

גיוס כוח אדם אינה משימה קלה, גיוס כוח-אדם לתחום המכירות משימה קשה שבעת"ים. אם בכל מקצוע נדרש מאמץ באיתור עובדים מתאימים, הרי שבעת חיפוש איש מכירות המאמץ גדול יותר: ראשית מפני שמקצוע המכירות הינו מקצוע "נפשי" שבו לצד החלק המקצועי נדרשות יכולות נוספות: יכולת עמידה במצבי לחץ יום-יומיים, יכולת קבלת התשובה "לא" יכולת דחיית סיפוקים ועוד. אם בכל מקצוע המעסיק מנסה "לנבא" קליטה של אותו עובד הרי שבעת גיוס איש המכירות המשימה קשה עוד יותר.

גיוס כוח אדם הינה משימה מדהימה, אולי המשימה המדהימה מכולן: מצד אחד קיימת משרה, משרה מוגדרת פחות או יותר. מצד שני קיים מאגר אנשים אשר ממנו יש לבחור את אותו איש או אשה שיקבלו את העבודה. דמיינו שני מצבים: מצב ראשון ובו קיבלנו לעבודה את אותו עובד (או עובדת.... מכאן ואילך אשתמש בלשון זכר אם כי המאמר מכוון לשני המינים) וגילינו כי העובד שנבחר עשה את עבודתו נאמנה ואף יותר מזה, החברה הצליחה והתקדמה והעובד. גם הוא התקדם וכעת הוא מנהל את אותה מחלקה בה התחיל את עבודתו כזוטר. מצב השני ובו מסתבר כי העובד אשר נבחר לא עושה את עבודתו כשורה. התוצאה היא הרת-אסון: החברה תחת שתתקדם ותצליח עסוקה בלתקן את הטעויות של אותו עובד. מובן כי ברבים מן המקרים העובדה כי העובד שנבחר במקרה השני מתגלה בדרך הקשה: תלונות של עובדים אחרים, חוסר שביעות רצון של המעסיק ועוד. והיה והבעיה מתגלה סמוך לתחילת העסקתו של אותו העובד הבעיה קטנה והעובד מוחלף. אך מה קורה כאשר העובד הספיק לעבוד כבר די זמן? כאן הבעיה גדולה ואפילו לאחר תיקונה (פיטורין של אותו עובד, גיוס של עובד חדש) הנוק גדול וייקח זמן לתקנו.

אך כפי שהבטחתי בתקציר המאמר אנו עוסקים בגיוס אנשי מכירות ולכן אנסה מכאן והילך להבין מהו הבעיות בעת גיוס איש מכירות, מהם התנאים לגיוס איכותי, וכיצד ניתן ל"נבא" עד כמה שאפשר גיוס כוח אדם לתחום המכירות.

מיהו איש מכירות? איש מכירות הינו אדם שתפקידו לייצר הכנסות עבור החברה בה הוא עובד. לצורך המחשת העניין אקח לדוגמא דווקא "איש מכירות שטח". אותו איש מכירות ניגש ללקוחות פוטנציאליים ומספר להם על המוצר של החברה אותה הוא מייצג, בחי" היום-יום הוא נפגש עם אנשים קבועים או חדשים ומנסה למכור להם רעיון, מוצר או שירות. נדרשים ממנו תכונות רבות, להיות מקצועי: לדעת כמה שיותר מידע הן על המוצרים של אותה החברה אותה הוא מייצג אך האם די בכך? ממש לא. בשוק תחרותי בו אנו חיים כיום שומה עליו לדעת לא פחות על המתחרים. נדרש ממנו להשקיע שעות אשר אינם מקובלות בשום תחום: "מצאת החמה ועד צאת הנשמה". למעשה רבים מאנשי המכירות איתם אני נפגש יום-יום הצהירו באוזני כי העבודה ממשיכה לעתים גם אחרי שהם הגיעו אל ביתם: דואר אלקטרוני של לקוח שמבקש לקבל את הצעת המחיר בשנית. לקוח שמבקש להיפגש עם איש המכירות דווקא ביום ו' על-אף שזהו יום החופש של אותו איש המכירות ועוד. נדרש ממנו מאמץ אדיר של פגישות במקומות רחוקים ונידחים, נדרשות תכונות אופי שאיני מוצא בשום תפקיד אחר: יכולת לקבל את התשובה "לא" שוב-ושוב ולהמשיך בכל-זאת את מלאכת הקודש הקרויה "מכירות". שאלו אתם את עצמיכם האם הייתם מוכנים לקבל את התשובה "לא" כל-כך הרבה פעמים, אין זה משנה ממי ולהמשיך. יכולת דחיית-סיפוקים קרי היכולת להמתין לתשובה של לקוח ובינתיים להמשיך סוג של תקשורת חמה כל זאת בכדי לא להפסיד את הלקוח ומצד שני שלא להיתפס כלהוט מידי כ-"נודניק".

האם קיים פרופיל של איש מכירות אותו אנו מחפשים? ואם קיים פרופיל שכזה האם קיים פרופיל אחד או שהפרופיל משתנה מתפקיד לתפקיד?

התשובה מתחלקת לשתיים: ישנן פרופיל אחד כללי שאנו מצפים למצוא אצל איש מכירות אבל קיים פרופיל מדויק יותר שאנו מצפים למצוא בהתאם לכל תפקיד ותפקיד. ואפרט: אנו מצפים כי לאיש מכירות

יהיה פרופיל אישיות הכולל תכונות כמו: יכולת ביטוי גבוהה, יכולת התמדה, יכולת לדחות סיפוקים, יכולת לקבל את התשובה "לא" ולהמשיך הלאה, יכולת עמידה ביעדים ובמטרות ועוד... רובן ככולן של התכונות שמניתי כעת נדרשות באם אנו מבקשים להעסיק לאורך זמן איש מכירות. יחד עם זאת כאמור קיים פרופיל מדויק יותר של איש מכירות. מהו אותו פרופיל מדויק? ובכן עלינו להתאים את אותו פרופיל של אותו איש מכירות לתחום ואו לתפקיד אותו אנו מבקשים לאייש ולא כפי שקורה רבים מן הפעמים שמנסים להתאים את התפקיד לפרופיל מדויק של איש מכירות. התופעה הזו של התאמה של "תפקיד-לאדם" קורת מתוך לחץ, מעסיק שמחפש איש מכירות זמן מה ואינו מוצא, מקבל קורות חיים של מישהו ש"כמעט מתאים" לתפקיד, במקום להתאפק ולהמשיך לחפש הוא אומר לעצמו: "לא נורא, נראה מה ניתן לעשות עם איש המכירות שכמעט מתאים לתפקיד". התוצאה לרוב הרת-אסון: איש המכירות אינו אשם אך המציאות הלא חזקה מכל ועם הזמן מגלים שני הצדדים איש המכירות והמעסיק כי המדובר בפשרה.

ראינו איפה כי ישנו פרופיל כללי ופרופיל מדויק. אך איך מרכיבים את הפרופיל המדויק? אנו בחברת Maker-Money העוסקת בגיוס, מיון, ליווי והדרכת אנשי מכירות ונותני שירות בעלי ניסיון מעשי רב בתחום. הנה מספר טיפים שיסייעו בידכם לעשות זאת על הצד הטוב ביותר. יש להיעזר בדף נייר ובכלי כתיבה. הדבר יאפשר לכם "לראות" את התוצאה האמיתית שאליה אתם חותרים.

ראשית יש לאפיין את התפקיד: האם המדובר במכירות ללקוחות קבועים או ללקוחות חדשים בכל פעם? האם המדובר במכירות מהירות של איש המכירות להגיע ולמכור בפגישה ראשונה או שנייה או שהמדובר דווקא במכירות ארוכות המצריכות הגעה כמה פעמים לשם סגירת העסקה. האם המדובר במכירות מול גורם יחד שמחליט או שהמדובר במכירות מול קבוצה של אנשים שצריכה להחליט. האם המדובר במכירה של מוצר עונתי או שהמדובר במכירה של מוצר רב-שנתי? האם המדובר על מכירה לתחום הקמעונאי או המדובר במכירה לשוק המוסדי וכו'... תוצאה חיובית של אפיון התפקיד תהיה מספר שורות. הנה דוגמא לאפיון של מכירות לתחום מוצרי דיו וטונר: "מכירה של מוצרים מתכלים בעיקר לשוק המוסדי, מכירות מהירות וקצרות מול הדרג התפעולי, מדובר במכירות חוזרות. במכירה הראשונה מדובר על מכירות לאחר פגישה אחת ומעקב טלפוני לאחר הגשת הצעת מחיר. במכירות החוזרות המדובר על מכירות טלפוניות על ידי אותו איש מכירות או על ידי מחלקת הזמנות"

בשלב השני יש לאפיין את התכונות של איש המכירות אותו אנו מחפשים. באופן טבעי נחפש תכונות שצמודות למאפייני התפקיד: איש נמרץ שמסוגל להגיע מהירות לדרג התפעולי, שמסוגל למכור מכירות מהירות כמעט ללא השקעת זמן בפגישות מיותרות ומסוגל לבצע "סגירת עסקה" בקלות ובמהירות, בעל יכולת ניהול תכתובת אינטרנט טובה ויכולת לבצע מכירות חוזרות בקלות.

בשלב השלישי אנו נפרסם מודעת דרושים שתכלול כמעט מילה במילה את מאפייני התפקיד: "לחברה מובילה לתחום המוצרים המתכלים למדפסות, איש/שת מכירות נמרץ למכירות מול הדרג התפעולי וכו'..."

בשלב הרביעי יש למיין את קורות החיים על-פי הקריטריונים שנבחרו ולהזמין את המועמדים המתאימים, חשוב לנסות ולאבחן מתוך קורות החיים של כל מועמד ומועמד האם הוא עשוי להתאים לפרופיל המדויק למשל: אנו לא נבחר לתפקיד המצריך יכולת ניהול תהליכי מכירות ארוכים מישהו שעסק במכירות קצרות ותכליתיות. ומצד שני מכירות מהירות ניסיונו מסתכם במכירה מהירה של פרחים בחנות פרחים. איני בטוח כי מי שעבד כבר בשלוש חברות כאיש מכירות שטח יתאים לעבוד באולם תצוגה המצריך סוג אחר של יכולות.

בשלב החמישי אנו נזמן לראיון עבודה את אותם מועמדים מתאימים. ושוב, אנא נסו לא להתפשר כיוון ופשרות בעניין הזה יעלו בסופו ל דבר כסף לארגון שלכם ותאמינו לי הייתי בסרט הזה כבר כמה פעמים... בשלב הראיון אנו להבין באמצעות "שאלות מצב" האם המועמד מתאים לפרופיל המבוקש או שלא. לדוגמא ננסה לשאול מועמד שהגיע לראיון תפקיד המצריך תהליכי מכירה ארוכים כיצד הוא יגיב אם לאחר

שלוש פניות ללקוח העסקה עדיין לא נסגרה. תתפלאו אבל לשאלות מן הסוג הזה אין תשובות של "נכון" או "לא נכון" אלא יש מספר לא קטן של תשובות שמתוך תוכן התשובה ואיכותה יש לקחת החלטה לגבי התאמתו של אותו איש מכירות.

השלב הבא יהיה לבחור את איש המכירות המתאים ולהעביר לו בצורה שאינה משתמעת לשתי-פעמים את אופי העבודה, את הפרופיל הנדרש ממנו ועוד. בהצלחה

מילות חיפוש נוספות שלקוחות שלנו מתעניינים בהן:

[גיוס כוח-אדם, גיוס כוח אדם, גיוס כח אדם, מיון כוח-אדם, מיון כוח אדם, מיון כח-אדם, מיון כח אדם](#),
[ליווי כוח-אדם, ליווי כוח אדם, ליווי כח-אדם, ליווי כח אדם](#),
[הדרכת כוח-אדם, הדרכת כוח אדם, הדרכת כח-אדם, הדרכת כח אדם](#),
[אימון כוח-אדם, אימון כוח אדם, אימון כח-אדם, אימון כח אדם](#)