

Venghino signori, venghino!



Hai presente quando nelle fiere di paese trovi il venditore che con il suo banchetto prova a venderti il più recente ritrovato per affettare le cipolle o la padella antiaderente od anche l'ultimo miracoloso panno pulisci-superfici?

Ecco, lui ha bisogno di attirare qualunque gonzo che possa dimostrare un minimo di attenzione al suo richiamo e per farlo usa un linguaggio tipico del suo tipo di vendita, quello dell'imbonitore.

Per essere più credibile, solitamente, prende pure accordi con qualche famigliuola di passaggio che, all'inizio della sua esposizione, possa piazzarsi davanti alla bancarella per far vedere, a chi passa, che c'è qualcuno che mostra interesse verso quello che presenta e questo contribuisce a richiamare altre persone.

La sua parlantina fa il resto.

Quando cerchi venditori non puoi fare come lui perché non ti interessa avere chicchessia e il messaggio che vuoi che passi deve risultare sobrio e autorevole, non da imbonitore.

Se usassi quel criterio, ti troveresti ad attirare tutti quelli a cui non sei affatto interessato e finiresti con il perdere tempo e denaro.

Chi vuole creare una rete vendite degna di tale nome, cerca persone specifiche e non chiunque possa rispondere al "richiamo".

Perché non stai cercando "carne da macello" (vero?!?) ma persone qualificate o quantomeno in grado di diventarlo.

Persone con cui poter programmare un percorso condiviso nel tempo.

Ecco perché anche l'annuncio di ricerca venditori **deve avere una sua precisa connotazione.**

Non basta soltanto annunciare che si cercano venditori e non funziona nemmeno indicare di essere leader di qualcosa per attirare i candidati giusti (*se sei davvero un brand solido e riconosciuto potresti non avere nemmeno il problema del recruiting...*).

Quando dico sobrio e autorevole intendo dire che l'annuncio di ricerca deve trasmettere l'importanza del messaggio (e dell'azienda che lo veicola) senza scadere nel sensazionalismo facile, rendendo chiaro sin da subito che la ricerca è mirata a persone con determinate peculiarità che si avrà cura di indicare.

Così come avrò cura di indicare sinteticamente la mia offerta e le caratteristiche remunerative (fissi, provvigioni, rimborsi spese, benefit vari), oltre agli strumenti che verranno forniti al neo-inserito, sia di natura formativa

(corsi di formazione, affiancamenti "sul campo", dotazione informatica a corredo, ...) che di natura commerciale (telemarketing, cessione di liste profilate e/o di portafogli clienti, azioni di marketing che agevolino l'acquisizione a nuovo, ... *Sempre sperando che tu possa già fornirli davvero!*).

Tutto ciò qualifica il tuo annuncio e la tua ricerca, rendendoli autorevoli.

Risulta chiaro che per dare spessore ad un annuncio di tal genere, il vettore non possa essere il giornalino di annunci gratuiti e nemmeno il sito di massa in cui ci stanno inserzioni di qualunque genere, oltre che di lavoro (o quantomeno, non possano essere gli unici vettori... Io, comunque, li eviterei!).

Esistono siti specializzati nella ricerca e selezione di risorse lavorative e, più specificatamente, esistono anche siti dedicati alla ricerca di venditori.

Solitamente sono a pagamento. Proprio questo li qualifica rispetto ad altri mezzi simili.

Ed anche il candidato se ne rende conto.

Pure il riferimento di contatto non dovrebbe ricondurre al solito telefono ma rimandare a sistemi un attimo più professionali, che permettano una preselezione a monte.

Ad esempio una pagina web dedicata (possibilmente slegata dal tuo sito web aziendale), ove poter sottoporre un modulo di domande preliminari al candidato che risponda fattivamente all'annuncio, attraverso il quale otterrò anche i suoi riferimenti di contatto (email, telefono), per un ricontatto mirato.

In molti giornali o siti web di annunci gratuiti non è permesso indicare indirizzi web ed email, limitando fortemente l'efficacia dell'annuncio, che si ridurrebbe alla solita

richiesta di contatto telefonico.

Non che sia contrario a prescindere al preliminare contatto telefonico, ma ciò presuppone che tu abbia apposito personale che sappia porsi adeguatamente alla necessità.

Infatti, anche la risposta telefonica e cosa verrà spiegato all'interlocutore a seguito delle sue immaginabili domande, è estremamente importante.

Potrebbe quindi sembrare che il *top* possa essere fornito dall'avere un venditore pronto a rispondere alle chiamate telefoniche generate da un annuncio di ricerca lavoro o, addirittura, che fossi tu stesso titolare a provvedere a questa esigenza.

Né l'una né l'altra soluzione risultano realmente percorribili o consigliabili.

Nel primo caso perché sarebbe da folli "sprecare" la/e giornata/e di un venditore (a cui dovrai anche pagare il servizio reso, che non rientra solitamente nelle sue regole di ingaggio...), perdendo anche la sua azione commerciale "sul campo" per quei giorni e subendone pure un costo aggiuntivo (potenziale mancato guadagno dovuto all'assenza del venditore dalla sua zona di pertinenza e costi aggiuntivi per pagargli il servizio).

E tutto questo ammettendo che tu abbia già il venditore pronto allo scopo...

L'altra ipotesi (il titolare che risponde) è sconsigliabile perché darebbe la sensazione che l'azienda non esista come struttura organizzata e che si tratti del solito soggetto "faccio-tutto-io" che risponde pure al telefono, con l'aggravio che ad un eventuale successivo colloquio, il candidato si trovi a parlare sempre con la stessa persona, che magari sarà pure quella che vorrà erogare formazione o fare gli affiancamenti...

Non restituisce una bella immagine.

Senza considerare che il titolare, sebbene possa sembrare quello che meglio sappia rispondere al telefono a seguito di un annuncio, nei fatti non lo è. È troppo coinvolto e rischierebbe di dire troppo o troppo poco.

Non dimentichiamo che lo scopo di un preliminare contatto a seguito di annuncio, è selezionare le persone che vorrò incontrare ad un colloquio (persone che reputo realmente opportuno incontrare) e se sono io stesso titolare ad operare la risposta telefonica, questo meccanismo selettivo si inceppa, con il rischio di tendere a convocare tutti quelli a cui ho risposto (e che siano disposti ad incontrarmi) perché ho già intrattenuto un preliminare contatto con ognuno di loro.

Anche la segretaria che risponde al telefono, per gli annunci, non è più consigliabile. È ormai desueta (un tempo era la soluzione più gettonata, ma il mondo è cambiato, così come sono cambiati i candidati e centuplicate le offerte che vengono vissute "di massa" e con pregiudizio da chi le legge...).

Il motivo è che, solitamente, non è una venditrice e a noi non interessa prendere appuntamenti in quantità industriale per fare colloqui a tutti, perché è quello che solitamente accade quando una segretaria viene posta a fare questo servizio.

Perché insisto sull'essere venditori?

Perché un venditore/venditrice ha un approccio del tutto diverso da una segretaria, riuscendo ad innescare un dialogo telefonico mirato che un/a dipendente qualsiasi non saprebbe impostare. È un altro mestiere.

Anche reclutare è in fondo una vendita, avendo ben chiaro che non debbo vendere a tutti (perché non sono quello della bancarella di prima)...

Alcuni siti specializzati permettono di base la possibilità di impostare delle *killer-question* (già nella fase in cui viene sottoposta la candidatura online) per preselezionare quelli che, a seguito di ciò, riterrò di dover convocare realmente, rispetto a quanti risponderanno.

Lo scopo è fondamentalmente non perdere tempo con chi non fa al caso mio ed incontrare solo quelli che sembrano “giusti” (ribadisco che il testo dell’annuncio è comunque determinante allo scopo...).

Il tutto deve, poi, essere conciliato con gli altri impegni che si hanno in azienda (e non è cosa da poco).

Anche questo è un mestiere a parte, diverso da quello che già fai quotidianamente per “tirare avanti la baracca”.

Pensare che tutto possa essere gestito in proprio, senza interventi di professionisti esterni specializzati, non è solo rischioso ma anche dispendioso in termini di energie e denaro.

La soluzione?

Parliamone!

In maniera GRATUITA potrei darti qualche consiglio utile e magari risolverti un problema.

Sta di fatto che avere un’adeguata rete vendite è ormai un’esigenza concreta per moltissime PMI, per arrivare dove da solo non arriveresti mai e il fatturato ne ringrazierebbe...

Prendi appuntamento con me da QUI.

Si può fare!

Mauro