

Message pour :

Tous les lecteurs de Metro (m/f) : Creyf's s'appelle désormais Start People

Start People : coup d'œil en coulisses sur le secteur de l'intérim

ANVERS – En 1963, Elisabeth Creyf-Simon crée une entreprise de travail temporaire qu'elle baptise Creyf's Interim PVBA. Aujourd'hui numéro deux du marché belge, l'entreprise s'appuie sur un réseau de 104 agences. L'opération de rebranding qu'elle a subie en avril dernier marquera sans conteste un jalon important dans son histoire. Creyf's change non seulement de nom (elle s'appelle désormais Start People) mais aussi de stratégie et de positionnement, pour pouvoir mieux jouer sur les tendances actuelles et futures du marché. Johan Sack, Marketing & Communication Director chez Start People, qui compte parmi les promoteurs de l'opération, ne cache pas son enthousiasme.

En quoi votre approche du marché de l'intérim est-elle différente de celle que vous aviez précédemment ?

Johan Sack : «Pour nos clients professionnels – les entreprises – notre approche s'articule autour de dix secteurs différents, qui ont chacun leurs besoins spécifiques en termes de savoir-faire et de connaissance du marché. Plusieurs de ces secteurs sont nouveaux pour nous. En d'autres termes, nous choisissons explicitement d'en faire notre spécialité, ce qui n'était pas le cas auparavant. Je prendrai l'exemple du secteur alimentation, pour lequel nous avons mis sur pied des trajectoires de formation spécifiques faisant l'objet de campagnes ciblées. Les clients dans ce secteur sont souvent à la recherche de travailleurs possédant une expérience bien précise. D'un autre côté, il est utile pour nous aussi d'avoir dans notre portefeuille un certain nombre de clients de référence qui nous permettent d'attirer d'autres entreprises du même secteur.»

En ce qui concerne les candidats intérimaires, vous ne travaillez pas par secteur mais par type d'offre d'emploi: urgence, option d'embauche, savoir-faire ou titres-services. Ces quatre catégories vous permettent-elles de couvrir tout le marché ?

Johan Sack : «Je le pense, effectivement, car il n'y a pratiquement aucun candidat qui cherche un emploi pour trois ou quatre jours. Et en cas de nécessité, nous pouvons employer des étudiants jobistes. Pour un grand nombre d'entre eux, le but est d'entrer le plus vite possible dans le circuit du travail. Le contenu importe moins, du moment que le salaire soit satisfaisant et que l'entreprise ne soit pas trop éloignée de leur domicile. Il s'agit de la catégorie «urgence».

Une autre catégorie de candidats va davantage donner la priorité à un travail correspondant le plus possible à ses qualifications ou à ses expériences. Répertoireés dans notre canal «option d'embauche», ces personnes peuvent voir dans quelle mesure telle fonction précise dans telle entreprise correspond effectivement à ce qu'elles recherchent. De son côté, l'entreprise peut voir à moyen terme (par ex. trois, six ou huit mois) si le candidat en question répond à ses attentes.

Nous versons dans la catégorie «savoir-faire», les candidats avec des aptitudes très spécifiques, comme les coffreurs-ferrailleurs, les secrétaires de direction quadrilingues maîtrisant des langues peu communes ou des analystes-programmeurs très compétents. Notre mission consiste à cerner l'ensemble de ces profils et à les orienter vers un travail sur mesure.

Enfin, nous jouons également un rôle dans l'organisation du travail dans le domaine des titres-services. Ici, nous sortons totalement du cadre du travail temporaire et les clients ne sont plus des entreprises mais des particuliers. Le fait est que nous sommes énormément sollicités dans ce contexte.»

Pour conclure, comment êtes-vous arrivé dans le monde de l'intérim ?

Johan Sack : «J'ai une formation de spécialiste en marketing. Mon premier employeur était un fabricant d'outillage de bricolage. J'y ai fait mes premières armes en marketing

(surtout B-2-C) mais comme je m'occupais essentiellement de produits, je n'avais que très peu de contacts avec la sphère RH. Or, je me sentais davantage attiré par la gestion de personnes. J'ai donc quitté cet emploi pour entrer au service de la principale entreprise internationale de nettoyage et de gestion d'équipements techniques, en tant qu'opération manager. À travers cette fonction passionnante, j'ai appris comment trouver les personnes qu'il faut pour chaque mission et comment les motiver aussi.

Ensuite, j'ai pendant trois ans occupé les fonctions de marketing and communication manager, où j'ai surtout acquis de l'expérience en B-2-B.

Je suis arrivé chez Creyf's il y a cinq ans, comme Marketing and Key Account Sales Manager. J'ai participé au lancement de toute une série de projets, entre autres notre unité spécialisée «Construct», lorsque ce secteur s'est officiellement ouvert à l'intérim et Senior Experience, qui s'adresse aux candidats de plus de 45 ans.

Je considère à coup sûr le rebranding de Creyf's comme le point culminant de ma carrière. Le repositionnement et le lancement d'une nouvelle marque sont des défis qui vous tiennent en haleine et que l'on n'a peut-être l'occasion de vivre qu'une fois dans une carrière.»

www.startpeople.be

Steven Heyse
Fin

 **startpeople**

member of USG People N.V.

