

← Вернуться к алгоритмам

Как нанимать менеджеров отдела продаж

30 вопросов для глубокой оценки кандидатов. Проверенная система найма продавцов, которая работает.

30

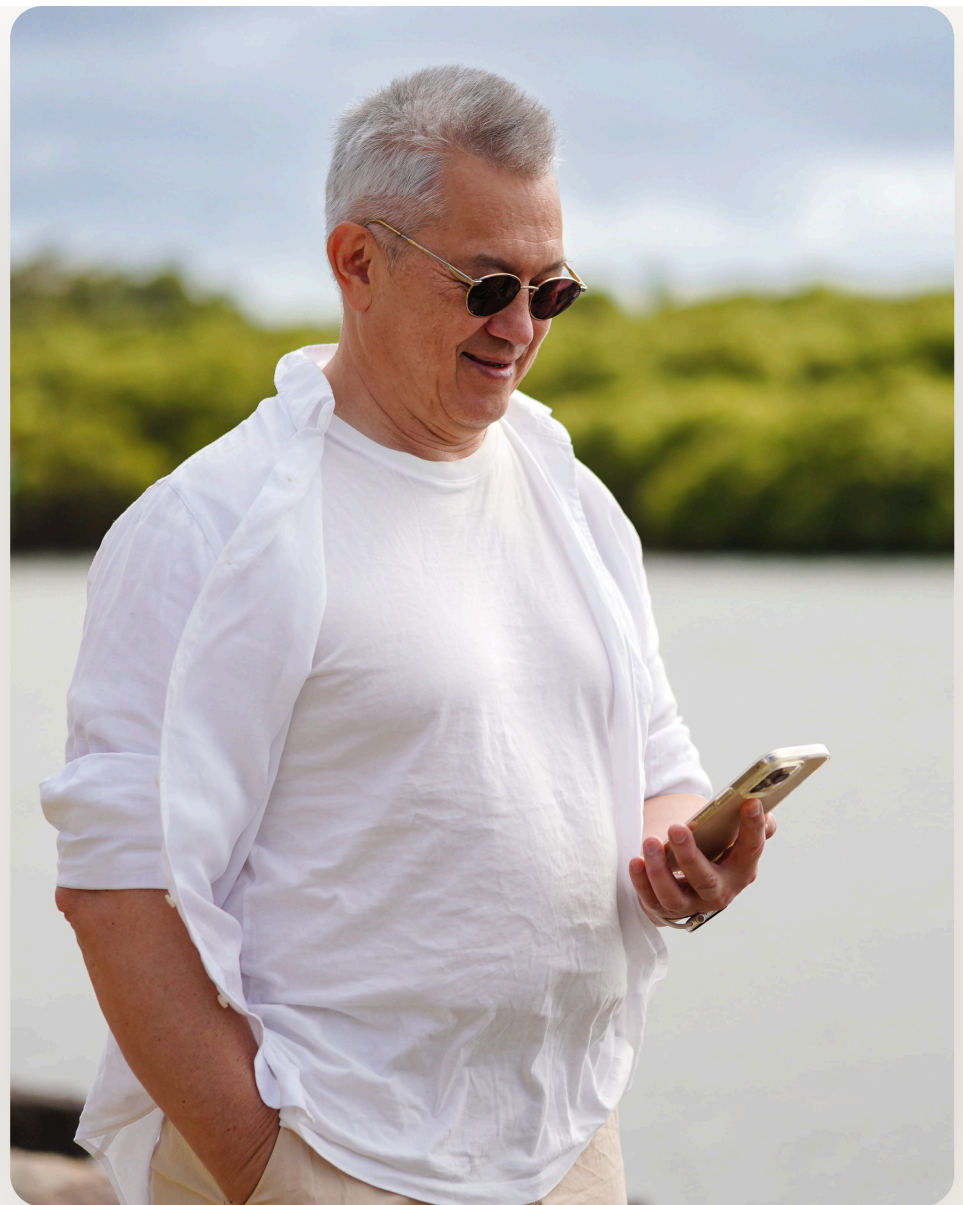
Вопросов для оценки

2

Блока компетенций

100%

Системный подход





Герман Юн

Основатель программы **СЕКРЕТЫ
КОРПОРАЦИИ**

Помог заработать более **700 млн руб**
дополнительной прибыли клиентам

Основатель ООО ЭнергоИнжиниринг (500 млн руб).
Управлял не участвуя в операционке

Весь мой 35-летний опыт посвящен реальному
бизнесу и настоящим реорганизациям компаний в 16
отраслях

16

отраслей и ниш

2000

сотрудников в командах

5 млрд

руб оборот компаний

35 лет

опыта в бизнесе

Хороший продажник — это инвестиция

Плохой — убыток и потерянные клиенты. Этот вопросник помогает не угадать, а проверить.

Используйте его строго, без скидок на «человечность» и «потенциал». Если кандидат проходит по этим вопросам — он точно может продавать. Если сыпется — не берите. Даже если «очень понравился».

Нам не нужны разговоры о продажах. Нам нужны продажи.

Блок 1

Личностные качества

Оценка базовых характеристик, которые определяют успех в продажах



Симпатия / Эмпатия

Наблюдать за кандидатом в течение собеседования: располагает ли к себе, вызывает ли симпатию. Особое внимание обратить на проявление качества через кейс «Продажа».



Грамотная речь

В речи отсутствуют слова-паразиты и грубые жаргоны, правильно проставлены ударения, богатый словарный запас.



Энергия

Энергичные движения, бодрый голос, позитивный настрой. Особое внимание обратить на проявление качества через кейс «Продажа».



Коммуникабельность

1

Я ваш потенциальный клиент, с которым вы хотите начать работать. Как будете выстраивать наше общение? (в форме диалога)

2

Как складывались отношения в коллективе?

3

С какими трудностями сталкивались в общении в коллективе?



Личностные качества. Оценка базовых характеристик, которые определяют успех в продажах

Обучаемость

4 Какие книги по продажам прочитали за последний год?

5 Какие идеи из книг внедрили и используете в практике?

6 Какие техники продаж освоили за последний год?

7 Как можете их описать и продемонстрировать?

8

Какие новые навыки приобрели за последний год?

9

Расскажите о случае, когда вам нужно было быстро усвоить большое количество новой информации. Как вы себя при этом чувствовали? Что помогло вам справиться с этой задачей?

10

Как вы понимаете профессиональное развитие? Что для вас значит развиваться в профессии?

11

Кем вы видите себя в нашей компании через год? Если планируете повышение — что вы собираетесь для этого предпринимать? А если продвижения не произойдёт — как вы к этому отнесётесь?

Блок 2

Профессиональные навыки

Оценка практических компетенций и опыта в продажах



Анализ потребностей

12

Представьте, что я — потенциальный клиент. Какой продукт или услугу вы предложите мне в первую очередь?

13

Какие вопросы вы зададите, чтобы выявить мои потребности?



Презентация товара с использованием ЧПВ

ЧПВ = Черты — Преимущества — Выгоды

Эта формула помогает продавцу структурировать презентацию продукта, показывая не просто характеристики, а конкретную ценность для клиента.

14 Представьте, что я — ваш новый клиент. Сделайте мне предложение по любому товару, с которым вы хорошо знакомы.

15 Знакомы ли вы с понятием "Черты — Преимущества — Выгоды"? Если да — выделите эти три элемента на примере любого предмета.

16 Сделайте презентацию самого себя, почему именно вас мы должны взять на работу?



Преодоление возражений клиента (технология ВПИО) / Напористость

17 С какого раза происходит большинство продаж по телефону? Когда перестаете звонить возможному клиенту?

18 Я клиент, вы предложили мне товар, я говорю, что продукт слишком дорогой. Ответьте мне на возражение в форме диалога.

19 Клиент требует скидку и заявляет, что в противном случае прекратит сотрудничество. Компания не готова предоставить скидку.

Какие действия вы предпримете в этой ситуации?

Работа с дебиторской задолженностью

20 Есть методика получения денег у клиента? По пунктам.

21 Каким образом, не обидев клиента и не испортив с ним отношения, вернуть дебиторку?

22 Представьте, что я — ваш клиент. Мы договорились об оплате, но в назначенный день деньги не были переведены. При следующем визите ситуация повторяется. Какие действия вы предпримете?

23 Приведите пример, когда вам удалось с проблемного клиента забрать дебиторку?

24 Руководитель поставил задачу снизить ДЗ на 50%. Как будете снижать? Что в вашем поведении с клиентом изменится?

Дополнительные вопросы

25 Как определяете приоритеты звонков? Как ранжируете клиентов?

26 Согласны, что 20% клиентов приносят 80% общего объема продаж?

27 Как работаете с этими 20%?

28 Как обновляете клиентскую базу? Как анализируете?

29 При личном общении первое впечатление формируется за 30 секунд — в основном за счёт визуального образа. А при разговоре по телефону — за счёт чего, на ваш взгляд, складывается первое впечатление?

30 Секретарю каждый день обращаются 100 коммерческих предложений, как установить контакт, чтобы ваше предложение он запомнил и передал ЛПР?

**Сильная и системная команда — это основа
любого успешного бизнеса**

Хороший продажник — это инвестиция. Плохой — убыток и потерянные клиенты. Этот вопросник помогает не угадать, а проверить. Не надеяться, а увидеть. Не слушать обещания, а моделировать поведение.

Используйте его строго, без скидок на «человечность» и «потенциал». Если кандидат проходит по этим вопросам — он точно может продавать. Если сыпется — не берите. Даже если «очень понравился».

Нам не нужны разговоры о продажах. Нам нужны продажи.

Желаю успехов и роста в вашем деле!

Герман Юн

Основатель программы СЕКРЕТЫ КОРПОРАЦИИ



СКАЧАТЬ PDF

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА

Стратегическая диагностика с командой Германа Юна

Разберём ваш бизнес, найдём узкие места и точки роста — и дадим конкретный план действий.

 **Оставить заявку**

✓ Команда Германа свяжется с вами и согласует время