headhunter optræder i rapporten skal minimum 9 kunder have vurderet denne. Search/headhunterne har ikke haft indflydelse på hvilke andre leverandører, som er blevet inddraget i undersøgelsen. Deltagere er blevet inviteret via mail, LinkedIn Groups og via personlige netværk. Desuden har vi løbende i undersøgelsen opfordret alle leverandører til at invitere egne kunder til undersøgelsen for at sikre, at de er tilstrækkeligt repræsenteret i undersøgelsen.



Figuren viser udviklingen i leverandørernes løbende middel performance. Den indikerer, at leverandørernes performanceniveau stabiliserer sig, når antallet vurderinger nærmer sig 9.

UNDERSØGELSENS STIKPRØVE

Optimalt set bør undersøgelsen baseres på vurderinger fra alle kunder (hele populationen). I praksis er det dog ofte kun cirka 10-20 % af alle kunder, der besvarer kundeundersøgelser, hvorfor undersøgelsen er baseret på en stikprøve. En udfordring er, at der er store forskelle i leverandørernes markedsstrategier og kundesegmenter. Der er således nogle leverandører, som har tusindvis af kunder og andre med færre end halvtreds kunder. Når man skal vurdere resultaterne vil 5-9 vurderinger i nogle situationer give et tilstrækkeligt billede, hvorimod i andre situationer bør der være mere end 100 vurderinger. Der findes ingen uafhængige kilder af leverandørernes antal af kunder, hvorfor du nøje skal overveje om det antal vurderinger, som rapporten bygger på, giver dig tilstrækkeligt information[1]. Supana fraskriver sig alle forpligtelser vedr. respondenternes præcision og repræsentativitet og kan ikke holdes ansvarlig for analysen og fortolkninger heraf.

Search & Headhunterne i rapporten har fået mellem 9 og 22 vurderinger. Men er det rimeligt at medtage en leverandør med kun 9 vurderinger? Eller bør vi kræve 20 vurderinger eller flere? For at teste dette har vi gennemført t-test af samtlige leverandørers performance målt efter 9 vurderinger og det totale antal vurderinger. Testen viste, at vi har belæg for at hævde, at når en leverandør har 9 observationer, kan vi med rimelighed sige noget om deres performance[2].

[1] Hvis du har behov for en statistisk sikker vurdering, altså på et 95 % konfidensinterval, så skal stikprøven fra en leverandør med cirka 5000 kunder, være på cirka 250 vurderinger.

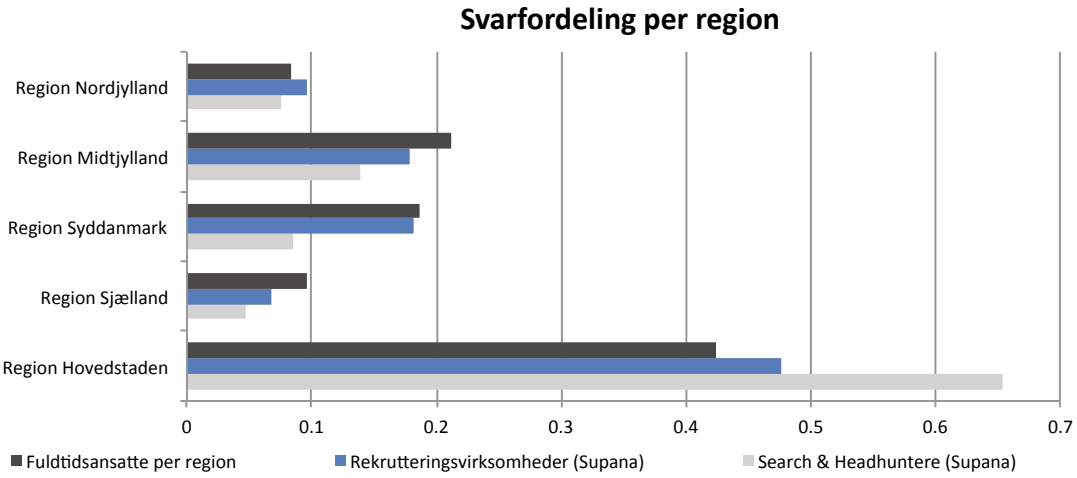
[2] M.a.o. har det ikke været muligt at afvise, at 9 observationer kan forklare variationen og middelværdien i hele datasættet.

SVARFORDELING PÅ REGION OG STØRRELSE

Supana har indsamlet data for både rekrutteringsvirksomheder og search & headhunting virksomheder. Ydelserne kan overlappe, hvorfor vi har valgt at vise data fra begge brancher.

Rekrutteringsvirksomheder i undersøgelsen er let overrepræsenteret (6% point) i Region Hovedstaden og svagt underrepræsenteret i de andre regioner. Det er vanskeligt at vurdere effekten af denne overrepræsentation for analysen, men qua den relativt ringe forskel vurderes effekten som relativt ubetydelig. Overordnet set synes undersøgelsen at afspejle den regionale fordeling af ansatte i de danske regioner – som er en god repræsentation af rekrutteringsgrundlaget.

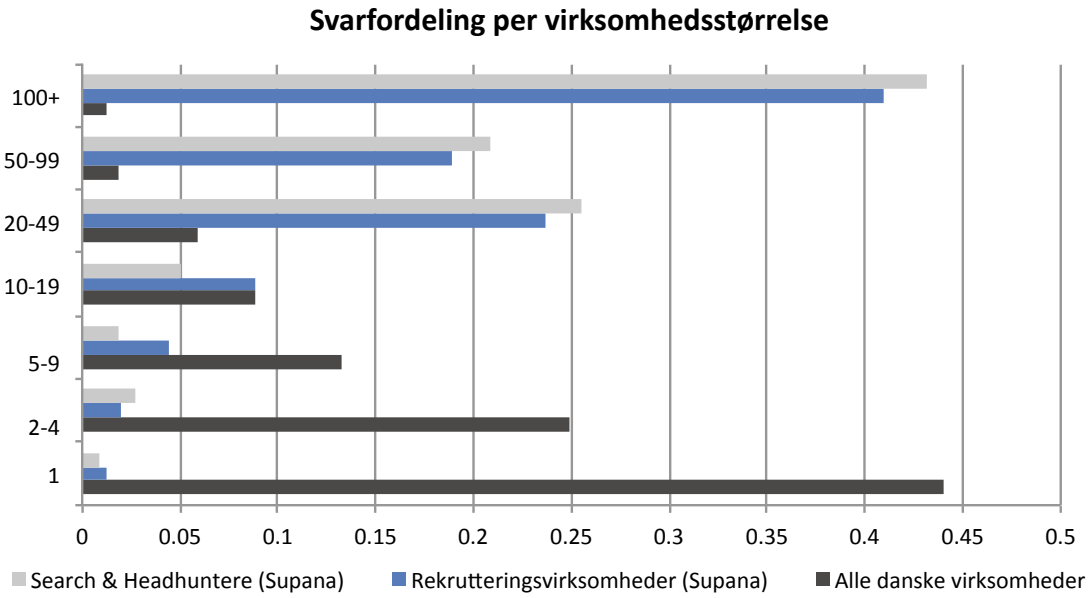
Search & headhunting virksomheder i undersøgelsen er omvendt stærkt overrepræsenteret i Region Hovedstaden (23% point) og dårligst repræsenteret i undersøgelsen er Region Syddanmark og Region Sjælland, der sammen med Region Midtjylland er væsentligt dårligere repræsenteret i undersøgelsen end demografien kan forklare. En del af forklaringen skal sandsynligvis søges i, at en større andel af Search & Headhunting virksomhederne har deres hjemsted i Region Hovedstaden. Search og & Headhunting undersøgelsen synes således ikke at repræsentere rekrutteringsgrundlaget.



Kilde: Danmark Statistik, Generel firmastatistik, 2012 & Supana, 2015

41% af respondenterne i undersøgelsen af rekrutteringsvirksomhederne kommer fra virksomheder med mere end 100 ansatte, altså fra store virksomheder i Danmark. Men virksomheder med mere end 100 ansatte udgør kun cirka 1% af samtlige danske virksomheder. Undersøgelsens stikprøve afspejler med andre ord ikke den danske erhvervsdemografi, men vi opfatter den stadig som repræsentativ for markedet, idet købere af rekruttering heller ikke afspejler den generelle erhvervsdemografi. Køberne er ofte større virksomheder, som har behov for højt specialiserede kandidater og er for store til at kunne bruge personlige relationer som primær rekrutteringskanal.

Samme billede er også gældende for undersøgelsen af search & headhuntere. Supana har via kvalitative spørgsmål med en lang række af rekrutteringsleverandørerne blotlagt, at flere af disse har en strategi om at servicere mindre og mellemstore virksomheder. Hvilket synes at afspejle sig i undersøgelsens svarfordeling. Den store overrepræse-

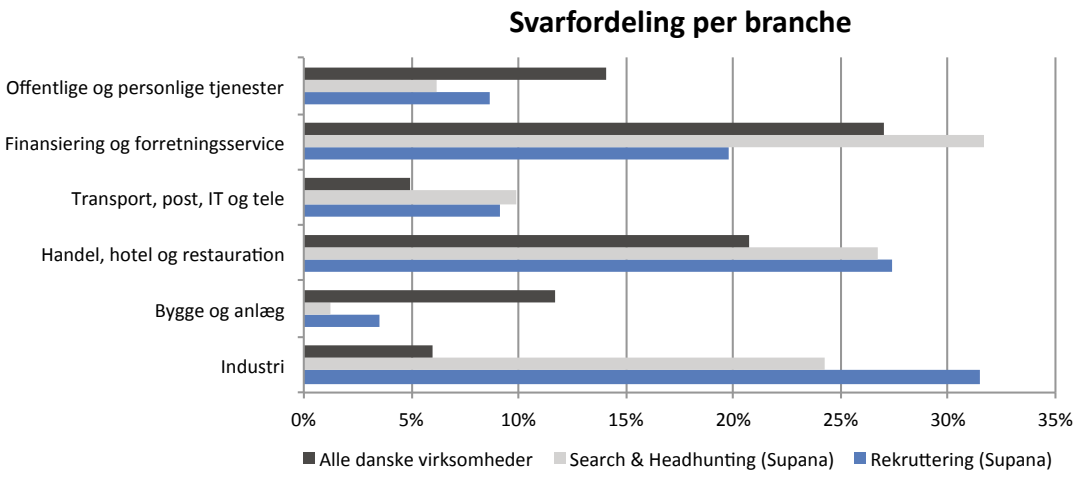


Kilde: Danmark Statistik, Generel firmastatistik, 2012 & Supana, 2015

nation af svar fra virksomheder med 20-99 ansatte er bl.a., at mange af disse selskaber ikke internt har de fornødne rekrutteringskompetencer. Der findes ingen officielle data, der kan be- eller afkræfte denne hypotese.

SVARFORDELING PÅ BRANCHE

Et andet aspekt af undersøgelsens kvalitet omhandler, hvorledes den afspejler kundernes fordeling på brancher. Der findes ingen officiel statistik over, hvilke brancher der køber rekruttering, search og headhunting, hvorfor vi igen sammenholder undersøgelsen med data fra Danmarks Statistik. En oplagt hypotese er, at brancher med mangel på kvalificeret arbejdskraft har et større forbrug af leverandører til at finde og rekruttere kvalificerede kandidaterne. Specielt indenfor "Industri" hvor både den farmaceutiske industri, medico og plast har et stort behov for højtuddannede og specialiserede medarbejdere, synes vores undersøgelse at understøtte hypotesen. Indenfor "Finansiering og forretningsservice" er behovet også udtalt, og dette afspejler vores undersøgelse også. "Bygge og anlæg" er tydeligt underrepræsenteret, og det kan hænge sammen med, at denne branche i større udstrækning benytter sig af vikarbureauer til rekruttering. Indenfor "Handel, hotel og restauration" er det primært handelsvirksomhederne, som benytter rekrutterings- og searchvirksomheder indenfor salg-, marketing og ledelse.



Kilde: Danmark Statistik, Generel firmastatistik, 2012 & Supana, 2015

KOMMERCIEL BRUG AF RAPPORTEN

Rapportens indhold er copyright beskyttet og tilhører Supana. Alle former for markedsføring, distribution og henvisninger af vores brancheanalyser uden forudgående skriftlig aftale med Supana er i strid med ophavsretsloven. Det er ikke tilladt at videreformidle tekst eller figurer til kommercielt brug uden forudgående aftale med Supana.

MAKSIMALT UDBYTTE

DU HAR NU TAGET DET FØRSTE VIGTIGT SKRIDT

Ved at læse denne rapport har du allerede vist vilje til at optimere værdien af dine leverandører. Så hvad er næste skridt?

1 VURDÉR

Denne rapport gav dig indsigt i, hvorledes andre kunder vurderer deres leverandører, men hvordan ser det ud i din organisation? Forståelse af hvorledes leverandørerne performer i din organisation er afgørende for, hvad du dernæst skal gøre. Start med at forstå, hvordan dine kolleger i organisationen opfatter de vigtigste leverandører. Forstå hvilke områder organisationen er godt dækket ind, og hvilke områder der med fordel kan styrkes.

2 BENCHMARK

Gennemførelse af en leverandørvurdering vil give dig mulighed for at forstå, i hvilken udstrækning dine nuværende leverandører skaber tilstrækkelig værdi. Hvilket syn kolleger og chefer har på leverandørerne. Hvorledes dine leverandører klarer sig i forhold til andre potentielle leverandører. Om der er geografiske eller funktionelle områder af organisationen, som oplever kritiske mangler.

3 UDVIKL

Nu da du har analyseret organisationens leverandører, er det vigtigt, at du prioriterer udvikling af dine leverandører. Del din viden med relevante ledere og kolleger i andre dele af organisationen, så de kan handle velinformeret. Er det på tide at implementere en ny leverandørstrategi? Er det nødvendigt at afslutte samarbejdet med udvalgte leverandører? Etabler et stærkt samarbejde med indkøbsafdelingen og diskutter om det er nødvendigt med nye indkøbsprocesser.

SPAR 25-40% PÅ KONSULENTBUDGETTET

Supana's Supplier Analytics™ hjælper dig med at skabe større gennemsigtighed på markedet for konsulentydelser. Du kan nemt indsamle og analysere organisationens leverandører af konsulentydelser. Vores brugere oplever markante forbedringer i organisationens udbytte, men også omkostningsbesparelser på op til 40%.

GØR VERDEN TIL ET BEDRE STED

Dit bidrag betyder noget! Du kan aktivt vælge at bidrage til at gøre markedet mere gennemsigtigt ved at dele din viden om egne leverandører med andre. Dette sker anonymt på supana.com og dit udbytte er en opdateret topliste over de bedste leverandører indenfor dette opgaveområde, men du giver også dine kolleger en hjælp til at finde rundt på konsulentmarkedet.

Hvis du har spørgsmål til rapporten eller Supana, så hører vi gerne fra dig.

HVIS DU ER EN LEVERANDØR

Supana er konstant i gang med at undersøge markedet via egne direkte undersøgelser. Vores kunder benytter Supanas teknologi til at kvalitetssikre egne konsulenter. Leverandører laver kunderanalyser for at øge kvaliteten i egne ydelser og Supana har løbende dialog med interesse- og brancheorganisationer.

Leverandører som ønsker at øge gennemsigtigheden i markedet samt skabe endnu mere værdi for kunderne opfordres til at deltage i Supana's Quality Assurrance Program, som muliggør en mere detaljeret rapportering og yderligere services. Se yderligere information på supana.com

OM Supana™

Supana er en dansk startup virksomhed med fokus på Supplier Analytics™ teknologi. Vores teknologi forener købere og leverandører af rådgivningsydelser.

Supana arbejder med at skabe gennemsigtighed og tillid på markedet for konsulentydelser.

Supana skaber gennemsigtighed ved at analysere og benchmarke købernes oplevelse af værdi og kvalitet.

Supana udfører objektive og unikke analyser af leverandørers kvalitet og værdi via vores Supplier Quality Framework™.

KONTAKT SUPANA

Email contact@supana.com
Tlf +45 25 13 00 84
Web supana.com