

Colaboração com a Network RH 21

Preço vs Valor

EM MOMENTOS de 'aperto', como é o que actualmente atravessamos, nós, na qualidade de consumidores e os nossos clientes, quando actuamos profissionalmente, temos tendência para dar ainda mais valor ao dinheiro que gastamos.

De facto, todos sabemos que a venda de casas, carros, electrodomésticos e até comida baixaram significativamente nos últimos meses. E também sabemos que esta baixa não pode ser explicada (pelo menos, por enquanto) por ter existido uma redução relevante do rendimento disponível dos portugueses, mas sim porque a percepção de que podem aí vir tempos difíceis os faz dar outro valor ao dinheiro.

Quem tem de vender um produto ou serviço ouve cada vez mais a resposta: «É caro!» Mas ser caro, ou ser barato, não é uma questão de preço. É uma questão de valor para quem compra. Preço é o valor pecuniário que se paga por um produto, ou serviço prestado. Valor é a utilidade ou o benefício que se extrai desse produto ou serviço.

Um bom exemplo é o Executive Search (ES), actividade de consultoria de Recursos Humanos a que actualmente me dedico e que é, em regra, considerada cara. E, de facto, pode ser muito cara ou... muito barata, dependendo do valor que traz para o cliente.

Já vi de tudo. Já assisti a empresas ditas de Executive Search que colocaram repetidamente à frente de uma grande associação pessoas com um perfil inadequado e que com isso contribuíram para o insucesso desse projecto associativo. Mas também já vi uma empresa de ES descobrir e apresentar ao seu cliente um responsável por um projecto que se tornou num grande sucesso e se veio a tornar na unidade de negócio chave da empresa passados poucos anos. Nestes dois casos, mesmo que o preço cobrado tenha sido similar, o primeiro serviço foi muito caro e o segundo foi muito barato.

O valor do Executive Search está no facto de ser a forma mais eficaz de atrair talento para a organização, por três razões.

Primeiro porque permite identificar candidatos que nunca responderiam a anúncios. De facto, os profissionais de elevada *performance* e com elevado potencial estão, na maioria dos casos, felizes e bem remunerados em empresas que investem neles.

Depois, porque se concretiza



José Bancaleiro

Partner da Boyden

através do levantamento extensivo e com malha fina de todos os profissionais com interesse de um mercado alvo. É por isso que o segredo do sucesso desta actividade está na extensão e qualidade da pesquisa. As verdadeiras empresas de Executive Search 'levantam' todos os profissionais do mercado-alvo. As outras usam a sua rede de contactos (contactologia) para identificarem alguns candidatos com interesse.

E, por último, porque o ES usa técnicas que tornam a selecção de candidatos mais fiável e mais segura. O trabalho de análise do perfil permite conhecer em profundidade as exigências específicas da função, as características da sua futura equipa, a cultura da empresa, as necessidades do negócio, etc. A experiência dos consultores (aspecto determinante) em avaliação dos candidatos e nas exigências do negócio permite não só aumentar o grau de adequação, como reduzir o risco próprio do *assessment*.

Em ambientes recessivos como o que atravessamos, as pessoas são ainda mais importantes para o sucesso de qualquer projecto. Por isso, as (boas) organizações tornam-se ainda mais cuidadosas e selectivas nos talentos que pretendem atrair.

Identificar e atrair o candidato certo não tem valor. Pode ser uma questão de sobrevivência.