



«ИНТЕРВЬЮ на определение потенциала и вовлеченности»

ПРАКТИКУМ ПО СОЗДАНИЮ СИЛЬНОЙ КОМАНДЫ



АНДРЕЙ ГРИНЕВИЧ

Соучредитель и тренер консалтинговой компании «СТАЛКЕР-МЕДИА» с 2009

Главный консультант и аналитик по управлению человеческими ресурсами с 2009

Главный инструктор проекта «Exelect РБ» и «Performia РБ» 2015 – 2022

(лично провел 1500+ консультаций за последние 7 лет)



НАТАЛЬЯ КОСМАЧ

○ Директор, собственник и бизнес-тренер консалтинговой компании «СТАЛКЕР-МЕДИА» с 2009 (разработала 15+ авторских программ, провела 380+ программ)

○ Руководитель представительства «Performia РБ» 2015 – 2022

○ Руководитель проекта «Exelect РБ» с 2017 (лично провела 1000+ интервью/диагностик за последние 4 года)

НАША ЭКСПЕРТНОСТЬ

- «СТАЛКЕР-МЕДИА» с 2009 –
- 380+ программ (тренинги по управленческим компетенциям, по продажам, практикумы по переговорам, по управлению эмоциями...)
- В рамках проекта «Performia» РБ за 7 лет проведено 3000 + аудитов персонала и консультаций, обучены десятки белорусских компаний
- В рамках проекта «Eselect» РБ с 2017 закрыты вакансии: исполнительный директор, директор по персоналу, HR, рекрутер, РОП, специалист по продажам, маркетолог, ГИП, главный бухгалтер, юрист, прораб, промоутер...

НАШИ КЛИЕНТЫ

NOVA
SYSTEM

ГАРАНТ
НЕДВИЖИМОСТЬ



PORTE RICHI
межкомнатные и входные двери



Garfield.by
Интернет-магазин зоотоваров



АЛЬТАГАММА
САЛОН КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ

СПЛАТ
СЕРВИС

Masterprint.by
ООО «Издательские системы»



КИП ЭКСПЕРТ
компания

ETALON
ЗАВОД МЕТАЛЛОКОНСТРУКЦИЙ

В
БЕЛОВЕЖСКИЕ СЫРЫ
ANNO 1938



ЧЕШИРСКИЙ КОТ
МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО

М²
МЕТР КВАДРАТНЫЙ
ЦЕНТР ИНТЕРЬЕРНЫХ РЕШЕНИЙ

7Video

НАДЕЖНЫЕ
ИНСТРУМЕНТЫ

Рем
Компресс

MaRRO
GROUP OF COMPANIES



ГАЛЕРЕЯ ВКУСА



КРАСНЫЙ
ПИЩЕВИК
★ 1870 ★
кондитерская фабрика

НАШИ КЛИЕНТЫ





ПРАВИЛЬНАЯ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ НАЙМА

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ НАЙМА

1 ПОНЯТЬ КТО НУЖЕН

- составить профиль должности
- составить заявку на наем согласно профилю должности
- составить портрет кандидата

2 ОПРЕДЕЛИТЬ ЛИНИИ КОММУНИКАЦИИ с нужным кандидатом

- РАБОТА.ВУ+ другие сайты поиска работы
- знакомые
- соцсети
- сотрудники

3 СОСТАВИТЬ РАБОТАЮЩЕЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ



4 РАБОТА С ПОТОКОМ: оценить кандидатов

- 4.1. интервью
- 4.2. проверка мотивации
- 4.3. тестирование
- 4.4. проверка знаний

5 АНАЛИЗ ПОЛУЧЕННЫХ ДАННЫХ

6 НАВЕДЕНИЕ СПРАВОК

7 ПОВТОРНЫЙ АНАЛИЗ ДАННЫХ

АНАЛИТИКА ДАННЫХ

ОБЫЧНО ИНТЕРВЬЮ ПРОВОДЯТ КАК ПРОЦЕСС
(ДЕЙСТВИЕ).

НО ДЛЯ ЧЕГО МЫ СОБИРАЕМ ДАННЫЕ?

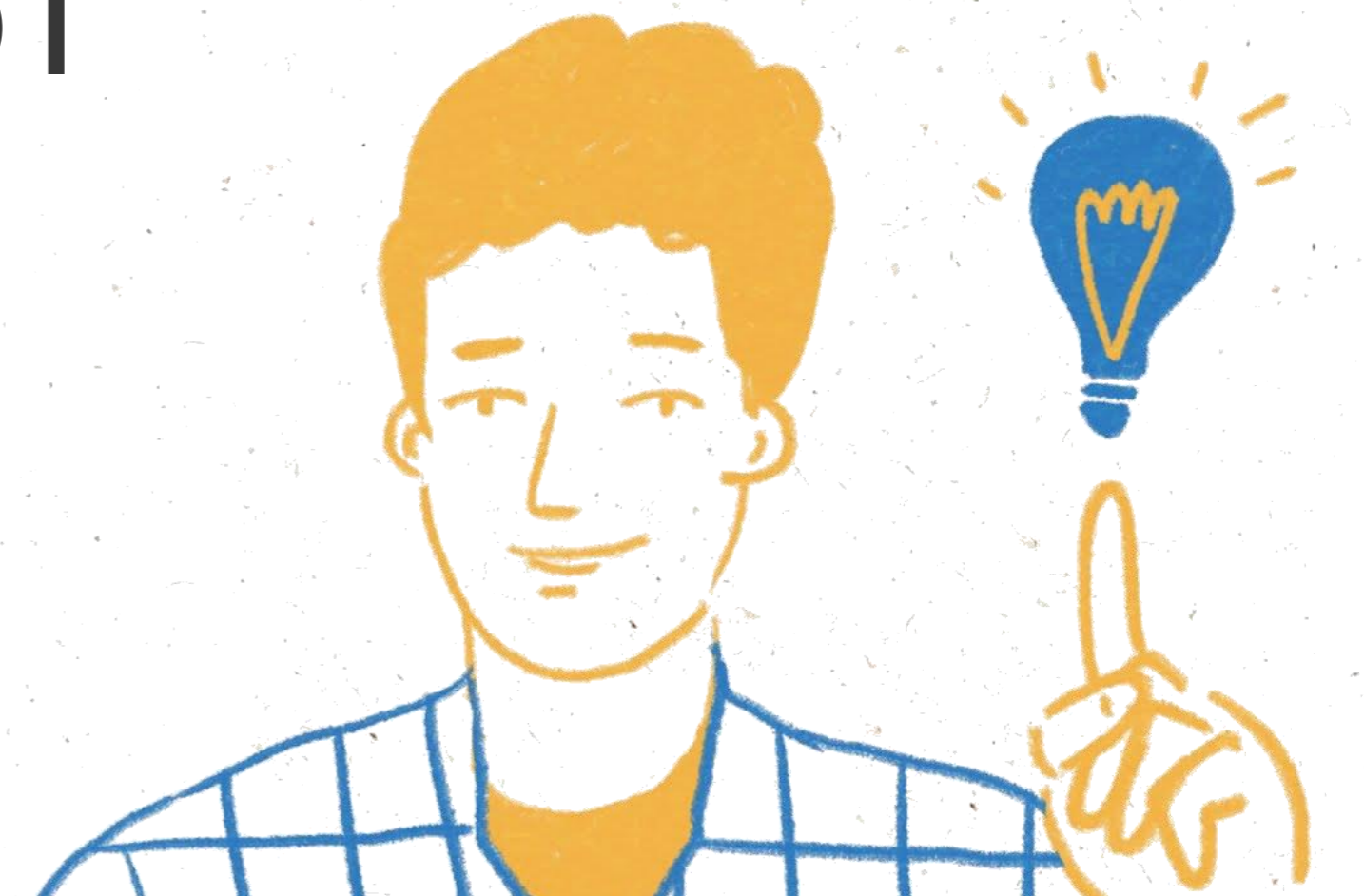
ДЛЯ АНАЛИТИКИ!



Шаг 1:

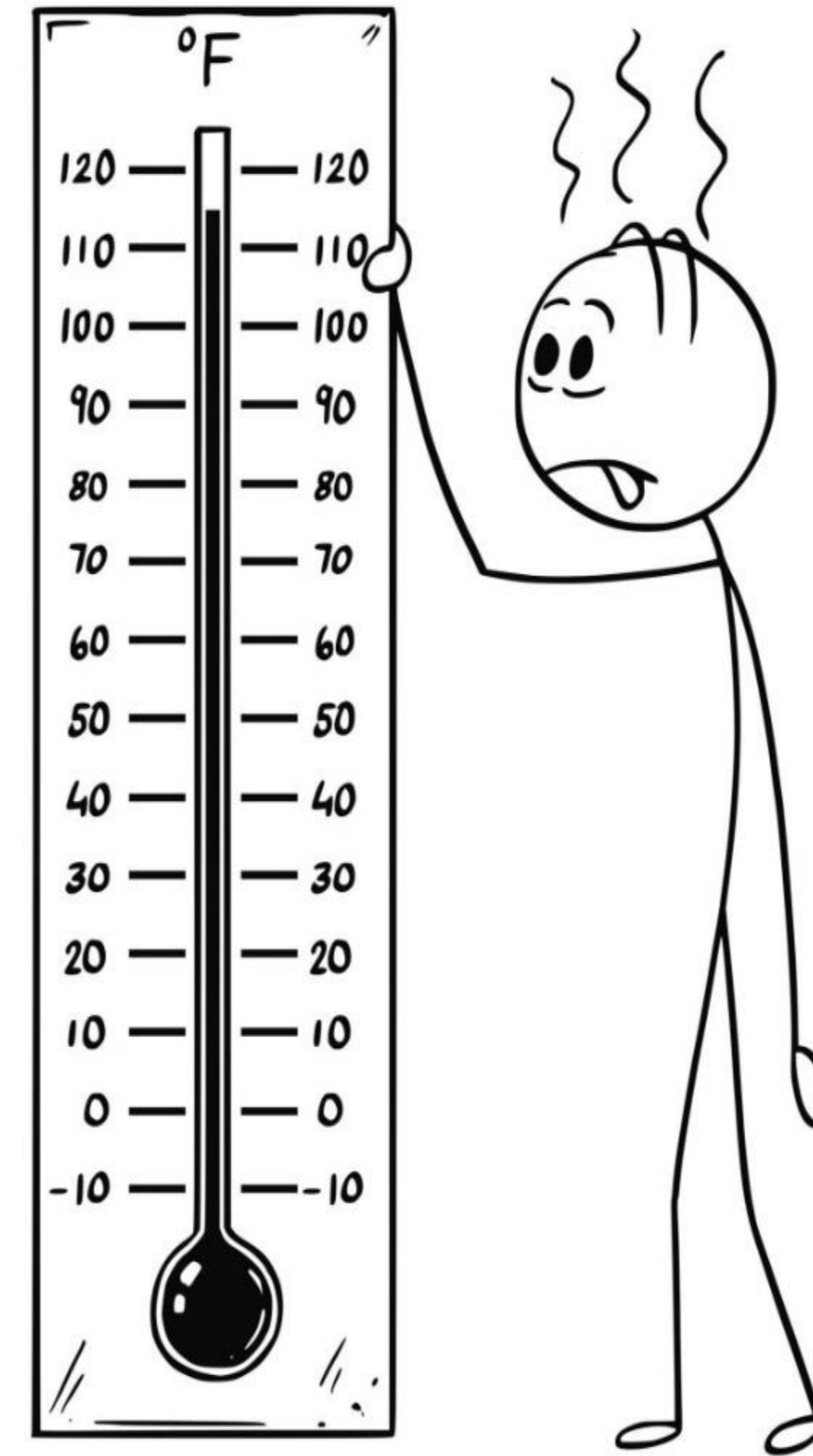
ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ПОТЕНЦИАЛА

ПОТЕНЦИАЛ – уровень производительности сотрудника, размер его вклада в рост компании, количество пользы от сотрудника для компании.



ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ПОТЕНЦИАЛА

- Высокий
- Выше среднего
- Средний
- Ниже среднего
- Не интересно



Любая работа может
быть разделена на

1. БЫТЬ – являться
2. Производить процесс,
выполнять действия
3. Получить результат
на финише

БЫТЬ



ДЕЛАТЬ

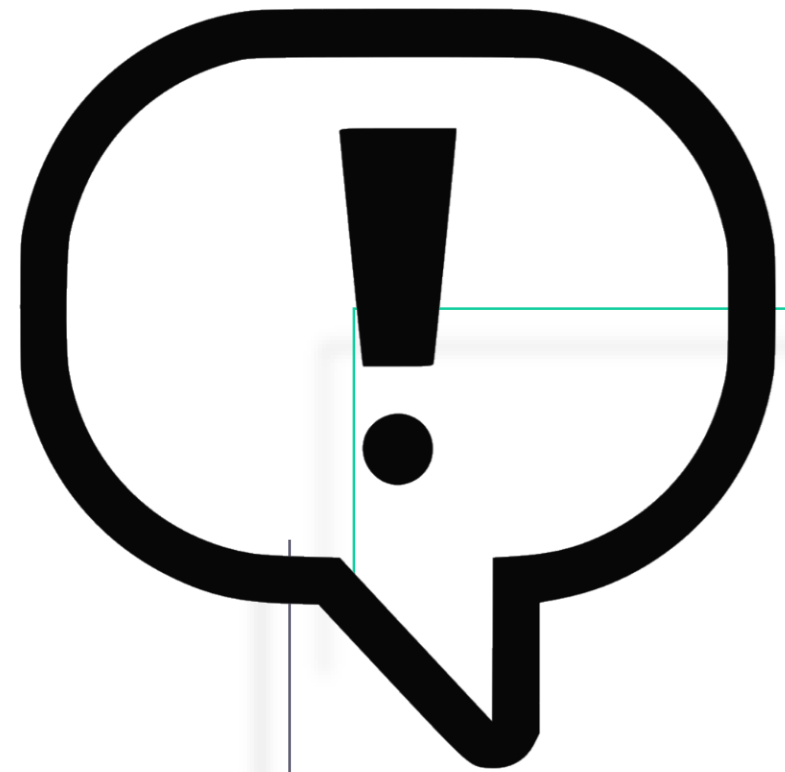


ИМЕТЬ
(результат)



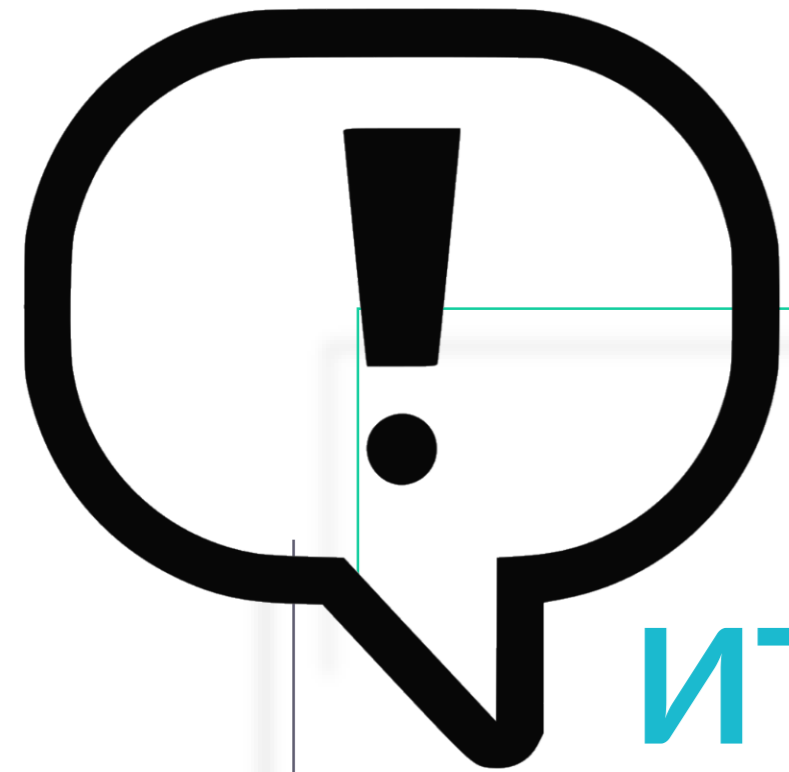


ИТОГОВЫЙ ПОЛЕЗНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ



это то, что получается в результате завершения всех процессных дел (и что ожидается от сотрудника на данной должности в качестве выполненной работы)

ИТОГОВЫЙ ПОЛЕЗНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ



ИТОГОВЫЙ:

работа завершена, выполнена полностью.

ПОЛЕЗНЫЙ:

Выполненная работа полезна для работодателя, компании, клиента (она ценна, за нее хочется платить!)

РЕЗУЛЬТАТНИК

ДО
20%

Человек, который всегда видит и измеряет ИПР

- ему свойственен дух соревнования
- видит и воплощает свою идею самостоятельно
- выбирает краткий путь
- мыслит через итоговые показатели

ПРОЦЕССНИК

ДО
60%

Человек, который приносит много пользы, создавая процесс, мысля процессом и находясь в процессе:

- должен понимать шаги и этапы процесса
- реализует и воплощает своими действиями существующие бизнес-идеи
- мыслит промежуточными показателями, действиями

СТАТУСНИК

ДО
10%

Человек, который может видеть и измерять ИПР,
и который знает как его получить руками команды

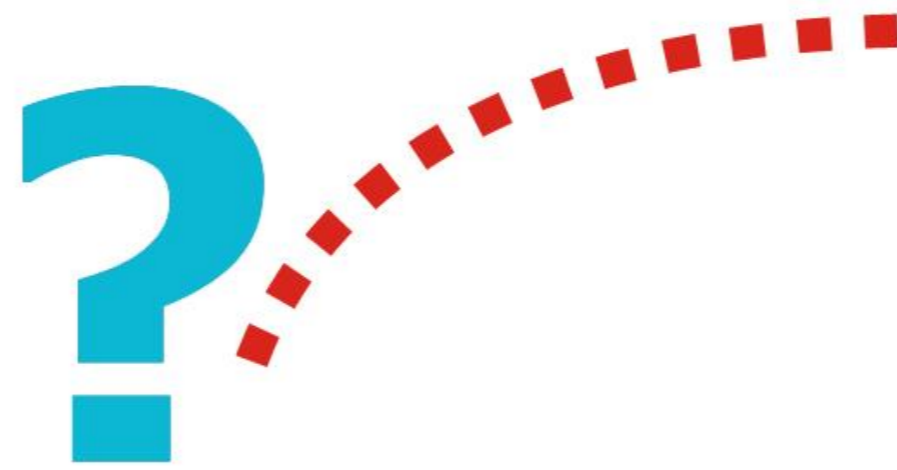
- реализовывает те процессы, в которых разобрался
- способен привносить в компанию эстетику и стандарты
- способен вести за собой тех, кто все создаст и реализует
- статус стоит на первом месте

Что и сколько этот человек может произвести для нас?

Насколько он будет полезен для нас?

Просчитываем пользу и риски в отношении кандидата

+ АНАЛИТИКА ДАННЫХ!



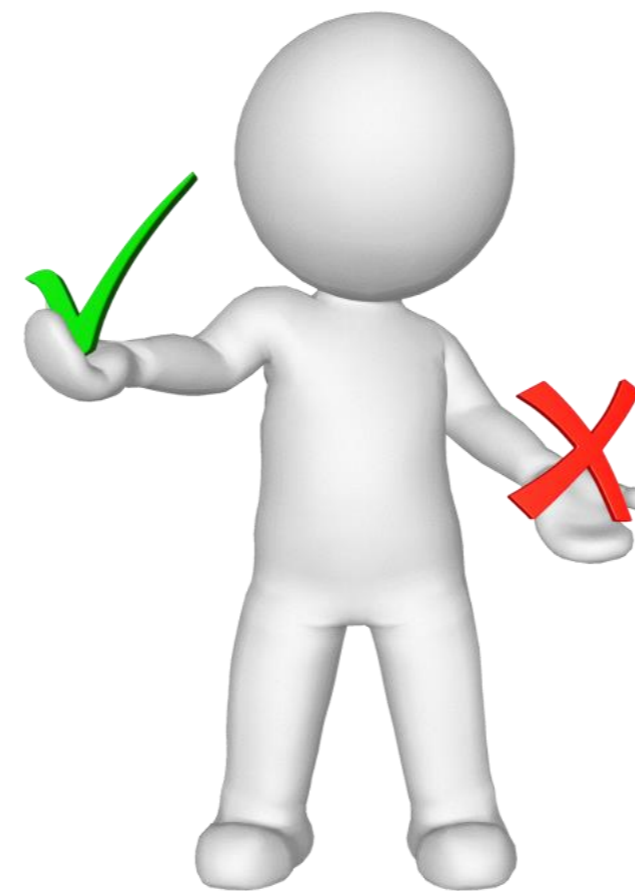
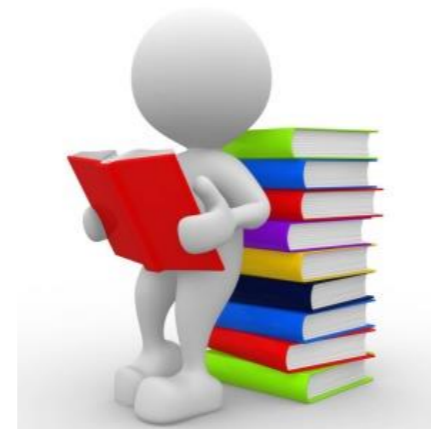


УПРАЖНЕНИЕ:

«Формулируем ИПР разных профессий»

ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ

получать



создавать



НАДСИСТЕМНЫЙ
Создавать
Рост

СИСТЕМНЫЙ
Создавать – Получать
Стагнация

ПОДСИСТЕМНЫЙ
Получать
Деградация





ПЕРЕРЫВ НА ОБЕД

40 МИНУТ



**ИНТЕРВЬЮ НА
ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ
ПОТЕНЦИАЛА И
ВОВЛЕЧЕННОСТИ**

ПОДГОТОВКА К ИНТЕРВЬЮ

(начинаем с оценки потока кандидатов)



- обязательные вопросы для интервью – **СТР. 13**
- первичные вопросы соискателю – **СТР.14**

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:



Введение в интервью – **СТР.15**

Объяснение процесса и ИПР

Пояснение на примере конкретной профессии

Задаем ситуационные задачи: ставим кандидата над процессом и задаем вопросы по измерению

ИТОГ: ПОНЯЛИ КТО ПЕРЕД НАМИ Р – П – С

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:



*Следующие вопросы будем задавать в зависимости от того, кто перед Вами
(**Результатник, Процессник, Статусник**)*

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

(вопрос для Результатника и Бытеля)



СТР. 20

Что было Вашим **ИПР** на последнем месте работы?

Что от Вас ожидалось в плане выполненной работы?

ЧТО БЫЛО ВАШИМ ИПР?



ОТВЕТ РЕЗУЛЬТАТНИКА:

Дает формулировку ИПР должности, в его ответе отсутствуют «действия».

Пример:

«Я был грузчиком на разгрузке автофур, привозящих товар в наш магазин. От меня ожидался - быстро разгруженный грузовик и расставленные без повреждения коробки с товаром».



ОТВЕТ ПРОЦЕССНИКА:

Не дает формулировки ИПР должности, говорит о том, что он «делал».

Пример:

«Я был грузчиком на разгрузке автофур, привозящих товар в наш магазин. Мой ИПР- эээ..., ну, разное приходилось делать..., машины разгружать, и товар раскладывать на складе, и на автокаре иногда приходилось ездить...»

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

(выясняем, как много кандидат производил или производит в настоящий момент на своем рабочем месте)



КАК ВЫ ЕГО ИЗМЕРЯЛИ

Пример:

«Знаете, я измерял свой ИТОГОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ тоннами и килограммами. Когда машина приходила, мы всегда знали общий вес груза».



СКОЛЬКО ВЫ ЕГО ПРОИЗВОДИЛИ

Пример:

«Я работал с напарником, в месяц мы на двоих разгружали минимум 125 тонн, рекорд наш с ним – 184 тонны за месяц».

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

Первый вопрос для Процессника



Если посмотреть на начало Вашей работы в компании и в конце - как изменились Ваши обязанности? **СТР. 22**

Низкий уровень желания работать:

«Да никак, как разгружал, так и разгружал.

Ничего не изменилось».

Высокий уровень желания работать:

«В начале я только отвечал за разгрузку простых машин. Через месяц мне доверили разгрузку спецтранспорта, через полгода мне доверили разгрузку автопогрузчиком, а через год я отвечал за раскладку товара и за всех грузчиков в смене»

ВАЖНО:



Обращать внимание на эмоциональное состояние кандидата во время интервью, а именно:

- на каких темах у него эмоции понижаются;
- на каких темах он повышается по эмоциональному тону.



АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ - СТР. 24

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

(дополнительные вопросы на уровень потенциала и вовлеченности)



Чему Вы научились на прошлом месте работы?

Какой вывод Вы сделали о прошлых местах работы?

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

(дополнительные вопросы на уровень потенциала и вовлеченности)



Чего бы не было ... если бы там не было Вас?

Какой след Вы оставили на ... месте работы?

Это сейчас продолжает работать/ применяться?

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

(дополнительные вопросы на уровень потенциала и вовлеченности)



Что можно было бы улучшить на предыдущем месте работы?

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

(дополнительные вопросы на уровень потенциала и вовлеченности)



Приведите пример работы, которую Вы делали по собственной инициативе?

В Ваш функционал эта работа не входила, Вам за это не платили, но Вы все равно это делали?

Приведите конкретный пример, пожалуйста!

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

(дополнительные вопросы на уровень потенциала и вовлеченности)



Какие задачи Вам ставило руководство?
(И как он их выполнил)

Какие задачи Вы ставите себе сами?

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

(дополнительные вопросы на уровень потенциала и вовлеченности)



Что бы произошло в компании, если бы Вас там не было (2 дня; 2 недели; 2 месяца)?

Насколько критично было бы обходиться без Вас длительное время?

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

(дополнительные вопросы на уровень потенциала и вовлеченности)



«Я вижу, что там были какие-то проблемы?

Что именно было не так? В чем могла быть Ваша ошибка?

Как это можно было бы улучшить?»

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

(дополнительные вопросы на уровень потенциала и вовлеченности)



Что в Вашей работе можно было бы сделать неправильно, чтобы создались проблемы?

А как Вы могли бы обнаружить и вычислить сотрудника, который что-то делает неправильно?

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

(дополнительные вопросы на уровень потенциала и вовлеченности)



Приведите пример сложной ситуации, которая требовала Вашего решения. Расскажите, как Вы ее решили?

АЛГОРИТМ ИНТЕРВЬЮ:

(дополнительные вопросы на уровень потенциала и вовлеченности)



Кто был Вашим непосредственным руководителем?
Кому Вы отчитывались на ... месте работы?
Кто может подтвердить все, что Вы рассказали?
Оставьте номер его телефона, чтобы мы могли
навести справки.

ЧТО МЫ ОЦЕНИВАЕМ В ИТОГЕ ИНТЕРВЬЮ?:



1. Определяем уровень **ПОТЕНЦИАЛА** кандидата
(высокий, выше среднего, средний, ниже среднего)
2. Определяем уровень вовлеченности
(зеленый, желтый, красный)
3. Сопоставляем опыт, навыки кандидата и корпоративные правила прошлых мест работы кандидата с нашей компанией и с нашими правилами и требованиями

ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ КАНДИДАТ ЕЩЕ НИГДЕ НЕ РАБОТАЛ?

Ищите у него достижения, которыми он гордится. При этом следите за тем, что называемые им достижения находятся именно на линии «производства».

«Я построил дом своими руками» — это будет иметь смысл.

«Я посетили с родителями 15 стран в свои 18 лет» — это не то достижение, которое интересовало бы нас с точки зрения оценки кандидата при найме.



ТРЕНИРОВКИ



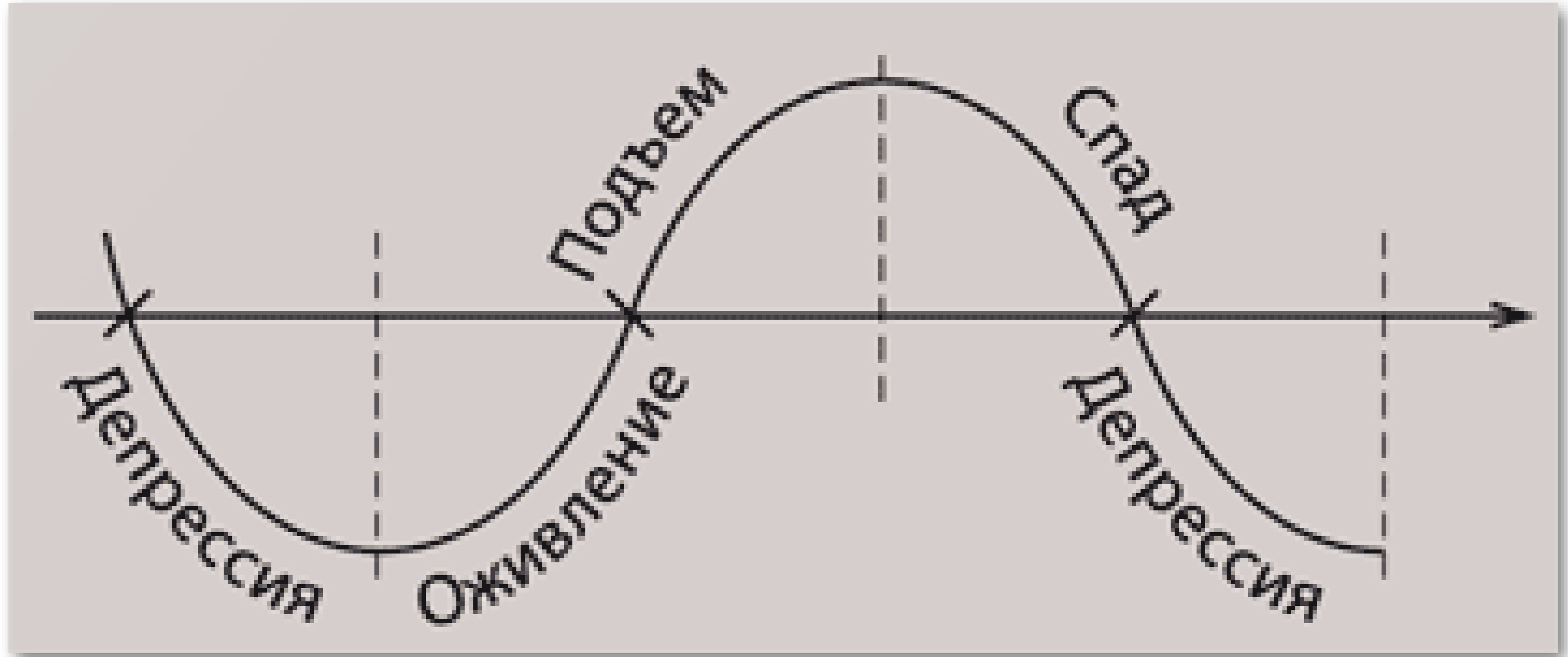
РАЗЛИЧИЯ ПОКОЛЕНИЙ: рецепты взаимодействия

В начале 90-х Хоув и Штраус сформулировали «ТЕОРИЮ ПОКОЛЕНИЙ»:

люди близкой возрастной группы, которые росли в сходных исторических условиях (ситуация в экономике, политике, кризисы, технологическое развитие общества и пр.), во многом похожи своим мировоззрением, набором ценностей, убеждений, отношения к окружающим, деньгам, труду, роскоши, подходу к решению проблем, стилем потребления.



ЦИКЛИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ



Поколение «X»

(условно
рождённые
с 1963 по 1983 г.)



Поколение «Х»

«Дети с ключом на шее»



Поколение «У»
(1984 – 1995)



Поколение «У»



Миллениалы — «поколение социальных сетей»

Поколение «Z»
(после 1995)

«цифровое
поколение»,
«домоседы»



Поколение X

Наиболее привлекательные профессии	Ценности	Потребности
<p>«золотая кадровая группа», (топ-менеджеры, собственники бизнеса, преподаватели, инженеры, переводчики, дипломаты, госслужащие, политики, продавцы элитных продуктов) Нравится идея быть предпринимателем.</p>	<ul style="list-style-type: none">- высокий уровень жизни для себя и детей, материальные блага;- вертикальная карьера, имидж;- «это нужно компании»;- возможность выбора;- уверенность в завтрашнем дне, стабильность, самодостаточность, надёжность;- конкурентоспособность, актуальные знания, саморазвитие;- «работать, чтобы жить»;- иерархия, организационная структура, порядок;	<ul style="list-style-type: none">- достойное материальное вознаграждение;- карьерный рост;- обучение с официальными сертификатами и дипломами;- установление полезных связей;- статус в коллективе, признание заслуг;- четкое понимание зоны ответственности;- уважение к иерархии;- ощущение себя полезным

Поколение Y

Наиболее привлекательные профессии	Ценности	Потребности
<p>Стартаперы, дизайнеры, модели, журналисты, арт-директоры, PR- и HR-менеджеры, маркетологи, фотографы, рекламщики, IT-специалисты, продавцы не элитных товаров, менеджеры среднего звена, путешественники, телеведущие, ресторанные критики. Нравится идея быть предпринимателем.</p>	<ul style="list-style-type: none">- творчество, самовыражение, свобода;- «весь мир у наших ног», интеграция в общемировое пространство;- мечта о «великом стартапе»;- заниматься любимым делом, идти за мечтой;- баланс в работе и личной жизни, комфорт;- «жить одним днём», «здесь и сейчас», «взять всё и сегодня»;- саморазвитие и самосовершенствование;- бренды и мода;- есть кумиры;	<ul style="list-style-type: none">- личная свобода и независимость;- найти своё место, а не «просто работу»;- социальное признание, хотят работать на себя, быть узнаваемыми;- мыслят масштабно, изначально рассматривают все проекты как выходящие за пределы страны, дух «бизнес-прорыва», быстрого успеха;- гибкий рабочий график большее преимущество, чем высокая зарплата;- «поколение трофеев», «побеждает дружба», что должно проявляться и в корпоративной культуре;- хотят большего участия в принятии решений, любят нестандартные задачи, творчество на рабочем месте;- время на занятие любимым делом, «на себя», лайф-баланс;- креативность, «продвинутость» компании;- руководитель-коуч, с которым можно общаться «на короткой ноге»;- возможность путешествовать, работать за границей, обмен культур;- хотят быть модными

Поколение Y

Наиболее привлекательные профессии	Ценности	Потребности
<p>SMM-специалист, блогер, руководители контент-отделов, медиа-персоны, разработчики и тестировщики компьютерных игр, интернет-предприниматели, люди искусства, биотехнологи, экологи, робототехники. Предпочли бы быть наёмными сотрудниками в международной компании.</p>	<ul style="list-style-type: none">- собственная уникальность, новаторство;- идея «спасти мир», восприятие мира с энтузиазмом;- забота об окружающей среде;- работа – лишь один из аспектов жизни;- «это нужно лично ему»;- фанаты гаджетов и соцсетей, при помощи которых они познают мир и общаются;- геймеры;- доступность информации и развитие цифровых технологий;- «представители мира», любят путешествовать и комфортно чувствуют себя в любой стране, живут «здесь и сейчас»;- личные увлечения, оптимизм, легкость;- выстроенные личные бренды;- самообразование	<ul style="list-style-type: none">- комфорт и «тихое счастье»;- самостоятельно зарабатывать деньги как можно раньше;- хобби как основной источник дохода;- стремятся изменить мир и принимают решение о трудоустройстве с учётом отношения компании к обществу, этичности и полезности продукта;- предпочитают инвестировать время и средства в свое развитие и образование крупным покупкам;- сохранение внутреннего мира от несанкционированного вторжения, сохранение анонимности, отсутствие тотального контроля, безопасность;- возможность заниматься своими делами на рабочем месте;- постоянно ищет источник вдохновения и мотивации;- отсутствие жесткой иерархии;- любит побеждать;- возможность саморазвития.

СТРАХИ ПОКОЛЕНИЙ:

X	Y	Z
<ul style="list-style-type: none">- потерять хорошую работу;- прекращение карьерного роста;- большая переменная часть оклада;- отсутствие понятной системы субординации	<ul style="list-style-type: none">- работа не оставляет времени на личную жизнь;- вообще ничего не достичь в жизни;- бюрократия и непонятные, но обязательные для исполнения правила	<ul style="list-style-type: none">- он недостаточно быстро продвигается и не в том направлении;- несогласованное вторжение в личное пространство;- монотонность;- экологические катастрофы;- негативные экономические процессы;- напористый и агрессивный стиль общения

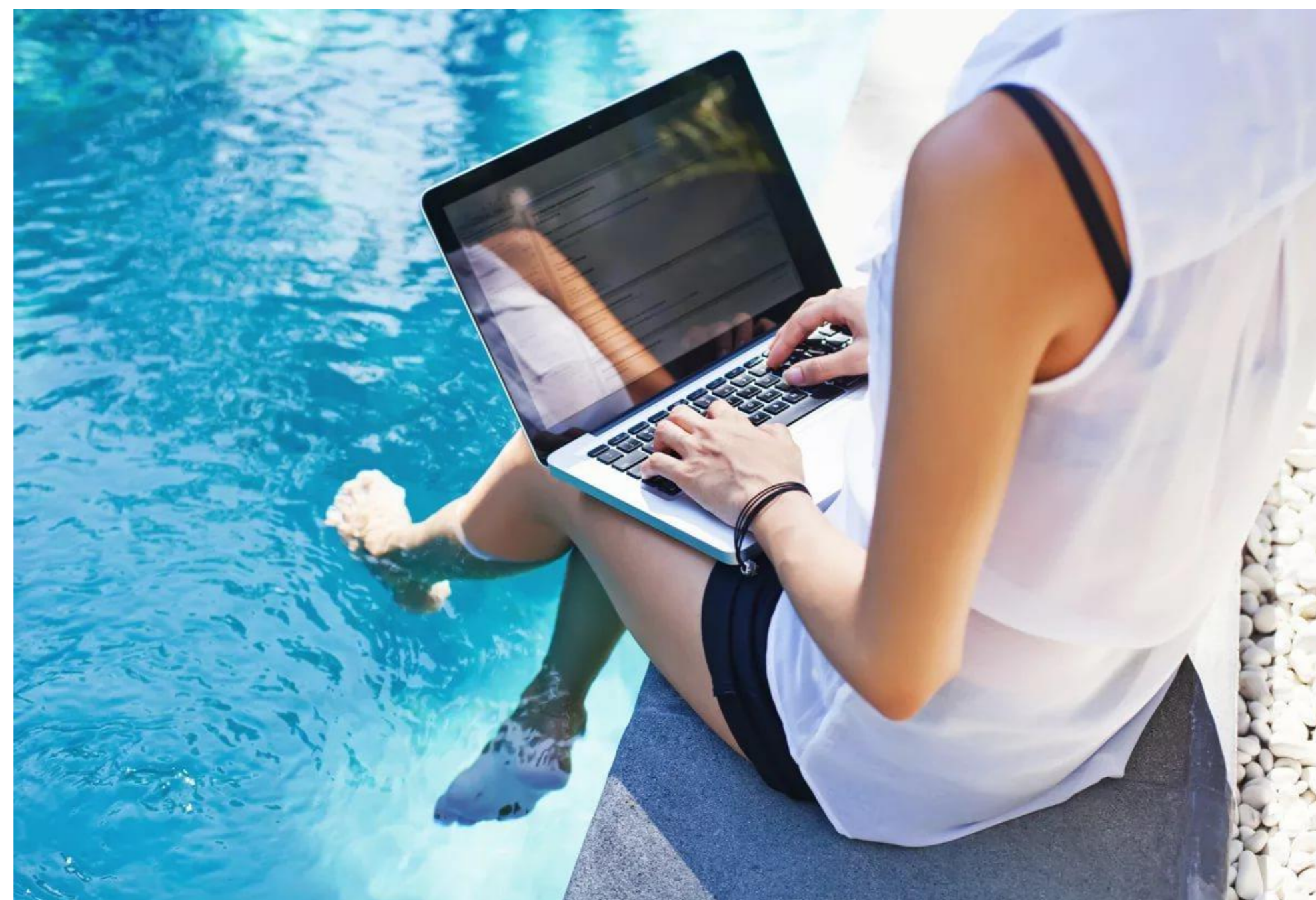
ЧТО НАПИСАТЬ В ОБЪЯВЛЕНИИ:

Поколение У



ЧТО НАПИСАТЬ В ОБЪЯВЛЕНИИ:

Поколение X



ЧТО НАПИСАТЬ В ОБЪЯВЛЕНИИ:

Поколение Z



Если объявление «не то», то и ловим «не тех».

Каждый опытный рыбак знает, на какую рыбу идёт и какую наживку ей предложить.



Самое важное – правильно определить свою целевую аудиторию и обратиться именно к ней.

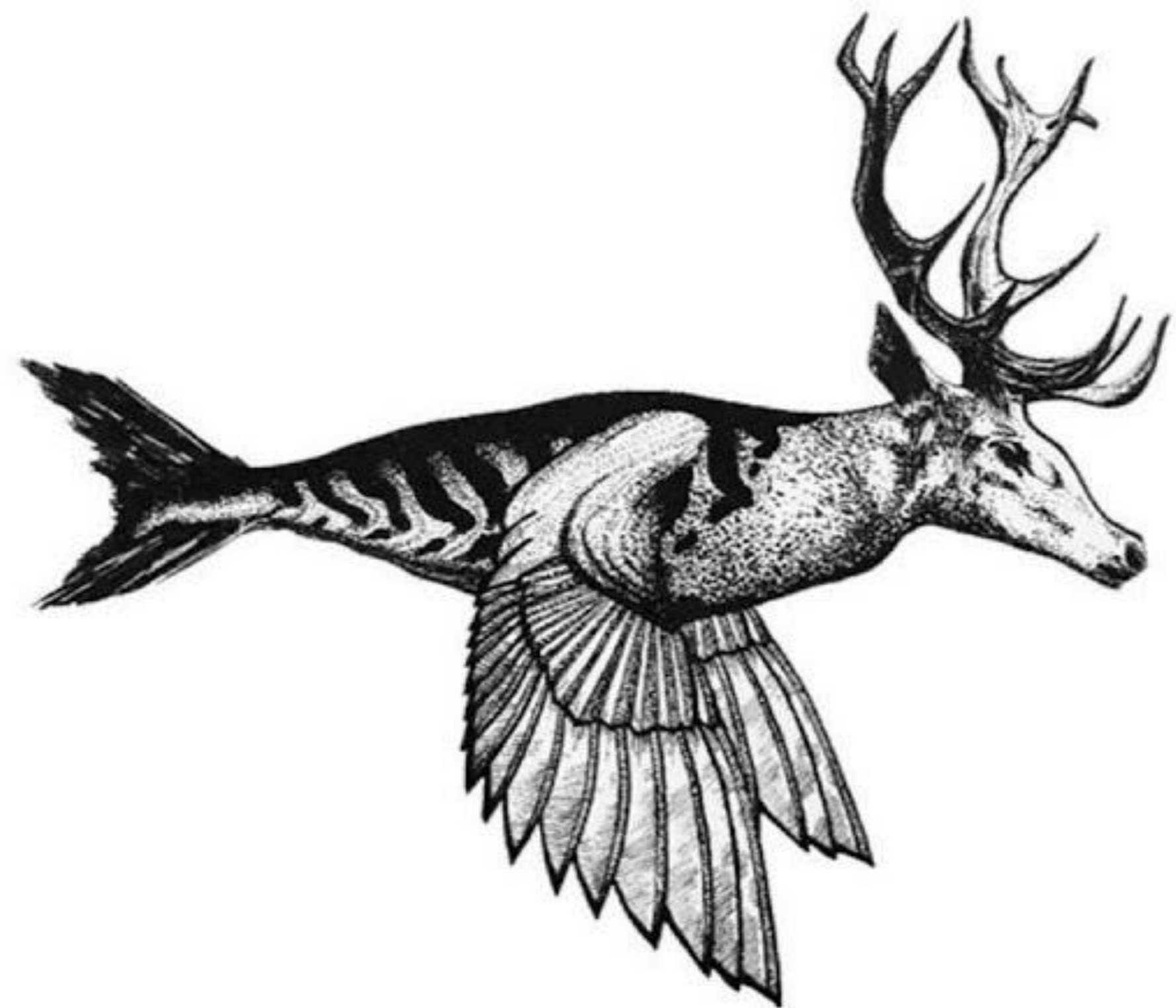


1: ОПРЕДЕЛИТЕСЬ ТОЧНО, КТО НУЖЕН

Составьте портрет «своего» кандидата.

Во многих компаниях этот шаг отсутствует или делается формально. Правильная постановка задачи – это минимум половина успеха.





БЕЗ ВНЯТНОГО ТЗ – РЕЗУЛЬТАТ ХЗ

ОСНОВНАЯ ЗАДАЧА НАШЕГО ОБЪЯВЛЕНИЯ:

**нужный нам кандидат
должен увидеть в нем
себя и свои карьерные
мечты!**



ЛУЧШЕ СПРОСИТЕ!

Ориентируйтесь на
своих лучших
сотрудников.



ЗДРАВОО ОЦЕНИТЕ РЕАЛЬНОСТЬ ВАШИХ ЗАПРОСОВ:

**Такой человек точно
существует?**

**Ваше предложение ему
«в рынке»?**



ОЧЕНЬ ВАЖНО ВСЕГДА ПОМНИТЬ ПРО ПОТОКИ



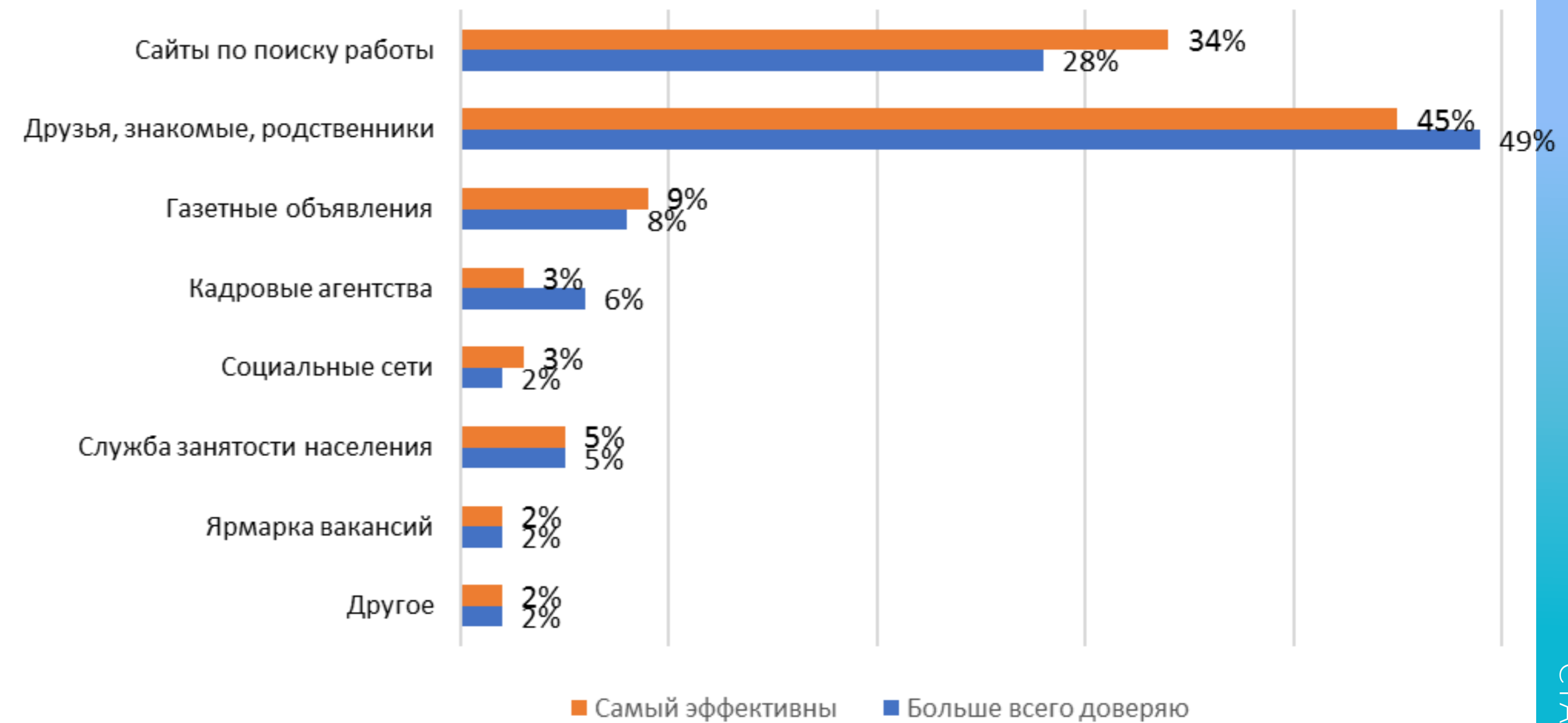
ГДЕ ИЩУТ РАБОТУ СОИСКАТЕЛИ?



К каким источникам вы обращались при поиске работы



Какие источники вы считаете наиболее эффективными





Грузчик, каменщик , слесарь-сантехник скорее увидят объявление о вакансии в газете, в лифте, на доске объявлений около остановки, в маршрутке...



Ищите уборщицу через расклейку объявлений вблизи вашей компании.

Вряд ли надолго задержится сотрудница, которая будет ездить с другого конца города.



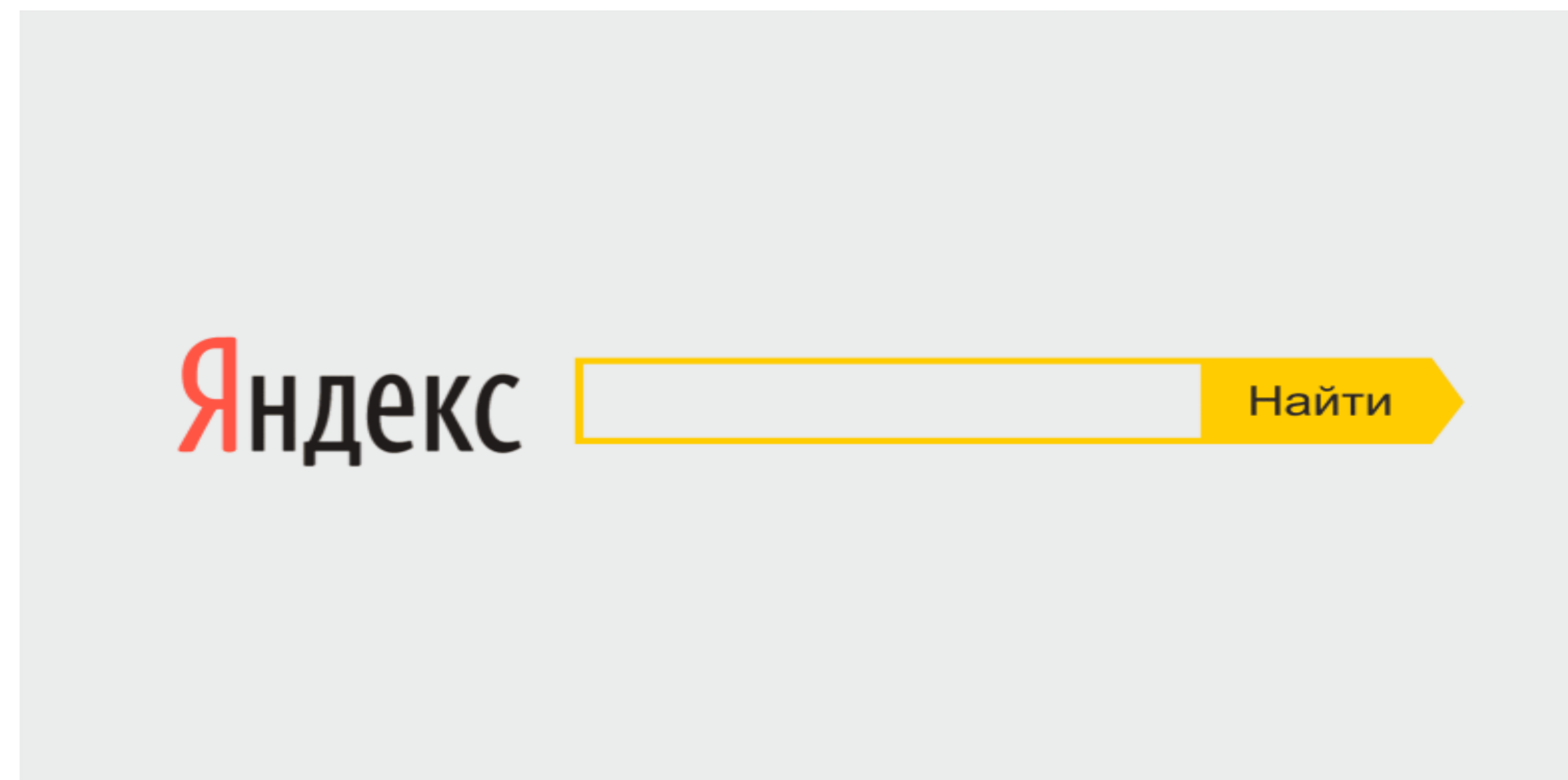
Вам нужны временные сотрудники с частичной занятостью?

Обращайтесь напрямую в ВУЗы.



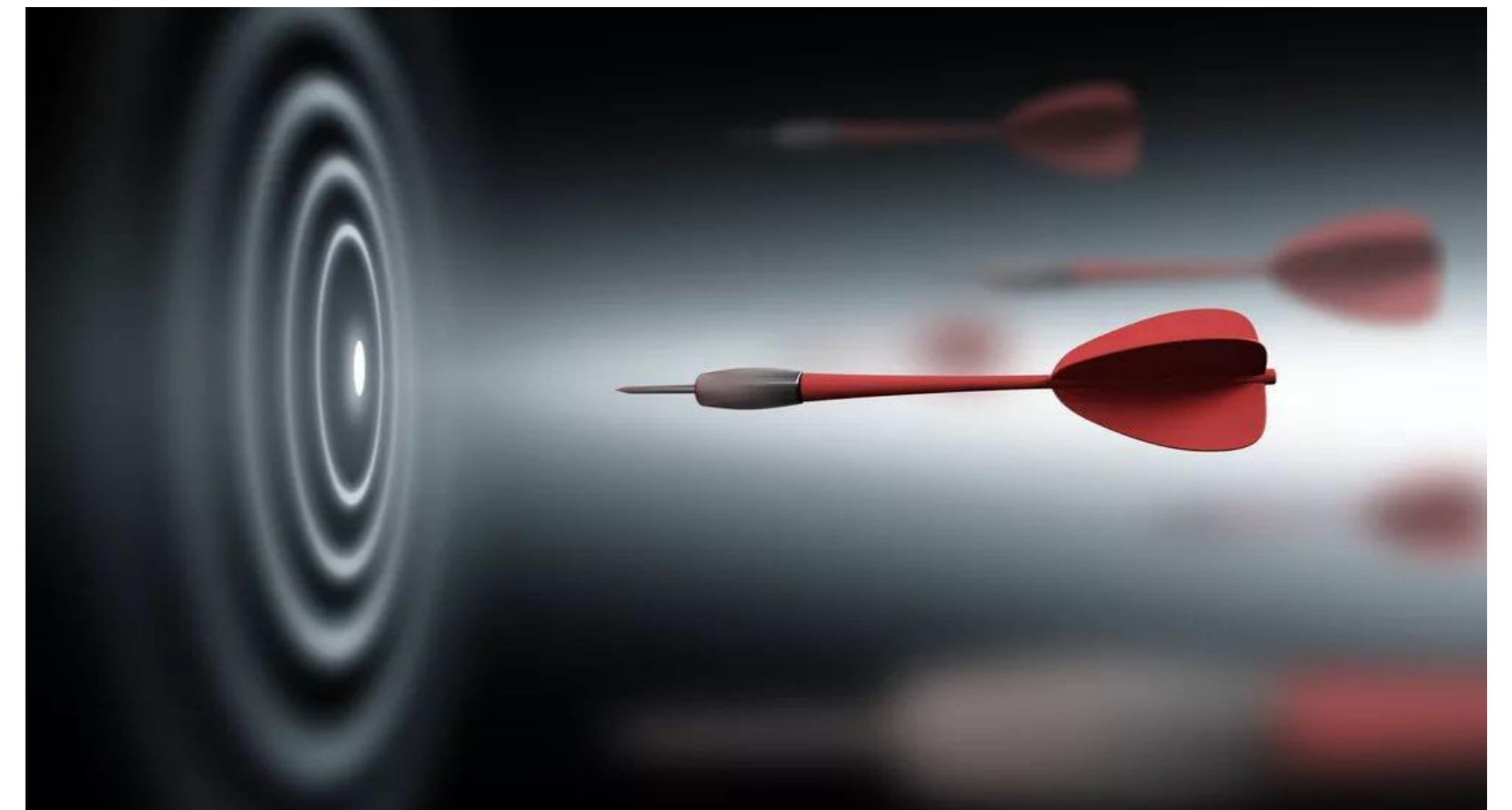
ОПТИМИЗИРУЙТЕ ВАКАНСИЮ ДЛЯ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ

Некоторые люди ищут работу, не заходя на «работные» сайты, а напрямую через поисковые системы, вводя в окно поиска что-нибудь типа «Работа юрист Гомель». Предусмотрите это.



ПРОДУМАЙТЕ ПРЕЗЕНТАЦИЮ ДЛЯ СВОЕЙ КОМПАНИИ

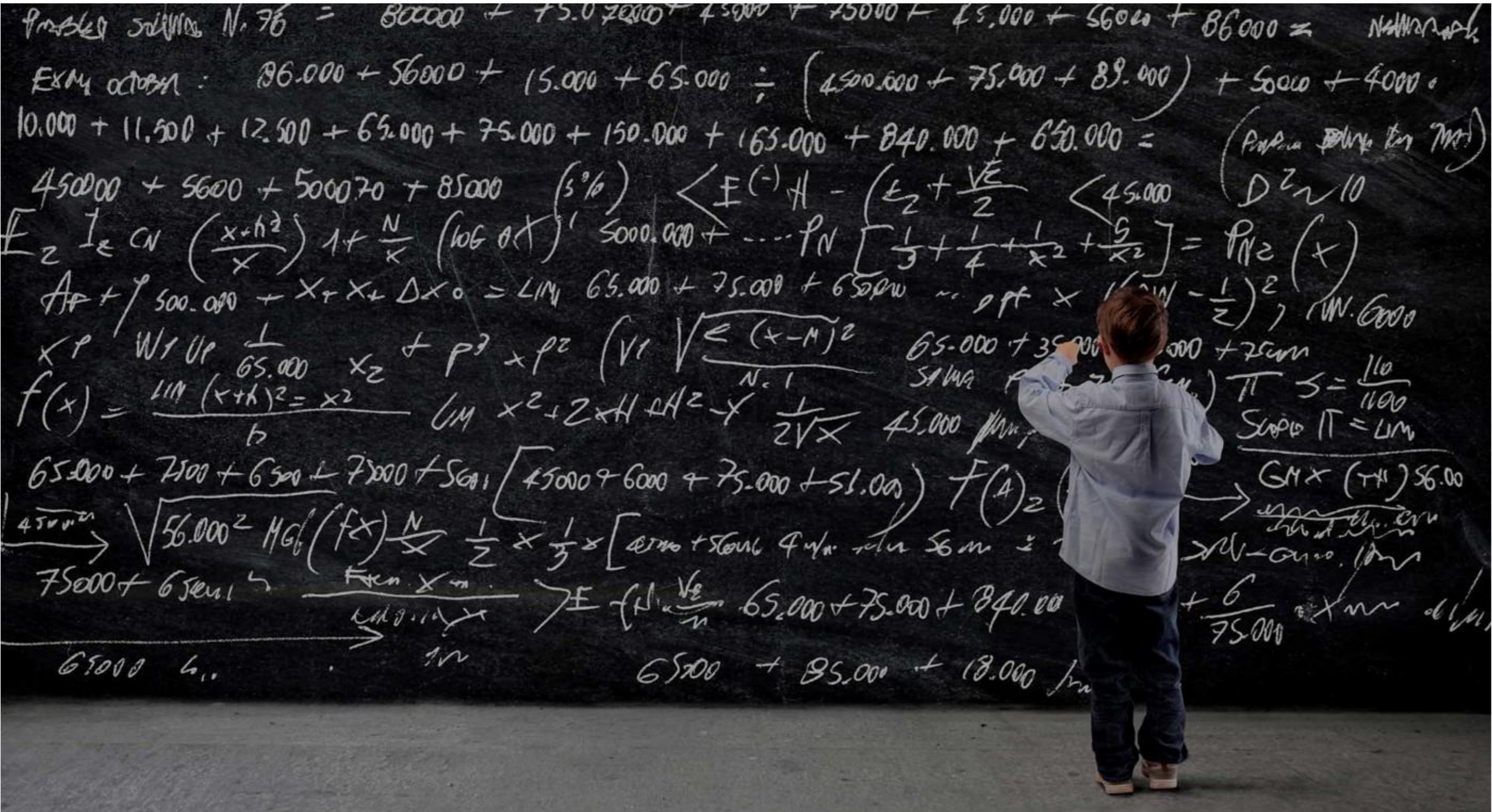
- выросли от 5 до 50 сотрудников всего за 2 года
- захватили почти 40% рынка строительных материалов в нашем регионе
- за последние 3 года мы открыли 8 новых магазинов по всей Беларуси
- угощали завтраками Басту, Игоря Манна и Анастасию Волочкову
- - наша техника работает на Островецкой АЭС и на Северном Полюсе.



В описании компании укажите ее объективные преимущества (*является эксклюзивным дистрибьютором, первым поставщиком, международная и пр.*)



ПРОДУКТИВНЫЕ (С ВЫСОКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ) ЛЮДИ ЛЮБЯТ ВЫЗОВЫ И СЛОЖНЫЕ ЗАДАЧИ



ВЫЗОВ!
ПРИНЯТ!

ОЦЕНИТЕ ПОПУЛЯРНОСТЬ ВАКАНСИИ

Очень популярная

(кладовщик, секретарь)

Непопулярная

(менеджер по продажам на минимальный
стабильный оклад; доктор в сельскую
местность)

Не очень популярная
(технолог, инженер)

Если откликов на объявление очень много – ужесточаем требования.

Если вакансия специфичная, не популярная, и вызов не принесет результата, то акцент в объявлениях нужно делать на инструменты работы этого сотрудника.

Например, для вакансии уборщицы это может быть фраза:

«В работе используется современное легкое оборудование и фирменные моющие средства, не вызывающие аллергии».



СМЯГЧИТЕ ФОРМАЛИЗМ ВАКАНСИИ!

Замените:

- «обязанности» на «задачи»,
- «условия» на «мы предлагаем» или «у нас вы получите/найдете»,
- «требования» на «мы ждем от соискателя».

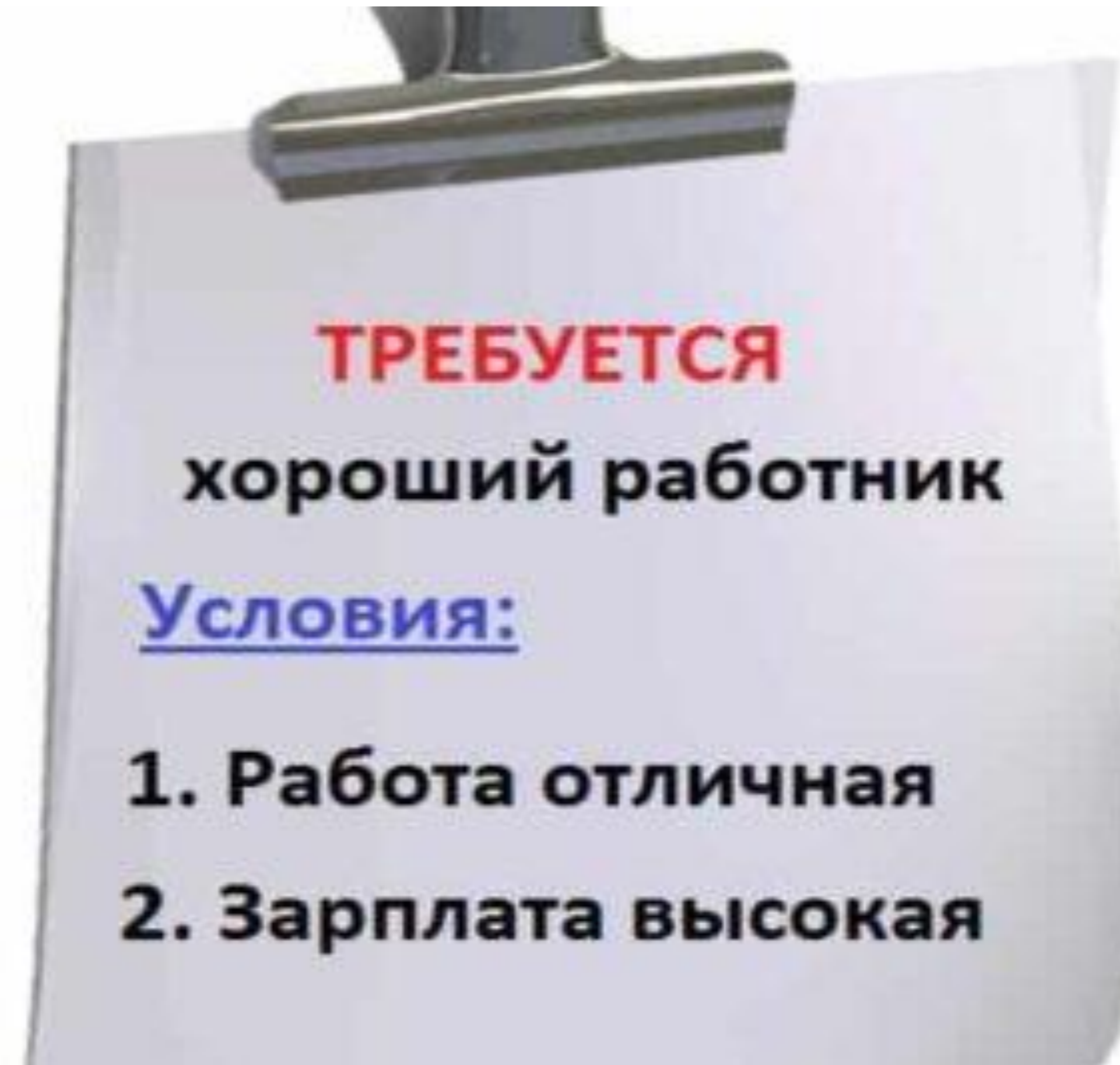


Более привлекательный и располагающий –
текст с обращением к первому лицу

Посмотрите, каких резюме на данном сайте больше, например, «менеджеров по продажам», «специалистов по продажам», «продавцов», «менеджеров по работе с клиентами»?

The screenshot shows the hh.ru website interface. At the top, there is a search bar with the text 'менеджер по продажам' and a 'Найти' button. Below the search bar, there are navigation links: 'Ищу работу', 'Ищу сотрудников', 'Помощь', 'Компании', 'Проекты', and 'Войти'. The main heading indicates '1 041 вакансия «менеджер по продажам»'. On the left side, there are filters for 'Регион' (Москва), 'Соседние города' (Mytitsy, Podolsk, etc.), 'Метро' (Tagansko-Krasnopresnenskaya, etc.), 'Зарплата' (from 165,000 rubles), and 'Профобласть' (Sales, etc.). The main content area shows a job listing for 'Менеджер по работе с клиентами медицинского центра' with a salary range of 60,000-247,500 rubles. Below the listing, there are suggestions for other search terms like 'оптовые продажи' and 'менеджер по продажам оборудования'. At the bottom, there is a pagination bar with buttons for 'В начало' and page numbers 48, 49, 50, 51, 52, 53.

Минимум информации о работодателе для соискателя = «лохотрон»



НЕ ПЕРЕУСЕРДСТВУЙТЕ СО СПИСКОМ ФУНКЦИЙ!



ПОКАЖИТЕ ДЕНЬГИ!

- Зарплата по результатам собеседования (если вы не всемирно известная компания мечты);
- Зарплата договорная;
- Достойная оплата труда;
- «Оклад + процент» (без конкретных цифр);
- Слишком большая «вилка» (500 – 10 000 рублей)



НЕ ПИШИТЕ:

*оклад 600 руб + % от выручки + премия,
надеясь потом разъяснить, что совокупный доход в сезон доходит
до 2500 руб.*

ПИШИТЕ среднюю зарплату, которая будет получаться на
выходе:

*Средний доход – 1400 руб. Составит из окладной части, премии и
бонуса с продаж.*

КОНТРОЛЬНЫЙ ЧЕК-ЛИСТ ПО СОСТАВЛЕНИЮ ОБЪЯВЛЕНИЯ – СТР. 35

- 1** **Позиционирование компании**
Факты, цифры масштаба, конкретика, стало интересно соискателю читать дальше?
- 2** Приглашаем (вакансия) ... срок
- 3** **Результатник вызов и ИПР...**
Например: (докажи!) завоюй новый регион и затем возглавишь его; добейся 3-х кратного увеличения и стань руководителем отдела...
- 4** **Процессник много работы ...**
Например: нужно не только отвечать на звонки, но и встречать клиентов в офисе (до 10 клиентов в день), размещать информацию в соцсетях и тесно работать с производством по выпускаемому ассортименту....
- 5** **Функционал** (четко перечислить обязанности, показать в цифровом количестве)
- 6** **Что предлагает компания**
Ваш исходящий поток, начиная с «нравится работа»: про оборудованное рабочее место; затем «личная выгода», в конце «деньги и социальные гарантии»
- 7** **Пометка в конце:** Ждем Ваше резюме с пометкой «Сталкерам»

Как сделать так, чтобы
сотрудники **РЕШАЛИ ПРОБЛЕМЫ**
САМОСТОЯТЕЛЬНО,
а не приходили к вам за
решением этих проблем?

Практикум «НА КОГО ИЗ СОТРУДНИКОВ ДЕЛАТЬ СТАВКИ?»



СИСТЕМА «ТЕРЕМОК»

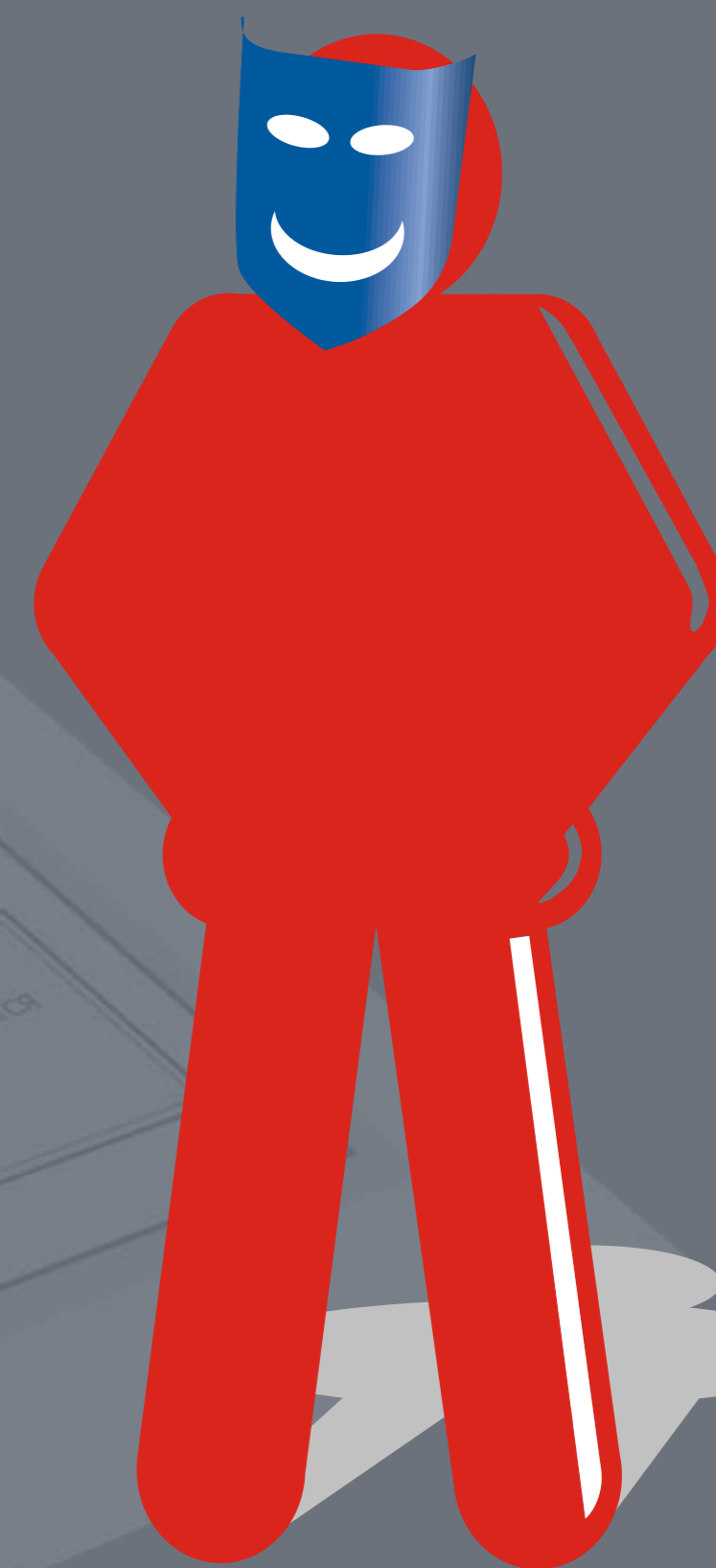
- Определим реальное ядро команды
- Определим уровень вовлеченности существующей команды
- Изучим методы повышения вовлеченности персонала;
- Разберем модель, при которой руководитель освобождает свое время и внимание, а команда работает самостоятельно и ответственно без его прямого участия

ЗАПИСАТЬСЯ



ДИАГНОСТИКА (АУДИТ) СОТРУДНИКОВ

(анкетирование и тестирование персонала на определение их уровня потенциала и вовлеченности)



ЗАПИСАТЬСЯ



Практикум «Пошаговое введение в должность»»



Правильные действия на этапе
адаптации сотрудников

[ЗАПИСАТЬСЯ](#)



- Потратили силы, время и ресурсы на наем и затем потеряли сотрудника на вводе в должность?
- Устали от однообразных действий при вводе сотрудника в должность и хотели бы этот процесс автоматизировать?
- Непонятно как оценить сотрудника на этапе адаптации?
- НАДОЕЛО делать вышеперечисленные ошибки? Приходи на практикум!



Полезную информацию и фото после встречи, а также расписание наших мероприятий Вы получите на электронную почту.

Пожалуйста, заполните регистрационную форму и опросный лист!

ЭТО ОЧЕНЬ ВАЖНО ДЛЯ НАС

СПАСИБО!

Сотрудничая с нами сегодня,
Вы можете быть более уверенным
в завтрашнем дне

