

Management

MAI 2017

GREPHIOPS

Recrutement et conseil RH



Gréphiops est un cabinet de recrutement et de conseil RH spécialisé en « Life Sciences », en santé et dans les nouvelles technologies. Présentation avec son fondateur et dirigeant, Philippe Gressier.

Présentez-nous Gréphiops.

Gréphiops est un cabinet de recrutement de dirigeants et de cadres que j'ai fondé, début 2015, riche d'une expérience de 27 ans dans le domaine des Life Sciences, de l'industrie nutrition-santé et des nouvelles technologies, dans des fonctions managériales, commerciales et le recrutement. Depuis sa création, le cabinet est en croissance constante, son chiffre d'affaires a progressé de 80% sur un an et nous sommes aujourd'hui 3 consultants.

Quels sont vos domaines d'excellence ?

En termes de métiers, nous sommes spécialisés sur le Top Management à savoir CEO, directeur général ou bien encore DRH et le Middle Management dans des fonctions commerciales, marketing, scientifiques et techniques. En termes de secteurs d'activités, compte tenu de mon parcours professionnel et de mon réseau, le cabinet est particulièrement actif dans le domaine de la santé au sens large du terme : l'industrie pharmaceutique, les sociétés de biotechnologie, le secteur hospitalier, le Homecare, les industries cosmétiques et agro-alimentaires. Pour parfaire notre expertise et avoir une vision véritablement à 360° de l'univers des « Life Sciences », j'ai choisi d'implanter Gréphiops au cœur du parc Eurasanté, à Lille, un site d'excellence dédié à l'innovation et aux activités de pointe et de la filière biologie santé nutrition.

Qu'est-ce qui vous distingue de vos concurrents ?

Notre valeur ajoutée, c'est notre crédibilité. Nous comprenons le business model, le mode de gouvernance et les métiers de notre client. A partir de là, notre méthodologie en matière de recrutement, de gestion

des talents, est à la fois, simple, transparente et efficace ; nous nous inscrivons dans une démarche résolument partenariale. Nous travaillons, ensemble, pour atteindre un objectif commun : recruter le bon talent et le fidéliser. Cette relation privilégiée est également de mise avec les candidats à qui nous offrons un véritable accompagnement lors du processus de recrutement mais également lors de leur intégration chez leur nouvel employeur. Le recrutement est un moment fort de complicité, de disponibilité et de sincérité entre le cabinet, l'entreprise et les candidats. L'humain fait partie intégrante de notre ADN. Bon nombre de nos clients nous sont d'ailleurs fidèles, dans la durée.

Qui sont vos clients ?

Nous travaillons pour de très grands groupes comme pour des start-ups, ces dernières appréciant notre proactivité, notre vivier de talents nous permettant de répondre plus rapidement aux emplois pénuriques. Nous sommes actifs sur toute la France mais également en Belgique et au Luxembourg, Lille et la région Hauts de France, étant un carrefour européen.

Quelles sont vos priorités à court terme ?

Compte tenu de notre forte croissance, l'une de nos priorités est d'étoffer l'équipe de consultants avec des experts des secteurs d'activités qui sont les nôtres. Nous devons également gagner en visibilité ce qui passe, notamment, par davantage de présence sur le net et les réseaux sociaux.



www.grephiops.com



LES ENTREPRISES A SUIVRE EN 2017

Notre dossier présente des réussites entrepreneuriales faites de créativité, d'ambition, de ténacité... et de communication.

Nous sommes partis à la rencontre des entreprises à suivre en 2017. Leurs managers ont en commun cet « esprit d'entreprendre », composé d'inventivité, d'ambition et de ténacité... Mais aussi la volonté de communiquer !

Ce que les startups ont démontré de nouveau, par rapport au modèle économique traditionnel, c'est que l'inventivité et l'ambition, adossées à une bonne dose de ténacité et de courage, permettent de réussir, même en période de crise. Car à travers les levées de fonds auprès des banques et des investisseurs, ou bien par le crowdfunding, grâce aussi aux pépinières et aux incubateurs, des projets novateurs voient le jour et parviennent à se développer.

Pourquoi la communication en première ligne ? Certes, les « jeunes pousses » doivent en moins de trois ans atteindre un volume significatif, se structurer et démontrer leur pérennité. Mais toutes les organisations, quelle que soit leur taille, ont à se battre pour faire la différence, dans un univers hyper concurrentiel, hyper digitalisé, en quête d'émotionnel. C'est pourquoi la communication et le marketing sont, plus que jamais, les vecteurs d'une aventure entrepreneuriale réussie. Il est loin, le temps où l'argument technique ou fonctionnel était suffisant pour gagner des marchés.

La relation client et le positionnement des marques sont au cœur du débat.