

A different view of recruitment

Interview: Gaëlle Hennet
Photography: rights reserved

PENDA COULIBALY



A VISION OF HUMAN BEINGS AS THE MOST PRECIOUS COMMODITY. APPLIED TO THE FIELD OF STAFF PLACEMENT MAY SEEM A BIT UTOPIAN. AND YET. PENDA COULIBALY HAS ELEVATED THIS MAXIM TO THE HEART OF THE PHILOSOPHY OF HER COMPANY. AT THE HEAD OF AMPERSAND WORLD, A GENEVA-BASED COMPANY SPECIALIZED IN RECRUITMENT FOR COMPANIES IN THE FIELD OF TRADING, SEEMS TO GO FROM SUCCESS TO SUCCESS MEETING.

Sur La Terre: Seen from the outside, the field of trading may seem like a closed, essentially male world. How did you come to found Ampersand World?

Penda Coulibaly: I have never associated the sector with any one gender or origin; on the contrary, I think it is an area where diversity is an advantage. When I arrived in Geneva 10 years ago, I started working for a trading company where I had the good fortune of participating in the recruitment of part of its team. After several years spent within trading, shipping and recruitment firms, I came quite naturally to the decision to go out on my own, and founded Ampersand World. The experience gained in the course of my career played a key role in developing this project. Recruiting in the trading sector requires a particular know-how; you need to understand its specificities, such as the work pace – frenetic – and the language – often informal, that are typical of the interactions in this field. More broadly, having a substantial network of contacts turns out to be indispensable. My first clients were companies with which I had already had occasion to work with and which appreciated my creative approach to recruitment.

SLT: It seems hard to imagine that recruitment, and what's more, in the field of trading, should go hand in hand with creativity... In what way do methods used by Ampersand World differ from those of its competitors?

P.C: As a business partner, our objective is to satisfy the needs of clients working in the trading sector. In order to do so, we do of course use methods that one might call 'traditional' – sourcing within our pool of candidates, word of mouth, telephone and face-to-face interviews and, where necessary, skills and personality tests. But our distinctiveness comes from the fact that we have been able to create a truly community-based and attractive brand that enables us to draw in the best candidates. Our leitmotif: break with convention, while respecting the codes. Day in, day out, our methods and events help making Ampersand World into a true social network, along the lines of digital platforms such as LinkedIn, Viadeo, Facebook and Twitter. These are, in turn, integrated ever more closely into our recruitment process, insofar as they constitute privileged spaces for our candidates to express themselves.

More generally, our distinctiveness comes from our unconventional approach to human resources. Human capital is the most precious commodity. Beyond simply serving as the slogan for our company, this maxim defines a whole work ethic. We do not want to reduce the human being to a mere operational product, seen from the perspective of performance. For us, individual stories and emotions count just as much as the CV. The same principle also applies throughout our own structure, marked by a fantastic spirit of community among its ten staff members,

maintained daily by means of little rituals, celebrations and a strong corporate culture. By saying this, I am not trying to present a utopian image: I have had occasion to recruit candidates who on paper did not meet all the requirements, but who had great potential and exceptional human qualities. Similarly, I recently hired a new member of our staff who did not come with excellent letters of recommendation. Distinguishing true from false is also part of our profession...

SLT: What qualities do you consider essential to succeed in the field of trading?

P.C: That depends on the job. At Ampersand World, we are just as likely to be looking for managers, specialists or experts as for support staff. In addition to the diversity in types of position there is the wide range of sectors in which our clients are active: from commodity trading companies and banks through insurance companies to shipping companies. In all, around 100 different domains. These positions require soft skills such as vivacity, reactivity and creativity. These also hold true when hiring a recruiter. As regards technical skills, we give priority to experience, but not only the one acquired in the field of trading. I remember having placed a world video game champion, who had strong analytical skills, in a large oil corporation.

SLT: The least that can be said is that Ampersand World gives the place of honour to skills development...

P.C: Absolutely! Careers are made each day at Ampersand World and it is up to us to develop them. Our Trade Lab division therefore regularly holds coaching and training sessions that offer participants the opportunity, by means of workshops, to deepen their knowledge in certain key areas while also promoting their personal development, in view of boosting their career. As for events, we organise Happy Hours every quarter that bring together the trading community in an informal environment; once a year we also hold a commodity trading cocktail party that draws in the most influential managers and professionals in the sector. Since the first one, held four years ago, it has enjoyed growing success! ▣

Ampersand World
36, rue de Lausanne - 1201 Genève
www.ampersand-world.com

PENDA COULIBALY

UNE AUTRE VISION DU RECRUTEMENT

ENVISAGER L'HUMAIN COMME LA PLUS PRÉCIEUSE DES MATIÈRES PREMIÈRES. APPLIQUÉE AU DOMAINE DU PLACEMENT DE PERSONNEL, CETTE APPROCHE PARAÎT UTOPIQUE. ET POURTANT, PENDA COULIBALY A ÉRIGÉ CETTE MAXIME AU CŒUR DE LA PHILOSOPHIE DE SON ENTREPRISE. A LA TÊTE D'AMPERSAND WORLD, UNE SOCIÉTÉ BASÉE À GENÈVE SPÉCIALISÉE DANS LE RECRUTEMENT POUR LE COMPTE DE SOCIÉTÉS ACTIVES DANS LE DOMAINE DU NÉGOCE, TOUT SEMBLE LUI RÉUSSIR. RENCONTRE.

Sur La Terre: De l'extérieur, le domaine du négoce peut apparaître comme une communauté fermée, essentiellement masculine. Comment en êtes-vous venue à fonder Ampersand World?

Penda Coulibaly: *Je n'ai jamais associé le secteur à un genre, ou une origine ; je pense au contraire qu'il s'agit d'un domaine où la diversité est un atout. Lorsque je suis arrivée à Genève, il y a 10 ans, j'ai commencé à travailler pour une société de trading, pour laquelle j'ai eu la chance de participer au recrutement d'une partie de l'équipe. Après plusieurs années passées au sein d'entreprises de trading, shipping et de recrutement, j'ai naturellement fait le choix de l'indépendance, en fondant Ampersand World. Mon expérience acquise au fil de ma carrière a joué un rôle essentiel dans le développement de ce projet. Car recruter dans le secteur du négoce exige un savoir-faire particulier; il est nécessaire d'en comprendre les spécificités, telles que le rythme de travail – effréné –, et le langage – souvent informel –, qui caractérisent les interactions. Plus largement, il se révèle indispensable d'être au bénéfice d'un réseau important. Mes premiers clients furent en effet des sociétés avec lesquelles j'avais déjà eu l'occasion de travailler, et qui avaient apprécié ma manière créative de recruter.*

SLT : Il semble difficile d'imaginer que le recrutement, dans le domaine du négoce de surcroît, puisse aller de pair avec la créativité... En quoi les méthodes employées par Ampersand World se distinguent-elles de celles de ses concurrents?

P.C: *En qualité de partenaire d'affaires, notre objectif est de satisfaire les demandes de clients évoluant dans le secteur du négoce. Pour ce faire, nous avons bien sûr recours à des méthodes que l'on pourrait qualifier de traditionnelles : le sourcing au sein de notre vivier de candidats, le bouche à oreille, les entretiens téléphoniques, physiques et, au besoin, divers tests de compétences et de personnalité. Nous nous différencions cependant car nous sommes parvenus à créer une véritable marque communautaire, attractive, qui nous permet d'attirer à nous les meilleurs candidats. Notre leitmotiv : casser les conventions, tout en respectant les codes. Jour après jour, nos méthodes et nos événements participent à faire d'Ampersand World un véritable réseau social, à l'image de plateformes digitales comme LinkedIn, Viadeo, Facebook et Twitter. Celles-ci s'intègrent d'ailleurs chaque jour un peu plus dans notre processus de recrutement, dans la mesure où elles constituent des espaces d'expression privilégiés pour les candidats.*

Plus largement, nous nous distinguons par notre approche non conventionnelle des ressources humaines. Le capital humain est la plus précieuse des matières premières. Au-delà de constituer le slogan de la société, cette maxime définit une éthique de travail. Nous ne voulons pas réduire l'humain à une simple production opérationnelle, inscrite dans une perspective de performance. Pour

nous, les histoires individuelles, les émotions, comptent autant que les CV. Ceci s'applique également au sein de notre structure, où règne un formidable esprit de communauté entre les dix collaborateurs qui la compose, entretenu au quotidien par des rituels, des célébrations, une culture d'entreprise forte. En disant cela, je ne décris pas une image d'Épinal : il m'est déjà arrivé de recruter des candidats qui ne réunissaient pas sur le papier toutes les conditions, mais étaient au bénéfice d'un fort potentiel et de qualités humaines exceptionnelles. De la même manière, j'ai récemment engagé un collaborateur qui ne présentait pas d'excellentes lettres de recommandation. Démêler le vrai du faux fait également partie de notre métier...

SLT : Quelles sont les qualités qui vous semblent nécessaires pour réussir dans le domaine du négoce?

P.C: *Cela dépend des postes. Chez Ampersand World, nous sommes autant amenés à rechercher des dirigeants, des spécialistes voire des experts que des personnes actives dans les métiers du support. A cette diversité s'ajoute celle des secteurs d'activité de nos clients : des sociétés de négoce de matières premières, aux banques, en passant par les assurances, ou les entreprises de shipping. En tout, près de 100 métiers. Ces postes demandent des soft skills telles que la vivacité, la réactivité et la créativité. Celles-ci valent d'ailleurs également lorsqu'il s'agit d'engager un recruteur. Quant aux compétences techniques, nous privilégions l'expérience, mais pas uniquement celle acquise dans le domaine du négoce. Je me rappelle ainsi avoir placé un champion du monde de jeux vidéo, qui disposait de bonnes compétences analytiques, au sein d'une grande société pétrolière.*

SLT : Le moins que l'on puisse dire est qu'Ampersand World met un point d'honneur au développement de compétences...

P.C: *Absolument ! Des carrières se font chaque jour chez Ampersand World et c'est à nous de les valoriser. Notre pôle Trade Lab organise ainsi régulièrement des sessions de coaching et de formation qui offrent aux participants la possibilité, par le biais d'ateliers, de perfectionner leur connaissance de domaines ciblés tout en favorisant leur développement personnel, en vue de booster leur carrière. Quant aux événements, nous organisons des Happy Hours trimestriels qui réunissent la communauté du négoce dans une ambiance informelle, mais aussi, une fois par an, le cocktail annuel du commodity trading, rassemblant les dirigeants et les professionnels les plus influents du secteur. Depuis la première édition, il y a 4 ans, celui-ci connaît un succès croissant !* ■