

## Các thuộc tính về ứng cử viên bán hàng: Mong muốn hay yêu cầu

Trương Anh dịch từ Managesmarter



*Ngày nay, các công ty vẫn phải bỏ ra hàng tấn tiền để cố gắng thu hút được tài năng bán hàng qua các bảng tìm việc, nhưng chính họ lại làm giảm hiệu quả của chiến dịch đó bởi những gì họ đã đưa vào quảng cáo của mình.*

*Hãy nhắm mắt lại và nghĩ về một người phụ việc hoàn hảo. Danh sách tiêu chí của bạn về một người phụ việc hoàn hảo dài đến mức nào? Có 5 tiêu chí à? 10? Hay có thể là 20. Hãy xem lại bản danh sách của bạn đi. Mỗi một tiêu chí được đặt ra có thực sự phù hợp với một người phụ việc lý tưởng không? Hay đó mới là những thuộc tính được mong muốn? Và theo những tiêu chí nào thì bạn sẵn sàng trở nên linh hoạt đây?*

Hàng ngày, mọi người đưa ra quyết định đều dựa trên những phương diện “được mong muốn” và “được yêu cầu” của mình. Có một số phương diện mà con người có thể thỏa hiệp và còn một số khác thì không thể. Thách thức này tác động tới những người chủ khi họ đang cố thu hút tài năng bán hàng. Thế nên, thay vì tạo ra các quảng cáo trên những bảng tìm việc để mời mọi người nộp hồ sơ thì họ lại siết chặt đầu vào.

### Thu hẹp các ứng cử viên

Tôi quan sát các bảng tìm việc khá đều đặn để xem các công ty đang cố gắng thu hút tài năng bán hàng giỏi như thế nào. Điều tôi tìm thấy thật thú vị. Các công ty đều đặt ra một danh sách quảng cáo những thuộc tính được yêu cầu cho ứng cử viên. Tuy nhiên, khi tôi nói với các công ty về quảng cáo của họ thì tôi thấy rằng nhiều tiêu chí trong danh sách của họ không nằm trong phân loại được mong muốn.

Tôi cũng đã nói chuyện với những người bán hàng về nhận thức của họ đối với một quảng cáo công việc có liệt kê các tiêu chí. Và một người bán hàng năng động đang tìm kiếm một vị trí mới cho biết: "Tôi xem bản danh sách các tiêu chí đăng trên quảng cáo và nếu tôi không có đủ 100% kiến thức cơ bản, tôi sẽ không nộp hồ sơ của mình." Khi tôi hỏi những người chủ về những thách thức lớn nhất của họ trong việc tìm những ứng cử viên lớn có xếp hạng cao trong danh sách của họ, một người nói: "Nó có vẻ như chúng tôi chỉ đặt ra một quảng cáo trên một bảng tìm việc và cũng chỉ có một vài ứng cử viên phản hồi lại cho chúng tôi".

Đây chính là sự phân cách: Những người chủ đặt ra các quảng cáo tuyển dụng để như các ứng cử viên bán hàng nộp hồ sơ. Nhưng chính công cụ đó lại đang làm tắc nghẽn toàn bộ

quá trình này. Thế nên, thay vì thu hút các ứng cử viên nộp hồ sơ thì họ lại đang làm cho các ứng cử viên nhận thấy rằng họ sẽ không được xem xét.

Đây là một ví dụ về các tiêu chí được trích từ một quảng cáo tuyển dụng:

*Ứng cử viên thành công phải có các tiêu chí sau:*

- *Cử nhân kinh tế/ khoa học có chuyên môn về kinh doanh hoặc khoa học cuộc sống*
- *Thạc sĩ quản trị kinh doanh (MBA) từ một học viện danh tiếng*
- *10 năm kinh nghiệm quản lý bán hàng*
- *Hơn 10 năm kinh nghiệm làm bán hàng cho the Fortune 1000*
- *Có kiến thức sâu rộng về các nguyên lý và phương pháp trong lĩnh vực chuyên môn được công nhận, hoặc kinh nghiệm làm việc trong nhiều lĩnh vực.*
- *Thông thạo trong việc sử dụng công cụ [CRM](#) (Quản lý quan hệ khách hàng)*
- *Kinh nghiệm bán hàng có kỹ luật, hiểu biết về phương pháp luận bán hàng thông thường là cần thiết*
- *Phải giỏi trong việc phát triển và kết nối ROI (lợi nhuận qua đầu tư) với các nhà quản lý cấp C*
- *Kinh nghiệm thông tin liên lạc là bắt buộc*

Có được bao nhiêu người đáp ứng nổi bản danh sách tiêu chí này? Rất, rất ít. Liệu công ty này thực sự sẽ không xem xét một ứng cử viên chỉ vì bị thiếu một hoặc hai tiêu chí nào đó trong khi họ đáp ứng được phần lớn các tiêu chí quan trọng trong bản danh sách đó không? Nếu đúng vậy thì việc đưa ra một quảng cáo tuyển dụng là quá hạn chế nên các ứng cử viên sẽ không nộp hồ sơ. Và như vậy thì chính công ty lại để mất các siêu sao tiềm ẩn.

### **Xác định " yêu cầu " từ " mong muốn "**

Tôi là người đề xướng chính trong việc lập hồ sơ các ứng cử viên bán hàng lý tưởng cho một công ty. Nhưng nếu hồ sơ này quá hạn chế đến nỗi chỉ có một người trên thế giới mới có thể đáp ứng được thì làm thế nào công ty này mới có thể thuê được người đây? Tôi không đề nghị các công ty giảm tiêu chí của mình hay thuê những người bình thường. Không ai vượt qua được những tiêu chí đó. Tuy nhiên, có hai bước tuân tự cho quy trình này.

Giả sử bạn có đến 20 tiêu chí trong hồ sơ ứng cử viên bán hàng lý tưởng. Như vậy, điều tiếp theo cần phải làm là xếp hạng chúng theo thứ tự quan trọng từ 1 đến 20. Tiêu chí đầu

tiên trong danh sách được xem là quan trọng nhất. Về bản chất, bạn đang quan tâm tới tầm quan trọng của tiêu chí.

Khi bước đầu tiên được hoàn tất, bước tiếp theo là liệt kê từng tiêu chí theo mục “yêu cầu” hoặc “mong muốn”. Bắt đầu ngược lại từ số 20 (tiêu chí ít quan trọng nhất theo lần sắp xếp trước) và tiến dần tới số 1. Nếu lần sắp xếp này được làm một cách chính xác thì các tiêu chí chiếm ưu thế sẽ nằm trong mục “mong muốn”, trong khi một số ít tiêu chí ở trên đầu sẽ thuộc mục “yêu cầu”. Đó chính là một vài tiêu chí được coi là có tính quyết định tới sự thành công của ứng cử viên trong công việc và nên được liệt kê như “yêu cầu” trong quảng cáo.

Không nghi ngờ gì nữa, đây chính là một bộ sắp xếp đầy thách thức. Và đó là toàn bộ vấn đề nếu bạn muốn chắc chắn rằng bạn động viên được các ứng cử viên phù hợp nộp hồ sơ hơn là làm họ nản lòng.

### **Ứng dụng vào thực tế**

Lại nói về công ty có bản danh sách tiêu chí khắt khe. Liệu họ thực sự không thuê một ứng cử viên sáng giá thực sự chỉ vì bị thiếu yếu tố Quản trị kinh doanh (MBA) trong hồ sơ không? Nếu câu trả lời là không, thì họ không nên đưa phần này vào bản quảng cáo vì nó làm nản lòng các ứng cử viên đầy tiềm năng khi nộp hồ sơ. Thế họ có đặt tiêu chí kiến thức cơ bản về thông tin liên lạc trong quảng cáo chỉ vì họ không có chương trình đào tạo cho công việc này không? Nếu câu trả lời là có, thì họ cũng không nên đưa điều đó vào bản quảng cáo vì họ có thể bỏ lỡ các nhân viên bán hàng siêu hạng, những người chỉ cần có sự hỗ trợ ít ỏi trong việc học nghiệp vụ này.

Và vấn đề này không chỉ giới hạn với các ứng cử viên và người chủ mà chính những nhà tuyển dụng cũng nản lòng. Công ty cung cấp cho họ những hạn chế tới mức khiến họ cảm thấy bị giới hạn khả năng để tìm được ứng cử viên phù hợp. Chính thế nên một nhà tuyển dụng đã cho biết: "Tôi thực sự muốn giúp khách hàng của mình nhưng lại cảm thấy như đang mò kim đáy bể. Tôi không dám gửi cho bất cứ ứng cử viên nào trừ khi tôi tìm thấy sự phù hợp chính xác với những gì mà khách hàng đã đặt ra cho mình. Tôi không nghĩ họ có ý định quá hạn chế nhưng đó lại là những gì mà họ đưa ra cho tôi làm."

Vậy nên, việc thu hút nhân tài lớn là việc rất khó khăn. Những người cực giỏi thường trung thành với người chủ của họ. Thế nên, đừng để số ít siêu sao này trên thị trường bị lấy mất. Mà hãy chắc chắn rằng sự truyền đạt của bạn là để thu hút tài năng được tạo nên nhằm thể hiện đúng điều bạn muốn.