

Jak znaleźć idealnych pracowników do kontaktu z klientem?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: środa, 27, wrzesień 2017 12:24

Sylwia Cyrankiewicz-Gortyńska

Odłony: 1605

Bycie frontem do klienta nabiera zupełnie nowego znaczenia. Profesjonalna komunikacja z klientami, kontrahentami i współpracownikami może wywindować firmę, zła – zepsuć reputację i podkopać markę. Jak powinna wyglądać rekrutacja specjalistów od komunikacji zarówno wewnątrz jak i na zewnątrz?

To jasne, że sposób naszego komunikowania się ze światem przekłada się na to, jak jesteśmy postrzegani. Chodzi nie tylko o rozmowy z klientami, ale też z dostawcami czy partnerami biznesowymi. Zespół, który dobrze komunikuje się ze światem (i ze sobą), składa się z osób, które potrafią:

- dzielić się pożytecznymi informacjami,
- odbierać informacje zwrotne,
- czytać między słowami,
- być skutecznymi negocjatorami,
- wykazać się kreatywnością w stresujących sytuacjach.

Tacy ludzie pomogą nam zbudować markę firmy otwartej na potrzeby klienta, łatwej we współpracy i nowoczesnej.

Jak ich znaleźć? Czytamy CV i listy motywacyjne, szukając przykładów umiejętności interpersonalnych kandydatów. Pod tym kątem przeglądamy referencje – mówi Joanna Żukowska z serwisu z ofertami pracy MonsterPolska.pl. Rekrutacja powinna być oparta na wywiadach behawioralnych, które pozwalają lepiej niż te tradycyjne odczytać osobowość potencjalnego pracownika. To tzw. wywiad oparty na kompetencjach, czyli rozmowa o zachowaniach kandydata. Polega na tym, że pytamy o konkretną sytuację – prawdziwą lub hipotetyczną – i dociekamy, jak kandydat sobie z nią poradził i jak to sam ocenia (np. o porażkę zawodową i jak z niej wybrnął, o trudną sytuację, w której się znalazł, o sytuację, w której musiał kogoś przekonać do swoich pomysłów) – dodaje Żukowska.

W trakcie rozmów zwracamy też uwagę na to, jak kandydat słucha pytań i przetwarza informacje. Komunikacja pozawerbalna wiele nam powie.

Czy potrafi rozwiązywać problemy?

Bycie miłym i uśmiechniętym to nie wszystko. Rekrutacja powinna wyłonić osoby skuteczne. Szczególnie jeśli szukamy kogoś, kto będzie bezpośrednio stykał się z klientami. Oni oczekują bowiem, że nasz pracownik zrozumie ich potrzebę lub rozwiąże problem. Ta umiejętność przyda się z resztą także każdemu członkowi zespołu, nie tylko tym, którzy są na „pierwszej linii”.

Sprawdzamy więc, czy kandydat potrafi zmierzyć się z niestandardową prośbą. Prosimy o przykłady konkretnych problemów, jakie rozwiązywał w przeszłości i konfrontujemy z kilkoma hipotetycznymi sytuacjami, jakie mogą go spotkać w pracy.

Czy umie poradzić sobie w sytuacji konfliktowej?

Każdy biznes od czasu do czasu mierzy się z wymagającymi klientami, którzy wpadają w złość, gdy produkt, usługa lub obsługa nie idą po ich myśli. W takich sytuacjach nasz pracownik musi umieć wyciszyć emocje i załagodzić sprawę. Najważniejsza w tym przypadku jest umiejętność zachowania zimnej krwi w stresującej sytuacji.

Jak znaleźć idealnych pracowników do kontaktu z klientem?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: środa, 27, wrzesień 2017 12:24

Sylwia Cyrankiewicz-Gortyńska

Odłony: 1605

Rekrutacja to jedna z takich sytuacji. Przyglądamy się uważnie, jak kandydat odpowiada na nasze pytania podczas rozmowy kwalifikacyjnej. To pokaże, jak się zachowuje, kiedy jest pod presją. Tu także przydadzą się behawioralne pytania, które skłonią kandydata do opisania swojej reakcji na konfliktowego klienta (czyli np. proszę opisać najbardziej stresującą sytuację w dotychczasowej karierze).

Kiedy traci ducha?

Idealny pracownik nie traci rezonu, nawet kiedy sytuacja wygląda źle. Pozostaje pozytywnie nastawiony do klienta. Rekrutacja powinna to sprawdzić. Dlatego pytamy, jak kandydaci radzili sobie z trudnymi klientami. Potrzebujemy przyjaźnie nastawionych, empatycznych osób. Zwracamy więc uwagę, czy opisując takie doświadczenia, mówią o potrzebach klienta i o tym, jak rozwiązyali sytuację – radzi Żukowska z MonsterPolska.pl.

Czy jest lojalny wobec firmy?

Gdy trafi się na wymagającego i nerwowego klienta, może zrobić się naprawdę gorąco. Kiedy sytuacja wymyka się spod kontroli, kuszące staje się zrzucenie odpowiedzialności na kogoś innego, takie klasyczne „co ja mogę”. Osoba, która ma być ambasadorem naszej marki, nie może sobie na to pozwolić. Powinna zachować lojalność wobec firmy, szczególnie kiedy sytuacja robi się napięta i poprowadzić ją tak, by dbać o nasze dobre imię. Jak to sprawdzić? Rekrutacja powinna wykazać przyczyny rozstania z poprzednim pracodawcą. Zwracamy uwagę, jak kandydat o nim mówi. Czy waży wypowiedzi tak, by zachować się elegancko czy raczej serwuje nam litanię narzekania?

Rekrutacja pracowników dobrze komunikujących się ze światem nie jest łatwym zadaniem. Warto skupić się na miękkich kompetencjach kandydatów. Jeśli dobrze wybierzemy, szybko zyskamy wizerunkowo.