

مدیر فروش کارآمد (۱۸): بخش اول- افزودن فروشندگان جدید به تیم
زمان مطالعه: ۸ دقیقه



یادداشت شماره ۷۰

مدیر فروش کارآمد (۱۸)

بخش اول

افزودن فروشندگان جدید به تیم

یادداشتی از دکتر فرشید عبدی

مدیر فروش کارآمد (۱۸): بخش اول: افزودن فروشندگان جدید به تیم

در این بخش خواهید خواند:

- جذب استعداد جدید در بخش فروش
- مصاحبه با داوطلبان
- کنار گذاشتن مصاحبه شونده‌گان حرفه‌ای
- دانستن زمان ارائه پیشنهاد

جذب و استخدام فروشندگان جدید بخش اصلی یک تیم موفق است. اگر شرکت شما در حال رشد است به فروشنده نیاز دارید. اگر بخش فروش را مدیریت می‌کنید، احتمالاً به طور مرتب در حالت ارتقا باشید. دلیل هر چه که باشد، شما می‌خواهید بهترین فرد ممکن را پیدا کنید. اگر می‌خواهید یک تیم بسازید، آن را درست بسازید! این همان چیزی است که در این فصل به آن می‌پردازم.

استخدام استعداد جدید در بخش فروش



به ناچار باید اعضای جدید تیم را اضافه کنید. خواه در حال رشد و یا جایگزینی فروشنده فعلی باشید یا نه، آوردن شخص جدید به تیم به طور موفقیت‌آمیز، مدت‌ها قبل از مصاحبه آغاز می‌شود.

پاسخ به سؤالات اساسی

شما باید قبل از اینکه به فکر اقدام برای استخدام فروشنده جدید باشید، به چندین سؤال پاسخ دهید:

- آیا لازم است برای این شغل ابتدا درون شرکت اطلاعیه بزنید؟
- چگونه این شغل را تبلیغ می‌کنید؟

- آیا شما به یک فروشنده با تجربه نیاز دارید؟
- داوطلب ایده آل چه ویژگی‌هایی دارد؟

اگر نمی‌دانید که آیا شرکت شما را ملزم به آگهی استخدام متقاضی در درون سازمان کرده یا خارج از آن، با بخش منابع انسانی خود تماس بگیرید. امروزه بسیاری از شرکت‌ها نیاز به آگهی شغل برای کارمندان فعلی یا در همان زمان درخواست نیروی خارج از سازمان دارند. صادقانه بگوییم، شانس کمی وجود دارد که سوپرستار بعدی شما در داخل بخش‌های دیگر باشد، اما در صورت لزوم طبق قوانین عمل کنید.

این بدان معنا نیست که شما هرگز کاندید مناسبی را درست در بیخ گوشتان پیدا نمی‌کنید؛ بنابراین کسی را بر این اساس که چون در بخش دیگری از شرکت مشغول به کار است، معاف نکنید. برنامه شما برای آگهی این شغل چیست؟ روزنامه (لطفاً این کار را نکنید)، آنلاین، معاملات صنعتی یا روش‌های دیگر؟ به احتمال زیاد کاندید بزرگ بعدی خود را از کجا پیدا می‌کنید؟

هشدار بسیاری از افراد وقتی می‌خواهند کسی را استخدام کنند، فراموش می‌کنند که دنبال چه چیزی هستند. برخی از آنها می‌خواهند ۵۰۰ رزومه و درخواست نامه را بررسی کنند. واقعاً چرا؟ در کمال صداقت می‌گوییم، برای کاندید ایده آل خود فقط باید یک مورد را ببینید. مراقب باشید که در اینجا کمیت را جایگزین کیفیت نکنید. این امر می‌تواند اتلاف وقت فاحشی باشد و باعث شود که شما به کمتر از نتایج دلخواه خود رضایت دهید.

ترجیحات شخصی من (بسته به اینکه سطح فروش بالاتری دارد) تابلوهای تبلیغاتی خیلی شیک و لینکدین هستند، به چند دلیل:

- **روزنامه‌ها مردند:** هر سال تعداد خوانندگان روزنامه کاهش می‌یابد، روزنامه‌ها تعداد بیشتری از کارمندان خود را اخراج می‌کنند و نرخ تبلیغات خود را افزایش می‌دهند. یک رسانه در حال مرگ است و مدتی است که عملکرد خوبی ندارد.
- **ویژگی نامزدها:** اگر افرادی جویای کار در بخش نیازمندی‌ها هستند، احتمالاً بیکار هستند. بهترین افراد احتمالاً از قبل استخدام شده‌اند. این بدان معنا نیست که استخدام یک فرد بیکار بی‌فایده است، اما یک فروشنده خوب به ندرت خود را از کار بیکار می‌کند.
- **انتخاب نامزد:** از طریق سایت‌هایی مانند لینکدین و سایر تبلیغات شغلی آنلاین، به عنوان کارفرما می‌توانید کارمند بالقوه را درخواست کنید. از طریق این برنامه‌ها به راحتی می‌توانید

بفهمید که با چه افرادی صحبت می‌کنید، رزومه‌هایی را می‌بینید و اطلاعاتی در مورد ویژگی متقاضیان کسب می‌کنید. در عین حال، از طریق تبلیغات تخصصی مانند لینکدین از نامزدها استعلام می‌گیرید و اینها داوطلبانی با کیفیت بسیار بالا هستند. فروشندگان حرفه‌ای معمولاً همه کارها را به صورت حرفه‌ای انجام می‌دهند - حتی زمانی که دنبال کار هستند.

نمی‌دانم باور می‌کنید یا نه، ولی می‌توانید در آگهی اعلام کنید که به مدرک چهار ساله با مدرک کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (MBA) و ۴۷ مرجع نیاز دارید چرا که هنوز هم یک دسته از درخواست‌ها و رزومه‌ها را از افرادی دریافت می‌کنید که فقط یک دیپلم دبیرستان دارند که هرگز در بخش فروش کار نکرده‌اند. سعی کنید وقت خود را با این گونه متقاضی هدر ندهید.

آیا شخصی را می‌خواهید که در زمینه فروش یا در صنعت خاص خود تجربه داشته باشد؟ به این دو مورد فکر کنید، چون برخی از افراد مایل نیستند با شخص بی‌تجربه‌ای حرف بزنند در حالی که دیگران نمی‌خواهند استخدام جدید آنها بار و بندیل زیاد و عادت‌های بدی را که از سالها قبل طبق سیستم شخص دیگری انجام می‌داد، داشته باشند. در هر صورت، اکنون تصمیم بگیرید - بدیهی است که بر نحوه ساختار شرح وظایف شما تأثیر می‌گذارد. با شروع مراحل استخدام، افرادی را که می‌خواهید با آنها صحبت کنید محدود کنید.

در آخر، به این فکر کنید که کاندید ایده آل شما چگونه است. منظور من از لحاظ ظاهری (قد بلند یا قد کوتاه و وزن) نیست بلکه در مورد شخصیت آنها حرف می‌زنم. قبل از اینکه در مورد این شغل آگهی تبلیغاتی درست کنید، یک آواتار ایجاد کنید - بهترین حالت برای کاندید خیالی شما بر اساس آرایش روانشناختی و ویژگی‌های روانشناختی مانند نگرش، شخصیت، سبک زندگی و ارزش‌ها. این مرحله را میانبر نکنید چرا که برای فرآیند بسیار مهم است.

می‌توانید تصویری کاملاً مشخص از کسی که دنبالش هستید بدست آورید - به حدی که در بسیاری از موارد، به مجرد دیدن، آنها را بشناسید.

نکته پی ببرید که کاندیدای ایده‌آل شما کجا وقت می‌گذراند سپس به جایی که احتمالاً آن شخص در آن قرار دارد بروید. لزوماً منتظر او نمانید که به سراغتان بیاید.

قرار دادن تبلیغات

من طرفدار تبلیغات نیستم، اما اگر مجبور به انجام این کار شدید، اکیداً پیشنهاد می‌کنم وارونه عمل کنید. منظور من این است که نمایه فروشنده ایده آل خود را ایجاد کنید و تبلیغات را در آن زمینه ایجاد کنید. آن را به لیست خواسته‌ها تبدیل نکنید بلکه به یک لیست ضروری تبدیل کنید. آگهی را به گونه‌ای بنویسید که شغل را به درستی توصیف کند (و واقع بین باشید). یکی از بهترین راه‌ها برای این کار مراجعه به شرح وظایف مربوط به آن موقعیت خاص است. اگر موردی وجود ندارد، وقت بگذارید و یکی را بنویسید.

می‌خواهید این شخص چه کاری انجام دهد؟ چگونه قرار است ارزیابی شوند؟ آنها به چه کسی گزارش می‌دهند؟ اینها همه مواردی است که باید در آگهی به حساب آورید.

مکان تبلیغات خود را با دقت انتخاب کنید، و در صورت امکان تست‌های جداگانه را اجرا کنید - همزمان دو تبلیغ را اجرا کنید و ببینید کدام یک نامزد بهتری را ارائه می‌دهد. به عنوان مثال، اگر در سایت www.careerbuilder.com تبلیغاتی انجام دادید، از آن شخص بخواهید رزومه خود را به آدرس ایمیل jobs@yourcompany.com به خانم گستل ارسال کند. حالا، به احتمال زیاد شما خانم گستل ندارید، اما چون خطاب به اوست، می‌دانید که آن شخص از طریق آن آگهی آمده است. در همین زمان شما آگهی تبلیغاتی کمی متفاوتی را در www.monster.com اجرا می‌کنید و رزومه‌های مورد نظر را به آقای میسون ارسال می‌کنید این باعث می‌شود تا به راحتی درک یک وب سایت از طریق سایت شغلی بهترین کاندیداهای شما آسان شود.

بعد از اینکه تشخیص دادید یکی از تبلیغات یا محلی بهتر از دیگری است، دو برابر کنید و جای تبلیغات خود را در آنجا افزایش دهید. به هر حال، اینجاست که بهترین کاندیداهای خود را می‌گیرید.

درخواست افرادی که می‌خواهید

وقتی یک تیم ورزشی به دنبال یک مدافع یا یک بازیکن خط حمله است، در روزنامه آگهی نمی‌گذارد، درست است؟ آنها بازیکنانی را که می‌خواهند جستجو می‌کنند. بنابراین، چرا نمی‌توانید به جای اینکه به فرد اجازه دهید شما را پیدا کند، شخصی را که می‌خواهید پیدا کنید؟ باید درخواست نامزدها را بخشی از روند استخدام خود قرار دهید. فقط تبلیغات قرار ندهید و منتظر بمانید تا افراد به شما مراجعه کنند، مقدار مشخصی از منابع خود را صرف جذب نامزدهایی کنید که می‌خواهید با آنها صحبت کنید.



آدرس سایت: modamcrm.com

شماره تماس: ۰۲۱-۲۸۴۲۱۶۰۸

شماره تماس و واتس آپ: ۰۹۰۳۹۱۵۱۰۷۵

هشدار اگرچه بیرون رفتن و شکار شخصی از یک رقیب آسان است، اما همیشه بهترین ایده نیست. اگر رقیب شما مایل است کسی را رها کند، شاید ارزش داشتن آن شغل را نداشت. فکر نکنید فقط به این دلیل که یک فروشنده از شرکت رقیب می‌آید سرمایه ای خواهد بود که تجارت جدید زیادی به آن اضافه می‌کند. در حقیقت، من به عکس آن اعتقاد دارم. در بسیاری از مواقع افرادی که مرتب شغل عوض می‌کنند فقط دنبال جایی هستند که پوی بیشتری گیر آنها بیاید.

اگر تبلیغات خود را در روزنامه یا به صورت آنلاین قرار می‌دهید، اکیداً پیشنهاد می‌کنم یک نمایه شرکت در لینکدین ایجاد کرده و متقاضیان آنجا را جستجو کنید. از گروه‌های حرفه‌ای همسو با نوع شخصی که دنبال آن هستید، بازدید کنید. ببینید چه کسی در آنجا مشغول گفتگوی خوب است. لازم نیست روز اول اقدام کنید، فقط کمی کمین کنید و ببینید چه کسی توجه شما را جلب می‌کند.

یادآوری لینکدین (و سایر انجمن‌های آنلاین) دارای گروه‌ها و زیرگروه‌هایی است که افراد حرفه‌ای برای بحث در مورد تجارت و برخی از چالش‌هایی که با آن روبرو هستند، جذب می‌شوند. شما را نمی‌دانم، اما من می‌خواهم فروشنده‌ای را که به اندازه کافی به کار خود علاقه‌مند است، آنقدر دنبال جواب بگردد تا توجه‌ام را به خود جلب کند.

همزمان، به برخی از سازمان‌هایی که به عنوان مهمان هدف قرار داده‌اید مراجعه کنید - به اطراف خود نگاه کنید و از خود بپرسید، "دوست دارم چه کسی در این اتاق نماینده شرکت‌م باشد؟" آیا این خیلی ساده است؟ البته اما بسیاری از اوقات، استخدام مدیران یا مدیران منابع انسانی می‌خواهند استعدادیابی را بیش از آنچه لازم است، انجام دهند.

نکته کلید یافتن کارمندان خوب این است: به افرادی که کار می‌کنند نزدیک شوید و آنها را جستجو کنید. خود را معرفی کنید تا ببینید آیا افرادی که به آنها علاقه دارید، مایلند در مورد فرصت شغلی شما صحبت کنند یا نه.

همه اینها به منظور حذف افرادی که هیچ شغلی متقاضی شغل ندارند در اولین فرصت ممکن طراحی شده است.

هشدار هرگز، هرگز، هرگز شماره تلفن خود را به افراد جویای کار ندهید. آنها شما را تا مرز جنون می‌برند - به من اعتماد کنید.

روش دیگر این است که از مجریان برتر خود که خارج از کار افرادی را می‌شناسند، معرفی کنند. آیا کسی را می‌شناسند که فکر کند عضوی سازنده در سازمان شما خواهد بود؟ کبوتر با کبوتر باز با باز؛

اگر فروشنده سوپر استاری دارید، می‌توانم به شما اطمینان دهم که اوقات فراغت خود را با افراد معمولی نمی‌گذرانند.

بسته به صنعت خود، ممکن است با آژانس‌های کاریابی شانس داشته باشید. با افراد درون سازمان یا شاید همکاران خود صحبت کنید و بفهمید چه کسی در زمینه شما تخصص دارد. سرانجام، تصمیم خود را زود قطعی نکنید. به خودتان اجازه ندهید در شرایطی قرار بگیرید که به کمتر از نامزد ایده‌آل خود رضایت دهید. افراد خوب آنجا هستند؛ فقط باید آنها را پیدا کنید. ناامید می‌شوید، خسته می‌شوید، درخواست‌های زیادی را می‌خوانید، اما خود را حفظ کنید. سوپر استار بعدی شما آنجاست و دلیل اینکه سخت پیدا می‌شود همان دلیلی است که شما می‌خواهید! به یاد داشته باشید، باید انقدر خاک جابه‌جا کنید تا یک الماس پیدا کنید، اما به دنبال خود خاک نگردید!

مصاحبه با نامزدها

جستجوی خود را به تعداد محدودی از نامزدهای خوش شانس که می‌خواهید مصاحبه کنید محدود کرده‌اید. اما، از کجا باید شروع کرد؟ چه باید گفت؟ خود را برای مصاحبه آماده کنید و بدانید که در مورد صنعت، شرکت و شغل خاص موجود چه می‌خواهید بگویید. همزمان با آنها مصاحبه می‌کنید، آنها با شما مصاحبه می‌کنند و مطمئناً اگر سوپر استار بعدی خود را پیدا کنید می‌توانید مزایای شرکت خود را برجسته کنید. اگرچه هیچ قانون سخت و سریعی وجود ندارد، هنگام مصاحبه با نامزدها نکاتی را در خاطر داشته باشید:

- **به آنها خیلی ساده نگیرید.** سؤال‌های سخت بپرسید و اجازه ندهید فارغ البال باشند. اگر کسی واقعاً یکی از بهترین مجریان شما خواهد بود، وقت آن است که بفهمید چگونه فشار را تحمل می‌کند. در مقابل وسوسه دوست شدن مقاومت کنید. شما برای دوستی آنجا نیامده‌اید.
- **بیشتر از صحبت کردن گوش کنید.** از سؤال‌های ساده مانند "در مورد خودتان برایم بگویید"، تا سؤالات سخت‌تری مانند "سخت‌ترین مدیری که تاکنون برای او کار کرده‌اید چه کسی بود و چرا؟" بگذارید نامزد صحبت کند. شما برای مصاحبه با او هستید، نه برعکس.
- **یادتان باشد اینها فروشنده هستند.** حتی در یک مصاحبه یک فروشنده خوب سؤال می‌پرسد و این یک نشانه عالی است که یک نامزد سوال می‌کند. او را به آرامی از طریق مصاحبه به عقب برگردانید، اما توجه داشته باشید که این واکنش بسیار مثبتی است.

- **بفهمید که چرا آنها به دنبال تغییر شغل هستند.** اگر داوطلبی در حال حاضر شاغل است، باید از او بپرسید، “چرا می‌خواهید شرکت فلانی را ترک کنید؟” دلیل این امر ممکن است به سادگی به دست آوردن شرکت باشد (که این روزها بسیار اتفاق می‌افتد) و داوطلب با جهت‌گیری آینده احساس راحتی نمی‌کند. یا اینکه می‌تواند رزومه کاری خود را اضافه کند و در شغل فعلی خود یک قدم جلوتر از مدیر خود باشد. قبل از حرکت به جلو سؤالات سخت را بپرسید و پاسخ مورد نظر خود را بگیرید.
- **به دنبال وقفه در سابقه کاری بگردید.** سالها پیش اگر کسی در یک دوره ۵ ساله بیش از دو شغل داشته باشد، این نشانه این است که شخص مرتب شغل عوض می‌کند. دیگر اینطور نیست. امروز بیشتر و بیشتر افرادی را می‌یابید که بیشتر از گذشته جابجا شده‌اند - بخشی از این امر به دلیل اقتصاد و تحکیم تجارت و بخشی به دلیل تغییر چشم انداز شغل است. اگر متقاضی بیش از یک ماه در کار خود وقفه‌ای داشت، در مورد این وقفه سؤال کنید و تا زمانی که از جواب وی قانع نشدید متوقف نشوید. بسیاری از اوقات متقاضی شغلی را که نمی‌خواهد شما در مورد آن بدانید کنار می‌گذارد و وقفه‌ای غیر قابل توضیح ایجاد می‌کند. در مورد همه شکافها توضیحات رضایت بخشی دریافت کنید.
- **از هر داوطلب چند سوال استاندارد بپرسید.** تقریباً در هر مصاحبه برخی از سوالات متداول را بپرسید. صرف نظر از اینکه مکالمه جریان دارد از این سؤالات بپرسید. نوشتن اینها اشکالی ندارد. در صورت تمایل می‌توانید از سؤالات زیر استفاده کنید، اما برخی از سؤالات خود را نیز مطرح کنید:
- در مورد خودتان به من بگویید.
- چه کسی بهترین مدیری است که تاکنون داشته‌اید و چرا؟
- چه کسی بدترین مدیر شما بوده است و چرا؟
- برای ارزیابی عملکرد خود به عنوان فروشنده از چه معیارهایی استفاده می‌کنید؟
- آخرین کتاب خوبی که خواندید چیست و چه کتابی را در این زمینه دوست دارید؟
- از زمانی برای من بگویید که مجبور شدید با پیمودن مسافتی بیشتر مشتری ناراحت را راضی کنید.

یادآوری نکته اصلی در کل روند این است: آیا از این شخص خرید می‌کنید؟ به هر حال، شما یک فروشنده استخدام می‌کنید. در نهایت آنچه واقعاً می‌خواهید بدانید این است که اگر او محصول یا خدمات شما را می‌فروخت آیا شما محصولی را از او می‌خرید؟ بخاطر بسپارید، شخصی که با او مصاحبه می‌کنید کار را می‌خواهد و به احتمال زیاد برای بدست آوردن آن هر کاری می‌کند و یا تقریباً هر چیزی را می‌گوید - خصوصاً اگر در حال حاضر بیکار باشد.

مهارت‌های کلامی، زبان بدنی و تماس چشمی سه زمینه اصلی من هستند تا به سؤالات واقعی دیگر پاسخ دهند. این به توانایی یک نامزد برای برقراری ارتباط می‌رسد، دقیقاً همان چیزی است که شما به عنوان یک متخصص فروش از او می‌خواهید انجام دهد. اگر او نتواند این کار را در اینجا انجام دهد، نمی‌تواند در بخش فروش آن را انجام دهد. بخش‌های زیر برخی پرچم‌های مهم را برای تماشای آنها در یک مصاحبه بیان می‌کند.

پایان بخش اول- بخش بعدی: تماشای زبان بدن