



## geen trucje maar een vaardigheid

In een arbeidsmarkt die continu verandert houden Koen Roozen en Philip van Grieken het hoofd koel. De oprichters van HetRecruitingKantoor (HRK) hebben grip op de zaak, op de uitdagingen en kansen die de markt biedt en het werk dat daarbij hoort. Ze zijn een tikkeltje eigenwijs maar vooral realistisch, doortastend en gericht op duurzame relaties en resultaat. Ze nemen hun klanten mee in deze visie en weten die overtuigend te onderbouwen. Ze hebben slechts één doel: de beste recruiters van Nederland worden.

Beter is belangrijker dan groter. Daarover zijn Koen en Philip het al eens sinds ze samen in 2014 HRK starten. Koen is meer de man van het buitenspelen (marketing, sales, relatiebeheer) terwijl Philip liever binnenhuis actief is en de processen en financiën op orde houdt. Waar Koen een recruitmentdier in hart en nieren is, is Philip een geboren projectmanager. “Ik heb bedrijfseconomie gestudeerd en veel ervaring opgedaan in het plannen en coördineren van zowel korte als lange termijn bedrijfsvoering”, aldus Philip. “Verder ben ik een zeer goede luisteraar. Ik kan mensen motiveren en weet synergie te creëren door mensen met aanvullende kwaliteiten en competenties te laten samenwerken.”

Koen, net zo integer als en niet minder gedreven dan zijn zakenpartner, is volwassen geworden in HR en recruitment. “Mijn hele arbeidsleven speelt zich af in deze sector. Als je doet waar je passie ligt, hoef je nooit te werken”, concludeert hij. “Binnen HRK ben ik het eerste aanspreekpunt voor opdrachtgevers en verbind onze strategie aan operatie. Ik committeer me aan doelstellingen en aan mensen. Ik denk dat ik ook namens Philip spreek als ik zeg dat we verwachtingen willen overtreffen en altijd gaan voor het best haalbare resultaat.”

*‘we willen diensten bieden met echte toevoegde waarde’*

### voorwaarde voor succes

De rolverdeling tussen beide heren is een natuurlijk gegeven. Beiden doen werk dat past bij hun talenten en interesses. Een belangrijke voorwaarde voor werkplezier en succes. Koen: “Om succesvol te ondernemen heb je twee pijlers nodig. Je hebt een onderscheidend concept nodig met toegevoegde waarde voor je opdrachtgevers, plus een goede executie om dit in de praktijk te brengen en rendabel te maken. Op dat vlak vullen Philip en ik elkaar goed aan.”

Hij legt uit dat hij snel signalen uit de markt kan verbinden aan nieuwe kansen. Daarin is hij beslist ambitieus. Hij loopt gauw warm voor nieuwe initiatieven. Deze ideeën legt hij voor aan Philip. Samen onderzoeken ze of de details kloppen en het plan kan werken. Soms sneuvelt een idee, soms maakt het hen allebei enthousiast. Dan werkt Philip een structureel plan uit



waar ze samen de schouders onder zetten. “Ons recruitment traineeship is hier een uitstekend voorbeeld van. Wij introduceerden dit als eerste in recruitend Nederland en hebben, in een combinatie van één jaar werken en leren, veel starters opgeleid tot allround recruiter. Zo hebben we meerwaarde kunnen bieden in een tijd waarin de vraag naar recruiters hoger was dan het aanbod. Nu daalt de vraag naar junioren, omdat voldoende ervaren recruiters om werk verleggen zitten. Daarom stellen we deze dienst bij.”

*‘de meest kostbare tijd in je onderneming,  
is de tijd van de ondernemer’*

### marktontwikkelingen aanvoelen

Een logisch verhaal. Een geweldig idee gekoppeld aan een goed doordacht en uitvoerbaar concept, mondt uit in iets waar de markt behoefte aan heeft. Philip: “Als ondernemer moet je vooruitkijken, aanvoelen hoe de markt zal veranderen. Op het moment dat de wereld ineens met corona geconfronteerd werd, maakten wij meteen een analyse van de periode daarna; wat gaat voorgoed veranderen en welke keuzes gaan wij maken?”

“Vanuit eerdere cyclussen weet je ook dat om de zoveel jaren een crisis uitbreekt”, gaat hij verder. “Recruitment is verbonden aan de arbeidsmarkt, dus crisisgevoelig. Vanuit die wetenschap zetten we in op dienstverlening en sectoren - techniek en IT - die constant blijven. Zo spreid je de risico’s.”

Hiermee illustreert hij wederom de nuchtere, proactieve houding die de basis vormt voor HRK. “De meest kostbare tijd in je onderneming, is de tijd van de ondernemer zelf, daarom moet je deze nuttig besteden”, reageert Koen. “Als iets niet werkt, doen we het niet. Dat principe houden we vast voor onszelf en voor onze opdrachtgevers. We willen diensten bieden met echte toevoegde waarde.”

Deze duidelijke profilering zegt uiteraard ook iets over de opdrachtgevers die HRK aantrekt. De klantenkring is divers. Hij is opgebouwd uit grote en kleine organisaties, verdeeld over het hele land en uiteenlopende sectoren. “In de beginjaren hadden we ongeveer 80% van onze dienstverlening ondergebracht bij één grote speler. Toen in 2015 bij deze opdrachtgever iets dreigde te veranderen, had dat veel impact op ons. We hebben meteen onze les geleerd. Tegenwoordig telt ons klantenbestand vijftig tot zestig relaties die zich serieus bezighouden met hun recruitment.”

*‘de meeste recruitmentproblemen  
worden veroorzaakt door mensen’*



### succes smaakt naar meer

Hoewel recruitment voor buitenstaanders oppervlakkig lijkt, weten deze zakenpartners dat dit vak om veel meer draait dan een vlotte babbel. Recruitment is geen trucje maar een vaardigheid, zo stellen zij. “Geen enkele opdracht is hetzelfde. Meestal begint het met dezelfde vraag, bijvoorbeeld de zoektocht naar getalenteerde IT’ers en technici. Maar de omgevingsfactoren - de mensen, bedrijfscultuur en recruitmentaanpak - zijn altijd anders. En deze hebben veel invloed. De meeste recruitmentproblemen worden veroorzaakt door mensen. We worden iedere dag weer iets beter in het vooraf duiden van deze factoren. Daardoor kunnen we nog sneller de recruitmentuitdaging oplossen.”

Het zit gewoon in hun aard (en dus ook in het DNA van hun bedrijf) om de diepte in te gaan. Wat ze gemeen hebben, zijn onder andere een sterk analytisch vermogen, de drang om tot de kern door te dringen en de wil om problemen duurzaam op te lossen. Koen, die geniet van het speuren naar kansen, vindt zo geregeld een originele invalshoek. Philip accepteert niet zomaar dat iets niet gaat. “Ik wil dan achterhalen waarom iets niet werkt en zoek met vriendelijke vastberadenheid naar een manier waarop het dan wel lukt. Enerzijds omdat ik dat een uitdaging vind, anderzijds omdat ik alles geprobeerd wil hebben om de oplossing te vinden”, verklaart hij.

### persoonlijke nalatenschap

Als ondernemer wil Philip graag iets opbouwen, ‘a sustainable business’ neerzetten, zodat de zaak straks zonder hem kan voortbestaan. “Meer nog vanuit het verlangen naar een persoonlijke nalatenschap, dan het opbouwen van een mooi pensioen.” Wat Koen betreft mag dat appeltje voor de dorst best een grote appel zijn. Maar vooralsnog ligt voor hem de nadruk op het doorgronden van het vak. “Ik wil nog beter de essentie van succesvol recruitment begrijpen en onze expertise van daaruit verspreiden. We zijn goed op weg en boeken mooie resultaten.”

Als de heren op de voor HRK zo typerende wijze deze doelen nastreven, realiseren zij deze ongetwijfeld. Ook de zakelijke stip aan de horizon - de beste recruiters van Nederland worden - ligt binnen handbereik. Waarschijnlijk sneller dan verwacht.

