

המדריך המלא

לגיוס איש מכירות אינטגרטיבי

מאת נמרוד הבדלה



חשוב:

המדריך שלפניכם הוא **חלק (קטן) מבניית תיק מכירות** יישום שלו בעסק, יכול להיות שווה מאות אלפי שקלים עד מליוני שקלים בשנה.

כמו לדוגמה ניצה יצחק, שגיוס איש מכירות מדוייק, בהתאם למה שמוסבר במדריך, עזר לה להגדיל את ההכנסות ב-1.8 מיליון ש"ח בשנה בממוצע. ובכ-10.8 מיליון ש"ח ב-6 השנים האחרונות מאז גויס איש המכירות.

לצפיה בסיפור של ניצה יצחק:



תהליך גיוס

קווים ודגשים לתהליך הגיוס

שלבי הגיוס הם:

1. **אפיין המשרה** - מערכות שיש לתפעל, סוג השיחות (אקטיביות, פאסיביות, שימור וכו')
2. **אפיין המועמד** - מי הבנאדם, איזה יכולות, מי האוטר שלנו
3. **פירסום ויצירת קו"חים** - באחריות מנהל/ת האדמינסטרציה או בעל העסק
4. **סינון קו"חים + ראיונות טלפונים** - ע"י בעל העסק או מגייס/ת
5. **ראיונות פרונטלים/זום** - מנהל המכירות או בעל העסק בלבד

מקומות ליפול בהם בגיוסים לא נכונים:

1. **להתאים את התפקיד לאדם** - במקום לבחור את האדם המתאים לתפקיד
2. **לקחת איש מכירות שמתאים לתפקיד** - אבל לא מתאים למכירת המוצר הספציפי הזה

ההבדל של איש מכירות מדוייק - יכול להיות **מאות אלפי שקלים ומעלה בשנה**.

עסקים גדולים נשענים על תשתיות
עסקים קטנים נשענים על האנשים שלהם

פירוט שלבי הגיוס

1. אפיין המשרה -

בשלב זה נשב ונאפיין את כל מה שהמשרה כוללת.

האם היא כוללת:

- עדכון בCRM

- עבודה מול מערכות (המצריכות ידע או ניסיון מקדים)

- האם אלו שיחות מכירה אקטיביות (מוציא) או שיחות פאסיביות (מקבל) - אלו יכולות שונות בגיוס

- האם תהליך המכירה הוא ייעוצי, שנובע משירות - או תהליך מכירה פשוט לדוגמה קביעת פגישה

סגמנטים שונים של אנשי מכירות

יועץ	איש מקצוע	נותן שירות	סיילר פוש	סיילר פול
בעל ידע לעשות מכירה מקצועית	מאמן/קוסמטיקאית /אדריכל. מעמדי מכירה בהם יתכן ואיש המכירות ישתלב גם בתהליך לאחר מכן.	מטפל בפניות נכנסות של לקוחות קיימים או חמים מאוד ומציע אפסיליים ושירותים.	מבצע מכירות פוש יזומות לדאטה קר	חוזר ללידים חמים לקדם מבצע/עסקה/קביעת פגישה



2. איפיון המועמד

בשלב זה נכתוב בפירוט ככל הניתן מי האוטר שלנו

בהתאם ל3 צירים-

- ציר בינאישי

- ציר מקצועי

- ציר ניסיון

ננסה לפרט מיהו הדמות אותה אנחנו מחפשים ואפילו מהו "סיפור חייו"
האם זה בנאדם שהוא מוקדן, ואין לו עניין להתקדם בתפקידים, וזה מה שהוא רוצה להיות בחייו?
יש תפקידים שבהם כן, נרצה מועמד כזה
יש צוותי מכירות שנרצה בהם אנשים שיהיו כמה שיותר זמן בתפקיד,
לאו דווקא שירצו להתקדם לתפקידי ניהול.
יש צוותי מכירות שבהכרח נגייס אנשים שהסיפור הפנימי שלהם זה צמיחה והתפתחות.

נכתוב מה היכולת שלהם, מה היכולת הורבלית
ואפילו נכתוב לפעמים מה הIQ שהייתי רוצה שיהיה להם.

אם רוצים מישהו לפס יצור שיהיה בו הרבה זמן, לפעמים IQ גבוה יצור תסכול,
לעומת זאת אם רוצים צוות צומח שמצמיח מנהלים מתוכו, אז מחפשים משהו אחר.

אחרי שהגדרנו את איפיון המועמד, ניגשים למלאכה שהיא אולי הכי אפורה, אבל מאוד חשובה והיא -

3. ייצור קו"ח -

כאן צריך להבין שאנחנו עושים שיווק, שאנחנו צריכים לידיים,
ושאנחנו רוצים לבחור בין טובים ולא בלית ברירה.

אם לדוגמה יצרנו 5 קו"ח רלוונטים
מתוכם ענו לנו 3 בראיון טלפוני, 2 הגיעו לראיון הפרונטלי ואנחנו צריכים לבחור מבין 2 בסה"כ.
אבל אם הגיעו 50 קו"ח, אז יש לנו אפשרות לסנן ולבחור מבין 20 מועמדים.

"אבל אין מספיק קו"ח רלוונטים בשוק" -
זאת אמירה שהיא דומה לאמירה שאין מספיק לידיים בשיווק.

יש מספיק לידיים ומספיק קו"ח,
כמו שהשוק משתנה וכלי השיווק משתנים,
כך גם השיווק ללידיים של קו"ח.

פשוט צריך ללמוד איך לעשות את זה.



אז איך עושים את זה?

יש כמה מקורות:

1. פייסבוק -

נכנסים לפייסבוק, בחינם, ויש אלפי קבוצות דרושים ברחבי הארץ "דרושים במרכז..." "מחפשי עבודה..."
ומחפשים קבוצות שיש בהם מעל 10,000 חברים.
כותבים מודעה ברורה ופשוטה שעליה אנשים מגיבים,
מפרסמים כל בוקר, במשך 3 שבועות או במשך שבועיים, ב40 קבוצות פייסבוק
לאחר מכן נכנס פעמיים ביום, 10 דקות בכל פעם, כדי להגיב לאנשים שכתבתו ולבקש קו"ח.

לדוגמה יוסי כתב "אשמח לפרטים"

אז כותבים לו בפרטי

"היי יוסי קיבלתי את הפניה שלך לגבי משרת מכירות לקורסים פיננסים,

בקצרה עלינו... אקדמיה לפיננסים... המכללה הכי גדולה בארץ לקורסים פיננסים...
יוסי לפני שנתקדם אשמח לדעת אם יש לך ניסיון במכירות טלפוניות?"

כן << מקסים, שלח קו"ח

לא << תודה רבה שיהיה בהצלחה (אם הגדרנו שמחפשים מישהו עם ניסיון)

2. אתרי דרושים בתשלום

אולג'ובס, אתר דרושים וכו'

[יש להשתמש בטמפלייט המודעה]

3. אתרי דרושים חינמיים

אולג'ובס (ניתן לפרסם שם גם בחינם), המובטל, ג'ובנט

4. רשימות תפוצה.

יש לך רשימות? נסח מודעה, שגר לאנשים, תביא משם מתעניינים.

דגש חשוב: אם אתה אושיה שאנשים מכירים, אז לשים לב שאנשים לא מגישים מועמדות רק כי הם רוצים להיות קרובים אליך, אלא כי יש להם את הניסיון המדויק למשרה והם רוצים לעבוד במשרה ולא העיקר להיות לידך.

5. חבר מביא חבר

שולח בקבוצות וואטסאפ רלוונטיות, היי חברים זאת המשרה...
ניתן לתת כאן עמלה שנעה בין 2500-500 ש"ח על כל גיוס של מישהו שנשאר אצלנו בחברה
לפחות 3 חודשים.

6. חברות השמה

חברות שמביאות עובדים, ואז משלמים על עובד שהיה אצלנו חודש.
הגיוס יהיה יקר, כי זה תשלום של חודש, אבל משלמים רק על עובד שהמשיך אצלנו.



העצה שלנו, לחתום עם 3-5 חברות השמה, כי התשלום הוא גם ככה רק על תוצאה.

4. סינון קו"ח

הטעות של רוב העסקים היא שהם קוראים קו"ח כאילו זה שיעור בהיסטוריה חוק ה-5 שניות - קריאה וסריקה:

- מחפשים רק את דרישות החובה - "ניסיון טלפוני במכירות יוצאות"
- ואז אזור גיאוגרפי אם זה חשוב לנו
- לא אכפת לנו איפה היה בצבא, ואיפה היה בבית ספר בשנת תרומה

5. ראיון טלפוני

מטרת הראיון הטלפוני היא לא להחליט אם הבנאדם מתאים או לא אלא רק להחליט האם מתקדמים איתו לשלב הבא או לא. הטעות של רוב בעלי העסקים היא לנסות להבין האם המועמד מתאים כבר בטלפון, ואז נגררים לשיחה של חצי שעה 40 דקות.

לא סתם יש ראיון טלפוני ויש ראיון פרונטלי, לא סתם זה מחולק לשני אירועים. הסיבה שזה מחולק לשני אירועים, היא שאנחנו יכולים להצליב בין המידע בפעם הראשונה למידע בפעם השנייה

מטרת הראיון הטלפוני - להחליט אם רלוונטי לשלב הבא. 10-15 דקות לכל היותר.

תסריט לדוגמה:

"אהלן יוסי נמרוד מ..."

קיבלתי את הקו"ח שלך למשרת... [להגיד את המשרה במדויק, כדי למנוע שיחות לא רלוונטיות] לפני שאפרט, אשמח שתספר לי על עצמך"

חשוב להגיד מאיפה אנחנו, כי בשלב הזה הרבה פעמים המועמד יגיד שלא רלוונטי בכלל.

בשלב הזה נשאל בעיקר שאלות פתוחות:

- ספר לי על עצמך
- למה דווקא מכירות
- ספר על הניסיון שלך
- איך היה לך במקום העבודה האחרון? למה עזבת אותו?
- מה חשוב לך במקום עבודה?
- מה לדעתך הדבר החשוב ביותר בתהליך מכירה?
- אם היית צריך לשפר משהו בתהליך המכירה מה היית משפר?
- כמה אנשי מכירות עבדו איתך בצוות הקודם ואיפה היית מדורג לעומתם?



- קמת בבוקר לאיזה לידיים חייגת? איך זה היה נראה?

שאלות שבאות לדייק ולעזור לנו להבין האם הבנאדם הוא באמת איש מכירות, האם הוא איש מקצוע. ושאלות על התחום עיסוק שלנו, כי לא כל איש מכירות טוב מתאים לכל מוצר. אז אנחנו שואלים מה החיבור שלך לתחום ה..[נטורופתיה] ואיש המכירות פתאום לא יודע מה זה נטורופת. פתאום אנחנו מבינים שהמוצר שלנו הוא תזונה ודיאטה, ואיש המכירות הוא אדם עם עודף משקל שלא שומר על אורח חיים בריא.

אחרי שמקבלים את תמונת המצב, אנחנו שופכים יותר אור על המשרה -

"תודה רבה על הפרטים, עכשיו אספר לך קצת יותר עלינו.."

כאן אנחנו צריכים למכור את עצמנו
אנחנו מוכרים את המשרה שלנו
כמה אנחנו טובים, היתרונות שלנו וכו'

אחרי שנסביר עלינו, נסביר על התפקיד הספציפי -
אנחנו מייצרים לידיים חמים, ואנשי המכירות מייצרים שיחות יוצאות ללידיים שלנו.

לאחר מכן נשאל "האם יש לך שאלות?"

כמה כללים לראיון טלפוני:

1. מודל שכר

אם נגייס שכיר - לעולם לא ניתן את מודל השכר. רוצים לתת למועמד אינטרס להגיע לראיון הפרונטלי כן נגיד את השכר הממוצע - "השכר הממוצע הוא 12,000 ש"ח".
אם נגייס פרילנס - אז כן נאמר מודל מדוייק לפני הפגישה הפרונטלית.

2. מבעוד מועד לשיחה הטלפונית, **נשריין ביומן תאריכים** אליהם ניתן לזמן את המועמדים לראיון פרונטלי.
ואז בטלפון במידה והחלטנו להתקד, נתאם מיידית ראיון פרונטלי.

3. נשלח זימון ביומן

4. נשלח סיכום בהודעה כתובה בוואטסאפ.

"היי יוסי

שמחתי להכיר ולשוחח

תאמנו ראיון פרונטלי לתאריך ... בשעה.... במיקום

מצרף את האתר שלנו לקריאת מידע נוסף עלינו

אם יש שאלות נוספות, זמין עבורך

הזמן שוריין במיוחד עבורך, אם יש שינוי תעדכן אותי בבקשה.

תודה רבה,

נמרוד הבדלה"



5. וידוא הגעה יום לפני -

שיחה או הודעה לווידו פגישה. רוצים שהמועמד יבין שיש כאן מקצוען.

המלצה חמה:

לרכז ימים/שעות לראיונות.

לעשות כמה שיחות ביחד, לעשות כמה פגישות ביחד.

למה? כי ככה אנחנו חמים על התסריט, יש לנו יותר השוואה בראש בין מועמד למועמד. יותר טרי.

6. ראיון פרונטלי

זה ראיון שאמור לקחת חצי שעה-40 דקות. לא נגביל בזמן, כי אנחנו רוצים באמת להכיר את המועמד.

מטרת הראיון:

לתת למועמד ביטחון.

בראיון הפרונטלי נסביר למועמד איך אנחנו עובדים, מי הנפשות הפועלות, איפה המשרדים ואיפה כל אחד יושב, וכל זאת במטרה לתת למועמד ביטחון.

הסיבה שחשוב להקנות למועמד ביטחון, היא שאנחנו רוצים לבחון אותו בזמן אמת, ולכן צריך להרגיע ולהוריד את מפלס הלחץ.

טעות נפוצה היא להגיד "אני רוצה לראות איך הבנאדם פועל תחת לחץ" זה שטויות כי שום דבר לא תחת לחץ.

לרוב לאחר שהבנאדם נקלט, יהיו שבועיים ראשונים של קצת לחץ ואז הלחץ ירד. רק אחרי שהלחץ ירד, נראה מי הבנאדם האמיתי. אז במקום לחכות שבועיים, בוא נראה מההתחלה.

בראיון הפרונטלי נתעלם מזה שהיה ראיון טלפוני, ונשאל גם חלק מאותן השאלות הפתוחות מהראיון הטלפוני, וגם שאלות העמקה.

שאלות העמקה הן שאלות שאנחנו נשאל כהמשך ישיר לתשובה שקיבלנו.

דוגמה לשאלות העמקה -

יוסי ספר לי על עצמך...

"אני בן 25, 3 שנים אחרונות עבדתי בחברת ביטוח"

אה מעניין. מה עשית בחברת ביטוח?

"עשיתי מכירות טלפוניות על לידים שהייתי מקבל"

איזה לידים קיבלת?



מעבר **לשאלות פתוחות ולשאלות ההעמקה**,
נשאל **שאלות התמודדויות**.

מה הן שאלות התמודדויות?

הן כמו שאלות סימולציה שרלוונטיות למה שאנחנו מוכרים.

אם לדוגמה העסק שלנו הוא מכללה, שיש בה כרגע 10% ביטול לאחר מכירה.
שאלת התמודדות יכולה להיות:

"אם נניח עשית עסקה, ו-1 מכל 10 לקוחות מבטל לך. איך תגיב?
מה הפעולות שתעשה? איך תרגיש עם זה?"

כאן נראה אם המועמד מגיב "באסה, מה ככה זה אצלכם מבטלים אצלכם?"
ונראה אם הוא נלחץ ולא יודע להתמודד.
או שהוא אומר "הייתי מתקשר ללקוח, מנסה לשמר אותו, מנסה להבין איפה הפער וכו'"

סימולציית מכירות

דבר נוסף שאפשר להכניס בראיון הפרונטלי זה סימולציה אמיתית.

מוצר שהמועמד מכיר ונוח לו למכור אותו

דגשים לסימולציה:

1. לאפשר למועמד נוחות "יוסי זה בסדר שנעשה עכשיו סימולציה לבחון את יכולות המכירה שלך?"
אם הוא אומר כן, מדהים. אם הוא אומר "לא" אז בוא נדבר על זה, למה לא. זה גם חלק מהראיון.
להבין איפה הקושי שלו. יכול להיות שזה בנאדם שיהיה לו קשה להוציא שיחות טלפון בחודש
הראשון שלו? האם זה מתאים או לא מתאים?
2. אם הוא זורם על סימולציה
אז הדגש זה לעשות סימולציה אמיתית - לבחור דמות ולהיות נאמנים לדמות.
3. יש נטייה של בעלי עסקים לעשות "סימולציה משתנה". פתאום הלקוח קשה, פתאום הלקוח קל,
פתאום הלקוח ורבלי, ופתאום הלקוח לא ורבלי.
כשבמציאות אין לקוחות כאלו, ולכן קשה לבחון את הבנאדם ככה.

מבחנים כתובים

אפשר לתת למועמד מבחן כתוב, אבל לא חייב.

שאלות טכניות

לאחר שלב סימולציית המכירה,
אפשר להתקדם לשאלות טכניות כמו זמינות להתחלת עבודה וכו'.



המועמד שואל שאלות

בשלב זה ניתן למועמד לשאול אותנו שאלות על המשרה, על החברה, הפעילות והחזון שלנו.

מודל תגמול

לאחר שענינו על שאלות המועמד (ובד"כ השאלות שלו יובילו גם לנושא השכר), נסביר למועמד את מודל השכר אצלנו.

טעות נפוצה של בעלי עסקים היא לדבר באופן כללי על מודל השכר. אבל לא, צריך לפתוח מחשב, להראות את הטבלה, להראות "הנה כאן כשאתה מוכר X מקבל Y, כאן כשמוכר W מקבל Z"

אפשר להכין מבעוד מועד, את **ממוצע אנשי המכירות שלנו**, אם הממוצע הוא טוב - אז להסביר הנה יוסי זה הממוצע, זה מה שאני מצפה אם הממוצע לא טוב - אז להגיד זה הממוצע, הוא לא טוב, וזה למה אני מגייס

חשוב להיות כנים ולא לחרטט.

כי אם חרטטנו והוא יגיע בגלל סיבות שהן לא ממשיות, אז בסופו של דבר הוא יהיה מתוסכל ויפלט בסוף מצוות המכירות שלנו.

בסוף הראיון הפרונטלי

"תקשיב יוסי, אנחנו מראיינים לא מעט אנשים למשרה הזאת, כמו שאתה שם לב, אנחנו משתדלים לבחור בפינצטה. יש לי שאלה יוסי, למה לבחור דווקא בך לעומת אנשים אחרים שחלקם הגיעו עם ניסיון יותר עמוק משלך?" זאת שאלה שמוציאה את יכולת המכירה של האדם ומאלצת אותו למכור את עצמו.

כאן לרוב יהיו 3 סוגי אנשים

- [1] כאלו שיגידו - "מה שראית זה מה שאני" - זה איש מכירות לא טוב
- [2] "תשמע לא רוצה להעיד על עצמי, אבל..." - אוקי אחלה
- [3] ויש כאלו שיתנו הסבר פרוזה

אנחנו רוצים כמובן את הסוג השני.

בסוף הראיון הפרונטלי, אנחנו לעולם לא נעדין אותו במקום אם הוא התקבל או לא התקבל, למה, כי אם הוא התלהב מהמשרה, אנחנו רוצים שהוא יצא בתחושה של "וואי הלוואי יקבלו אותי" ולמה זה? כי אנחנו מכינים את הקרקע לקליטת עובד בצורה טובה.

מה שכן חשוב, זה לתת ודאות בנוגע להמשך תהליך הגיוס. לרוב תספיק תשובה בסגנון "עוד יומיים מעדין אותך בתשובה לכאן או לכאן"

לאחר הראיון הפרונטלי - שיחת קבלה לעבודה

נחזור למועמד לאחר יומיים לשלב האחרון - שיחת הקבלה לעבודה.
בשיחה חשוב שנשאל -

"היי יוסי מה המצב? נפגשנו לפני יומיים, התקשרתי לשאול איך היה לך?"
"האם אתה חושב שזה הדבר הנכון לך לעבוד איתנו?"

זאת שאלה מאוד חשובה מאחר ויתכן והמועמד יגיד "תשמע לא התחברתי"
ואז במקרה הפחות גרוע - תמנע מאיתנו סיטואציה מביכה
אבל במקרה היותר גרוע ויותר חשוב - נמנע סיטואציה בה המועמד יתחיל לעבוד אצלנו רק כי לא נעים (וכן,
זה לגמרי יכול לקרות)

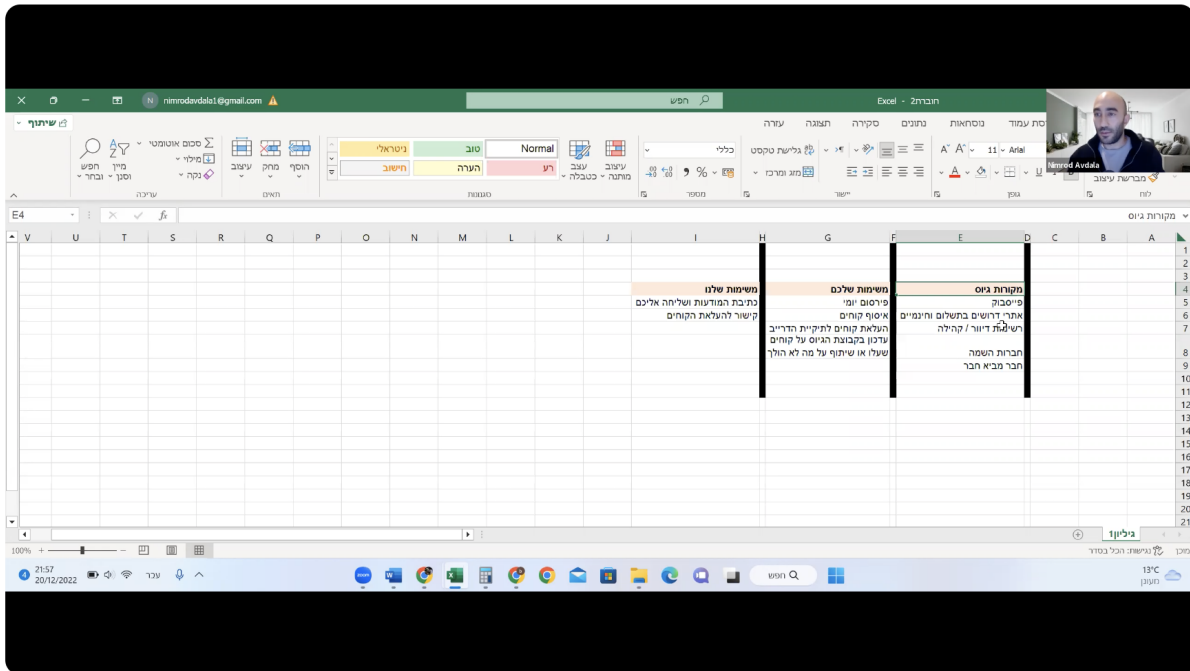
לאחר מכן נוכל להטמיע מסרים חיוביים -

"יוסי התרשמתי לטובה, אני חושב שנוכל לעשות הרבה כסף ביחד".

נקבע עם המועמד מועד התחלה. נוציא זימון ביומן, והודעה מסכמת.



כלים לניהול תהליך הגיוס



הדרכת גיוס לאיתור קו"ח

לצפייה יש ללחוץ על הקישור << https://youtu.be/V_EOmBwky30

המלצות

- יש להקצות מישהו שיהיה אחראי על תהליך איתור קורות החיים (בהתאם להדרכה המצולמת המצורפת)
- מנהל המכירות או המנכ"ל אחראים על המשך תהליך הסינון (בהתאם לדגשים בהמשך התיק)



צ'ק ליסט פעולות לאיתור קו"ח

מנהל איתור קו"ח				
פרסום אינסטגרם (פעמיים בשבוע)	קשר יומי רציף עם 10 חברות השמה להשגת מועמדים רלוונטיים לפי האפיון	פרסום בדרושים	פרסום באולגובס	פרסום ב40 קבוצות בפייסבוק
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>

ניהול תהליך סינון קו"ח

מנהל מכירות/מנכ"ל					
יחס המרה מקוח לראיונות פרונטליים	כמות ראיונות פרונטליים	יחס המרה מקוח לראיונות טלפוניים	כמות ראיונות טלפוניים	כמות קו"ח רלוונטיים	סינון קורות חיים
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>
#DIV/0!		#DIV/0!			<input type="checkbox"/>

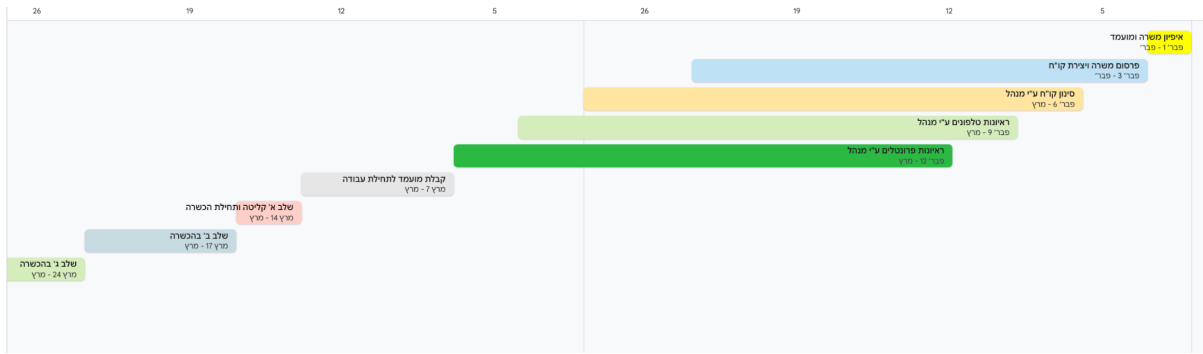


ניהול תהליך גיוס מועמדים

תאריך שיחה	שם המועמד	נייד	מייל	סטטוס שיחה	תיאור השיחה	תואם ראיון פרוגנולי לתאריך	הערות מהפגישה
				אין מענה	<p>אין מענה</p> <p>לא רלוונטי/ת - מיקום</p> <p>לא רלוונטי/ת - ניסיון</p> <p>לא רלוונטי/ת - דרישות שכר</p> <p>לא רלוונטי/ת - אזור</p> <p>רלוונטי/ת ליום מיזים</p> <p>רלוונטי/ת לשיחת ראיון פרוגנולי</p> <p>לא הגיע לפגישה הפרונטלית - לוחם שוב</p> <p>לא הגיע לפגישה הפרונטלית - לא רלוונטי</p> <p>הגיע לפגישה - לא רלוונטי</p> <p>הגיע לפגישה - פוטנציאלי</p> <p>הועבר הסכם</p> <p>הוחלט הסכם</p> <p>התקבלה</p>		



פלואו תהליך גיוס והכשרה



יש לעדכן בטבלה שכאן, במשבצת הצהובה בלבד, את תאריך היציאה לגיוס

U	T	S	R
			גיוס
			תאריך יציאה לגיוס
	איפיון משרה ומועמד	2023-02-03	2023-02-01
	פרסום משרה ויצירת קו"ח	2023-02-24	2023-02-03
	סינון קו"ח ע"י מנהל מכירות	2023-03-01	2023-02-06
	ראיונות טלפונים ע"י מנהל מכירות/מגייסת	2023-03-04	2023-02-09
	ראיונות פרונטלים ע"י מנהל מכירות/מנכ"ל	2023-03-07	2023-02-12
	קבלת מועמד לתחילת עבודה	2023-03-14	2023-03-07
	שלב א' קליטה ותחילת הכשרה	2023-03-17	2023-03-14
	שלב ב' בהכשרה	2023-03-24	2023-03-17
	שלב ג' בהכשרה	2023-03-31	2023-03-24



דגשים לקבלה לעבודה

לפני שבונים בניינים - חשוב ליישר את הקרקע

יצירת ודאות והורדת ערפל

בנוסף לדגשים בראיון הפרונטלי ולאחר הראיון הפרונטלי המצויים מעלה. בשיחת הקבלה לעבודה, נרצה ליצר ודאות והורדת ערפל לעובד. נסביר לו/לה:

- מה מצפה לו בתחילת העבודה
- כמה ימי הכשרה
- על תהליכי הלמידה (כמה זמן ובאיזה אופן)
- הלמידה המקצועית
- למידה הכשרתית
- הדרגתיות קבלת הלידים
- 3 ימים ראשונים מענה ללידים קרים בצמוד לסימולציות מכירה ומשוב לאחר כל שיחה
- לאחר 3 ימים איש המכירות מקבל לידים קרים יחסית למשך שבוע ההכשרה
- לאחר שבוע איש המכירות מתחיל לקבל לידים חמים
- על החומרים והמידע אודות העסק

הסכמים וחוזי עבודה

לפעמים בעלי עסקים מייצרים אי נוחות בנושא שאלות על הסכם העבודה. אנחנו לא נמצאים בעידן של פעם של ניהול מתוך סמכות, אלא מנהלים מתוך גמישות ותחושה של אנחנו כאן לסגור פערים (ככל שאלו ניתנים לסגירה). חשוב להבין שלכל דבר יש מחיר. אם לדוגמה איש המכירות מבקש הפרשה מוקדמת יותר לקופת הגמל, זה יכול להיות בצמוד לעמידה ביעדים ומשוב תקופתי.



צ'ק ליסט קבלת עובד לעבודה

למלא צ'ק ליסט לקבלת עובד (שנמצא בתיק מכירות גוגל שיטס)

צ'ק ליסט קליטת עובד		
סטטוס	מהות	המשימה
טרם בוצע	הסכם עבודה אושר	אישור הסכם
	טופס 101	מילוי 101
	הקמת עובד בהנהלת חשבונות ובקופות הפנסיה	קופות
	היכרות ושיחה משותפת עם אנשי הצוות הקיימים, תפקידים ואנשי קשר בחברה	אנשי צוות
	הדרכה על מערכת CRM	CRM
	נאספו ונשלחו הלינקים של המודעות, דפי הנחיתה, והמקורות מהם נכנסים לידיים	מקורות הלידים
	חיבור והדרכה על המערכות השונות - משימות, הקלטת שיחות, יומן, מערכת החתמת שעות, מערכת רישום לקוחות וכל מערכת טכנית רלוונטית אחרת	מערכות העסק
	לדאוג להקמת העמדה הפיזית הנדרשת (שולחן, כיסא נוח, מחשב, אוזניות, דפי עזר לעמדה וכו') במידה ועובדים מהבית, לוודא שיש את השקט הנדרש בשעות העבודה, ולהדריך את העובד כיצד לסדר את הסביבה, לוודא שיש את כל הציוד הנדרש.	עמדה פיזית
	להוסיף לקבוצת הוואטסאפ של החברה ושל צוות המכירות (במידה ויש). להוסיף למערכת התקשורת הרלוונטיות במידה ויש (סלאק, מיקרוסופט טימס, וכו')	תקשורת פנים ארגונית
	להסביר לעובד על זמני הפסקת האוכל, מטבחון במידה ויש, על המקומות לרכוש אוכל באזור והמלצות	אוכל
	לעבור עם העובד על נהלי בטיחות ואבטחה במקום העבודה במידה ונדרש. זמני סגירת המבנה, נהלי אבטחת מידע וכו'	אבטחה
	להסביר על רוח הצוות, על מפגשי צוות במידה וקורים וכו'	הווי ובידור
	אימון והכשרה על תסריט המכירה וסימולציית התנגדויות מכירה. איש המכירות לא צריך לזכור בעל פה את התסריט, רק להגיב בצורה שתואמת את הלך הרוח של התסריט	תסריט מכירה והתנגדויות
	לינק למחירון, לינקים לדפי סליקה, טפסי הזמנה וחוזי לקוחות, פרטי חשבון בנק להעברות בנקאיות של לקוחות, דפי עדויות של לקוחות.	כלי מכירה
	קיבל הדרכה על אפסיילים, דאוןסייל, קרוסייל.	תרחישי מכירה

