



DLA KIEROWNIKÓW
ZESPOŁÓW

DLA DYREKTORÓW
ODDZIAŁÓW

DLA DYREKTORÓW
REGIONALNYCH

DLA DYREKTORÓW
HANDLOWYCH

Opublikowane: • Jak zatrudnić menedżera sprzedaży? Cz. II Rozmowa kwalifikacyjna

Opublikowane:

Jak przeprowadzić skuteczną rekrutację? Rozmowa z Katarzyną Wnorowską, Senior Consultant w HAYS Poland.



1. Jakie są najczęstsze błędy popełniane przy procesie rekrutacji?

Rekrutacja i selekcja kandydatów na stanowiska sprzedażowe wbrew pozorom wcale nie jest łatwa. Wynika to z tego, że wiele osób w działach sprzedaży przechodzi szkolenia z zakresu autoprezentacji, negocjacji, technik sprzedaży, są to często osoby otwarte i komunikatywne, które potrafią bardzo dobrze zaprezentować się na rozmowie rekrutacyjnej. Niestety nie zawsze to pierwsze dobre wrażenie przekłada się później na osiągnięcie założonych wyników sprzedażowych. Okazuje się, że osoba np. nie rozumie specyfiki naszej branży czy firmy lub danego portfolio klientów. Nie odnajduje się w naszym zespole, nie potrafi współpracować etc. Dlatego nie należy bazować tylko na pierwszym wrażeniu, ale dokładnie zaplanować proces rekrutacji.

2. Jak możemy ich uniknąć lub je zminimalizować?

Podjęcie decyzji o rozpoczęciu procesu rekrutacji należy jasno określić profil stanowiska, czyli zakres obowiązków oraz nasze wymagania wobec kandydatów na stanowisko w dziale sprzedaży. Warto dokładnie określić, z czego będzie rozliczana nowa osoba (np. target sprzedażowy, liczba pozyskanych klientów czy też liczba wizyt u klientów) to nam pozwoli łatwiej określić kryteria, na jakie musimy zwrócić uwagę podczas przeprowadzania interwiew np. nastawienie na realizację wyznaczonych celów, umiejętność budowania i utrzymywania długoterminowych relacji z klientami lub nastawienie na ciągły rozwój biznesu i pozyskiwanie nowych klientów. Trzeba oszacować, które kompetencje są najistotniejsze dla stanowiska, a które są tylko dodatkowym plusem i są jedynie mile widziane. Dzięki temu skupimy się na wyborze osoby, która najlepiej będzie pasowała do naszych oczekiwań.

Ważną kwestią jest także zastanowienie się nad profilem osobowości kandydata, który najlepiej sprawdzi się w naszym dziale sprzedaży i będzie pasował do kultury organizacyjnej. W niektórych branżach lepiej sprawdzają się na stanowiskach sprzedażowych osoby bardzo dynamiczne, szybko podejmujące decyzje (np. w branży FMCG), w innych sektorach rynkowych większą uwagę zwraca się na dużą dojrzałość biznesową, wiedzę o rynku i produktach (np. w branży IT czy technicznej).

Warto także już na początku procesu rekrutacji określić, jaki będzie budżet na wynagrodzenie na danym stanowisku i jakie negocjacje finansowe z potencjalnym kandydatem będą możliwe (dotyczy to także systemu premiowego, narzędzi pracy, jakie oferujemy oraz pakietu benefitów). Pozwoli to uniknąć sytuacji nieprzyjemnej dla kandydata oferty, którą mu zaproponujemy lub słabej motywacji do pracy z powodów finansowych, co w krótkim okresie może doprowadzić do odejścia takiej osoby lub nieosiągnięcia oczekiwanych wyników z powodu frustracji.

Kolejnym istotnym kryterium to dobre pojęcie motywacji i oczekiwań kandydata, dzięki czemu unikniemy rozczarowania obydwu stron np. wybrany kandydat w niedługim czasie oczekuje awansu na stanowisko menedżerskie, a struktura działu na to nie pozwala. Jeśli poruszymy te kwestie już na etapie rekrutacji sytuacja będzie jasna.

3. Jaka jest Pani recepta na skuteczną rekrutację?

Aby rekrutacja była skuteczna trzeba ją dobrze zaplanować, określić jasno kryteria, na które musimy zwrócić uwagę. Warto, aby była ona dwuetapowa tzn. jedno spotkanie zostało przeprowadzone przez osobę, która oceni kompetencje wszystkich kandydatów, ich motywację oraz doświadczenie i tu dużym wsparciem jest konsultant ds. rekrutacji, który obiektywnie oceni kandydatów. W kolejnej rozmowie powinien uczestniczyć bezpośredni przełożony, który oceni dopasowanie osoby do zespołu i organizacji oraz oczekiwań, jakie będą jej stawiane.

Wsparciem w procesie rekrutacji jest sprawdzenie referencji wybranego kandydata u jego poprzednich pracodawców, co pozwoli nam dowiedzieć się jak osoba funkcjonowała w środowisku pracy oraz czy osiągała dobre wyniki.

Podczas spotkań należy zwrócić uwagę na dopasowanie osobowości kandydata do stanowiska i branży, dzięki czemu będzie efektywnie pracował i osiągał sukcesy sprzedażowe. Warto przygotować krótki business case odnoszący się do wcześniejszych doświadczeń kandydata, w którym na konkretnym przykładzie opiszemy swój sposób działania i jego rezultat. Jest to bogate źródło informacji o kandydacie, jego wiedzy i umiejętnościach.

4. Jakie błędy najczęściej popełniają kandydaci podczas rozmowy rekrutacyjnej?

Na rozmowie rekrutacyjnej zazwyczaj zostaniemy zapytani o kilka kluczowych rzeczy jak powód rozstania z poprzednim pracodawcą, nasze wcześniejsze doświadczenia zawodowe, kwalifikacje, które są oczekiwane na stanowisku czy oczekiwania finansowe.

Zdarza się, że osoby przychodzą na spotkanie nieprzygotowane, nie pamiętają poziomu swoich wyników sprzedażowych czy kluczowych osiągnięć na poprzednim stanowisku pracy oraz nie wiedzą, o jakie stanowisko się ubiegają.

Niejasno określają powody rozstania z poprzednim pracodawcą, co może budzić wątpliwości rekrutera. Nawet, jeśli przy czyną odejścia z poprzedniej firmy był np. konflikt z przełożonym trzeba tę kwestię krótko i obiektywnie omówić, ponieważ może i tak zostać sprawdzona podczas uzyskiwania referencji.

Kolejnym błędem jest przeszcawianie swoich umiejętności - najczęściej dotyczy to znajomości języków obcych - kandydat deklaruje bardzo dobrą znajomość języka angielskiego, a podczas spotkania nie podejmuje się krótkiej rozmowy w tym języku. Pamiętajmy, że informacje, które zawieramy w naszym cv mogą zostać sprawdzone i jeśli mijają się z prawdą mogą spowodować nieufność osoby rekrutującej.

Przed przystąpieniem do poszukiwania pracy warto się również zastanowić nad swoimi oczekiwaniami wobec nowego pracodawcy także tymi finansowymi (tak, aby na spotkaniu przedstawić je w zwięzły sposób)

Starajmy się słuchać pytań i konkretnie na nie odpowiadać, opowiadajmy o sukcesach w sposób zrównoważony, myśląc o porażkach zastanawiajmy się, czego nas nauczyły.

Dziękuję za rozmowę.
Menedżer Sprzedaży

Poleć znajomym!

Print Friendly