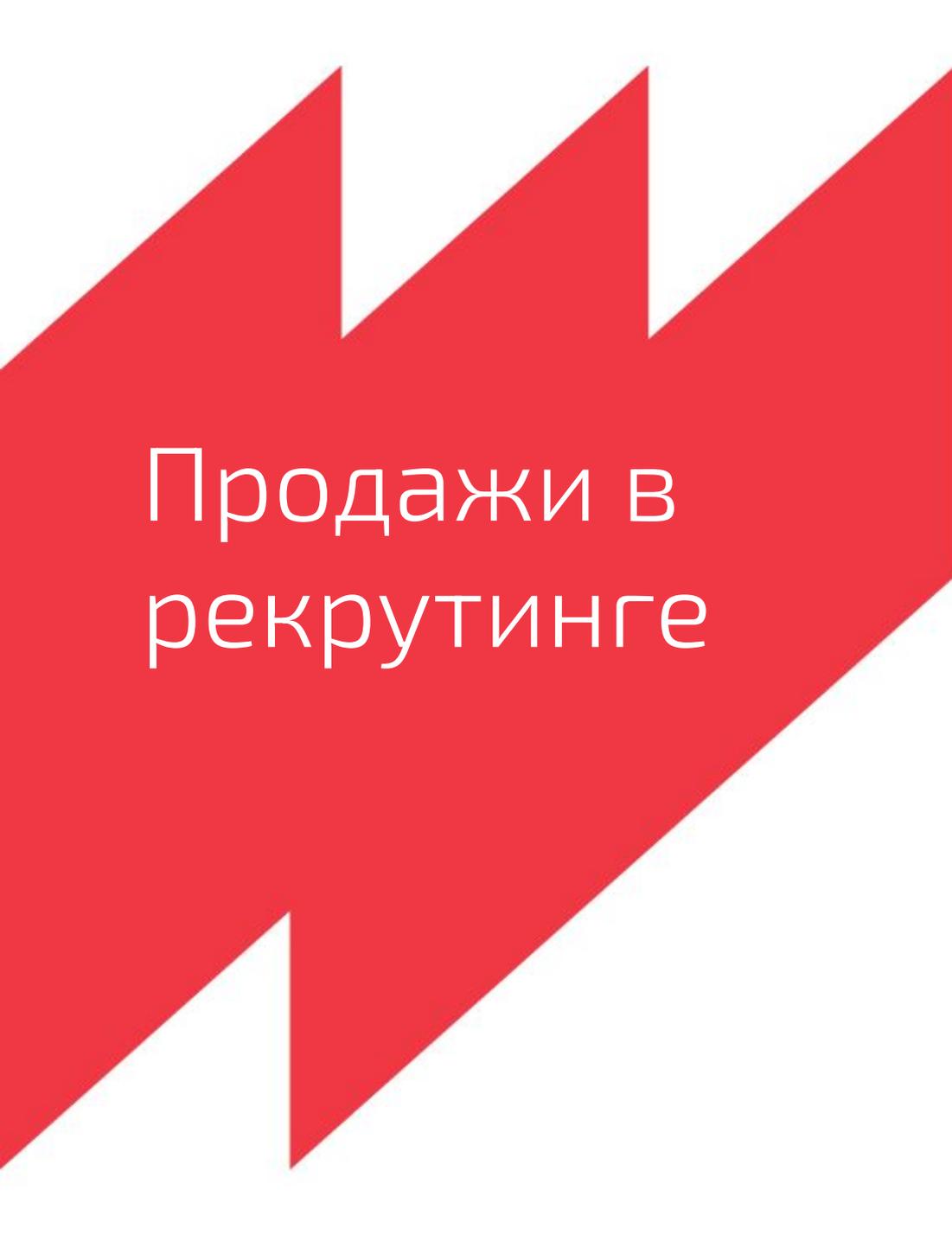




WHITE
SALES

A large red graphic on the left side of the slide, consisting of three overlapping, jagged arrow shapes pointing to the right. The text is centered within the middle arrow.

Продажи в
рекрутинге



Рекрутинг –
это всегда
продажа 😊

Мы продаем:

Специалисту - работу

Заказчику (руководителю отдела, компании) -
сотрудника

Плохой продавец – «парит»

*Хороший – помогает решить
задачу*

Признаки, что Вам «парят»:

- «холодный» звонок, когда Вас не знают и не ждут – звонящий хочет «понравиться»
- Преждевременная презентация «продукта» (вакансии) – угадываем, что человеку надо
- Клиент возражает – не уточняет условия, не детализирует проект, а «не хочет», ему «не интересно» и т.д.

Почему белые продажи?

Доверие. Не обманывать

Рекомендации. Без холодных звонков

Ценность. Брать и отдавать

Продавать «по-белому» –

- **Не звонить «по-холодному» - определяем: это.**

- кто, откуда и почему нам нужен,
- кто нас может свести с нужным человеком (без долгих объяснений почему и «перекладывания» ответственности),
- Узнаем у рекомендованных нам людей, как у них дела в компании, как набирают, кого ищут, как - Не Хантим!!
- Используем нужные критерии (компании, отрасли) для ресечинга на рабочих сайтах среди тех, кто уже выложил резюме,
- Составляем вакансию под необходимые группы людей и сбора лидов (а для этого надо определить наши сильные позиции, обсудить их с заказчиком).

А как Вам ставят задачу по поиску специалиста?

- Кого ищем?
- Что проверяем?
- Что ожидаем?
- Что даем кандидату?



Бриф – ТЗ для рекрутинга

*Прежде, чем начать
поиск, надо
определить, а что же
мы ищем 😊*

Заполняем бриф с

заказчиком:

Наш продукт: что в нем особенного, для кого он, какие задачи решает.

- Ситуация и Задача: какую задачу должен решить человек (сроки, как он ее будет решать – пошаговость действий, что должен сделать)
- Откуда подойдут специалисты? Какой опыт у них должен быть? – отрасли, компании, где обитает тот, кто нам нужен
- Портрет кандидата:
 - какие качества нужны, что первостепенно, что желательно,
 - критерии, которые будут показывать, что нужные качества есть у кандидата,
 - чему можно обучиться, а что должно быть «на старте»
 - Как какие качества проверяем? (на собеседовании, на этапе заданий, на этапе ИС)
- Ожидания от работы человека на ИС
- Что мы можем такому кандидату предложить? Почему он перейдет к нам?
 - адекватность запроса и условий, которые даем

(в особенности важно для тех, кого

Влюбитесь в вакансию,
прежде, чем начать
зарывать ее! 😊

Love is...



Уникальный продукт не
может быть уникальным
для ВСЕХ

Этапность

1. Определение системы работы, кого ищем (брифинг)

- *Наши сильные и слабые стороны продукта и системы продаж,*
- *Система продаж,*
- *«Портрет» кандидата, обязательные и желательные качества,*
- *Откуда люди подойдут – отрасли*
- *Как и за что платим,*

2. Маркетинг вакансии

- *Составляем вакансию (можно несколько под разные «портреты»)*
- *Размещаем на источниках поиска*

3. Проведение первых собеседований

- *Знакомство,*
- *Продажа компании,*
- *Проверка кандидата (в лояльной обстановке 😊),*

4. Кейс

5. Второе (третье) собеседования

- *Конкретное обсуждение действий*

6. Проверка рекомендаций

7. Job-offer

8. Адаптация

- *Чего ожидаете от человека в первый, второй месяцы, действия.*
- *Обучение в White Sales School продажам 😊*

Где искать?

«Доски»: rabota.ua, work.ua, hh.ua

Соц. сети: FB - личный профиль, страница компании, группы по поиску работы

Друзья - рекомендации из нужных сфер

Резюме – 20%

инфо



*Тут также не видны личные
качества 😊*

Встречайтесь с кандидатами



Продавайте Вашу компанию!

НЕТ:

- *Стресс-интервью,*
- *Длинным тестам перед разговором,*
- *Личным вопросам перед тем без «контакта»*

Продажа нас кандидату

- И проверяем его.
- И выявляем его потребности.
- Говорим, как мы их можем закрыть
- Оцениваем риски: *насколько подходит нам, какие предложения рассматривает, сроки, приоритеты среди предложений, почему*



СПАСИБО!

Людмила Яроменко

ludmila@wss.org.ua