



Управление проектом по поиску работы

Планирование поиска.
Оценка результатов.
Получение результатов.

**LEE HECHT
HARRISON**

More options. Better results.

Комбинированное обучение

Электронная книга «Управление проектом по поиску работы»

Сохраните этот файл на вашем компьютере для быстрого доступа к нему без подключения к интернету в будущем.

Навигация по книге

Нажмите на любую тему, перечисленную в Каталоге, чтобы перейти непосредственно на страницу, содержащую соответствующую информацию.

ACCOMPLISHMENTS

Accomplishments and skills, 14-19
Creating accomplishment statements, 40
Deriving skills from accomplishments, 16-18
Developing accomplishment stories, 18
Effective sentence openers, 41
Identifying accomplishments, 15

COMPETENCIES

Assessing your competencies, 21
Key areas to assess, 13
Sample competencies, 21
Summary of self-assessment, 25
COVER LETTERS
Cover letters for online and ads, 124
Sample cover letter, 51
Writing cover letters, 51

INTERVIEWING

Answering commonly asked interview questions, 146-155
Asking the right questions, 142-143
Closing the deal, 162
Handling the salary question, 156-157
Importance of non-verbal communication, 141
Interviewing models, 144

Разделы книги А, I и М объединены для облегчения перемещения в пределах каждого раздела.

Assess Opportunity

Assessing Opportunity and planning your search include Milestones 1 through 4. Milestones 2, 3 and 4 together comprise the marketing plan.

As with any successful project, the time spent properly preparing pays dividends in time saved later and in better results. Tracking your progress in this phase involves using a simple completion checklist found in the Search Project Organizer, which can be found on the Career Resource Network (CRN).

Milestone	Outcome	Pages
1. Survey Your Professional Environment	You are able to summarize the current state of your profession and industry, including the key trends shaping the future and how these trends will directly affect your career goals.	3 - 8

Вы также можете использовать навигационные инструменты Adobe Reader на экране:



Каталог

Достижения

Достижения и навыки, 14-19 Составление истории достижений, 40
Определение навыков на основе достижений, 16-18
Составление историй о достижениях, 18
Эффективное использование глаголов действий, 41
Определение достижений, 15
Примеры описания достижений, 40
Мет од SOAR, 18

Рекламные объявления/публикации в интернете

Ответы на рекламные объявления/публикации, 121-123
Рекомендации по составлению ответов на рекламные объявления, 122
Примеры электронных сопроводительных писем, 124
Примеры ответов на объявления, 125
Написание электронных сопроводительных писем, 124

Оценка

Достижения и навыки, 16-18
Оценка компетенции, 21
Оценка интересов, 20
Оценка личностных характеристик, 20
Оценка личных ценностей, 22
Оценка навыков, 14
Оценка себя, 13
Подтверждение личностных характеристик, 20
Выявление достижений, 15
Выявление компетенций, 21
Ключевые области для оценки, 13
Подведение итогов личностной оценки, 25
Перечень профессиональных умений, 19

Ярмарки вакансий

Посещение ярмарок вакансий, 128-129

Видение карьеры

Создание видения вашей карьеры, 23
Пример видения карьеры, 23

Смена карьеры

Смена карьеры, 45
Образец хронологического резюме, 46-47
Образец функционального резюме, 48-49

Завершение поиска

Адаптация на новом месте, 169-171
Завершение поиска, 168
Управление дальнейшим развитием карьеры, 172

Смена статуса, 168

Компетенции

Оценка ваших компетенций, 21
Ключевые области оценки, 13
Примеры компетенций, 21
Итоги самостоятельной оценки, 25

Сопроводительные письма

Сопроводительные письма, 124
Примеры сопроводительных писем, 51
Написание сопроводительных писем, 51

Адресная почтовая рассылка

Пример письма для адресной почтовой рассылки, 127

Электронная почта

Использование электронной почты при поиске работы, 50

Трудоустройство/агентства по временному трудоустройству

Использование услуг агентств, 120

Причины ухода

Объяснение причин увольнения, 31
Примеры объяснения причин ухода, 31

Менеджеры по найму

Повестка дня для встречи с менеджером по найму, 109
Сравнение встреч типа SMART и SELL, 111
Обратная связь от менеджеров по персоналу, 112
Встречи с менеджерами по персоналу, 108
Оценка вашей работы, 113
Подход SELL, 108-109
Сценарий SELL, 110
Подготовка встречи, 105-106
Почему менеджер по персоналу должен поговорить с вами?, 107

Интересы

Оценка интересов, 20
Итоги проведенной оценки интересов, 25

Интернет

См. раздел «Онлайн»
См. раздел «Рекламные объявления/публикации в интернете»

Собеседования

Ответы на вопросы, часто задаваемые на собеседовании, 146-155
Как задавать «правильные вопросы» на интервью, 142-143

Завершение интервью, 162

Правила составления ответов на вопросы о зарплате, 156-157
Важность невербального общения, 141
Модели собеседования, 144
Рекомендации по проведению собеседования, 140-141
Пример письма по результатам собеседования, 158
Образец письма-предложения работы, 163
Расскажите о себе, 145
Четыре принципа: Что ищет интервьюер и вы, 137
Процесс стратегического собеседования, 137
Виды собеседований, 138-139

Названия должностей

Изучение названий должностей, 24

Информация об отрасли

Сбор информации от ваших знакомств, 76-77
Получение информации об отрасли, 71
Изучение целевых компаний, 73
Изучение тенденций, 74
Изучение отрасли, 72
Источники информации об отрасли, 75
Использование информации об отрасли, 78

Маркетинговый план

Создание маркетингового плана, 60-61
Элементы целевого рынка, 61
Реализация маркетингового плана, 63
Пример маркетингового плана, 62

Ведение переговоров

Закрытие сделки, 162
Рекомендации по ведению переговоров, 159
Обсуждение зарплаты, 160
Обсуждение общего компенсационного пакета, 161
Образец письма-предложения о работе, 163
Переговорный процесс, 159

Нетворкинг

План встреч с людьми из круга контактов, 93
Создание и поддержание сети связей и знакомств, 95
Составление списка контактов, 88
Принципы SMART при проведении встреч в рамках нетворкинга, 92
Контакты со знакомыми, 91
Сбор информации от знакомых, 76

Каталог

Выход в интернет: Инструмент нетворкинга, 99

Распределение контактов из вашего листа, 89

Нетворкинг в сети, 99

Образец электронных писем для нетворкинга, 98

Подход SMART, 92-93

Сценарий SMART, 94

Шесть шагов отделяющих людей в нетворкинге, 90

«Лестница» нетворкинга, 96-97

Выстраивание отношений, 85-87

Понимание силы нетворкинга, 90

Онлайн

Преимущества использования интернета для нетворкинга, 98

Ответы на публикации в интернете, 121-126

Блоги, 74

Сопроводительные письма для публикаций в интернете, 124

Электронные резюме, 44

Выход в интернет: Инструмент нетворкинга, 99

Электронные письма для нетворкинга, 99

Ответ на онлайн-объявление, 126

Использование электронной почты в поиске работы, 50

Личные характеристики

Оценка личностных характеристик, 20

Подтверждение личностных характеристик, 20

Ключевые области оценки, 13

Итоги проведения оценки, 25

Личностные ценности

Оценка личных ценностей, 22

Ключевые области оценки, 13

Итоги проведения оценки, 25

Позиционирующее сообщение

Составление позиционирующего сообщения, 32-33

Примеры позиционирующего сообщения, 33

Профессия

Определение вашей профессии, 6

Изучение профессиональной среды, 7

Профессиональная цель

Примеры профессиональных целей с предпочтительными обязанностями, 60

Определение профессиональной цели, 25

Рекомендации

Составление списка рекомендаций, 52

Пример списка рекомендаций, 53

Резюме

Построение резюме, 34-37

Част и резюме, 35

Формат и резюме, 38

Хронологическое резюме, 42-43, 46-47

Функциональное резюме, 48-49

Электронное резюме, 44

Зарботная плата

Правила составления ответов на вопросы о зарплате во время собеседования, 156-157

Обсуждение зарплаты, 160

Стоит ли указывать информацию о заработной плате в интернете?, 123

Источник для определения размера зарплаты, 156-157

Стратегии для составления ответов на вопросы о заработной плате, 156-157

Образцы

Примеры достижений, 40

Ответы на вопросы, часто задаваемые на собеседовании, 146-155

Пример видения карьеры, 23

Примеры объяснения причины увольнения, 31

Письма

Письма для прямой почтовой рассылки, 127

Письмо после собеседования, 158

Электронные письма для нетворкинга, 98

Письмо-предложение работы, 163

Ответ на объявление, 125

Ответ на онлайн-объявление, 126

Маркетинговые планы, 62

Примеры позиционирующего сообщения, 33

Пример списка рекомендаций, 53

Сценарий SELL, 110

Сценарий SMART, 94

Примеры кратких сообщений, 39

Кадровые агентства

Рекомендации по взаимодействию с кадровыми агентствами, 119

Использование рекрутинговых агентств и агентств по подбору временного персонала, 120

Взаимодействие с executive search компаниями, 118

Подход SELL

Сравнение встреч типа SMART и SELL, 111

Подход SELL, 108-109

Сценарий SELL, 110

Навыки

Оценка собственных навыков, 14

Определение навыков на основе достижений, 16-18

Ключевые области оценки, 13

Исследование навыков, 19

SOAR

Создание историй по методу SOAR, 16-17

Разработка историй по методу SOAR, 18

Практическое применение историй по методу SOAR, 18

Подход SMART

Сравнение встреч типа SMART и SELL, 111

Подход SMART, 92-93

Сценарий SMART, 94

Метод SOAR, 16-18

Краткое сообщение о себе

Пример краткого сообщения, 39

Написание краткого сообщения, 39

Целевой рынок / список

Оценка целевого рынка, 59

Расширение целевого рынка, 61

Рекомендации по оценке целевого рынка, 59

Изучение целевых компаний, 73

Изучение важных вопросов, 74

Изучение отрасли, 72

Список целевых компаний, маркетинговый план, 61

Целевой рынок/маркетинговый план, 61

Что внутри?

Дорожная карта к вашему успеху

Ознакомление с программой	iii - ix
Использование ресурса для построения карьеры (CRN)	
Lee Hecht Harrison	x
Часть первая: Оценка возможностей	1 - 64
Этап 1 Изучение профессиональной среды	3
Этап 2 Определение профессиональных целей	9
- истории по методу SOAR	16
Этап 3 Создание коммуникационной стратегии и резюме	27
- заявление о причине ухода	31
- позиционное сообщение	32
- резюме	34
- сопроводительное письмо	51
- список рекомендаций	52
Этап 4 Определение целевого рынка	55
- личный маркетинговый план	60
Часть вторая: Выполнение поиска	65 - 130
Этап 5 Сбор информации об отрасли	67
Этап 6 Донесение идеи	81
- контакты и знакомые	88
- подход SMART	92
- путь к успеху	96
Этап 7 Беседа с менеджерами по персоналу	101
- подход SELL	108
Этап 8 Рассмотрение других методов поиска	115
Часть третья: Управление перехода на другую должность	131 - 173
Этап 9 Проведение собеседования, составление предложений и их обсуждение	133
- собеседование	137
- зарплата	156
Этап 10 Переход на другую должность	165
Глоссарий	174 - 175
Каталог	

**Lee Hecht Harrison поддерживает переработку и другие усилия по
сохранению окружающей среды для будущих поколений.**

© Lee Hecht Harrison, LLC. Все права защищены.

Ни одна часть этой книги не может быть воспроизведена через
фотокопирование или с помощью любых других средств без письменного
разрешения компании Lee Hecht Harrison

Ознакомление с программой

Для многих людей начало поиска работы может показаться сложной задачей. Помимо эмоциональной составляющей, вы можете столкнуться с такими вопросами, как: Что я хочу делать? Что я должен делать? С чего начать?

Эти материалы помогут вам найти ответы на эти вопросы. В дополнение к информации и методам, вы получите навыки управления карьерой, которые можно использовать на протяжении всей карьеры.

Эта программа отражает более чем 35-летний опыт, который компания Lee Hecht Harrison имеет в вопросах трудоустройства и управления карьерой. Будучи компанией по управлению карьерой, мы ввели новые методы трудоустройства и управления карьерой с использованием передовых технологий, сети интернет, контрольных показателей и командной работы.

Программа управления проектами по поиску работы/комбинированного обучения познакомит вас с каждым этапом процесса AIM (Assess, Investigate, Manage): оценка возможностей, реализация поиска и контроль трудоустройства. Она предоставляет логический порядок осуществления жизненно важного проекта - поиска работы.

В этой книге также описываются рабочие листы, контрольные списки и бланки оценки, которые помогут вам установить истинные ценности, со-

ставить успешное резюме, создать маркетинговый план, осознать ценность контактов и знакомств, выбрать следующего работодателя, обсудить размер зарплаты и т.д.

Программа компании Lee Hecht Harrison предоставляет возможность получить новые знания на основании нашего опыта, который помог сотням тысяч клиентов найти работу.

Вероятно, вы уже готовы приступить к поиску, но все же стоит уделить время, чтобы полностью прочитать раздел «Ознакомление с программой».

Это позволит вам получить общее представление о проекте, который вы собираетесь реализовать.

В этом разделе также содержится ценная информация о том, как поддерживать высокий уровень производительности, столь необходимый для успешного поиска.

Мы понимаем, что процесс трудоустройства - это «эмоциональные горки».

Эта книга поможет активизировать ваши усилия и обучит вас применению инициативного подхода.

Что такое «комбинированное обучение»?

Содержание и методы обучения изменялись вместе с развитием технологий. Целью программы управления проектами по поиску работы/комбинированного обучения является ознакомление кандидатов с десятью этапами программы, а также предоставление информации о других альтернативах обучения и образцах, содержащихся на сайте LHH в ресурсе построения карьеры (CRN). Кандидатам рекомендуется использовать постепенно усложняющиеся электронные учебные программы, аудиокниги и подкасты.

Адрес ресурса построения карьеры: <https://crn.lhh.com>. Добавьте его в свои закладки. В ходе поиска работы, а также после этого вы часто будете обращаться к нему.

После регистрации в CRN вы становитесь его членом пожизненно. Даже после окончания программы вы будете иметь привилегии выпускника, в том числе доступ к ресурсу построения карьеры и к программам электронного обучения, аудиокнигам и подкастам.

Процесс AIM

AIM - это трехступенчатый деловой подход к карьере, разработанный компанией «Lee Hecht Harrison». Три ступени AIM делятся на 10 этапов, которые послужат вам ориентирами в процессе поиска работы, как это показано ниже:

A

ASSESS - ОЦЕНКА
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

1. Изучение профессиональной среды
2. Определение профессиональных целей
3. Составление коммуникационной стратегии и резюме
4. Определение целевого рынка.

I

INVESTIGATE -
ВЫПОЛНЕНИЕ
ПОИСКА

5. Сбор информации о сфере деятельности
6. Донесение идеи
7. Беседа с менеджерами по найму
8. Рассмотрение других методов поиска

M

MANAGE -
УПРАВЛЕНИЕ
ПЕРЕХОДОМ

9. Прохождение собеседований, разработка предложений и их обсуждение
10. Переход на новую должность



Переход на новую должность - это возможность улучшить вашу карьеру.

Большинство людей не имеют времени, энергии или опыта для эффективного управления переходным периодом в связи с поиском работы.

Процесс трудоустройства во время отсутствия работы несет в себе серьезные негативные моменты, в том числе стресс, неуверенность и беспокойство о недополученных доходах. Тем не менее, его можно рассматривать и как ряд возможностей для тех людей, которые знают, как использовать его преимущества.

Возможности включают в себя:

- **Достижение более высокого уровня удовлетворенности работой.** Осознание того, что важно для вас и чего вы действительно хотите достичь в вашей карьере, позволяет находить и получать работу в организациях, в которых ценится ваша самоотдача, а ваши навыки используются в полной мере.
- **Присоединение к новой организации, ценности которой совпадают с вашим собственным.** В рамках трудоустройства вам предоставляется возможность оценить вещи, которые действительно важны для вас лично и профессионально, и применить эти знания в поиске и оценке предложений работы.
- **Возможность направить карьеру исключительно на путь достижения долгосрочной цели.** Трудоустройство - это поворотный момент, который позволяет начать путь к достижению целей карьеры и предлагает вам опыт, который может ускорить ваш профессиональный рост.
- **Увеличение кратко- и долгосрочного потенциального дохода.** Это хорошее время, чтобы изучить уровни компенсаций в вашей отрасли и сравнить их с вашим уровнем. После этого вы можете понять, в каком профессиональном направлении вам необходимо развиваться, чтобы увеличить доход.
- **Обучение лучшему управлению карьерой.** Многие из методов, используемых в программе поддержки ЛНН, имеют долгосрочные цели по улучшению управления карьерой. Изучив их сейчас, вы увеличиваете свои шансы на получение больших позитивных и меньших негативных результатов в будущей трудовой жизни.

Эмоциональная сторона трудоустройства

Во время трудоустройства вы можете испытать множество эмоций: шок, отрицание, гнев, печаль, чувство вины, тревог и, страха, облегчения и, возможно, даже энтузиазм. Любой нормальный человек может переживать, по крайней мере, некоторых из указанных эмоций. Некоторые из них проявляются более остро в начале поиска, однако важно понимать, что некоторые или все из них могут возникать на протяжении всего времени поиска.

- **Некоторые наши клиенты описали поиск как «катание на американских горках», в то время как другие - как прыжок с тарзанки.** Достаточно сказать, что это время невероятных падений и головокружительных подъемов. Вот некоторые промежуточные стратегии:
- **Сохраняйте положительный настрой.** Не паникуйте. Ваша жизнь меняется, а не заканчивается. Изменение может привести только к более удовлетворяющей рабочей ситуации.
- **Думайте о себе, как о человеке, у которого есть новая работа, а не как о безработном.** Ваше новое задание - управлять вашим проектом поиска работы, а это очень важный шаг в вашей карьере. Он задействует все ваши навыки и опыт, и может развить новые.
- **Относитесь к себе снисходительно.** Это может случиться с каждым—и случается практически с каждым. Позаботьтесь о своем физическом, умственном и эмоциональном здоровье. Поощряйте себя, позволяйте себе заниматься тем, что приносит вам удовольствие и делать то, что вам нужно делать, чтобы справиться со стрессом.
- **Не держите поиск в тайне, особенно от своей семьи и близких.** Чем больше вы скрытны, тем труднее будет вам помочь. С другой стороны, не хватайте телефон сразу и не рассказывайте всем коллегам о вашей ситуации. Сначала придите в себя и обдумайте вашу стратегию общения, чтобы во время беседы с людьми вы были подготовлены и вели ее эффективно.
- **Воздержитесь от критики бывшего руководителя или коллег, особенно, если вы говорите с потенциальным работодателем или другими контактными лицами.** Это всегда работает против вас, потому что это поднимает вопрос о том, насколько хорошо (или плохо) вы справляетесь с трудными ситуациями.
- **Оставайтесь активным и занятым человеком. Не изолируйте себя.** Посмотрите по сторонам. Сколько вы знаете людей, которые были в таком же положении? Поговорите с ними, поделитесь своими переживаниями и спросите, как они справились с трудностями.

Вы должны управлять поиском работы

Процесс поиска работы должен контролироваться так же, как и любой рабочий или личный проект. Он должен включать в себя определение этапов и шагов.

Во время карьеры вы, скорее всего, участвовали в управлении многочисленными рабочими проектами. В вашей личной жизни вы можете планировать вечеринку, свадьбу, отпуск или даже покупку нового дома.

Вы знаете из этого опыта, что эффективное управление проектом предполагает наличие четко определенных этапов и шагов. Управление проектом должно быть структурировано таким же образом, как и поиск работы. Наши материалы помогут вам сделать это.

Большинство руководителей и специалистов приобрели навыки управления проектами в течение своей карьеры. Тем не менее, многие из них не видят необходимости использовать эти навыки в поиске работы, потому что не рассматривают поиск работы в качестве проекта. Эта точка зрения может привести к снижению производительности и, как следствие, к более длительному и более разочаровывающему поиску.

Природа поиска такова, что большинство людей сталкивается с серьезными препятствиями на пути к устойчиво высокой производительности.

Препятствия на пути к высокой производительности во время поисков

Большинство людей, находящихся в поиске работы, особенно те, кто не использует услуги по оказанию помощи в трудоустройстве, менее продуктивны в поисках, чем в работе.

Даже те люди, которые получали профессиональную помощь в трудоустройстве в прошлом, могут испытать спад в производительности. В одном большом исследовании две трети безработных респондентов сообщили, что они проводят или в поисках менее пяти часов в неделю. Почему люди показывают такую низкую производительность в такой важной деятельности, как поиск хорошей новой работы?

Часть проблемы заключается в том, что увольнение по инициативе работодателя, безработица и сам поиск почти всегда создают препятствия для производительности.

Некоторые препятствия для производительности могут быть индивидуальными, а другие просто являются «частью ландшафта» поиска в течение периода безработицы. Важно знать об этих препятствиях в самом начале, чтобы они не застали вас врасплох позже. Схема на следующей странице поможет вам понять эти препятствия.

Препятствия на пути к высокой производительности во время поисков

- **Отсутствие опыта поиска работы.** Некоторые люди не знают, что и как нужно делать. Даже те люди, которые знают об общих необходимых мероприятиях, не могут быть уверены в том, какие шаги необходимы для их реализации.
- **Отсутствие навыков поиска.** Отсутствие некоторых навыков, необходимых для проведения эффективного поиска, или поиск неподходящей работы или работодателей может привести к низкой производительности.
- **Отсутствие эффективного плана.** Ежедневные победы без существования плана для регулирования и определения приоритетов вашей деятельности или неправильный план не помогут вам добиться целей.
- **Эмоциональный стресс (например, депрессия, гнев или волнение).** Эти чувства являются естественными, но могут стать препятствием для эффективного поиска, если ими не управлять должным образом. Во время поиска повторяемые отказы могут часто приводить к депрессии и последующему бездействию.
- **Поведение избегания.** Избегание неприятного процесса поиска или чувства отказа путем участия в более приятных занятиях, например, поиск работы в интернете или пассивное ожидание следующего шага от компании может помешать активному продвижению к цели.
- **Изменения в отношениях.** Бывшие друзья могут не отвечать на телефонные звонки. Бывшие коллеги могут не знать, как общаться с людьми, которые потеряли работу.
- **Низкая самооценка и уверенность.** Чувства, вызванные потерей работы или получением отказа в процессе ее поиска, могут затруднить поддержание уверенности в себе и производительности.
- **Отсутствие планирования времени.** Работа, как правило, в значительной степени структурирована (регулярные часы работы и сроки). Во время поиска работы люди должны управлять своим временем.
- **Отсутствие организационной структуры, поддержки и ресурсов.** Даже с ресурсами, предоставляемыми компанией Lee Hecht Harrison, поиск работы, прежде всего, является более индивидуальным и предпринимательским процессом, чем корпоративным.
- **Цикл отказов.** Получение повторных отказов является нормальным явлением во время поиска. Так как в конце вы принимаете только одно предложение, и все предложения, сделанные до него, не подходят, весь поиск, по определению, может рассматриваться как отказ. Это может породить цикл отказов, депрессию и бездеятельность, что часто подрывает эффективность поиска.

Использование CRN при поиске работы

Ресурс для построения карьеры (CRN) является собственным сайтом компании Lee Hecht Harrison, который был разработан с тем, чтобы помочь вам практически во всех областях поиска. CRN содержит больше информации и мощных инструментов в дополнение к данным материалам. Вы захотите интегрировать CRN в ваш проект поиска работы. Ниже представлен краткий обзор того, что предоставляет CRN:

Название темы в CRN	Информация	Этап (ы)
Начало	Обзор процесса поиска работы LHH, кратких описаний этапов и информации Государственной службы занятости.	Все
Изучение возможностей карьеры	Доступ к инструментам самостоятельной оценки. Информация о смене карьеры, предпринимательстве и активном выходе на пенсию.	1, 2
Резюме и письма	Полный коммуникационный набор с более чем 200 образцов резюме, сопроводительных писем, последующих писем и образцов электронных писем. Примеры списков достижений, заявлений об увольнении и позиционировании. Шаблоны и примеры маркетинговых планов. Практическое руководство по размещению резюме.	2, 3, 4, 5, 6
Изучение работодателей	Широкий выбор инструментов для изучения отраслей, компаний, а также людей, со ссылками на базы данных, веб-сайты и каталоги. Факты о местном рынке труда, заработной плате и информация о переезде и международных ресурсах поиска работы	4, 5, 6, 7, 8, 9
Поиск работы	Использование интернета и этапов проекта для создания своего бренда и маркетингового плана. Эффективные стратегии построения связей и знакомств, собеседования и переговоров. Способы определения и работы с рекрутерами, а также поиска и использования информации об интересующей работе или вакансии, в том числе рынке вакансий в сфере зеленой энергетики.	Все
Прохождение курсов	Большое количество файлов для загрузки, в том числе подкасты, аудиокниги, интервью и видео-презентации. Электронные курсы для самостоятельного обучения и списки событий и телеконференций, в которых вы можете участвовать. Практическое руководство по работе на сайтах социальных сетей, ориентированных на поиск работы.	Все
Блоги и новости	Актуальная информация о рынке труда и экономических опросах из авторитетных источников. Советы по поиску.	Все



Оценка ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Планирование
поиска

Оценка возможностей

Оценка возможностей и планирование поиска включают этапы с первого по четвертый. Маркетинговый план состоит из этапов 2, 3 и 4.

Как и с любым успешным проектом, время, затраченное на подготовку, возвращается в виде последующей экономии времени и лучших результатов. Отслеживание прогресса на этом этапе связано с использованием простого перечня, который приводится в Организаторе поискового проекта, который можно найти в Ресурсе для построения карьеры (CRN).

Этап	Результат	Страница
1. Изучение профессиональной среды	Вы можете подвести итог текущего состояния вашей профессии и отрасли, в том числе определить ключевые тенденции, формирующие будущее, и то, каким образом эти тенденции непосредственно сказываются на ваших карьерных целях.	3 - 8
2. Определение профессиональных целей	Вы можете определить профессиональную задачу одной фразой или предложением, чтобы люди внутри и за пределами вашей профессии четко понимали вид работы, которую вы ищете.	9 - 26
3. Создание стратегии коммуникации и резюме	У вас есть коммуникационная стратегия, которая подходит к вашей профессиональной цели и привлекательна для менеджеров по найму на вашем целевом рынке. Эта стратегия находит свое отражение в эффективно составленном письменном заявлении о позиции, заявлении об увольнении, в списке достижений и резюме.	27 - 54
4. Определение целевого рынка	У вас есть четко установленные критерии для группы организаций, в которые вы планируете обратиться (географические границы, отрасли, размер компании и предпочтительная организационная культура). Вы изучили и подготовили целевой список из 50 организаций, в которые вы планируете поочередно обратиться на начальном этапе.	55 - 64



Этап 1

Изучение
профессиональной
среды

Почему этот этап важен?

Изучение профессиональной среды - быть в курсе последних и потенциальных будущих тенденций и изменений в вашей области - делает вас более привлекательным кандидатом при беседе с менеджерами по найму, потому что вы можете больше сказать о том, что происходит или может произойти в конкретной профессии.

Такое исследование также создает контекст для поиска, позволяя выйти из ограничений, связанных с характером последнего места работы, выяснить, какие именно должности являются лучшими для вас и оценить ваше положение в профессии в целом. Отслеживание актуальной информации о происходящих в вашей профессиональной среде событиях после трудоустройства также является простым способом управления карьерой.

Изучите вашу отрасль

При изучении вашей профессиональной среды вы также можете изучить среду вашей деятельности, которая может включать в себя одну или не-

сколько отраслей. Отслеживание актуальной информации о среде вашей деятельности также добавляет вам привлекательности в качестве кандидата, так как это поможет вам обсудить с менеджерами по найму то, как ваш профессиональный опыт вписывается в их отдельную отрасль.

Комплексный, непрерывный процесс

Нет необходимости завершать анализ вашей профессиональной среды и отрасли, прежде чем приступать к другим элементам поиска. На самом деле, как правило, лучше интегрировать исследовательскую работу с другими видами деятельности и завершением других этапов.

Вы можете, например, изучать отрасли и конкретные компании в них одновременно. Позже, когда вы разговариваете со знакомыми о конкретных организациях, вы также можете обсудить отрасли, свою профессию и крупные проблемы, влияющие на них.

Вопросы для изучения

- Какие текущие главные тенденции влияют на мою отрасль? Какими могут быть будущие тенденции?
- Какие текущие главные тенденции влияют на мою профессию? Как изменилась моя профессия? Как она может измениться в будущем?
- Как эти изменения влияют на навыки, необходимые для успеха в данный момент и в будущем?
- Каковы актуальные темы в моей области, которые я должен быть в состоянии решать, чтобы оставаться конкурентоспособными?
- Каковы новые возможности для карьерного роста, создаваемые изменениями в моей отрасли и профессии?
- Какие возникающие проблемы самые интересные?

Предлагаемые действия

- Читайте статьи о текущих проблемах, вопросах или событиях, затрагивающих вашу профессию. Анализируйте те из них, которые обеспечивают широкий обзор, но сосредоточьтесь на тех, которые вас интересуют больше всего.
- Читайте статьи, опубликованные за последние 12 месяцев о вашей отрасли и тенденциях, влияющих на нее. Если вы планируете сменить отрасль, прочитайте о том, что это за отрасль.
- Ищите в интернете информацию о вашей профессии и отрасли, чтобы определить соответствующие тенденции, такие как влияние рабочих мест, связанных с экологией. Изучайте веб-сайты отрасли, компаний, финансовых и профессиональных ассоциаций для получения последней информации.
- Зарегистрируйтесь на сайтах социальных сетей или на любых развивающихся «нишевых» сайтах для получения любой информации, которую могут публиковать ваши знакомые.
- Ищите последние книги в местной библиотеке или книжном магазине о вашей отрасли и профессии, чтобы получить представление о больших бизнес-направлениях, влияющих на вашу работу. Читайте надписи на обложках и бегло ознакомьтесь с введениями. Затем выберите книгу, которая интригует вас и прочитайте ее.
- Напишите краткий анализ профессии и отрасли, в которой вы планируете работать.
- Укажите ключевые тенденции, вероятные проблемы и новые возможности.

Определение профессии

Прежде чем вы начнете изучать вашу профессиональную среду, важно, чтобы вы эффективно определили свою профессию. Чем вы фактически занимаетесь? Отражает ли название вашей текущей должности вашу профессию?

К примеру, название вашей последней должности звучало как «старший аналитик». Это название не имеет смысла за пределами вашей бывшей работы. В конце концов, нет такой профессии, как старший аналитик. Старший аналитик может быть задействован в экономике, политике или в стратегическом планировании.

Определение профессии начинается с изучения вашего опыта и знаний. Если ваш прошлый опыт не вписывается четким образом в профессиональную категорию, задайте себе следующие вопросы:

- Какова моя идеальная работа?
- Какая это профессия?
- Каковы мои увлечения?
- Каким профессиям они подходят?
- Что является для меня естественным?
- Каким профессиям они подходят?

Изменение рынка труда

Зачем необходимо четкое определение профессии? Потому что рынок труда, вплоть до мирового, постоянно меняется, и может существенно измениться с момента вашего последнего трудоустройства. Организациям пришлось меняться, чтобы более успешно конкурировать на мировом рынке. Они стали компактнее и больше сосредоточились на эффективности, и они настаивают на том, чтобы рабочая сила была гибкой. Вы должны знать, какое влияние постоянно меняющийся рынок труда оказывает на вашу профессию.

Влияние технологий

Технологический прогресс продолжается и влияет практически на каждую профессию тем или иным ощутимым образом. Ожидается обладание новыми навыками, а старые развиваются вокруг новых технологий. Вы должны знать, как технологии влияют на вашу профессию.

Ваша профессия и сфера деятельности

Каждая отрасль или организация нуждается в значит для сферы, в которую вы собираетесь войти, особенно, если это изменяющаяся отрасль. Это означает, что вы должны изучить вашу профессию и принять некоторые решения о вашей будущей работе и типах компаний и отраслей, которые вас интересуют и нуждаются в ваших профессиональных знаниях.

Вот несколько способов, как это можно сделать:

1. Проанализируйте историю вашей трудовой деятельности и полученную вами профессию (профессии).
 2. Изучите рекламируемые позиции в печати и в интернете, в частности, проанализируйте особенности задействованной отрасли и профессии. Некоторые интернет-сайты содержат биографии реальных людей, которые дадут вам представление о профессии внутри отрасли.
 3. Найдите информацию в интернете о вашей профессии с помощью профессиональных онлайн-справочников. В них описываются условия труда, требования к обучению и образованию, доходы и ожидаемые перспективы.
- Спросите друзей, коллег, предыдущих клиентов и других клиентов компании Lee Hecht Harrison, какие профессии они считают подходящими для вас.
4. Проанализируйте ассоциации, к которым вы присоединились или к которым желаете присоединиться.

Вопросы, которые необходимо задать о вашей профессии

- Насколько моя профессия является жизнеспособной?
- Устареет ли она?
- Каков возможный срок, в течение которого я могу продолжать работать в своей профессии?
- Каковы размеры компенсации в моей профессии?
- Какое повышение квалификации и обучение требуется в моей профессии?

Изучение профессиональной среды

Когда вы действительно определите вашу профессию в плане того, что вы делаете и где вы хотите это делать, вы должны изучить последние события в вашей профессии и вашей профессиональной среде.

Изучите и прочитайте статьи о вашей профессии, чтобы ознакомиться с текущими тенденциями. Интернет является ценным инструментом для поиска информации, ассоциаций и экспертов в вашей области. Большинство профессиональных журналов имеют веб-сайты. Беглое просматривание статей в интернете поможет вам узнать новейшие термины, используемые людьми вашей профессии.

Рекомендации по изучению вашей профессиональной среды

- Изучите объявления в газетах и интернет-объявлениях о вакансиях. Составьте список

компаний и отраслей, которые нуждаются в ваших профессиональных услугах.

- **Читайте новостные бюллетени, выпускаемые в указанной области и профессиональные журналы, регулярно проверяйте статьи в местных и национальных газетах и на соответствующих веб-сайтах.** Используйте информацию, которую вы обнаружите, чтобы составить больше вопросов и тем для беседы.
- **В ходе подготовки и сбора информации об отрасли и в начале распространения своей идеи,** найдите источники - людей, с которыми вы можете обсудить свои выводы о вашей профессиональной среде.
- **Поговорите с представителями профессиональных организаций и со знакомыми из списка контактов.** Это очень продуктивный способ получения необходимой информации.



Советы и методы

Завершение подготовки перед использованием связей и знакомств

Общение с людьми является важным компонентом работы на этом этапе, однако вы должны быть уверены в своей подготовке до того как проводить такие беседы. Ваши заявления о причинах увольнения с прошлого места работы и о позиции (см. Этап 3) особенно важны.

Желательно завершить работу по созданию коммуникационной стратегии до использования связей и знакомств, чтобы создать наилучшее впечатление. Несмотря на то, что важно начать работу над этапом 1 сейчас, многие люди считают, что более эффективно будет завершить его, совместив с этапом 5 «Сбор информации об отрасли».



Как сделать поиск более эффективным

Самоорганизация

На данном этапе начните создавать файлы (как на электронных, так и на бумажных носителях) статей о вашей профессии и каждой отрасли, которые вас интересуют, и продолжайте собирать их на протяжении всего поиска. Добавьте в избранное соответствующие сайты для ускорения поиска.

Иногда у вас будет возможность делиться этой информацией с полезными знакомыми, возможно, даже помогая им решить проблему. Анализ этой информации перед собеседованием сделает вас наиболее информированным о текущей ситуации в отрасли кандидатом. Это также поможет вам лучше управлять вашей карьерой после нахождения новой работы.



Закрепление материала по этапу

Во время поиска вы должны иметь самую актуальную информацию о том, что происходит в вашей профессии или отрасли, чем когда-либо ранее. Изучение вашей профессиональной среды позволит вам получить информацию об основных тенденциях, определяющих будущее вашей отрасли, и о том, как эти тенденции могут непосредственно влиять на ваши карьерные цели.

Есть три веские причины для изучения вашей профессиональной среды:

- 1. Вы будете создавать впечатление умного кандидата во время беседы с менеджерами по найму, потому что вы сможете больше сказать о том, что происходит или может произойти в вашей отрасли или профессии.** Вы будете иметь свое мнение и свою точку зрения, что позволит вам создать впечатление знающего кандидата и будет отличать вас от других.
- 2. Это может сократить ваш поиск. Чем больше вы знаете о событиях в своей отрасли и профессии, тем более полный целевой список организаций, которые могли бы использовать ваши навыки, вы можете создать.** Вы сможете исключить организации, которые не соответствуют фактам, которые вы обнаружили, и критериям, которые вы разработали, и вы добавите другие организации, которые в настоящее время соответствуют им.
- 3. Это может спасти вас от поиска профессии или отрасли, которая скоро перестанет существовать, или отрасли, которая подвергается кардинальным изменениям в плане продуктовой линейки, местоположения или состава.** Вы можете пересмотреть свою точку зрения на основании этой информации.

Прежде чем завершить этот этап:

- Вы получите приглашение зарегистрироваться на сайте ресурса для построения карьеры (CRN). Пожалуйста, зарегистрируйтесь, как только сможете, используя свой адрес электронной почты и пароль, который вы должны запомнить.
- Зайдите в CRN и проанализируйте текущее состояние профессии и отрасли с помощью информации из доступных баз данных, в том числе финансовых веб-сайтов и сайтов профессиональных ассоциаций.
- Проверьте загружаемые подкасты и модули электронного обучения в CRN на этом этапе. Они доступны для вас круглосуточно в удобном для вас темпе.

Начните устанавливать контакты с вашими бывшими коллегами и новыми людьми, которых вы встречаете. Зарегистрируйтесь или посещайте сайты социальных сетей, ориентированных на работу, для получения информации, которую ваши знакомые могут размещать на них.



Этап 2

Определение профессиональной цели

Почему этот этап важен?

Каждый проект начинается с определения общей цели или задачи. Наиболее очевидной целью поиска является поиск новой работы. Тем не менее, нужно четко определить, какую именно работу вы ищете.

Профессиональная цель определяет то, что вы хотите делать

Профессиональная цель определяет вид работы, которую вы хотите делать в рамках вашей профессии, что помогает людям, с которыми вы беседуете, точно понять, что именно вы ищете, и оптимально помочь вам. Например, если вы являетесь специалистом по кадрам, то важно, чтобы люди знали, какие должности в сфере работы с кадрами вы ищете (например, специалист по рекрутингу, поощрениям и компенсациям).

Возможно, самой важной причиной для осмысления профессиональной цели является то, что такая цель — это отражение вас самих и желаемого направления движения вашей карьеры и работы. Иногда люди начинают этот процесс с рассмотрения своей миссии, цели в жизни и того, как работа вписывается в эту миссию.

Следующим шагом является создание идеи о том, где вы хотите находиться в профессиональном смысле через три или пять лет. Ваша профессиональная задача — это короткое описание, определение, непосредственно следующего шага в направлении материализации этого видения.

Процесс установления этого определения включает проведение оценки ваших навыков, интересов, ценностей и личных предпочтений. Эта оценка является одним из основных и нужных компонентов, если вы собираетесь создать профессиональную цель, которая четко определяет вид работы, которую вы будете счастливы выполнять.

Профессиональная цель задает направление вашего поиска

Усилия на ранней стадии данного этапа вашего поиска на самом деле сэкономят вам время в долгосрочной перспективе. Профессиональная цель позволяет концентрировать ваш поиск и задать ему направление, поскольку позволяет вам прояснить для вас самих и четко сообщить другим то, что вы ищете. Профессиональная цель задает тон и направление коммуникационной стратегии и является предпосылкой для создания вашего резюме. Иногда она указывается в виде отдельного элемента в верхней части резюме или краткого заявления.

Профессиональная цель лежит в основе вашего маркетингового плана

Хорошо продуманный маркетинговый план является столь же важным в поиске работы, как и при запуске нового продукта. Компании часто тратят миллионы долларов на создание и выполнение маркетинговых планов при запуске новых продуктов. Они делают это, потому что они знают, что этот вид начальных инвестиций времени и денег означает более быстрое внедрение нового продукта с потенциально более высокими объемами продаж. В поисках работы ваш личный маркетинговый план служит для этой же цели. (создание вашего личного маркетингового плана подробно описано в составе Этапа 4)

Ваша профессиональная цель лежит в основе вашего личного маркетингового плана. Она позиционирует вас на рынке, давая людям понять, какую работу вы ищете. Она позволяет разграничить медленный, извилистый и быстрый, сосредоточенный поиск.

Почему этот этап важен?

Профессиональная цель - это возможность изучить ваши варианты

Профессиональная цель должна выходить за рамки вашей последней профессии. Хорошо разработанная профессиональная цель предоставляет вам возможность расширить и более подробно изучить варианты, а также посмотреть на новые возможности, которые могут подойти вам лучше, чем последняя работа.

Чтобы вы могли изучить варианты в полном объеме, ваша профессиональная цель должна быть реалистичной. Отсутствие профессиональной цели ограничивает количество вариантов. По правде говоря, вам нужна реалистичная профессиональная цель, которая, если это будет необходимо, исключает неуместные возможности и соответствует вашей квалификации. Нет никакого смысла изучать возможности, за которыми никто не увидит вашу квалификацию.

Профессиональная цель должна быть понятной и целенаправленной

Ваша профессиональная цель также должна соответствовать стандартам рынка и должна быть описана общепринятыми словами. Использование языка, понятного только в вашей отрасли или вашему последнему работодателю, для описания цели—это не очень хорошая идея. Подумайте о вашей последней должности. Является ли она настолько неясной, что ее совершенно не поймут в определенной сфере? PR-менеджер—это полностью понятное название должности. Технический координатор второй категории—это не совсем понятная должность. Убедитесь, что вы используете язык, который широко используется и является понятным.

Ваша профессиональная цель должна быть достаточно целенаправленной - не слишком широкой и не слишком узкой. Слишком широкая цель (ищу руководящую должность), может быть расплывчатой и может привести к долгому, непродуктивному поиску.

С другой стороны, слишком узкая цель (ищу должность аналитика компенсационного стимулирования) может стоить вам месяца поиска вакансий, количество которых настолько мало, что ваш шанс найти их ничтожен.

Хорошая новость в том, что вам необязательно иметь идеальную профессиональную цель. Вы можете начать с описания широкой области, а затем уточнить цель во время разговора с людьми, написания резюме или составления маркетингового плана.



Советы и методы

Использование обобщающих терминов

Ниже перечислены некоторые из наиболее распространенных терминов, используемых при создании профессиональных целей. Такие термины могут часто использоваться в качестве первых слов в профессиональной цели.

- Руководители высшего звена
- Общее руководство (П/У)
- Финансовые услуги/управление
- Информационные технологии/управление
- Связи с общественностью
- Человеческие ресурсы/управление
 - Рекрутинг
 - Компенсации
 - Соблюдение норм и требований
- Юридический отдел
- Продажи/управление
- Производство/АХО
- Маркетинг/управление
 - Управление продукцией
 - Реклама
 - Исследования рынка

Вопросы для изучения

- Каковы мои интересы? Что мне на самом деле нравится делать? Какой вид деятельности или среды привлекает меня?
- Что я делаю лучше всего? Какие мои три-шесть сильных навыков или компетенций? Что отличает меня от остальных соискателей?
- Каковы мои ценности и приоритеты? Что важно для меня? Как работа вписывается в другие аспекты моей жизни?
- Как выглядит моя идеальная работа? Как я хочу, чтобы выглядела моя жизнь и работа через пять лет?
- Как бы я описал свой стиль управления или себя? Как это вписывается в мою профессиональную цель?
- Учитывая все обстоятельства, является ли моя профессиональная цель реалистичной?

Предлагаемые действия

- **Сформируйте список вариантов, которые вас интересуют**, перечисляя все, что вы думали о текущей и будущей деятельности. Поделитесь списком с людьми, которые хорошо знают вас, и спросите их мнение.
- **Оцените свои личные интересы, ценности, навыки и предпочтения** и отразите их в описании своей профессиональной цели.
- **Обсудите вашу самостоятельную оценку с двумя или тремя людьми, которым вы доверяете**, и которые вас хорошо знают, и попросите их предоставить актуальные и честные отзывы.
- **Зарегистрируйтесь или посещайте сайты социальных сетей, связанные с работой** или любые «нишевые» сайты для получения информации в связи с отзывами, которые ваши знакомые дали на стадии обсуждения вашей самостоятельной оценки.
- **Рассмотрите другие альтернативы карьеры** в качестве определения способа переноса своих навыков на другие должности или в другие отрасли.
- **Поговорите со знающим человеком, например, профессиональным консультантом по вопросам карьеры**, чтобы подтвердить правильность общего направления вашей карьеры и описания профессиональной цели.
- **Создайте карьерное видение** того, как вы хотите, чтобы ваша работа выглядела через три-пять лет. Непосредственная профессиональная цель, как правило, лучше планируется в контексте долгосрочного личного видения вашей карьеры.
- **Если вы рассматриваете предпринимательство или экологическое предпринимательство**, внимательно изучите этот путь и оцените, насколько хорошо ваши навыки и интересы подходят к этому направлению карьеры. Вы можете продолжать поиск работы, изучая самозанятость.
- **Запишите свои достижения, связанные с работой**, чтобы вы могли четко определить свои навыки и черты, выявить потенциальные отрасли и хорошо представить себя.
- **Составьте предложение или фразу**, которая кратко описывает работу, которую вы ищете. Это и станет вашей профессиональной целью.

Оценка себя

Ваша профессиональная цель должна отражать, кто вы и что для вас важно, как, например, ваши навыки, компетенции, личностные характеристики, интересы и ценности, а также общий опыт.

Ваш первый шаг к созданию цели, которая отражает, кто вы есть, - это провести самостоятельную оценку. Это гарантирует, что вы выбираете направление, которое хорошо подходит для вас, и что вас рассматривают, как квалифицированное лицо. Ваша история работы и достижения являются отличной отправной точкой для этой оценки.

Результаты самооценки также помогут вам увидеть более четко возможные варианты карьеры, в которых могут быть задействованы различные комбинации ваших сильных сторон.

Когда вы проясните общее направление своей карьеры, вы сможете составить краткую и эф-

фективную профессиональную цель, в описании которой будет подытожен вид работы, которую вы хотите получить в ближайшем будущем. Это утверждение станет основой вашего резюме, маркетингового плана и поиска работы.

В процессе подготовки профессиональной цели вы также будете накапливать материал, который будет необходим вам для позиционирования себя в качестве подходящего квалифицированного кандидата. В резюме и на собеседованиях, как и в маркетинге продукта, сильные стороны вашего продукта и потенциальные выгоды должны быть четкими.

Следующие упражнения предназначены для того, чтобы помочь вам в проведении самостоятельной оценки, ведущей к профессиональной цели. Это также заложит основу для эффективной саморекламы среди выбранной целевой аудитории.

Ниже приведены ключевые области для проведения оценки при принятии правильного решения в отношении карьеры. Они организованы по трем основным направлениям:

1. ЧТО ВЫ ДЕЛАЕТЕ ЛУЧШЕ ВСЕГО?

Ваши навыки, знания и компетенции. Они приобретаются в процессе образования и получения опыта всех видов (такого, как рабочего, волонтерского и жизненного) и представляют ваш и основные активы на целевом рынке труда. Правильная маркировка навыков является важной частью сообщения ваших ценностей.

Ваши личные характеристики. Эти характеристики являются врожденными или развиваются на ранних стадиях жизни. Они могут включать в себя способности, таланты или предрасположенность к определенным направлениям карьеры.

2. ЧЕМ ВАМ НРАВИТСЯ ЗАНИМАТЬСЯ?

Ваши интересы. Ваша профессиональная цель должна отражать что-то, чем вы интересуетесь, а также то, что вы можете делать. В конце концов, жизнь приносит больше удовольствия, когда вы занимаетесь тем, что действительно любите. Вы также имеете больше шансов на успех, если работа вас интересует.

3. КАКОВЫ ВАШИ ПРИОРИТЕТЫ В ЖИЗНИ?

Ваши ценности. Это ваши основные убеждения о том, что является наиболее и наименее важным в жизни. Они, как правило, развиваются медленно и могут меняться с момента принятия послед него серьезного карьерного решения.

Ваши личные предпочтения. Ваша профессиональная цель должна соответствовать вашему видению карьеры и образу жизни (в том числе месту жительства, рабочему графику и доходам).

Ваши мотивы. Эти стремления или потребности, которые продвигают вас по выбранному вами направлению карьеры. При высокой мотивации вы быстро двигаетесь по карьерной лестнице, при этом вы можете жертвовать чем-то в другой сфере своей жизни.

Достижения и навыки

Чтобы ответить на вопросы о своих навыках, вы должны знать, каковы ваш и навыки в очень специфических условиях. Большинство людей не могут описать свои навыки без подготовки и должны провести их тщательный анализ.

Оценка навыков

Есть три вещи, которые необходимо помнить, когда вас спрашивают о ваших навыках:

1. ЧТО ВЫ МОЖЕТЕ ДЕЛАТЬ

Работодатели хотят знать конкретные действия, которые вы можете выполнять, как, например, организовать эффективную презентацию или разработать график выполнения проекта.

2. ЧТО ВЫ ЗНАЕТЕ

Работа требует знаний, а также навыков. Работодатели хотят знать, знаете ли вы основы работы.

3. КАКИЕ ДОЛЖНОСТИ ВЫ МОЖЕТЕ ЗАНИМАТЬ

Работодатели хотят знать, как вы можете объединить знания, навыки и личные качества, чтобы выполнять определенные обязанности на рабочем месте.

Упражнения на следующих страницах помогут вам определить свои навыки путем анализа ваших достижений на работе. Первый шаг заключается в определении достижений. Вторым шагом является детализация истории каждого достижения и понимание используемых навыков.



Советы и методы

Если вам трудно определить свои навыки, остановитесь, сделайте глубокий вдох и подумайте о том, чем вы больше всего гордитесь в вашей карьере. Что волновало вас больше всего? Запишите эту историю, а затем вернитесь назад и определите навыки и компетенции, которые вы при этом использовали и которые позволили вам добиться успеха. Вы можете быть удивлены тем, что вы узнаете. Это также станет одним из ваших первых рассказов об успехе!

Определение достижений

Это упражнение предназначено для того чтобы помочь вам определить свои достижения на работе. Прочитайте вопросы и отметьте те из них, которые относятся к вам. Рядом с каждым отмеченным вами пунктом укажите ключевое слово, которое будет напоминать вам о достижении. Каждое достижение является показателем одного или нескольких действующих навыков. Позже вы должны будете назвать эти навыки. Вы также будете использовать достижения, чтобы сообщить о ваших ценностях в резюме и на собеседовании.

Достижения

Ключ. слово

- ☐ Определили ли вы проблему и решили ли ее? Каковы были результаты? _____
- ☐ Ввели ли вы новую систему или процедуру, которая сделала работу легче и более точной? _____
- ☐ Вы сэкономили деньги или время компании? В каком объеме? Какое положительное влияние такая экономия оказала на компанию? _____
- ☐ Ваши усилия увеличили прибыль компании? Насколько? _____
- ☐ Вам удалось повысить производительность или уменьшить время простоя? Насколько? Такая экономия снизила убытки компании? _____
- ☐ Вы эффективно управляли системами или людьми? Каковы были результаты ваших усилий? _____
- ☐ Вы инициировали программы продаж или поощрения, которые работали? Каковы были результаты в денежном эквиваленте? Для имиджа компании? Для боевого духа сотрудников? _____
- ☐ Участвовали ли вы в принятии решений или планировании? Какой вклад вы сделали для команды? Каковы были результаты ваших усилий? _____
- ☐ Вы составляли серьезные отчеты, программы, публикации, рекламные акции или письма для рассылки? Какой была целевая аудитория? Каким образом эти документы распространялись или какова была их целевая аудитория? _____
- ☐ Вы повысили эффективность работы людей или операций? Сколько это позволило сэкономить? _____
- ☐ Были ли вы ответственны за сокращение персонала или деятельности? Как вам удалось сделать это эффективно? _____
- ☐ Вы участвовали в запуске и прекращении деятельности? С какими проблемами вы сталкивались? _____
- ☐ Вы автоматизировали или создавали системы или процедуры? Сколько людей вы обучали? Сколько средств было затрачено на автоматизацию? _____
- ☐ Были ли вы связующим звеном между отделами? Как вам удалось сделать работу вещей более эффективной? _____
- ☐ Вы составляли отчеты или данные, которые позволили руководству принимать более обоснованные решения? _____

Определение навыков на основе достижений

На современном рынке труда важно знать свои навыки и быть в состоянии находить должности, которые требуют применения этих навыков. Вы можете (или должны) переносить свои навыки в другие функциональные области или отрасли. Знание своих навыков поможет вам определить потенциальные рынки и сообщить вашу ценность потенциальному работодателю.

Навыки, выявленные в ходе достижений

Ваш успех, как правило, обусловлен тем, что вы применяете свои навыки, и тем, что ваши личные черты ценны для выполнения соответствующей задачи. Поэтому анализ ваших достижений и успехов может привести к четкому определению навыков и качеств. Этот анализ позволяет определить повторяющиеся образы или темы.

В этом упражнении вы будете анализировать свои наиболее важные достижения, связанные с работой. Вы можете использовать те из них, которые вы определили в предыдущем упражнении.

Кроме того, укажите, какие навыки или личные качества вы использовали в каждом достижении.

Ситуация	Препятствие	Действия	Результаты
1.			
Использованные навыки:			
2.			
Использованные навыки:			

Ситуация	Препятствие	Действия	Результаты
3.			
Использованные навыки:			
4.			
Использованные навыки:			
5.			
Использованные навыки:			

S	Ситуация	Опишите ситуацию
O	Препятствие	Опишите препятствие, с которым вы столкнулись
A	Действия	Опишите свои действия
R	Результаты	Опишите результаты, которые вы помогли получить, и выгоду, полученную вашим работодателем.

Составление историй о достижениях

Мы называем методы, которые вы использовали ранее, **SOAR (Situation, Obstacles, Actions, Results - ситуация, препятствие, действие, результат)**.

Это отличное руководство для составления истории достижений, которая наглядно демонстрирует ваши навыки. Во время собеседования ответ по методу SOAR дает конкретную информацию о ситуации, препятствиях, действиях и результатах. Акроним SOAR легко запомнить, он поможет вам организовать материал во время собеседования.

Ваши истории по методу SOAR помещают ваши достижения в контекст, который может понять работодатель.

Предположим, что интервьюер задал следующий вопрос:

Опишите, как вы обошли конкурентов, извлекая выгоду из тенденций рынка?

Ваш ответ по методу SOAR может быть следующим:

«Я был продакт-менеджером по корму для собак больших пород в компании Exceptional Pet Foods. Компания столкнулась с жесткой конкуренцией со стороны национальных брендов, которые измучили нас рекламой и рекламными мероприятиями, мы потеряли долю рынка, в

частности, в супермаркетах.

«Я провел анализ рынка и клиентов, который указывал на возможность снижения цен на продукцию, продаваемую в упаковках насыпью исключительно на складах и в открытых магазинах. Идея заключалась в том, чтобы обратиться к потребителям, которые любят своих собак, но не хотят тратить на них много денег.

«В 2001 году мы представили линейку корма Mega-Dog, и она быстро зарекомендовала себя в этих торговых точках.

В настоящее время на Mega-Dog приходится более одной трети доходов компании Exceptional от реализации питания для собак, она начала приносить прибыль уже на второй год после выхода на рынок».

Подход SOAR работает, потому что он:

- представляет полную историю, от контекста и до результатов
- применяется вне вашей отрасли - показывает ваш мыслительный процесс.

Вы должны иметь 10-20 готовых историй по методу SOAR, когда идете на собеседование. Скорее всего, вам не понадобятся все они, но вы никогда не знаете, что может спросить интервьюер. Истории по методу SOAR отлично подходят для открытых вопросов.

Практическое применение метода SOAR

Подумайте над следующими примерными вопросами и над тем, как вы могли бы ответить на них с помощью метода SOAR. Отвечайте вслух, чтобы вы были уверены при встрече с интервьюером.

1. Скажи, каким образом ваш опыт подходит для этой должности?
2. Какие важные карьерные цели вы установили и достигли на последнем месте работы?
3. Расскажите о случае, когда вы использовали свое образование и обучение?
4. Расскажите о случае, когда вы не смогли приспособиться к изменениям?

Перечень профессиональных умений

Используйте этот список, чтобы определить навыки, которые вы получили или которые вы разработали на основании опыта. Выберите шесть навыков, которые лучше всего описывают вас. Поставьте галочку рядом с каждым навыком. Убедитесь, что каждый выбранный вами навык связан с вашим опытом, образованием или достижениями. Этот список должен обязательно быть заполнен полностью. Важно, чтобы вы включили дополнительные навыки, необходимые для создания точной картины о себе.

Коммуникация

- | | |
|---|---|
| ☐ Ведение переписки | ☐ Составление документов |
| ☐ Редактирование | ☐ Содействие |
| ☐ Собеседование | ☐ Слушание |
| ☐ Управление конфликтами | ☐ Посредничество |
| ☐ Ведение переговоров | ☐ Представление идей |
| ☐ Публичное выступление | ☐ Обращение к клиентам |
| ☐ Составление документов | ☐ Другое: |

Координирование

- | | |
|--|---|
| ☐ Каталогизация | ☐ Исправление |
| ☐ Разработка | ☐ Составление отчетности |
| ☐ Планирование | ☐ Другое: |

Развитие людей

- | | |
|---|---|
| ☐ Оценка эффективности | ☐ Коучинг |
| ☐ Консультирование | ☐ Развитие |
| ☐ Помощь другим | ☐ Мотивирование |
| ☐ Обучение | ☐ Построение команды |
| ☐ Подготовка | ☐ Другое: |

Финансовый менеджмент

- | | |
|--|--|
| ☐ Аудит | ☐ Составление бюджета |
| ☐ Контроль | ☐ Учет затрат |
| ☐ Финансовый анализ | ☐ Финансовое планирование |
| ☐ Привлечение средств | ☐ Другое: |

Управление данными

- | | |
|---|--|
| ☐ Анализ данных | ☐ Оценка качества |
| ☐ Вычисления | ☐ Сбор данных |
| ☐ Управление информацией | ☐ Измерение |
| ☐ Исследование | ☐ Установление стандартов |
| ☐ Инвентаризация | ☐ Другое: |

Управление/курирование

- | | |
|---|---|
| ☐ Утверждение | ☐ Делегирование |
| ☐ Разработка процедур | ☐ Разработка систем |
| ☐ Курирование | ☐ Формулирование |
| ☐ Реализация | ☐ Инструктаж |
| ☐ Политика интерпретации | ☐ Принятие решений |
| ☐ Управление людьми | ☐ Управление проектами |
| ☐ Управление задачами | ☐ Активизация |
| ☐ Другое: | |

Организация

- | | |
|--|---|
| ☐ Администрирование | ☐ Назначение |
| ☐ Категоризация | ☐ Разработка планов работы |
| ☐ Проектирование | ☐ Реструктуризация |
| ☐ Определение приоритетов | ☐ Другое: |

Планирование

- | | |
|---|--|
| ☐ Анализ | ☐ Концептуализация |
| ☐ Проектирование | ☐ Разработка политики |
| ☐ Разработка стратегии | ☐ Пересмотр |
| ☐ Изучение | ☐ Другое: |

Продажа/маркетинг

- | | |
|--|--|
| ☐ Реклама | ☐ Анализ рынков |
| ☐ Управление продажами | ☐ Маркетинг |
| ☐ Ценообразование | ☐ Продвижение |
| ☐ Общение с клиентами | ☐ Продажа |
| ☐ Составление предложений | ☐ Другое: |

Обслуживание

- | | |
|---|---|
| ☐ Отношения с клиентами | ☐ Рассмотрение жалоб |
| ☐ Оперативное реагирование | ☐ Другое: |

Технические навыки

- | | |
|---|---|
| ☐ Компьютерная грамотность | ☐ Проектирование |
| ☐ Проектирование систем | ☐ Разработка продуктов |
| ☐ Инжиниринг | ☐ Изобретение |
| ☐ Научное исследование | ☐ Производство |
| ☐ Программирование | ☐ Другое: |

Оценка личностных характеристик

Каждый из нас обладает определенными личными характеристиками или чертами, которые делают нас уникальными и усиливают нашу способность успешно выполнять различные задачи. Чтобы определить ваши личные характеристики, следуйте трем шагам, указанным в этом упражнении. После того как вы закончите, вы сможете подтвердить личную оценку у друга.

1. Просмотрите список, указанный ниже, и выберите шесть черт, которые описывают вас наилучшим образом. Отметьте те галочкой каждую из них. Убедитесь в наличии четких свидетельств достижений, связанных с теми чертами, которые вы отметили.
2. Обведите три самые яркие черты из выбранных шести.
3. Теперь посмотрите на черты, которые интервьюер может рассматривать в качестве слабостей. Поставьте «Х» рядом с этими чертами.

- | | | | |
|---|--|---|--|
| ☐ Пунктуальный | ☐ Надежный | ☐ Обладающий интуицией | ☐ Рациональный |
| ☐ Предприимчивый | ☐ Эффективный | ☐ Добрый | ☐ Ответственный |
| ☐ Артистичный | ☐ Эмоциональный | ☐ Лидер | ☐ Отзывчивый |
| ☐ Напористый | ☐ Энергичный | ☐ Уравновешенный | ☐ Самоуверенный |
| ☐ Смелый | ☐ Веселый | ☐ Верный | ☐ Сдержанный |
| ☐ С развитым чувством гражданского долга | ☐ Полный энтузиазма | ☐ Оригинальный | ☐ Инициативный |
| ☐ Обязательный | ☐ Экспрессивный | ☐ Ориентирован на людей | ☐ С чувством юмора |
| ☐ Общительный | ☐ Хорошее отношение | ☐ Перфекционист | ☐ Чуткий |
| ☐ Милосердный | ☐ Трудолюбие | ☐ Представительный | ☐ Коммуникабельный |
| ☐ Уверенный | ☐ Высокие стандарты | ☐ Убедительный | ☐ Стабильный |
| ☐ Творческий | ☐ С воображением | ☐ В хорошей физической форме | ☐ Толерантный |
| ☐ Любознательный | ☐ Независимый | ☐ Практичный | ☐ Заслуживающий доверия |
| ☐ Целеустремленный | ☐ Пытливый | ☐ Продуктивный | ☐ Другое: _____ |
| | ☐ Умный | | |

Оценка интересов

Выбор работы, независимо от того, в какой области, делается под влиянием наших интересов.

Это упражнение поможет вам оценить ваши интересы: то, что вам нравится и не нравится делать.

Ваши интересы - это еще одна важная часть принятия решения о карьере. Один из способов определить ваши интересы - это вспомнить о вашей карьере и определить, что вам нравилось и не нравилось в каждом из заданий, начиная с последнего. Кратко опишите ваши симпатии и антипатии ниже.

Симпатии

Антипатии

Выявление компетенций

Компетенция - это кластер навыков и личностных характеристик, которые совместно помогают вам эффективно выполнять определенные виды работ. Навыки - это то, что вы умеете делать; компетенции являются более широкой областью знаний.

Простой пример - компетентность в обработке текстов, которая состоит из навыков использования определенного программного обеспечения, скорости печати, понимании орфографии и грамматики, в сочетании с личной способностью к концентрации на печатаемом материале даже в шумном помещении, в котором много движения. Более сложный пример компетенции - лидерство, которое может определяться по-разному в разных организациях.

В то время как профессия предполагает наличие определенной компетенции, каждый человек в определенной профессии, скорее всего, имеет навыки, которые немного отличаются от ожидаемых. Организации часто говорят о ключевой компетенции, которая имеет решающее значение для выполнения работы в организации. Например, в компетенции школы может быть образование и уход за детьми.

Если ваша личная компетенция имеет отношение к основной деятельности организации, вас, скорее всего, будут рассматривать в качестве сотрудника, имеющего ценность для будущего организации. Люди, которые понимают, как их компетенция относится к миссии их организации, делают существенный вклад и могут создать для себя новые возможности.

Во время поиска работы ваша способность указать навыки, знания и личностные характеристики, которые составляют вашу компетенцию, имеющую отношение к целевым организациям, является важной частью коммуникационной стратегии.

Определить компетенцию не всегда легко. Ваша компетенция должна быть важной для организации, которая нанимает вас. Она не может быть просто функцией или названием должности. Компетенция описывает вашу общую ценность, а не только навыки, которые необходимы в конкретном году.

Для того чтобы определить вашу компетенцию, подумайте над ответами на

- **Что вы делаете, чего не может делать другой человек так, как это делаете вы?**
- **Какую цену будут платить ваши целевые работодатели?**
- **Чем вы отличаетесь от других людей вашей профессии?**
- **Каким образом вы можете поддерживать продвижение вашей карьеры в будущем?**

Пример компетенции

Менеджер по планированию преемственности:

- Сильные аналитические навыки
- Опыт создания из общей картины конкретных бизнес-стратегий
- Способность делать концепцию конкретной и релевантной

Маркетинг-директор, который создает результаты продаж:

- Точный анализ рыночных тенденций
- Интуитивное понимание возможностей рынка
- Планирование маркетинговых кампаний
- Оценка воздействия на людей

Технический руководитель, который:

- Мотивирует на достижение целей во время быстрого изменения рынка
- Демонстрирует опыт работы, который является практическим, систематическим и эффективным
- Убеждает и влияет в письменной форме и во время публичных выступлений

Специалист по корпоративным финансам, который обладает следующими навыками:

- Управление проектами
- Ведомственный контроль
- Международная деятельность
- Составление бюджета
- Планирование
- Коммуникация
- Аудит

Оценка личных ценностей

Определение того, что является ценным для вас в жизни, позволяет распознавать внутренние ориентиры, которые помогут вам принять решение о карьере. Принятие решений о ценностях - это не легкий процесс. Порой ценности могут противоречить друг другу.

Три категории ценностей

- 1. Общие ценности** - Мы связываем наш индивидуальный опыт с остальными людьми. Общими ценностями могут быть жизнь, радость, любовь или мир.
- 2. Культурные ценности** - Мы устанавливаем и поддерживаем общественный порядок. Культурные ценности выражаются в языке, системах статусов, образовании, государственном управлении, законодательстве, экономике и социальных институтах.
- 3. Личностные ценности** - Лежат в основе выбора, который вы делаете в вашей жизни и карьере. В процессе того, как взрослые люди становятся старше и накапливают жизненный опыт, их ценности часто меняются. Например, если вам 55 лет, ваши ценности могут весьма отличаться от тех, которые у вас были в 25 лет. Ваши индивидуальные ценности являются результатом индивидуального темперамента и опыта. Пересмотр ваших ценностей может быть важной частью успешного перехода в карьере.

Перечислите ценности в порядке важности, 1 - наиболее важная, а 10 - наименее важная. Связи между ценностями не допускаются. Если вы добавляете другую ценность в категорию «другое», сделайте ценность № 11 наименее важной.

- | | |
|--|--|
| ☐ Независимость и автономия: Самостоятельное выполнение заданий, отсутствие чрезмерного количества правил и ограничений для себя. | ☐ Услуги: Участие в благополучии других; посвящение себя общественно значимым делам. |
| ☐ Власть: Контролирование ситуации вокруг вас, для того чтобы реально влиять на ситуацию в организации. | ☐ Дружба: Симпатия со стороны других людей; поддержание важных отношений и общения. |
| ☐ Лидерство/управление : Координация работы других и принятие на себя ответственности за общие результаты. | ☐ Безопасность: Снижение беспокойства о будущем финансовом благосостоянии; предпочтение стабильности и предсказуемости. |
| ☐ Профессиональная компетентность: | ☐ Смелость: Желание брать на себя ответственность и обыгрывать «крепких парней» в любой сфере деятельности. |
| ☐ Обладание сильными навыками в конкретных областях, таких как финансы, маркетинг, инжиниринг | ☐ Богатство: Накопление большого количества денег - больше, чем в среднем и гораздо больше, чем требуется. |
| ☐ или человеческие ресурсы. | ☐ Другое |
| ☐ Образ жизни: Быть целостным в отношении объединения различных частей вашей жизни, таких как карьера, семья и интересы. | |

Какое влияние оказали три ваших главных ценности на поиск работы?

Ценность №1 : _____

Влияние на поиск работы _____

Ценность №2 : _____

Влияние на поиск работы _____

Ценность №3 : _____

Влияние на поиск работы _____

Создание видения вашей карьеры

Профессиональную цель, как правило, лучше сформулировать в контексте долгосрочного личного видения вашей карьеры. Где вы хотите быть в рабочей жизни через пять лет? Какой именно вы видите свою рабочую обстановку? Когда вы смотрите на свою жизнь в целом, какую ее часть должна, по вашему мнению, занимать карьера?

Чем точнее вы определите это долгосрочное видение, тем больше шансов, что вы приблизитесь к своему следующему шагу в построении карьеры. Помните, что процесс создания видения карьеры требует непредвзятости.

Пример

Видение карьеры

Через пять лет я буду руководить командой высококвалифицированных, мотивированных, ориентированных на цель людей, которые заработали репутацию благодаря своей способности творчески и успешно решать любую проблему, поставленную перед ними. Мы заслужим признание за увеличение прибыли компании за счет увеличения доли рынка на 10%.

Напишите ваше видение карьеры, которую вы хотели бы иметь. Некоторые люди считают, что полезно сначала подумать об общей жизненной миссии или цели, или даже о проекте миссии, перед тем, как определять видение карьеры на пять лет.

Ваше видение карьеры:

Через пять лет я

Изучение названий должностей

Одним из результатов реорганизаций и сокращений является то, что названия должностей очень сильно изменились.

В процессе определения своей профессиональной цели, вам, возможно, потребуется описать свою работу по-новому. Главное, конечно, - это четко описать то, что вы делаете, чтобы вы знали это, независимо от названия должности, выбранного целевой компанией.

По причине развития экономики и появления новых бизнес-сегментов и функций жесткая природа рабочих мест и должностей смягчилась. Кроме того, сокращение количества персонала привело к необходимости комбинации задач и обязанностей. Почти в каждой категории рабочих мест людей просят работать на нескольких традиционных должностях более чем когда-либо прежде. Названия должностей отражают эти изменения. Они с одной стороны более описательны, а с другой, в то же время, менее точны.

Примеры

Старые названия	Новые названия
• Менеджер по продажам	• Менеджер по развитию бизнеса
• Менеджер по подбору кадров	• Менеджер по развитию человеческого капитала
• Обслуживание клиентов	• Работа с клиентами
• Директор отдела информационных услуг	• Руководитель информационного отдела

Выявление ключевой компетенции

Ключевым моментом становится выявление ключевой компетенции, необходимой для вашей работы и ее поиска, а не неточных названий должностей. Кроме того, хорошее чувство направления развития конкретной функции или профессии (о чем вы узнали на этапе 1) может стать ключевым элементом вашего текущего поиска и будущего управления карьерой.

Общие названия для руководителей

При составлении профессиональных целей руководители, как правило, не указывают названия должностей, такие как президент, старший вице-президент или директор, так как они имеют различные широкие определения и диапазоны компенсации. Некоторые общие возможности включают в себя:

Руководитель отдела	Руководит командой специализированных работников, которые имеют сходные навыки
Региональный менеджер	Управляет группой местных менеджеров
Старший менеджер	Управляет всей функциональной областью
Главный управляющий	Осуществляет общее руководство бизнес-подразделением и, как правило, отвечает за отчетность по прибылям и убыткам
Руководитель высшего звена	

Определение профессиональной цели

Важно определить цели, прежде чем принимать меры. В своей личной жизни вы, скорее всего, изучаете места для отдыха, прежде чем ехать в отпуск. Обозначенная профессиональная цель дает вам направление при планировании поиска. Она учитывает ваши ценности, навыки, интересы, личные характеристики и общий опыт. Она задает тон вашего резюме и других сообщений для публики.

Она также поможет вам выбрать и определить приоритетные цели поиска, так как каждая профессиональная цель лучше всего подходит к определенным сегментам рынка труда.

Следующее упражнение поможет вам разработать реалистичную и понятную профессиональную цель.

Подведение итогов личной оценки

Все материалы самостоятельной оценки должны согласовываться с вашей профессиональной целью. Результаты вашей самостоятельной оценки могут предоставить дополнительные идеи для вашей профессиональной цели, а также краткое описание материала для ее обоснования.

Видение карьеры:

Навыки и компетенции:	Личностные характеристики:
1.	1.
2.	2.
3.	3.
Ценности:	Интересы:
1.	1.
2.	2.
3.	3.

Профессиональная цель:

Опыт, образование и ключевые достижения, которыми подкрепляется профессиональная цель:



Закрепление материала по этапу

Составление хорошей профессиональной цели может занять немного времени, но это необходимый шаг. В конце концов, если вы не знаете четко, чего вы ищете, как вы сможете убедить других, что вы квалифицированный и мотивированный специалист, который сможет выполнить то или иное задание?

Ваша профессиональная цель должна...

1. создавать ваш профессиональный облик, а также...
2. содержать в себе указание на должность, которую вы ищете, и...
3. отражать ваши основные квалификации.

Вот пример, который содержит все три указанных выше пункта:

Вице-президент по маркетингу организации, который должен иметь значительный опыт по увеличению доли рынка, а также интернет-грамотность.

Ваша профессиональная цель выдерживает испытание в тот момент, когда люд и вашей и других профессий четко понимают характер работы, которую вы ищете. Это важный элемент в определении вашего личного и профессионального бренда.

На странице 60 мы рассмотрим изменение профессиональной цели. Это называется «профессиональная цель с предпочтительными функциями», которые вы можете предпочитать при разработке своего маркетингового плана.

Прежде чем завершить этот этап:

Перейдите на страницу Ресурса построения карьеры (CRN), чтобы найти доступные инструменты, которые помогут вам в выполнении работы на этом этапе, такие как:

- Инструменты для проведения самостоятельной оценки
- Удаленное обучение по данному вопросу, а также способы составления историй достижений по методу SOAR
- Образцы заявлений о достижениях
- Примеры названий должностей

Если вы планируете смену отрасли или карьеры, вам нужно будет оценить текущую обстановку и перспективы э той отрасли более тщательно с помощью доступных вам баз данных, в том числе веб-сайтов финансовых и профессиональных ассоциаций. На странице Ресурса по построению карьеры имеется информация о смене карьеры, предпринимательстве и активном выходе на пенсию.



Этап 3

Составление стратегии общения и резюме

Почему этот этап важен?

Ваша стратегия общения увязывает вашу профессиональную цель с вашим целевым рынком с помощью языка, понятного представителям этого рынка. Поэтому умение создать стратегию общения зависит от работы, которую вы проделали при определении своей профессиональной цели на этапе 2 и, по крайней мере, чувства вашего целевого рынка, хотя вы, возможно, еще не определили его точно.

Профессиональная цель	Стратегия общения	Целевой рынок
Описывает, какую работу вы хотите выполнять.	Хорошо продуманное предложение. Это ваше сообщение рынку - заявление о вашей позиции.	Описание того, где вы хотите работать.
Основывается на ваших навыках, интересах и ценностях.	Представляет вашу квалификацию для профессиональной цели таким образом, который может быть использован менеджерами по подбору персонала на вашем предполагаемом целевом рынке.	Перечисление организации, которые могут нуждаться в человеке, описанном в профессиональной цели.
Отличает вас от подавляющего большинства других соискателей.	Отличает вас от других соискателей с такой же профессиональной целью.	Определение типов организаций, на которые вы захотите тратить большую часть времени поиска.

При помощи выбранной стратегии общения вы доносите общее сообщение на свой целевой рынок

Общее сообщение - это результат вашей работы над профессиональной целью, который подчеркивает ваши основные навыки, интересы и ценности. Сообщение должно быть составлено в виде призыва к менеджерам по подбору персонала в сфере, определенной вашим маркетинговым планом. Оно должно быть как тщательно разработанным и достоверным. Такое же сообщение должно быть указано в резюме, вы должны озвучивать его в ходе собеседований, и ваши рекомендации должны его подкреплять, или, по крайней мере, не противоречить ему. Никогда не говорите ничего, что может негативно на него повлиять.

Стратегия общения обеспечивает передачу последовательного сообщения

Так же, как реклама повторяет одно последовательное сообщение о продукте, необходимо обеспечить передачу последовательного сообщения о себе на протяжении поиска. На самом деле, большинство людей, находящихся в поиске, используют шаблон для повторения одного и того же сообщения. К сожалению, сообщение, которое они повторяют, не всегда тщательно продумано. Так как в среднем люди, ищущие работу, проводят беседы с более чем 100 людьми, важно, чтобы ваше сообщение было тщательно продуманным.

Отправной точкой является ваша профессиональная цель. Но как только люди узнают, что вы менеджер по продукции (или финансовый менеджер или продавец), они должны знать, что отличает вас от других менеджеров по продукции (или финансовых менеджеров или продавцов). Каким менеджером по продукции вы являетесь? Каковы ваши уникальные достоинства?

Стратегия общения связывает вас с вашим вероятным целевым рынком

Ваша стратегия общения должна учитывать вероятные потребности вашего вероятного целевого рынка. Какие отрасли вас интересуют? Что в них ценится? Каким образом менеджер по продукции (финансовый менеджер или продавец) работает в этой конкретной отрасли? Позже, когда вы сосредоточитесь на конкретных целях, подумайте об отдельных менеджерах по подбору персонала, которым будет направлено ваше сообщение. Что они ценят? Что им, скорее всего, нужно? Так же, как хорошая реклама фокусируется на конкретном целевом рынке, вы должны направить ваше сообщение на конкретную аудиторию. Как только вы начнете говорить с менеджером по подбору персонала, ваша концентрация должна усилиться.

Почему этот этап важен?

Стратегия общения должна нейтрализовать реальные или предполагаемые недостатки

Независимо от того, насколько хорошим кандидатом вы являетесь, могут быть некоторые аспекты прошлого, которые некоторые люди воспринимают как недостатки. Хорошая стратегия общения предсказывает максимальное количество реальных или воспринимаемых недостатков и включает в исходное сообщение «противоядие» на возражения. Например, человек, который переживает, что его будут рассматривать в качестве слишком пожилого кандидата, может добавить в свою стратегию общения высказывание о своем глубоком опыте или опытном суждении.

На языке маркетинга все это – элементы для позиционирования продукта. Как и для продукта, который вы продаете, вы должны составить заявление о вашей позиции, в котором честно указываются ваши ключевые компетенции и уникальные возможности.

Резюме отражает вашу стратегию общения

Как только у вас появится представление о вашей стратегии общения, вы будете готовы составить резюме. Ваше резюме, собеседование и, если на то пошло, все разговоры в ходе поиска работы должны отражать точно такую же стратегию общения. После того, как вы сформулировали свою стратегию, вы должны передать последовательное сообщение

множеством различных способов различным людям.

Резюме, как и все способы общения, объясняет, почему вы являетесь хорошим кандидатом для заявленной профессиональной цели. Нельзя судить о качестве резюме, в котором не указана профессиональная цель и целевой рынок. То, что вы должны сказать, чтобы получить работу в качестве главного управляющего в компании с оборотом в 200 млн. долларов США, совершенно отличается от того, что нужно сказать, чтобы получить работу в качестве социального работника больницы.

Резюме – это не биография. Оно должно содержать достаточно информации о вас, чтобы сделать вас заслуживающим доверия кандидатом, с которым можно поговорить об указанной профессиональной цели. Оно также должно достаточно близко соответствовать общепринятым нормам написания резюме, чтобы не раздражать читателей и не вызывать у них подозрения. Например, в него обязательно должно входить описание вашего опыта работы с указанием дат.

При составлении резюме важно помнить о своем целевом рынке. Некоторые люди предпочитают составлять маркетинговый план до начала составления резюме. Если вы составляете резюме перед маркетинговым планом, необходимо помнить о своем вероятном целевом рынке, чтобы вы могли использовать язык целевого рынка и рассмотреть возможные общие потребности и желания участников такого рынка.



Как сделать поиск более эффективным

Основное сообщение в рамках вашей стратегии должно касаться следующего :

- Профессиональная цель: Заявление о том, какую работу вы хотите выполнять
- Заявление о позиции: ваш профессиональный облик, ключевые компетенции и уникальные достоинства (отличающие вас от других кандидатов э той же профессии)
- Вспомогательные материалы:
 - истории достижений (подчеркивающие ваши навык и) описание причин увольнения с предыдущей работы и ответы (предпочтительно предупредительного характера) на предсказуемые вопросы

Вопросы для изучения

- Мое резюме эффективно с маркетинговой точки зрения? Соответствует ли оно моей личности и ценностям?
- Мое заявление о позиции и резюме подкрепляют мою профессиональную цель?
- Подходят ли они для организации и отрасли, в которых я планирую искать работу?
- Что менеджер по подбору персонала должен знать обо мне, чтобы принять обоснованное решение?
- Мои коммуникационные инструменты четко передают это сообщение?
- Что будет отличать меня от других кандидатов? Отражено ли это в моей стратегии общения?
- О чем меня, скорее всего, спросят на собеседовании? Какие истории о достижениях я расскажу, чтобы проиллюстрировать свои способности?

Предлагаемые действия

- **Проанализируйте и будьте готовы обсудить навыки, интересы и опыт, который вы выявили при определении вашей профессиональной цели.** Выберите те из них, которые, по вашему мнению, скорее всего захочет видеть менеджер по подбору персонала в кандидате для того типа работы, которую вы ищете.
- **Определите свое уникальное преимущество на рынке.** Четко определите то, что отличает вас (и делает вас более привлекательным) от среднестатистического кандидата на должность, которую вы хотите получить.
- **Обсудите вашу общую стратегию общения с одним или несколькими объективными людьми,** предпочтительно, теми, которые знают компании и должности, которые вам интересны.
- **Создайте серию коммуникационных инструментов,** которые выражают те же темы или основные идеи:
 1. Заявление об увольнении. Напишите детальное заявление, которое объясняет, почему вы ищете новую должность, и отрепетируйте его вслух.
 2. Заявление о позиции. Создайте краткое заявление, которое передает вашу профессиональную цель, ключевые квалификации и уникальность для использования в разговорах. Отрепетируйте его вслух.
 3. Резюме. Создайте резюме, которое эффективно сообщает участникам вашего целевого рынка о вашей профессиональной цели и квалификации. Обсудите его с карьерным консультантом или попросите коллег предоставить отзывы.
 4. Истории о достижениях. Напишите и отрепетируйте истории, которые иллюстрируют, как вы добились результатов на других должностях.
 5. Рекомендации. Подготовьте список профессиональных рекомендаций.

Заявление о причине ухода

Ваше заявление о причине ухода отвечает на вопрос «Почему вы ищете новую работу?». Можно считать его пресс-релизом, потому что это инструмент, который рассказывает миру о вашем переходе с одного места работы на другое. Эффективное заявление о причине ухода является кратким, не оборонительным и положительным. При необходимости сообщите людям, что ваше увольнение произошло не по вашей вине.

Пример

Заявление о причине ухода

- В результате слияния компаний *Walnut Industries* и *Parsons Products* было уволено 300 сотрудников, в том числе и я. В настоящее время я изучаю возможности трудоустройства, в которых в полной мере могут быть использованы мой большой опыт управления, а также мои инженерные и производственные навыки в пищевой и химической промышленности.
- Недавняя реорганизация компании *Technical Publishing* пред оставила мне возможность изучить новые возможности. Имея опыт по увеличению прибыли, расширению возможностей выхода на рынок, разработке новых продуктов и значительному сдерживанию затрат, я ищу должность старшего производственного директора в международной типографии.
- Недавнее приобретение компании *Larchwood Enterprises* компанией *Tangent Corporation* создало ряд дублирующих функций и должностей. Из-за такого дублирования ряд позиций был устранен, в том числе и моя. Я с нетерпением жду прихода в команду управления нового предприятия по производству электроники. Я знаю, что многие из них оценят мой 15-летний опыт успешной работы в компании.

Ваше заявление о причине ухода

Используйте пространство ниже, чтобы составить проект своего заявления о причинах увольнения с прошлого места работы. Проверьте его у двух или трех объективных людей до его завершения.

Составление позиционирующего сообщения

Ваше позиционирующее сообщение является фундаментальным коммуникационным инструментом, который вы будете использовать в разговорах в процессе поиска работы на встречах и собеседованиях. Вы также будете использовать его письменные версии в своих сопроводительных письмах и в вашем резюме, где оно станет основой для вашего итогового заявления.

Ваше заявление о позиции отвечает на вопрос, который вы, вероятно, довольно часто слышите во время разговоров с людьми: «Расскажите о себе». На самом деле это прекрасная возможность лаконично и положительно позиционировать себя в сознании слушателей. После того, как вы написали заявление, отрепетируйте его вслух, чтобы оно звучало естественно.

Рекомендации по составлению позиционирующего сообщения

Попробуйте сделать ваше заявление кратким - менее двух минут. Структурируйте его вокруг следующих четырех основных категорий:

- 1. Профессия.** Начните с указания своего текущего профессионального облика в настоящем времени. (Я менеджер информационных систем). Создайте яркий личный образ, связывая себя со своей истинной профессией или профессиональным уровнем (а не с предыдущей должностью или организацией). Несмотря на то, что ваша должность - вице-президент, вы могли бы более точно описать функции директора по маркетингу.
- 2. Опыт работы.** При описании вашего опыта сосредоточьтесь на компетенции и навыках, которые вы выявили на этапе 2. Например, менеджер по кадрам мог бы отметить опыт создания и поддержания отношений с работниками, опыт обучения и развития сотрудников, а также опыт управления льготами. Менеджер информационных систем может указать на свой опыт выявления и определения бизнес-задач, разработки решений с помощью творческого реинжиниринга и максимизации доходности за счет стратегического применения технологий.
- 3. Типы организаций/сред.** Коротко опишите среды или организации, в которых вы работали, например, в фирме из списка Fortune 100, крупной страховой компании, небольшой консалтинговой фирме, частном предприятии, государственном органе или некоммерческой организации. Вы можете отметить другие виды деятельности, такие, как обучение, участие в совете предприятия или некоммерческой организации или руководство профессиональной ассоциацией.
- 4. Уникальные сильные стороны.** Сформулируйте качества, которые отличают вас от других в вашей области, подчеркнув особенно глубокие (и привлекательные) технические знания, исключительный подход к решению проблем или другую черту или направленность, которая выгодно отличает вас от других кандидатов.

Позиционирующее сообщение

Обратите внимание в следующих примерах, что в то время как каждый человек использует различные методы, чтобы показать свои сильные стороны и опыт, в то же самое время он создает четкое представление о своей ценности для потенциальных работодателей.

Пример

Позиционирующее сообщение

- Я - специалист по информационным системам, специализируюсь на применении технологии в бизнес-функциях в области маркетинга, продаж, производства, логистик и бухгалтерского учета. Мой опыт очень разнообразен. Я работал на фирму, входящую в перечень Fortune 500, а также на небольшое частное предприятие. В данный момент я выступаю в качестве адъюнкт-профессора в колледже Оксбридж. Мои сильные стороны включают администрирование данных, стратегическое планирование, хранение данных и проектирование реляционных баз данных, а также их разработка и внедрение.
- Я - старший служащий с обширным опытом в оперативных обязанностях, в том числе в управлении прибылью и убытками, стратегическом планировании и финансовом управлении. Я был особенно эффективен в увеличении прибыльности, росте доходов и управлении затратами. Моя организация добилась стабильного увеличения рыночной доли и по-прежнему сохраняет операционную эффективность. Одна из моих сильных сторон - это построение управленческих команд, которые ценят кросс-функциональные рабочие отношения.

Ваше позиционирующее сообщение

Используйте пространство ниже, чтобы подготовить свое позиционирующее сообщение.

Построение резюме

Ваше резюме час то является первым впечатлением будущего работодателя о вас. Будучи одним из ваших ключевых инструментов продаж оно представляет обзор того, что вы делали в прошлом, и дает общ ее представление о том, что вы можете сделать для потенциального работодателя в будущем.

Цели резюме:

- **Рекламная брошюра**

Вы - продукт, а ваше резюме продает вас. Оно может быть использовано в качестве прямой почтовой рекламы или средства помощи в точке продажи. Независимо от того, как вы его используете, основная цель резюме заключается в том, чтобы продать вас на вашем целевом рынке. В качестве одного из ваших ключевых инструментов продаж ваше резюме должно подчеркивать преимущества, полученные другими людьми, которые использовали ваши услуги. Помните о вашем целевом рынке при его написании. Выделите конечные результаты вашей деятельности: чего вы достигли.

- **Визитная карточка**

Ваше резюме - это обзор. Оно не может и не должно рассказывать о вас всю информацию. Скорее, это краткое описание того, что вы сделали в прошлом, и дает представление о том, что вы можете сделать в будущем. Оно должно быть коротким (не более двух страниц) и легким для чтения. Сделайте так, чтобы оно служило настоящей презентацией: было прямым, эффективным и профессиональным.

- **Напоминание**

После завершения собеседования о вас остается впечатление. Резюме поддерживает это личное впечатление и помогает человеку, проводившему собеседование, запомнить вам. Таким образом, оно должно давать четкую картину о вас как о кандидате на работу. Просмотрите свое резюме с учетом вышесказанного. Убедитесь, что оно точное, хорошо продумано, последовательное и подчеркивает то, что вы достигли, а также вашу компетенцию.

Способ управления собеседованием Структура вашего резюме может помочь обратить внимание человека, проводящего собеседование, на конкретные достижения и соответствующий опыт. Просмотрите ваше резюме, чтобы убедиться, что эти моменты хорошо видны.



Советы и методы

Действия в особых ситуациях

Единственный работодатель

Если у вас был только один работодатель, но вы имели ряд должностей в рамках этой организации, выделите количество лет на каждой должности и не указывайте общее количество лет работы в компании. Вы можете показать потенциальному работодателю, что вы можете адаптироваться к изменениям, подчеркнув новые навыки и обязанности.

Множество краткосрочных должностей

Если у вас было множество краткосрочных работодателей и должностей у этих работодателей, подчеркните только даты работы у каждого работодателя (не должности). Это создаст впечатление более стабильной занятости.

Самостоятельная предпринимательская деятельность

Если вы работаете на себя, то можете подобрать себе подходящую должность, например, консультант или вице-президент по продажам и маркетингу. Должность, звучащая как «владелец предприятия» или «самозанятое лицо» не передает то, что вы на самом деле делали.

Неоплачиваемая работа

Если вы проходили стажировку или делали волонтерскую работу, имеющую отношение к вашей карьере, не стоит указывать, что это была неоплачиваемая работа. Имейте в виду, что ваше резюме является утверждением возможностей, навыков, опыта и преимуществ, которые вы можете принести вашему будущему работодателю.

ДЕСЯТЬ ЧАСТЕЙ РЕЗЮМЕ

Все резюме должны содержать определенную важную информацию, в том числе:

1. Заголовок

Укажите ваши имя, адрес, номер(а) телефона(ов) и адрес электронной почты. Если вы используете ав-тоответчик или подобную услугу, убедитесь, что сообщение является профессиональным и регулярно проверяйте сообщения.

2. Профессиональная цель (по желанию)

Наличие профессиональной цели (краткого изложения того, что вы хотите делать) поможет вам сохранить последовательность и целенаправленный характер вашего резюме. Вы выбираете сами, включать цель в ваше резюме или нет. Если вы включаете ее, она может служить в качестве рекламного заголовка, рассказывая о том, какие услуги вы предлагаете. Если она не включена, большинство читателей предположит, что вы ищете работу, аналогичную вашей последней позиции.

3. Основная информация о себе

Напишите краткое описание общего опыта, области знаний, технических или профессиональных навыков, черт и особых умений. Основная информация о себе подчеркивает ключевую информацию, указанную в теле резюме. Поскольку она включает в себя самые сильные аргументы для найма вас на работу, используйте ключевые слова, которые соответствуют тому, что требуется на вашем целевом рынке.

4. Трудовая биография

Необходимо указать наименования компаний, годы работы и названия должностей.

5. Обязанности

Краткая информация, выбранная из ваших должностных обязанностей, специальных заданий и общих обязанностей, которые могут заинтересовать потенциального работодателя. Один абзац для каждого последнего места работы и одно предложение для более ранних работ будет достаточным.

6. Достижения

Эта часть должна отображать ваши достижения и вклад в организацию - от трех до шести для последнего места работы, от одного до трех - для предыдущих мест работы. Подумайте о различных показателях эффективности, важных для вашей профессии. Не указывайте их в описании очень давних мест работы.

7. Образование

Подведите итог вашего образования в обратном хронологическом порядке, в том числе укажите вашу наивысшую степень и университет. Вы можете включить дату и иные сведения, если вы закончили заведение в течение последних пяти лет. Не указывайте это, если образование не входит в перечень ваших активов.

8. Профессиональное развитие и обучение

Укажите дополнительное обучение или курсы, которые подкрепляют вашу целевую работу и имеют к ней отношение. Этот раздел может быть отдельным или может входить в состав раздела об образовании с заголовком: Образование/Обучение и развитие.

9. Членство в организациях

Укажите наличие членства и должности, занимаемые в профессиональных ассоциациях, советах и общественной деятельности, которые поддерживают вашу цель.

10. Другие категории

Если это имеет отношение к вашей цели, укажите языки, лицензии, сертификаты, срок службы в армии, технические навыки и названия ваших публикаций.

Рекомендации по составлению резюме

Для проектирования и построения резюме не существует жестких правил. Тем не менее, эти рекомендации помогут вам в организации ваших мыслей и написании понятного и убедительного резюме. Следующие рекомендации применяются как к бумажному, так и к электронному резюме. Рассмотрите следующие четыре категории:

1. Общая

- **Ваша профессиональная цель указывает на функциональную область, в которой вы хотите работать.** Если вы включаете профессиональную цель в ваше резюме, убедитесь, что все в вашем резюме соответствует ей, и ничто ей не противоречит.
- **Помните о вашем целевом рынке.** Спросите себя: Если бы я был работодателем, я бы захотел провести собеседование с этим человеком? Если ответ не безоговорочное «да», вам все еще есть над чем поработать.
- **Вычитайте конечный продукт на предмет правильного написания, пунктуации, грамматики и опечаток.** Дайте его вычитать независимому скрупулезному человеку для корректирования ваших ошибок, которые вы могли пропустить.
- **Начните с черновика.** Начните процесс с мыслью о том, что первоклассное резюме редко составляется с первого раза. Планируйте несколько версий резюме.

2. Содержание

- **Опишите конкретные обязанности и выделите достижения.** Для описания результатов пользуйтесь положительными эпитетами.
- **Подкрепите все виды деятельности и достижения конкретными результатами и преимуществами;** опишите или перечислите ваши достижения, если это возможно. При описании самого раннего места работы ограничьтесь кратким описанием функций.
- **Все, что включено в ваше резюме,** должно поддерживать вашу профессиональную цель и продавать вас вашему потенциальному работодателю.
- **Выборочно выделите историю работы, в частности, подчеркните то, что продается на рынке.**
- Вероятно, понадобится уделить 50% от объема текста резюме чему-то, что занимало только 25% вашего времени.
- **Не указывайте то, что будет вызывать сомнения или приведет к отсеву вас как кандидата.** Затрагивайте такие области на собеседовании, а не в резюме.
- **Не перечисляйте рекомендации.** Оставьте их для собеседования. Не используйте фразу «рекомендации предоставляются по запросу».
- **Не придавайте чрезмерное значение уровню вашего образования.** Если вы закончили учебное заведение более пяти лет назад, вы продаете ваш опыт работы, а не вашу успеваемость.
- **Не оставляйте пробелы между датами занятости.** Перечисляйте места работы по годам, а не по месяцам и годам. В случае разрыва, укажите время с кратким объяснением типа «2010-2011 года - творческий отпуск».
- **Не включайте излишнюю или личную информацию,** которая не подкрепляет вашу цель, такую как возраст, семейное положение или количество детей.
- **Не преувеличивайте и не искажайте свой опыт.**
- **Не добавляйте свою фотографию.**

3. Стил

- **Избегайте использования слова «я» в ваших заявлениях; вместо этого, начинайте предложения или фразы словами-действиями.**
- **Используйте настоящее время для описания вашей текущей или последней работы.** Тем не менее, при описании выполненной работы или достигнутого результата используйте прошедшее время. Все предыдущие должности должны описываться в прошедшем времени.
- **Пишите все числа вплоть до девятого числа.** Используйте цифры от 10 до 999999 (за исключением начала предложения).
- **Используйте прямой, активный с тиль написания.** Используйте короткие фразы, а не полные предложения. Если вы можете что-то сказать в трех словах, не используйте 10. Не составляйте пункты более чем из шести строк.
- **Используйте ключевые слова и фразы, подходящие для вашего следующего, а не предыдущего работодателя или отрасли.** Менеджеры по подбору персонала и рекрутеры рассматривают резюме и ищут ключевые слова, которые соответствуют требованиям компании и должности.
- **Не используйте аббревиатуры** (например, ЧР для человеческих ресурсов). Используйте профессиональный или технический жаргон только если он имеет отношение к должности и если вы уверены, что все читатели поймут его.
- **Используйте заглавные буквы, тире, подчеркивание или жирные точки (•), чтобы подчеркнуть определенные элементы и выделить их в вашем бумажном резюме.** Используйте эти символы с умом, в противном случае они теряют свою силу.

4. Формат и структура

- **Составляйте резюме на одной-двух страницах.** У работодателей и рекрутеров нет времени читать длинные документы. Если вам нужна вторая страница, убедитесь, что на ней приведено больше пары абзацев.
- **Укажите ваше имя, номер телефона и номер страницы на второй странице в случае, если в вашем резюме две страницы.**
- **Убедитесь, что все ваши ключевые преимущества указаны на первой странице, если ваше резюме состоит из двух страниц.** Если ключевой момент лучше всего указать на второй странице, включите его в общее описание на первой странице.
- **Сделайте ваше резюме визуально привлекательным и легким для чтения и сканирования.** Используйте много пустого пространства и широкие поля.
- **Не используйте неформатную бумагу, излишние цвета, стили, шрифты или что-нибудь, что считается эксцентричным или проблематичным для отправления по факсу или сканирования.**
- **Выбирайте заголовки и начальные фразы, которые подкрепляют ваше основное сообщение.**
- **Выберите формат резюме и будьте последовательны.**
- **Структурируйте свое резюме так, чтобы описание работы или предложение на первой странице не переходило на вторую страницу.**
- **Помните об информации или датах, которые могут быть использованы для отсева вас как кандидата.**
- **Приведите более подробное описание последнего места работы, а не более ранних мест.**
- Работодатели, как правило, заинтересованы в вашем последнем опыте работы.
- **Работодателей следует указывать в обратном хронологическом порядке.** Рядом с наименованием работодателя укажите географическое местоположение.

Форматы резюме

Два наиболее распространенных формата резюме - хронологический и функциональный.

Иногда используется их сочетание.

Хронологическое резюме

Хронологический резюме является наиболее часто используемым и распространенным форматом резюме.

В нем опыт работы перечисляется в обратном хронологическом порядке с изложением вашей истории работы с последнего места работы в обратном направлении, при этом значительный акцент делается на самом последнем месте работы. Такое резюме дает точную информацию о должностях, обязанностях и датах работы каждому работодателю, а достижения четко привязаны к компаниям и срокам.

Хронологическое резюме полезно, если:

- Ваша карьера растет и развивается. Характер вашей целевой работы схож с характером вашей последней работы..
- Ваши предыдущие работодатели были престижными компаниями.
- Вы претендуете на должность в традиционных областях или организациях.

Хронологическое резюме не следует использовать, если:

- Ваша цель очень отличается от вашего опыта (т.е. изменение карьеры).
- Ваша история работы разнохарактерная.
- Вы отсутствовали на рынке труда.
- Вы часто меняли работодателей.

Функциональное резюме

Функциональный формат резюме предназначен для того чтобы подчеркнуть квалификации соискателя с меньшим акцентом на конкретных работодателях и датах.

Некоторые функциональные форматы, указанные в популярных книгах по написанию резюме, не включают в себя историю работы. Тем не менее, представленный здесь формат включает историю работы, потому что ее исключение почти всегда вызывает вопросы у читателя. Функциональный формат особенно подходит для лиц, ищущих работу, которые хотят произвести значительные изменения в сфере своей деятельности или в функциональных областях. Тем не менее, решение использовать функциональное резюме должно быть тщательно взвешено, поскольку многие работодатели с подозрением относятся к ним и предпочитают хронологические резюме.

Функциональное резюме полезно, если:

- Ваша цель очень отличается от вашего опыта.
- Вы хотите подчеркнуть навыки/способности, не использованные в недавнем опыте работы.
- Ваш опыт был накоплен на отличных, относительно несвязанных рабочих местах.
- Вы входите на рынок труда после отсутствия.

Функциональное резюме не полезно, если:

- Ваши последние работодатели были престижными компаниями.
- Вы хотите сосредоточить внимание на структуре вашего карьерного роста.
- Вы претендуете на должность в традиционной области.

Написание основной информации о себе

Целью указания основной информации о себе в резюме является включение опыта, областей знаний, технических или профессиональных навыков и качеств, описанных в тексте вашего резюме. Поскольку этот блок включает в себя самые сильные аргументы для найма вас на работу, используйте ключевые слова, которые соответствуют вашему целевому рынку или выделяют ваши ключевые качества.

Пять примеров основной информации о себе

Краткое описание

Старший маркетинговый директор с опытом работы с различными технологиями. Инновационный стратег с подтвержденными возможностями идентифицировать, запускать и управлять продуктами и услугами на развивающихся и развитых рынках. Подтвержденная компетентность в стартапах и организациях из списка Fortune 500.

- Управление прибылями и убытками
- Дистрибуция и поддержка
- Государственные и частные программы
- Слияния, совместные предприятия

Руководитель отдела по работе с клиентами

Более 10 лет опыта управления персоналом, обслуживающим клиентов. Сильные стороны включают внедрение и поддержание самых современных организаций по обслуживанию клиентов. Успешное урегулирование проблем с клиентами в корпоративных и полевых условиях.

Краткое описание

Ориентированный на результаты контролер с практическими знаниями и управленческим опытом во всех аспектах финансов и бухгалтерского учета. Стратегический член руководства, построение национального бизнеса за счет слияний и поглощений. Эффективен в создании позитивной и продуктивной рабочей среды.

- Бизнес-планирование и финансовый анализ
- Прогнозирование роста
- Разработка и интеграция систем
- Информационная система персонала

Старший руководитель оперативного подразделения

Подтвержденный опыт увеличения доходов на различных рынках и отраслях. Специалист в области улучшения деятельности организации и балансирования потребностей акционеров, клиентов и сотрудников. Создание сильных команд, оказание поддержки, установление четких ожиданий и отношение к другим честно и с достоинством. Заслужил уважение среди широкого спектра функциональных групп: от рабочих до членов совета директоров.

Краткое описание

Менеджер по продажам с успешным опытом разработки и внедрения стратегий и программ, которые привели к открытию новых сегментов рынка для реализации продукции с добавленной стоимостью. Умение прогнозировать потребности рынка, разрабатывать новые продукты для повышения прибыли, увеличения продаж и расширения проникновения на рынок.

Создание списка достижений

Список ваших достижений связан с историями достижений, которые вы составили на этапе 2. В этом упражнении вы составили истории, описывающие ситуацию, с которой вы столкнулись, препятствия, ваши действия и достигнутые результаты (метод SOAR). В списке ваших достижений кратко описаны действия, которые вы предприняли, и результаты, которых вы достигли. Постарайтесь сделать каждое достижение интересным, при этом сохраняйте интригу в отношении того, как вам это удалось. В конце концов, вы же хотите, чтобы вас пригласили на собеседование?

Примеры списков достижений

Количество

- Разработал стратегию продаж, которая непосредственно увеличила клиентскую базу на 20%.
- Переработал производственную линию, увеличив ежедневный выпуск до 2000 единиц.
- Разработал программу обучения, которая способствовала сокращению ошибок на 35%.
- Вошел на 15 новых рынков, увеличив долю рынка.
- Разработал программу обеспечения безопасности, которая снизила количество аварий на 15%.

Качество

- Успешно провел презентацию для ключевых участников проекта. Добровольные отзывы в подавляющем большинстве были положительными.
- Разработал новую учебную программу, которая привела к улучшению оценок от 3,2 до 4,8 по 5-балльной шкале.
- Реализовал новую программу выплат сотрудникам. Более 90% сотрудников определили изменения как улучшения.
- Привлек новую печатную фирму, которая улучшила качество маркетинговых материалов.
- Разработал руководство по эксплуатации для пользователей, которое в настоящее время используется сотрудниками.
- Реорганизовал систему слежения, которая позволила оптимизировать поиск документов.
- Внес изменения в дизайн продукта, что привело к появлению меньшего количества брака.

Производительность

- Автоматизировал систему обработки претензий, которая снизила время обработки от двух недель до двух дней
- Реализовал новую телефонную систему, которая снизила среднюю скорость ответа с восьми минут до менее чем одной минуты.
- Завершил проект досрочно.
- Разработал и внедрил уникальный продукт, который был первым на рынке.

Стоимость/выручка

- Заключил контракт, который сэкономил отделу более 500 000 долларов США.
- Снизил накладные расходы на 30%.
- Разработал новый продукт, который увеличил квартальный доход на 50 000 долларов США.
- Улучшил проблемную работу с отрицательных 238 000 до положительных 1 570 000 долларов США.
- Увеличил продажи более чем на 40%.

На следующей странице приведен список эффективных слов для начала предложений, которые помогут вам создать списки ваших достижений.

Список эффективных слов для начала предложений

автоматизировал	исправил	основал	признал	создал
вербализировал	исследовал	оспорил	применил	сократил
взвесил	квалифицировал	осуществил	проанализировал	сообщил
возглавлял	конвертировал	ответил	проверил	сортировал
восстановил	контролировал	открыл	продал	составил
вручил	координировал	отредактировал	продемонстриро- вал	сотрудничал
выбрал	копировал	оценил	продублировал	способствовал
выбрал	купил	очистил	пронумеровал	справился
выдержал	курировал	перевез	проследил	спроектировал
вычислил	лекции	перевел	прочитал	сравнил
гарантировал	ликвидировал	передал	разработал	стандартизировал
действовал	модернизировал	переработал	раскрыл	убедил
диагностировал	модифицировал	пересмотрел	расположил	уведомил
добавил	мотивировал	перечислил	распределил	увеличил
договорился	наблюдал	повлиял	рассмотрел	укомплектовал
доставил	наметил	повысил	расширил	укрепил
достиг	нанял	поглотил	реализовал	улучшил
завершил	написал	подал	регулировал	уменьшил
заготовил	направил	подготовил	рекомендовал	управлял
задумал	настроил	поддерживал	реорганизовал	упростил
записал	научил	поднял	решил	ускорил
запланировал	научился	позиционировал	руководил	установил
запустил	начал	показал	сбалансировал	утвердил
зачислил	нашел	получил	свел	уточнил
извлек	обеспечил	помог	свел к минимуму	учел
измерил	обнаружил	понял	связал	финансировал
изобрел	обновил	поручил	систематизировал	централизовал
изучил	оборудовал	посетил	сконцентрировал	читал
иллюстрировал	обслужил	поставил	сложил	экспериментиро- вал
импровизировал	обучил	построил	смог	
инвестировал	объединил	предоставил	снизил	
инициировал	ограничил	предположил	собрал	
интегрировал	описал	предпринял	совершил	
интерпретировал	определил	представил	советовал	
исключил	опросил	привлек	содействовал	
использовал	организовал	призвал		

SAMPLE

Хронологическое резюме

Имя Адрес	
Город/ штат/почтовый индекс	
Номер телефона	Адрес электронной почты
Краткое описание Руководитель отдела кадров с опытом работы в качестве стратегического члена руководства. Значительный опыт в бизнес-среде на линейных и штабных должностях в различных отраслях промышленности. Умение выступать в качестве катализатора для прибыльного и упорядоченного изменения рабочей силы. Умение установить контакт и доверие с различными группами, начиная от членов профсоюза до членов совета директоров. Ориентирован на решение и итоговый результат.	
Слияния и поглощения • Центры формирования прибыли Сокращение штата/реорганизация • Компенсации руководителям/членам совета директоров	
Профессиональный опыт Santini Foods, Чикаго, Иллинойс 2011- настоящее время Вице- президент по человеческим ресурсам Курирую центр по поиску человеческих ресурсов для пищевой промышленности глобальной компании по производству потребительских товаров с оборотом в 20 млрд. долларов США. Предоставлял стратегическое консультирование во время слияний и поглощений в отношении интеграции культуры и анализа эффективности затрат и эффективности людских ресурсов, которые были важными факторами в принятии решения о покупке. Руководил компанией в процессе всеобъемлющего реинжиниринга, изменения работы и улучшения процесса, которые привели к экономии средств и повышению качества и эффективности. Согласовал пакет компенсаций и льгот во время профсоюзных переговоров (впервые за 12 лет) с чистой экономией в 12 млн. долларов США в течение пяти лет. Привлек несколько новых работников со стороны. Снизил бюджет людских ресурсов на 30%, одновременно увеличив производительность, эффективность и качество. Разработал новую информационную систему кадров, создал центр кадров и реализовал преобразование заработной платы, что улучшило своевременность и соответствие.	
Yummy Gummies, Чикаго, Иллинойс 2007-2011 - Директор по кадрам Руководил людскими ресурсами для 10 групп клиентов для мировой компании по производству конфет с оборотом в 2 млрд. долларов США. Пропагандировал изменение корпоративной культуры с бюрократической на участвующую. Инициировал создание исполнительного плана преемственности, используя круговую оценку для подготовки руководящих кадров, что увеличило кадровый резерв. Разработал бонус, который увеличил производство на 200% без ущерба для качества.	

Пример

Имя

Номер телефона

Менеджер по кадрам

2003-2007

Обеспечивал кадрами три группы клиентов. Использовал стандарты общего управления качеством, производства согласно расходу на стороне потребления и ISO 9000 для операций с человеческими ресурсами, что рационализировало и улучшило эффективность и обслуживание клиентов. Руководил разработкой и управлением компенсационных планов на основании компетентности и квалификации на основании использования различных поощрений.

Снизил затраты на компенсации работникам на 72% со 180 000 до 50 400 долларов США в течение первого года и добился сертификации компенсаций работникам.

SPARKLING BOTTLEERS, Роллинг Медоус, Иллинойс

1998-2003

- менеджер по подбору персонала и компенсациям

Координировал и управлял разработкой и внедрением кадровых и компенсационных программ завода по изготовлению бутилированной воды с оборотом в 1,5 млрд. долларов США. Сократил текучесть кадров на 20% и уменьшил связанные с этим затраты, связанные с наймом. Разработал, реализовал и управлял состоятельными программами компенсации, в том числе планами поощрения сотрудников, что улучшило производительность и моральный дух.

Образование

Программа подготовки руководящих кадров, Высшая школа менеджмента им. Дж. Л. Келлога, Эванстон, Иллинойс,

Диплом бакалавра, Международные исследования, Северо-западный университет, Эванстон, Иллинойс

Программа подготовки руководящих кадров, Центр креативного лидерства, Гринсборо, Северная Каролина

Многочисленные программы, конференции и семинары по управлению человеческими ресурсами, например, общие службы человеческих ресурсов, стратегическое планирование, организационное развитие, управление изменениями, посредничество/переговоры и трудовое право.

Профессиональные сертификаты

Специалист по управлению персоналом высшей категории (SPHR), Общество по управлению людскими ресурсами. Сертифицированный специалист по компенсациям (ССР)

Членство

Американская ассоциация по вопросам компенсации Общество по управлению людскими ресурсами Американское общество по обучению и развитию

Рекомендации по подготовке электронных резюме

При поиске работы вам может потребоваться как бумажное так и электронное резюме. Будьте готовы использовать оба. Обратите внимание на следующие дополнительные рекомендации для электронных резюме:

1. В целом	2. Стиль	3. Формат и структура
интернет представляет значительные возможности для нетворкинга, а также для поиска работы по всему миру. Существует множество сайтов в интернете, на которых вы можете осуществлять поиск вакансий и подавать заявки, размещать свое резюме, вступать в группы по обсуждению новостей (тематические группы) и подписываться на рассылку вакансий (системы уведомлений о вакансиях). Важно иметь в виду, что интернет является общедоступным средством коммуникации. После того, как вы отправите свое резюме, вы теряете контроль над тем, кто может его просматривать. Рекомендуется находить и использовать сайты, которым вы доверяете.	Так как менеджеры по подбору персонала могут получать буквально тысячи электронных резюме в ответ на одно объявление о вакансии, важно, чтобы ваше резюме выделялось. • используйте ключевые слова, которые соответствуют требованиям вашей области. • Если в описании вакансий, связанных с маркетингом, часто упоминается электронная коммерция, используйте этот язык в вашем резюме, например, «разработал глобальную систему электронной коммерции». • Если ваша должность существовала только в компании вашего бывшего работодателя, объясните это более общим языком в скобках рядом с должностью, например, координатор качества обслуживания (менеджер по улучшению качества). • Будьте краткими. Приведите убедительное общее описание и укажите ваши самые важные достижения в первую очередь. • Настройте поля страницы на один дюйм сверху, снизу и слева. Установите поля до двух дюймов справа. Установите выравнивание по левому краю. Выберите простой шрифт, например Times или Courier New со стандартным размером в 12 пунктов.	В то время как на большинство интернет-вакансий принимаются резюме в формате Microsoft Word, некоторые до сих пор требуют, чтобы вы заполнили форму и вставили резюме в текстовое поле. Размеры текстовых полей могут варьироваться по ширине и привести к утере вашего формата, потому что ваш текст переходит на следующую строку, чтобы соответствовать конкретному текстовому полю. Другие просят вложить резюме, хотя это, как правило, менее желательно, потому что они могут засорять жесткие диски, содержать вирусы, не поддерживаться программами электронной почты и требовать времени на загрузку и получение доступа к ним. Всегда следуйте инструкциям о предпочтительном способе отправления документа в электронном виде. Создайте отдельную электронную версию вашего резюме в ASCII или текстовом файле. Открыв документ, сохраните его с новым именем и измените тип документа на «текстовый».

Смена карьеры

Если вы намерены остаться в той же отрасли и должности, то вы, вероятно, быстро смените место работы. Чем дальше вы отходите от сферы своей деятельности, тем больше времени может занять смена карьеры. Тем не менее, некоторые люди считают время поиска новой сферы деятельности идеальным моментом для того чтобы исследовать изменения в карьере, другие отрасли или функциональные обязанности.

Один из эффективных способов сменить карьеру - это определить другие отрасли или функции, в которых используют те же навыки и знания, которые вы использовали в предыдущей карьере. Например, человек, работавший в управлении страховыми операциями, имеет опыт выполнения обязанностей в продажах и в маркетинге. Если этот человек заинтересован в продажах и переходе из развитой отрасли в развивающуюся, переход в сферу продаж программного обеспечения страховым компаниям будет более легкой, чем переход в интернет-продажи.

Как мы объяснили ранее в этой главе, функциональное резюме особенно полезно для людей, которые меняют карьеру. Чтобы создать функциональное резюме для смены карьеры, определите навыки, которые ценятся в новой целевой отрасли или функции. Вы можете сделать это, прочитав объявления и изучив тенденции.

После изучения и определения своих соответствующих навыков и достижений, перечитайте свое хронологическое резюме и переместите достижения в соответствующую категорию. Вычеркните неподходящие примеры и, если это необходимо, добавьте дополнительные достижения из опыта, который не включен в хронологическое резюме. Убедитесь, что вы используете язык, который является более общим и менее специфическим. Например, человек из страховой отрасли использует слово «клиенты», а не «страхователи».

На следующих страницах приведены примеры хронологического и функционального резюме для этого же человека. Образец функционального резюме был написан, чтобы помочь человеку сменить банковскую должность на должность в корпоративных финансах.

Пример

Хронологическое резюме

Имя Адрес	
Город/ штат/почтовый индекс	
Номер телефона	Адрес электронной почты
Краткое описание Руководитель банка с опытом во всех аспектах деятельности коммерческих банков, соблюдении законодательства, курировании банковских филиалов, управлении активами и ликвидации специальных активов. Эффективен в открытии филиалов, создании присутствия на рынке и получения клиентов конкурентов. Опыт в превращении неэффективных операций в центры образования прибыли. Обучение: Высшая школа финансов и банковской деятельности, Мэдисон, штат Висконсин.	
Опыт GOTHAM BANK, Нью-Йорк, штат Нью-Йорк 2011 - настоящее время Старший вице-президент Главный операционный директор филиала с оборотными активами в 60 млн. долларов США и начальными активами в 20 млн. долларов США. Управление более 55 сотрудниками с бюджетом в 5 млн. долларов США. - Увеличил базу активов с 17 до 53 млн. долларов США с увеличением прибыли с отрицательных 235 000 долларов США до положительных 2750000 долларов США, что представляет рост прибыли на 4% в течение двух лет. - Важная роль в улучшении единого сводного рейтинга с уровня 2 до уровня 1 в течение одного года. - Решены проблемы предоставления кредитов. Установил политику и процедуры, которые гарантировали соблюдение нормативных требований и стандартизировали предоставление отчетности федеральным и государственным учреждениям. - Согласовал программу медицинских услуг крупных больниц для оказания финансовой поддержки программам по подбору врачей для больниц. - В качестве старшего вице-президента по запуску деятельности в Эдисоне, Нью-Джерси, сыграл важную роль в достижении депозитной базы в 15000000 долларов США и кредитной базы в 18 000 000 долларов США в 16-месячный период. BJ INVESTMENTS, Патерсон, штат Нью-Джерси 2002 - 2011 Генеральный директор Консультант банковской и телекоммуникационной отраслей по вопросам финансирования, соблюдения законодательства и технологий. - Создал долгосрочные стратегии для бизнеса. Разработал и внедрил политику и процедуры, которые улучшили репутацию на рынке. Успешно руководил корпоративным расширением. - Разработал стратегию программ агрессивного кредитования и установки центра обработки данных, обслуживающего более шести коммерческих банков, которые превратили прибыль и убытки в рентабельность. - Разработал стратегию сокращения расходов для телекоммуникационного реселлера продукции AT&T, MCI и Sprint. Руководил программами и программным обеспечением по выставлению счетов и сбору средств, которые способствовали своевременному перечислению доходов от должников.	

Пример

Имя

Номер телефона

- Автоматизировал внутренние системы для работодателей и клиентов, повысив денежный поток на 30%.
- Обеспечил финансирование для приобретения капитала Continental Service Corporation, что привело к созданию многомиллионного предприятия, обслуживающего страховую отрасль.

FIRST AMERICAN BANK, Ньюарк, Нью-Джерси 1998 - 2002

Исполнительный вице-президент и Главный административный сотрудник

Разработал корпоративные стандарты, политику и процедуры для 30 филиалов. Выступал в качестве сотрудника по соблюдению требований/реализации закона о местном реинвестировании.

- Развивал банки, которые перестали пользоваться популярностью у главных бухгалтеров, в банки, которые превзошли нормативные требования.
- Согласовывал размеры компенсаций и льгот для руководителей, сотрудников и членов совета директоров.

Дополнительный соответствующий опыт

Исполнительный вице-президент и главный исполнительный директор First Security Bank, N.A., Парамус, штат Нью-Джерси, Вице-президента на First National Bank, Плезантвилль, штат Нью-Йорк

Образование и обучение

Высшая школа финансов и банковской деятельности, диплом специалиста, Мэдисон, штат Висконсин, BS, Бизнес, Государственный университет Нью-Йорка, Бингемтон, штат Нью-Йорк

Лицензии

Национальная ассоциация дилеров по операциям с ценными бумагами, лицензия NASD, Нью-Йорк, штат Нью-Йорк

Членство

Ассоциация американских банкиров Американское сообщество банкиров Ассоциация электронного банкинга Ассоциация независимых банкиров Торгово-промышленная палата, Нью-Йорк, штат Нью-Йорк

Пример

Функциональное резюме для смены карьеры

Имя Адрес	
Город/ штат/почтовый индекс	
Номер телефона	Адрес электронной почты
ЦЕЛЬ: Должность руководителя отдела корпоративных финансов в динамичной компании, которая ценит инновационные решения, призванные увеличить успех и прибыльность для клиентов и владельцев компаний. Краткое описание Старший руководитель и частный консультант с опытом в обеспечении финансирования корпоративных расширений, слияний, поглощений и стартапов. Образование: Высшая школа финансов и банковской деятельности, Мэдисон, штат Висконсин, специализация: соблюдение требований, приобретение активов и управление активами, ликвидация специальных активов. ПОДТВЕРЖДЕННЫЕ СПОСОБНОСТИ И РЕЗУЛЬТАТЫ Бизнес-финансирование и стратегии роста • Обеспечил капитализацию одного из первых национальных объектов аварийного восстановления. • Разработал маркетинговую стратегию для телекоммуникационного реселлера. Руководил программой и программным обеспечением по выставлению счетов и сбору средств, которые способствовали своевременному перечислению доходов. • Обеспечил финансирование для приобретения капитала Continental Service Corporation, что привело к созданию многомиллионного предприятия, обслуживающего страховую отрасль. • Создал долгосрочные стратегии для бизнеса. Разработал и внедрил политику и процедуры, которые улучшили репутацию на рынке. Прибыльность • Развивал банки, которые перестали пользоваться популярностью у главных бухгалтеров, в банки которые превзошли нормативные требования. • Руководил запуском деятельности в Эдисоне, Нью-Джерси, сыграл важную роль в достижении депозитной базы в 15000000 долларов США и кредитной базы в 18000000 долларов США в 16-месячный период. • Разработал стратегию программ агрессивного кредитования и установки центра обработки данных, обслуживающего более шести коммерческих банков, которые увеличили рентабельность. Кредитное и операционное администрирование • Важная роль в улучшении Единого сводного рейтинга с уровня 2 до уровня 1 в течение одного года. • Опыт во всех аспектах деятельности коммерческих банков: администрирование, операции, кредиты, управление активами, инвестиции и приобретение капитала. Управление более 55 сотрудниками, управление бюджетом свыше 5 млн. долларов США, согласовывал размеры компенсаций и льгот для руководителей, сотрудников и членов совета директоров.	

Пример

Имя

Номер телефона

Решение проблем/анализ

- Решены проблемы продления кредитов. Установил политику и процедуры, которые гарантировали соблюдение нормативных требований и стандартизировали предоставление отчетности федеральным и государственным учреждениям.
- Разработал и реализовал новые программы, политику и процедуры, которые восстановили надежность и укрепили кредитные портфели нескольких финансово слабых банков.

Ведение переговоров

- Обеспечил сделку по проекту жилищного строительства на сумму в 15 млн. долларов США между Union Pacific Railroad, Allied Chemical Corporation и First Security Bank.
- Согласовал программу медицинских услуг для крупных больниц для оказания финансовой поддержки программам по подбору врачей для больниц.

Применение технологий

- Автоматизировал внутренние системы для работодателей и клиентов для повышения эффективности.
- Разработал центр обработки данных для коммерческого банка.

Опыт

Gotham Bank, Нью-Йорк, штат Нью-Йорк, Старший вице-президент 2004 - настоящее время BJ Investments, Патерсон, штат Нью-Джерси, Генеральный директор, 1995-2004

First American Bank, Ньюарк, штат Нью-Джерси, Исполнительный вице-президент и Главный административный сотрудник, 1992-1995

Дополнительный соответствующий опыт

Исполнительный вице-президент и главный исполнительный директор, First Security Bank, N.A., Парамус, штат Нью-Джерси

Вице-президент, First National Bank, Плезантвилль, штат Нью-Йорк

Образование и обучение

Высшая школа финансов и банковской деятельности, диплом специалиста, Мэдисон, Висконсин BS, Бизнес, Государственный университет Нью-Йорка, Бингемтон, штат Нью-Йорк

Лицензии

Национальная ассоциация дилеров по операциям с ценными бумагами, лицензия NASD, Нью-Йорк, штат Нью-Йорк

Членство

Ассоциация американских банкиров Ассоциация независимых банкиров

Торгово-промышленная палата, Нью-Йорк, штат Нью-Йорк

Использование электронной почты в поиске работы

Электронная почта – это быстро и удобно. Вы можете пользоваться ею, чтобы отвечать на вакансии и поддерживать связь с контактами. Даже если это и неформальный способ общения, к написанию электронных писем применяются те же правила, которые применяются к написанию обычных писем: они должны быть официальными, вежливыми и должны производить хорошее впечатление.

Вот некоторые рекомендации:

Если вы используете электронную почту в поиске работы, убедитесь, что ваш адрес электронной почты подходит для мира бизнеса – адрес вроде `ral.phyboy@example.net` может не соответствовать имиджу, который вы хотите создать в глазах потенциального работодателя. При необходимости, создайте отдельную учетную запись электронной почты для этой цели. Есть целый ряд бесплатных сервисов. Для целей поиска работы использование вашего имени (например, `john.smith@example.net`) будет выглядеть более профессионально и повысит узнаваемость вашего имени.

- Если у вас есть какие-либо сомнения относительно того, является ли адрес электронной почты подходящим средством общения, отправьте письмо
- по обычной почте. Например, отправление благодарственного письма по электронной почте контакту после встреч и является нормальным. Тем не менее, после официального собеседования письмо лучше отправлять с помощью обычной почты, если только человек, который проводил собеседование, не дал вам адрес электронной почты и в явной форме не предложил пользоваться электронной почтой как способом оставаться на связи.
- Используйте тему письма в свою пользу. Укажите либо наименование открытой вакансии или опишите свой опыт работы на такой должности.
- Проверьте орфографию в вашем документе и дважды проверьте грамматику. Ограничьте количество слов, полностью написанных заглавными буквами, – их использование считается «криком».
- Избегайте общепринятых сокращений, таких как TTYL (поговорю с тобой позже) или BTW (между прочим), если они не широко распространены в повседневном английском языке, например, FYI (к вашему сведению). То же самое касается и знаков электронной почты, таких как смайлы.
- Персонализируйте ваше сообщение получателю. При отправке сообщения человеку, которого вы не знаете, желательно использовать то же приветствие, как и в обычном письме («Уважаемая г-жа Джонс»), и закрывать его словами «Искренне Ваш(а)» или «С уважением». Если вы не укажете имя человека, ваше электронное письмо будет «холодным».
- Укажите ваш адрес электронной почты, почтовый адрес и телефонный номер после вашего имени в конце письма, чтобы их можно было легко найти.
- Так же как и в случае с резюме, используйте простой текст, избегайте вычурных шрифтов, цветов и линий.

Написание сопроводительных писем

Если вы не передаете резюме потенциальному работодателю лично, то как правило, необходимо также направить сопроводительное письмо. Структура и содержание каждого сопроводительного письма следует общей формуле, которая может быть адаптирована к конкретным потребностям. Помните: обязательно благодарите работодателя за время и внимание. Формат сопроводительного письма такой:

Дата Адрес Приветствие

Абзац первый: Объясните, почему вы пишете этому человеку таким образом, который вызовет у него интерес. Продемонстрируйте знание компании или группы вашего читателя.

Прилагаю свое резюме в ответ на Ваше объявление в Wall Street Journal о вакансии вице-президента по продажам на местах. Я наблюдал за ростом Superior в прошлом году с большим интересом, в частности, за созданием сильной команды по продажам в качестве способа увеличения объема продаж и прибыльности вашей компании.

Абзац второй: Кратко опишите вашу квалификацию и достижения, и укажите соответствующую должность.

Совсем недавно, будучи вице-президентом по продажам на местах компании Namebrand Pharmaceuticals, мне удалось достичь уровня продаж в 160 млн. долларов США за год при штате сотрудников по прямым продажам в количестве почти 100 человек и 16 брокеров на двух третьих территории Соединенных Штатов Америки. Я работал на Namebrand в течение семи лет на ряде должностей по пяти отдельным подбрендам.

Абзац третий: Ответьте на вопрос: «Почему я должен нанять вас?». Свяжите себя с компанией или группой. (Этот абзац можно исключить, если вы предпочитаете короткое письмо)

Namebrand и Superior создали репутацию амбициозных, ориентированных на прибыль организаций. Проявив себя в одной из самых сложных компаний благодаря предпринимательскому подходу к ответственности, персоналу и управлению продажами, я хотел бы рассказать Вам о своих талантах вашей компании, которая вознаграждает творческий подход, ответственность и трудолюбие.

Абзац четвертый: Возьмите на себя инициативу, попросите о встрече, предложите время для встречи и сообщите работодателю, когда вы будете звонить.

Я с нетерпением жду встречи с Вами, чтобы обсудить более подробно, как мой опыт и квалификация могут помочь Вам. Я ценю Ваше внимание и позволю Вам на следующей неделе, чтобы договориться о встрече.

С уважением, Имя

Вложение: резюме

Составление списка рекомендаций

Перечислите свои рекомендации на отдельном листе бумаги, а не в вашем резюме, выбрав их из списка, который вы составили в своем карьерном профиле. Учитывая вашу профессиональную цель, составьте краткий целевой список людей, которые могут дать общее представление о ваших способностях и рассказать о ваших навыках. Проверка рекомендаций, как правило, проводится по телефону, чаще всего на заключительном этапе трудоустройства. Некоторые работодатели проверяют рекомендации только после найма сотрудника; некоторые не проверяют вообще.

Рекомендации по составлению списка рекомендаций

- **Используйте многоуровневый подход к списку:** люди, на которых вы работали, люди, которые работали на вас, и коллеги, с которыми вы работали. Бывшие начальники = это отличный источник рекомендаций. Если вы исключите бывшего или нынешнего босса из списка, вы должны быть готовы объяснить, почему.
- Не говорите ничего, если вам не задают вопрос.
- **Укажите людей, с которыми вы работали в целевых группах и над командными проектами, поставщиков, клиентов, если это уместно, и людей из профессиональных ассоциаций, с которыми у вас хорошие личные отношения.** Если вы выполняли волонтерскую работу, включите рекомендации из этих проектов.
- Укажите характер ваших отношений с человеком, который вас рекомендует.

Рекомендации по взаимодействию с лицами, которые вас рекомендуют

- **В случае смены имени по любой причине, убедитесь, что ваши рекомендатели знают ваше новое имя.**
- **Спросите разрешения у вашего рекомендателя на использование его/ее имени.**
- **Отправьте рекомендателю копию вашего резюме и сопроводительного письма.** Это удобные инструменты для организации мыслей и воспоминаний о ваших результатах и достижениях.
- **Обсудите с рекомендателями свои навыки, которые необходимо выделить при телефонном разговоре.**
- **Попросите их сообщить вам, когда им позвонят для получения рекомендации.**
- **Рассматривайте всех рекомендателей как контактов из вашей сети и развивайте эти отношения.**
- **Не прикладывайте список ваших рекомендаций к резюме - сохраните его для собеседования.**

Пример

Список рекомендаций

Имя	Адрес	Город/ штат/почтовый индекс	Номер телефона	Адрес электронной почты
РЕКОМЕНДАЦИИ				
Г-н Джон Б. Гиллесли, Генеральный директор Widget Soundbite Company, Портленд, штат Орегон Номер телефона Адрес электронной почты (Мой руководитель в Widget Soundbite Company)				
Г-н Уильям Т. Стрэйхорн Вице-президент по разработкам Protel Telecommunications, Рентон, штат Вашингтон Номер телефона Адрес электронной почты (Мой непосредственный подчиненный у бывшего работодателя, Systemic Energy Resources)				
Г-жа Кора Уолтон, консультант Anacortes, Вашингтон Номер телефона Адрес электронной почты (личная рекомендация)				



Закрепление материалов по этапу

Вам нужно больше, чем просто резюме. В действительности, вам нужен скоординированный набор инструментов для общения с людьми, потому что вы будете использовать их на протяжении всего поиска. Ресурс по построению карьеры (CRN) содержит множество ресурсов и примеров, которые помогут вам собрать их вместе.

Перед завершением этого этапа:

Посетите Ресурс по построению карьеры (CRN), чтобы найти:

- Образцы различных заявлений и списков
- Более 200 резюме, сопроводительных писем, последующих писем и предложенных писем электронной почты, написанных и отредактированных специалистами в своих областях

Если вы довольны своим резюме, вы можете разместить его в собственной базе данных резюме клиентов компании Lee Hecht Harrison в CRN. Эту базу данных можно найти в разделе «Как обращаться с вакансиями» на сайте CRN. Это позволит вам представить свои качества десяткам тысяч зарегистрированных специалистов в области людских ресурсов. Кроме того, это даст вам возможность пообщаться с другими людьми, которые могут помочь вам в ваших поисках.

Вы можете найти, связаться и познакомиться с другими людьми, получающими услуги ЛНН, которые:

- Работали в ваших целевых компаниях
- Знают о вашей должности, отрасли или целевой географии
- Являются коллегами ваших предыдущих работодателей, поставщиков или конкурентов
- Принадлежат вашей профессиональной организации или имеют сертификаты, аналогичные вашим
- Являются экспертами в областях, которые вы рассматриваете для смены карьеры

Другие платные услуги баз данных компании Lee Hecht Harrison в CRN также позволят вам увидеть и собрать информацию об интересующей работе или вакансии. Обязательно воспользуйтесь функцией по отслеживанию работы и уведомления о вакансиях.



Этап 4

Определение целевого рынка

Почему этот этап важен?

Одним из самых важных (и зачастую самых игнорируемых) аспектов поиска работы является четкое определение целевого рынка, т.е. рынка, на котором осуществляется поиск.

Целевой рынок – это группа организаций, на которую ориентирован поиск.

Чтобы понять важность определения целевого рынка, достаточно взглянуть на проект по поиску работы как на задание по сбыту или маркетингу. При планировании выхода на рынок новой продукции вначале следует определить группу потребителей, в которой, вероятнее всего, будет спрос на данный продукт, и ориентировать мероприятия по сбыту и маркетингу именно на этих потребителей. Такая группа определяется по демографическим критериям, таким как возраст, уровень дохода, пол и т.п.

Такой же подход целесообразен и при поиске работы. В этом случае целевой рынок определяется по четырем критериям: отрасль или тип организации, размер и местонахождение организации и организационная культура.

Целевой рынок должен быть достаточно большим, но при этом управляемым

Большинство людей изначально недооценивают количество целей, необходимых для успешного поиска работы. Данные, собранные компанией Lee Hecht Harrison, показывают, что среднестатистический соискатель контактирует с 20-30 разными менеджерами по найму в 20-30 разных организациях.

Чтобы выйти на такое количество менеджеров, необходимо начинать поиск с целевого рынка, количество организаций на котором значительно превышает 20-30.

Если целевой рынок недостаточно велик, шансы на успех падают. Это все равно, что ловить рыбу в озере, где водится только три рыбы. Шанс поймать одну рыбу крайне мал. Поэтому рекомендуется проверить размер целевого рынка в реальных условиях, и лишь после

этого приступить к полномасштабному поиску. В этом разделе предлагается способ, как это сделать.

С другой стороны, выбор слишком большого целевого рынка также может создать трудности. Люди с сотнями или тысячами возможностей зачастую осуществляют поиск, который слишком рассредоточен и сложен для управления.

Необходимо решить, где бы Вы предпочли работать

При определении целевого рынка следует задать себе два вопроса:

- Какие организации могут быть заинтересованы в вас как в кандидате?
- В какой организации вы бы предпочли работать?

Сосредоточив усилия на организациях, которые могут быть заинтересованы в вас, вы повышаете свои шансы быстрее найти подходящую работу. А сосредоточив усилия на организациях, интересующих вас, вы повышаете свои шансы найти работу, которая вам нравится, а также с энтузиазмом осуществлять и сам поиск.

Данный этап – это возможность выбрать своей целью организации, которые соответствуют вашим карьерным планам и личным предпочтениям, т.е. организации, работа в которых будет приносить удовольствие.

Это серьезный вопрос, над которым следует подумать. Все-таки, вы будете проводить минимум 40 часов в неделю в компании определенной группы людей в определенной организационной среде. Четкое определение целевого рынка увеличивает шансы быстрее найти организацию, в которой вы будете счастливы работать. Кроме того, вы получаете дополнительное преимущество, сами выбирая организацию, ведь ваша искренняя заинтересованность сделает вас более привлекательной кандидатурой для такой организации.

Почему этот этап важен?

Список целей – это ориентир в поиске работы

После определения целевого рынка следует составить список из 50 самых привлекательных целей такого рынка. Четкий список целей – это ориентир в поиске, помогающий спланировать ваши ежедневные действия. Исходя из нашего опыта, можно с уверенностью утверждать, что люди, осуществляющие поиск без такого списка целей, реализовывают свои возможности в какой-то мере вслепую, уменьшая свои шансы найти самый стоящий для себя вариант и увеличивая длительность поиска.

Имея список целей, всегда можно дать ответы на следующие вопросы:

- Чем я буду заниматься на этой неделе?
- С кем я буду общаться?
- О чем я буду разговаривать?

Люди, эффективно осуществляющие поиск работы, всегда занимаются изучением рынка, контактируют с организациями, в которых они заинтересованы, и говорят о своих главных целях. Они постоянно совершенствуют и корректируют свой список целей, исключают менее подходящие цели и сосредотачиваются на более желанных для них целях.

Список целей – это основная тема разговора

Все эксперты по поиску работы согласны в одном: неформальное общение, т.е. просто разговоры с людьми – это самый эффективный способ найти новую перспективную работу. По статистике компании Lee Hecht Harrison, большинство людей при поиске работы общаются на эту тему с более чем сотней разных людей.

О чем конкретно эти разговоры? Если вы просто скажете, что остались без работы и теперь ищете новую, диапазон тем будет ограничен,

и ваш собеседник будет чувствовать себя неловко. В некоторой литературе по поиску работы рекомендуется получить консультацию и совет. Но, за исключением случаев резкого изменения сферы деятельности, вы, вероятно, в курсе того, что происходит в вашей отрасли. И если у вас уже есть опыт работы, то, спрашивая совета, вы можете показаться не таким уж профессионалом в своей сфере, что создаст некоторый отрицательный образ вас, как потенциального кандидата.

Если же вы будете строить разговор вокруг списка своих целей, это будет полезно не только для вас, но и позволит вашему собеседнику чувствовать себя комфортнее. Как правило, люди с радостью говорят о компаниях, особенно тех, в которых они сами работают.

В ходе такого общения вы можете получить ответы на интересующие вас вопросы, например:

- Какие организации нуждаются в людях моей профессии?
- Организационная культура каких компаний отвечает моим собственным ценностям?
- Какие организации на данный момент работают над проблемами и вопросами, которые интересуют меня, и которые соответствуют моим навыкам?

Разговаривая о вашем целевом рынке, вы можете получить рекомендации

Разговоры о целевых отраслях и компаниях – и о проблемах и возможностях – могут оказаться крайне продуктивными. Это хороший способ пополнить данные, собранные в ходе самостоятельного изучения этих вопросов.

Однако самый желаемый результат такого общения – это возможность знакомства с новыми людьми, что расширяет диапазон поиска.

Вопросы для изучения

- Предпочитаемая географическая зона. Целью станут подходящие компании по всему миру, только в конкретных странах, штатах/провинциях и городах, или только компании в пределах конкретного транспортного сообщения?
- Предпочитаемая отрасль занятости. В каких отраслях я буду больше всего востребован?
- Предпочитаемый размер организации. Мерой измерения будет служить годовой доход организации, количество сотрудников или другие подходящие критерии?
- Предпочитаемый тип организационной культуры. Какие критерии важны для меня?
- Какова вероятность того, что на моем целевом рынке ежемесячно будет появляться достаточное количество вакансий?
- Могу ли я точно описать свой целевой рынок? Делится ли он на отдельные сегменты? Могу ли я описать критерии по каждому из них?
- Какие ресурсы я буду использовать, чтобы составить список, соответствующий критериям целевого рынка (месторасположение, отрасль и размер) в маркетинговом плане? Какие ресурсы я буду использовать для получения информации, необходимой для определения приоритетности целей?
- Каким образом я буду эффективно использовать интернет-ресурсы для интенсивного поиска в рамках целевого рынка и целевых компаний? Будет ли полезным участие в группе социальной сети?

Предлагаемые действия

- **После определения критериев** необходимо составить список конкретных целевых организаций, которые необходимо изучить посредством таких ресурсов, как расширенные базы данных CRN и других бизнес-справочников в библиотеке и в интернете.
- **Проверьте, достаточно ли велик ваш список целей.** При недостаточном количестве целевых организаций, вероятно, необходимо будет пересмотреть определение вашего целевого рынка, расширить географическую зону, цели или диапазон отраслей или размера компаний.
- **Если ваш целевой рынок состоит из сотен организаций,** откорректируйте его и составьте список из 50 организаций, которые станут вашей первоначальной целью.
- **По возможности, в списке целей указывайте имена, адреса, номера телефонов и адреса электронной почты менеджеров по найму,** а также любые связи, которые у вас есть в конкретной отрасли или организации.
- **Подготовьте личный маркетинговый план,** который вы сможете использовать при поиске и обсуждать с вашими собеседниками.

Оценка целевого рынка

Ответьте на следующие вопросы, исходя из данных, имеющихся у вас на данный момент. После изучения этих вопросов напротив предполагаемых данных укажите фактические показатели.

	Примерная оценка	Фактич. кол-во	r
1. Количество организаций, соответствующих географическим и отраслевым критериям и критерию размера	_____	_____	_____
2. Количество подходящих рабочих мест (не вакансий) в каждой целевой компании	_____	_____	_____
3. Общее количество рабочих мест на целевом рынке (количество организаций, умноженное на количество рабочих мест)	_____	_____	_____
4. Сколько лет сотрудник в среднем работает на таких местах?	_____	_____	_____
5. Ежегодное количество вакансий (общее количество рабочих мест, разделенное на количество лет, в течение которых сотрудники работают на таких местах)	_____	_____	_____
6. Ежемесячное количество вакансий (количество ежегодных вакансий, разделенное на 12)	_____	_____	_____

Рекомендации по оценке целевого рынка

Как узнать, достаточно ли велик определенный целевой рынок? Это важный вопрос. Если целевой рынок слишком мал, поиск может продлиться долго. После определения количества вероятных вакансий следует ответить на следующие вопросы: Какое число вакансий в месяц является достаточным? Как узнать, достаточно ли велик определенный целевой рынок? В каких случаях целевой рынок необходимо расширить?

На эти вопросы нет простых ответов, поскольку необходимо учитывать много факторов. Однако есть несколько общих правил:

Если месячное количество вакансий...	то...
10 или менее	необходимо подумать о расширении целевого рынка.
10 - 50	целевой рынок достаточно велик.
свыше 50	целевой рынок достаточно велик, и, возможно, для начала следует выделить сегмент поменьше.

Создание маркетингового плана

Логичный, четко сформулированный маркетинговый план – это залог того, что вы сосредоточитесь на приоритетных действиях и не будете терять время и силы на непродуктивные меры. Как и в любом проекте, хороший план помогает организовать и систематизировать работу и достичь высокой эффективности. Этот раздел поможет вам составить собственный маркетинговый план. В целом, любой маркетинговый план такого рода состоит из четырех частей.

1. Профессиональная цель с предпочтительными обязанностями

Давайте вспомним Этап 2. Профессиональная цель – это краткая фраза или предложение, описывающее тип работы, которую Вы ищете. Она должна отображать ваши ценности, склонности, навыки, интересы, общий опыт и знания таким образом, чтобы быть понятной людям вашей профессии, а также специалистам других областей. Такая простая форма построения особо эффективна, если вы включите ее в свое резюме.

Существует также профессиональная цель с предпочтительными обязанностями, которая больше подходит для составления маркетингового плана.

После определения профессиональной цели нужно указать свои обязанности – роли или сферы деятельности, отвечающие вашему опыту и интересам. Как правило, такая формулировка состоит из одного-двух слов, и должна включать в себя 3-5 обязанностей, являющихся вашей целью. Обязанности могут обозначаться в виде списка после профессиональной цели. Вы должны уметь сформулировать названия должностей, которым присущи такие обязанности или их комбинации.

ПРИМЕРЫ

Маркетинговый менеджмент

- разработка стратегий - изучение рынка
- разработка продукции

Старший банкир

- банковское обслуживание коммерческих организаций
- соответствие требованиям операции в филиалах банка
- управление активами
- ликвидация специальных активов

2. Профессиональное позиционирование со списком сфер компетентности

Старший инженер-электрик по проектированию

- телекоммуникации и передача данных
- разработка продукции
- руководство персоналом по аппаратному оборудованию

Профессиональное позиционирование, созданное на Этапе 3, - это то, о чем следует говорить. Его еще можно назвать перечнем ваших навыков или того, что вы можете предложить потенциальному работодателю.

Чтобы использовать профессиональное позиционирование в маркетинговом плане, его следует из устной формы перевести в письменную. То есть, то, о чем вы говорите, когда позиционируете себя, как профессионала, следует изложить в письменной форме в виде списка сфер вашей компетентности.

Список сфер компетентности

На Этапе 2 вы составили список сфер вашей компетентности, или групп навыков и личных характеристик. Это сферы, в которых у вас есть опыт или конкретные знания. Иногда сферы компетентности носят очень общий характер (например, командная работа); иногда они могут быть очень специфическими (например, знание ISO 14000). В хорошем списке присутствует сферы компетентности обоих типов. Наилучший способ составить список сфер вашей компетентности в маркетинговом плане – это использовать 3-6 заголовков или категорий, которые называют сферы компетентности.

Для иллюстрации каждой сферы компетентности необходимо указать хотя бы одно достижение в ней. Реальные достижения подчеркивают уровень компетентности в конкретной сфере, и служат хорошими запоминающимся примером как на собеседованиях, так и в общении с осведомленными в данной сфере людьми до собеседования.

3. Целевой рынок

Целевой рынок определяет типы организаций, которые станут вашей целью при поиске работы. Критерии для определения целевого рынка должны охватывать следующие четыре элемента:

- **Географическое местоположение** – Первый критерий для определения целевого рынка – это географическое местоположение. Вашей целью станут все подходящие компании в конкретной стране? Или вы ограничитесь компаниями, расположенными недалеко от вашего места проживания? Местоположение определяется личными предпочтениями и рыночным спросом. Определите свои географические предпочтения так, что их можно было отметить на карте как, например, территорию сбыта.
- **Отрасль и тип организации** – Второй критерий – это отрасль или тип организации. Опять же, частично выбор зависит от личных предпочтений. Для некоторых людей профессиональная цель и квалификация определяет отрасль. Металлург будет работать на производстве металлов и металлопродукции. Еще один важный фактор – это ваш опыт работы, и его достаточность для того чтобы позиционировать вас в качестве желаемого кандидата для работодателя. Например, в производственной сфере будет отдано предпочтение специалисту в области финансов с опытом работы на производстве
- **Размер организации** – Размер организации, как правило, определяется через призму годового дохода или количества сотрудников. Для некоторых размер организации – это вопрос личного предпочтения. О нем может быть важным критерием. Компания размером меньше определенного может не предлагать подходящих вам вакансий. Например, компания, в которой работает только 200 человек, вряд ли предложит должность директора по персоналу с шестизначной зарплатой
- **Организационная культура** – Иногда организационная культура является критерием, определяющим целевой рынок. Как правило, она не является определяющей при составлении первоначального списка целей, но помогает установить приоритетность целевых компаний.

4. Список целей

После определения критериев последним элементом маркетингового плана является первоначальный список целей, состоящий из 50 организаций.

Такие компании можно найти, используя ресурсы расширенных баз данных CRN и других бизнес-справочников в библиотеке или интернете. Будьте последовательны при определении целевых компаний, чтобы не пропустить потенциальные цели.

Элементы целевого рынка

- **Географическое местоположение организации:** указать достаточно точно, чтобы вы могли отметить его на карте, как, например, территорию сбыта.
- **Отрасль или тип организации:** согласно Стандартной классификации отраслей экономики (SIC) или Североамериканской системе отраслевой классификации (NAICS).
- **Размер организации:** через призму годового дохода, количества сотрудников или других критериев, применимых в вашей отрасли или профессии.
- **Организационная культура:** указать конкретно, чтобы использовать в постановке целей, например, организация, в которой 20% сотрудников на всех должностных уровнях – это женщины, или организация, в которой на постоянной основе работают комплексные команды специалистов.

Пример

Краткий маркетинговый план

Ф.И.О.

Адрес / город / штат / индекс Тел./адрес электронной почты

Старший менеджер по охране труда, окружающей среды и безопасности

Нормативно-правовое регулирование

Внутреннее консультирование по вопросам охраны труда, окружающей среды и безопасности Надзор-
ный аудит Менеджмент по охране труда, окружающей среды и безопасности**Профессиональное позиционирование**

Опыт работы в области консультационного менеджмента, управления программами и персоналом, управления внутригосударственными и международными проектами по ликвидации последствий аварий и проведения общекорпоративных надзорных аудитов как компаний, входящих в список Fortune 500, так и небольших консультационных фирм. Я руководил проектами и отделами, рассматривал вопросы приобретения и распродажи активов, регулировал политику по охране труда, окружающей среды и безопасности, и результаты моей работы носили фактический и ключевой характер. Сферы моей компетентности охватывают:

Менеджмент	Аудит	Ликвидация последствий	Обучение
Подборка дров из внутренних/ внешних источников	ISO 14000	Оценка объекта	Руководитель программы по охране труда, окружающей среды и безопасности
Информационные мероприятия	Разработка корпоративных программ	Контролирующие органы	Руководитель аудиторской команды
Продуктивность группы	Сопровождение корпоративных программ	Консультации по тендерным процедурам	Программа аудита объекта
Обучение	Устранение недостатков	Исследовательские технологии	Инструктор на объекте
Руководство командами	Систематический контроль	Деятельность испытательных лабораторий	

Целевой рынок с примерами целевых компаний

Географическая зона: Нью-Джерси, Нью-Йорк и Коннектикут в радиусе 35 миль от зоны с индексом 07013. **Отрасли:** химическое и фармацевтическое производство; консультационные фирмы.

Размер организаций: производство – свыше 1 000 сотрудников; консультационные услуги – любого размера.

Фармацевтические компании	Химические компании	Консультационные фирмы
Aquatics Pharmaceuticals Corporation Berringer Laboratories, Inc. Creskill, Inc. Forum Laboratories, Inc. Garden State Laboratories, Inc. Merris Limited OrganicTron, Inc. Patson, Inc. Pharmaceutica Corporation	Alpha Corp. Amaroco Incorporated B & J Biosciences BAK Gases Inc. Croton, Inc. EcoBioSphere Corp. Exact Chemicals, Inc. General Chemical Corporation Hartford Specialty Chemicals ITC Specialty Products	Chemicals Management, Inc. Concurrent Medical Centers Cybertechnical Group, Inc. Edgarson International Gomez-Koffman, P.C. Henry Drabble Associates IZ Radiation Protection, Inc. L. Bonifanti Engineering, Inc. Larrieff Associates McCauley Associates, Inc.

Реализация маркетингового плана

Далее предложены способы наиболее эффективной реализации маркетингового плана:

Параллельная реализация Плана А и Плана Б

Хороший маркетинговый план зачастую состоит из плана А и плана Б. Самый распространенный пример: желание найти работу недалеко от места проживания (план А), но при необходимости приемлем вариант переезда (план Б).

Люди в поисках работы часто допускают одну ошибку: реализовывают план А и план Б последовательно, т.е. переходят к плану Б, только если план А не работает. Это пустая трата времени и нервов. И даже более: такое поведение может привести к тому, что у ваших деловых знакомых создается о вас негативное впечатление.

Если переезд входит в ваш план Б, но изначально вы реализуете только план А, то, заявляя, что вы ограничиваетесь локальным поиском, то у вас могут возникнуть проблемы. Если потом вы решите перейти к плану Б, Вам снова надо будет обращаться к вашим деловым знакомым, чтобы получить от них информацию о дополнительных целевых организациях, т.е. информацию, которую вы могли получить сразу при первой встрече.

Такая переменчивость решений может создать впечатление, что ваш локальный поиск не принес результатов, или что ваша квалификация не так высока, как вы надеялись. Более эффективный и менее рискованный подход – это сразу параллельно реализовывать план А и план Б, например, посвятить 60% времени в неделю плану А и 40% плану Б, и всегда обсуждать оба варианта.

Изучение основных целей каждую неделю

Ставьте себе цели на каждую неделю в соответствии с планом. Например, найдите достаточно информации по 5 из 10 основных целей, чтобы определить, понравится ли вам работать в этих организациях, или пообщайтесь с тремя людьми, работающими в 10 основных целевых компаниях, или каждую неделю добавляйте пять новых организаций в ваш список.

Регулярная корректировка списка целей

Регулярно просматривайте свой маркетинговый план, вносите корректировки на основании того, что вы узнали в ходе общения с о своими деловыми знакомыми. По мере накопления информации каждую неделю пересматривайте приоритетность вашего списка целей. Некоторые цели могут подняться выше по списку и потребуют больше внимания на следующей неделе. Другие опустятся вниз и не потребуют много усилий. Вероятно, вам нужно будет пополнить свой список целей. Действуя таким образом, вы повышаете свои шансы найти работу в организации, которая вам хорошо знакома и интересна.



Закрепление материалов по этапу

Залог успешного определения целевого рынка состоит в том, чтобы определить критерии, подходящие лично вам – которые соответствуют именно вашим целям. Как только вы это сделали (с учетом желаемого географического местоположения, отрасли, размера организации и организационной культуры), можно составить список конкретных целевых организаций, которые потом можно изучить посредством таких ресурсов, как базы данных и прочие бизнес-справочники в библиотеке и в интернете. Ресурс для построения карьеры (CRN) предоставляет доступ к подобным источникам данных.

На последней стадии данного этапа:

Посетите ресурс для построения карьеры (CRN) и найдите там инструментарий для создания, расчета и оценки вашего целевого рынка, включая:

- изучение данных о работодателях по ссылкам на базы данных и другие источники
- создание собственного маркетингового плана по шаблону и примерам маркетинговых планов (которые отличаются в зависимости от отрасли и должности)

И, наконец, последний шаг: убедитесь, что ваш список целей достаточно велик. При недостаточном количестве целевых организаций расширьте географическую зону, свои цели, отраслевой диапазон или скорректируйте размер ваших целевых компаний.



Выполнение поиска

Оценка результатов

Выполнение поиска

Стадия выполнения процесса AIM охватывает Этапы с 5 по 8 включительно, и, как правило, предполагает дополнительные действия в рамках Этапа 1.

Оценка результатов на этой стадии может осуществляться с помощью Схемы эффективности поиска работы, которую можно найти на ресурсе CRN во вкладке «Первые шаги». Что бы попасть туда, перейдите по ссылке на вкладку «Обзор проекта по поиску работы». Схема составлена по дням, позволяя тщательно отслеживать все результаты. На ресурсе CRN в закладке «Интерактивные инструменты» есть Счетчик эффективности поиска работы (небольшая версия схемы, предлагающая отслеживать результаты по неделям).

Этап	Результат	Страницы
5. Сбор информации из отрасли	Вы постоянно получаете актуальную информацию о целевых организациях от людей (желательно, чтобы это были сотрудники этих организаций), которые хорошо осведомлены о них; вы проводите предварительную проверку, чтобы понять, соответствуют ли ваши навыки тому, что нужно этим организациям.	67 - 80
6. Донесение идеи	Вы ведете разговоры, касающиеся темы вашего поиска, (в ходе таких разговоров вы упоминаете свою квалификацию) с 20-30 людьми в неделю в непрерывном режиме, собираете информацию о целевых отраслях/организациях и ищите менеджеров по найму.	81-100
7. Беседа с менеджерами по найму	Вы полностью готовы отвечать на сложные вопросы, вы подготовили свои вопросы и ведете содержательные разговоры с двумя новыми менеджерами по найму в неделю.	101-114
8. Рассмотрение других методов поиска	Вы постоянно отвечаете на объявления о вакансиях в газетах и в интернете, и рекрутинговые организации или агентства, к которым вы обратились, отправляют вас на собеседования. Или же вы решили, что эти методы вам не подходят, и в таком случае нам нужно будет сконцентрироваться на непосредственном общении с менеджерами по найму.	115-130



Этап 5

Сбор информации об отрасли

Почему этот этап важен?

Как известно, знание - сила. А правильные знания об отрасли и целевых организациях – это большая сила. Вооружившись знаниями об отрасли, вы сможете:

- **принимать обоснованные решения о своей профессиональной деятельности и карьере**
- **создать более благоприятное впечатление о себе, обсуждая с людьми свои возможности трудоустройства**
- **выйти на людей, которые при иных обстоятельствах не стали бы с вами общаться**
- **убедить собеседников встретиться с вами снова для дальнейших обсуждений**
- **получить значительные преимущества для прохождения собеседований и обсуждения вопроса оплаты**

Тем не менее, эффективный сбор информации все еще остается самым игнорируемым аспектом процесса поиска работы, даже с учетом того, насколько легко теперь получать информацию из компьютерных баз данных и источников в интернете.

Необходимо использовать три источника информации: печатные издания, онлайн-ресурсы и личное общение

Люди, ищущие работу, как правило, используют три источника информации об интересующей отрасли. Первый и самый простой способ – это просмотр печатных изданий. Газеты, в частности раздел деловой информации, а также специализированные отраслевые и профессиональные газеты и коммерческие журналы предлагают самые свежие данные.

Онлайн-ресурсы предлагают более быстрый и удобный способ найти информацию об отраслях, компаниях и специалистах по сравнению с печатными изданиями. Главное, знать, как пользоваться интернет-инструментарием.

В то же время, информация в печатных и интернет-изданиях имеет существенные ограничения – ведь не все данные имеются в открытом доступе. Т.е. третий способ сбора информации – это общение с людьми, которые имеют личный опыт работы в интересующей вас отрасли, профессии и целевых компаниях. Практически все эксперты по поиску работы говорят, что общение с людьми - это ключ к успеху. В большинстве случаев информация из печатных и интернет-источников становится отправной точкой для такого общения.

Информация необходима для того, чтобы установить приоритеты в списке целей

Вы начинаете данный этап с уже составленным маркетинговым планом, который включает в себя список целей, состоящий из около 50 организаций. Следующий шаг – сбор информации об этих целях для того, чтобы расположить их в порядке приоритетности в списке и решить, сколько времени и усилий понадобится на изучение каждой цели. Мы предлагаем начать с 10 самых желанных целевых организаций.

В ходе сбора данных вы определите, отвечает ли целевая компания вашим критериям, хотели ли бы вы в ней работать, и интересуют ли эту компанию люди с вашими талантами и опытом.

Также в ходе данного этапа может выясниться, что некоторые организации в вашем списке не стоят того, чтобы тратить на них время и усилия. Их можно удалить из списка и заменить на более перспективные организации. Также вы сможете выделить самые важные цели, заслуживающие большего внимания.

Почему этот этап важен?

Информация необходима для того, чтобы изучить основные цели

После принятия предварительных решений по основным целям можно начать сбор более детальной информации о вашей отрасли, профессии или функциях и о целевых компаниях, обращая особое внимание на текущие вопросы, направления и проблемы, существующие в этих сферах.

- **Информация об отрасли:** Сбор информации об отрасли (или отраслях) в целом позиционирует вас не только как человека с глубоким пониманием своей сферы работы, но также поможет вам сравнить разные компании одной отрасли, чтобы понять, кто в ней лидирует, а кто плетется сзади. Эту ценную информацию можно использовать при корректировке и дополнении списка целей. Кроме того, собранная ранее информация об уровне оплаты в вашей отрасли даст вам огромное преимущество, когда вы будете обсуждать вопрос зарплаты с потенциальным работодателем.
- **Информация о профессии:** В ходе исследования следует также искать информацию о вашей профессии, функциях или области знаний, опять же с учетом текущих направлений, вопросов и проблем, с которыми люди вашей профессии сталкиваются сейчас или могут столкнуться в ближайшем будущем.
- **Информация о целевой компании:** Наличие глубоких знаний о конкретной целевой компании позиционирует вас как человека, способного предложить решения существующих в компании проблем. Если вас будут воспринимать как профессионала с ценными знаниями, ваши шансы выйти на значимых людей и менеджеров по найму возрастут.

Информация необходима для продуктивного общения о поиске работы

Как уже упоминалось в разделе Этапа 4, люди чувствуют себя более комфортно, обсуждая с вами компании, отрасли или профессиональные функции, а не вашу конкретную ситуацию по поиску работы. Имея актуальную и детальную информацию, вы сможете содержательно и продуктивно общаться с осведомленными в интересующей вас сфере людьми и с менеджерами по найму, и в целом будете выглядеть как заманчивый претендент.

Информация необходима для успешного поиска. Благодаря постоянным исследованиям и сбору нужной информации, вы можете быть более осведомлены по определенным вопросам, чем ваши собеседники. Наличие информации о конкурентах или текущих проблемах в конкретной сфере может сделать вас ценным источником, человеком, с которым им захочется общаться, и которого они захотят пригласить для последующих обсуждений. Конечно же, необходимо быть осмотрительным с информацией, полученной в ходе общения с осведомленными людьми, особенно, если вы дали им обещание сохранять режим конфиденциальности в отношении полученных данных.

По мере накопления опыта в подобном общении, вы в целом приобретете навыки установления нужных связей и знакомств. Информация, которую вы собираете в ходе данного этапа, конечно, крайне важна, однако именно постоянное общение с людьми о проблемах, отраслях и направлениях готовит вас к установлению новых связей.

Вопросы для изучения

- Какие организации не только соответствуют моим личным критериям (местоположение, размер и тип), но и сами нуждаются в специалисте с моим опытом работы и талантами?
- Чем занимаются мои целевые организации? Каковы их бизнес-стратегии? В решении каких проблем, с которыми они сталкиваются, может помочь мой опыт и уровень компетентности? Кто их конкуренты? Что я могу узнать об их организационной структуре?
- Работе в каких отделах, подразделениях или на каких должностях в каждой такой организации я лучше всего подхожу? Какие ресурсы я использую, чтобы узнать имена, адреса электронной почты и номера телефонов менеджеров и прочих ключевых сотрудников в компаниях?
- Кто эти ключевые фигуры – возможно, руководители отраслевых организаций или лоббистских групп, – у которых есть обширные знания об отраслях, являющихся моей целью? Кто является ключевыми сотрудниками в конкретных организациях, на которые я нацелен? Какие менеджеры по найму могут быть мне полезны?
- Каковы системы оплаты труда сотрудников моего уровня в выбранной мной отрасли? Какова общепринятая ставка оплаты для специалистов моего уровня компетентности? Каков порядок оплаты труда по интересующим меня должностям?

Предлагаемые действия

- **Собирайте дополнительную информацию о целевых организациях и других потенциальных целях** путем ознакомления деловых знакомых с вашим списком целей. Возьмите себе за правило задавать вопросы о целевых организациях в ходе каждого разговора на тему работы.
- **Составьте список вопросов, которые вы будете задавать людям, работающим в ваших целевых организациях.** Таким образом, вы всегда сами будете готовы к разговору и заинтересуете ваших собеседников.
- **Несмотря на то, что вашей основной целью является сбор информации из источников в ваших деловых кругах,** ищите информацию о целевых организациях в газетных статьях, журналах и профессиональных журналах, а также посещайте интернет-сайты организаций в поисках маркетинговых данных и годовых отчетов.
- **Задумайтесь о регистрации (или возобновлении регистрации) в социальных сетях,** например, LinkedIn, Facebook или любых новых узконаправленных сайтах, для изучения информации, которую могут предоставить Ваши знакомые.
- **Создайте систему для сохранения и систематизации большого массива собранной вами информации.**
- **Продолжайте наблюдать за происходящим в сфере вашей профессиональной деятельности:**
 1. **Общайтесь с людьми, на данный момент занятым и в той сфере деятельности, работу в которой вы рассматриваете для себя,** чтобы убедиться, что вы обладаете достаточной квалификацией для работы, определенной вашей профессиональной целью.
 2. **Посещайте собрания профессиональных и отраслевых ассоциаций, общайтесь с людьми вашей профессии,** узнавайте их мнение об изменениях в вашей отрасли.
 3. **Обсуждайте свои выводы о том, что происходит в вашей профессии и отрасли, с коллегами и, работающими в ваших профессиональных кругах и вне их.**
- **Оцените объем и точность вашей информации по каждой цели** так, как если бы вы принимали важное решение по инвестициям.

Сбор информации в логической последовательности

Есть логическая последовательность шагов, выполнение которой позволяет находить необходимую вам информацию в форме, пригодной для немедленного использования. Иногда вы можете наткнуться на ценную информацию в неожиданных местах, когда вы этого совсем не ожидаете. Каковы бы ни были источники информации, у вас должна быть наготове система проведения исследования. Ниже предложена полезная модель последовательных шагов.

Порядок проведения исследования

- 1. Составьте эффективные вопросы.** Нужно определить, что конкретно вам необходимо знать. Один из способов это сделать — оставить вопросы. Можно воспользоваться «Вопросами для изучения», которые даны на каждом Этапе в качестве отправной точки исследования. Также необходимо будет с оставить вопросы по конкретно вашему маркетинговому плану, вашим целевым организациям и должностям, которые вас интересуют.
- 2. Проводите исследование рационально** Поиск новой работы — это, фактически, процесс общения с людьми. Информация, собранная вами в ходе исследования, может облегчить ваше общение с деловым и знакомыми. Проводите исследование как можно рациональнее, и лишь потом начинайте разговоры о работе.
- 3. Делитесь информацией со своей сетью контактов.** Делитесь информацией и знаниями с другими для проверки их точности и поиска дополнительных данных. По возможности предоставляйте своим собеседникам информацию, полезную для них и их карьеры. Регистрация и активное участие в социальных сетях может помочь в этом, а также в выполнении шага 2.
- 4. Действуйте на основе собранной информации.** В ходе исследования осуществляйте поиск и встречайтесь с новыми людьми, начинайте общение на новые темы или продолжайте старые темы с вашей сетью контактов. Информация, которая не используется, практически может замедлить ход вашего исследования.

Ваше исследование должно касаться трех основных сфер: вашей отрасли, целевых компаний и вопросов. Эти сферы рассмотрены более детально на следующих страницах.



Как сделать поиск более эффективным

Систематизируйте онлайн-ресурсы

Интернет-браузеры позволяют создать закладки («избранное») для быстрого и удобного посещения полезных для вас сайтов. Для еще более быстрого доступа внутри таких закладок можно создать свою систему ссылок, касающихся вашего поиска. Если вы нашли какой-то особо полезный для вас сайт, поставьте его в закладки для быстрого доступа. Можно также поставить в закладки вебсайты всех ваших основных целевых компаний.

Изучение отрасли

Изучение вашей отрасли станет основой для анализа конкретных целевых организаций. Такое исследование подтвердит или скорректирует ваше представление об отрасли. Будьте готовы к переоценке ваших карьерных целей в свете полученных вами данных. Возникающие в отрасли направления могут ограничить или расширить ваш карьерный выбор. Знание информации об отрасли сделает вас интересным собеседником для сотрудников организаций, с которыми вы бы хотели встретиться.

При изучении отрасли ориентируйтесь на следующие основные вопросы:

- Какие организации работают в моей отрасли?
- Каковы общие направления, проблемы и возможности, имеющие влияние на все организации отрасли?
- Какие инновации в отрасли могут заранее свидетельствовать о грядущих переменах?
- Совпадают ли мои карьерные цели с тем, что происходит в отрасли?
- Мой текущий выбор отрасли все еще целесообразен? Какие еще у меня могут быть варианты?
- Кто является основными игроками в моей целевой географической зоне? Чем они отличаются друг от друга? Что у них общего?
- С какими проблемами сталкивается каждый из них? Эти проблемы одинаковые или разные?

Как изучить свою отрасль?

Много информации по отрасли можно найти, читая отраслевые журналы, профессиональные журналы и новости о компаниях конкретной отрасли. В изучении отрасли полезными могут быть Стандартная классификация отраслей экономики (SIC) и Североамериканская система отраслевой классификации (NAICS):

- **Определите соответствующие коды SIC или NAICS**, найдя код вашего предыдущего работодателя или организации, на которую вы могли бы работать. Используйте эти коды для определения соответствующих отраслей. Если вы не можете найти код по конкретной отрасли, обратитесь за помощью.

Включите в свой список отрасли, о которых вы ничего не знаете, но хотели бы узнать.

Можно многое узнать, включив в свой перечень вопросы по конкретным областям на основании того, что вы узнали в ходе общения с сетью контактов. А в разговорах с людьми, работающими в конкретной отрасли, вопросы о существующих направлениях особенно важны.



Как сделать поиск более эффективным

Собирайте информацию об отрасли в ходе поиска.

Во время сбора и изучения информации о конкретных целевых компаниях в одной отрасли у вас начнет складываться картина состояния самой отрасли. Вы сможете сравнивать свои целевые компании с ведущими компаниями отрасли. Также вы завершите изучение условий в своей профессиональной и отраслевой среде, начатое на Этапе 1.

Изучение целевой компании

Прежде чем обратиться в целевую компанию, нужно подготовиться, чтобы представить себя в как можно более выгодном свете, и найти ответ на вопрос, что вы можете предложить конкретной компании. Для этого нужно постоянно изучать 10 своих основных целей. Это не только подготовит вас к собеседованию, но и даст вам возможность сначала быть приглашенным на собеседование.

Вероятно, самый важный момент в этом – это то, что у вас уже будет информация для принятия осознанного решения о том, в какой организации вы в результате будете работать, а также как концентрировать свои действия по поиску работы на данный момент. Хорошо подумайте о том, что вам уже известно об организации, и что вам нужно узнать. В подобном исследовании самое трудное (и самое важное) – это задавать правильные вопросы.

При изучении целевых компаний ориентируйтесь на следующие основные вопросы:

- Каково полное название организации?
- Где она находится? Насколько крупная эта организация (с точки зрения дохода, количества сотрудников и линеек продукции)?
- В какой отрасли работает организация?
- Какую продукцию выпускает или какие услуги предлагает?
- Как долго она существует на рынке?
- Какова модель ее развития? Как обстоят у нее дела сейчас?
- Кто ее конкуренты? Какую нишу компания занимает в своей отрасли?
- Кто основные руководители компании? Кто менеджеры по найму?
- Какие потребности этой организации я могу удовлетворить? (Если ничего конкретного на эту тему вы не нашли, какие у вас есть предположения?)

Как изучить целевую компанию?

- **Закажите копию годового отчета или форму 10-K** по каждой целевой компании по почте или на веб-сайте компаний.
- **Будьте в курсе событий**, читая газеты и журналы. Не пропускайте статьи о компаниях, работающих в интересующих вас отраслях. Попросите друзей, чтобы они отслеживали появление статей о ваших целевых компаниях.
- **Используйте онлайн-ресурсы.** Ресурс для построения карьеры предоставляет доступ к нескольким базам данных, где можно найти информацию об интересующих вас компаниях.
- **Имейте наготове конкретные вопросы.** Что конкретно вы хотите знать?
- **Внесите в закладки и просматривайте вебсайты ваших целевых организаций.** Обязательно регулярно просматривайте их информацию о трудоустройстве и вакансии.

Результат вашей работы: у вас имеется достаточно сведений, чтобы решить, на каком месте в списке ваших целей будет та или иная организация (или ее следует удалить из списка), и, когда появится такой шанс, вы хорошо себя покажете на собеседовании.

Изучение вопросов

Изучение текущих проблем в организациях, отраслях и профессиях поможет установить приоритетность целей в вашем списке и выбрать организации, которые с большой вероятностью могут нуждаться в том, что вы им можете предложить. Это также облегчит общение, ведь вы сможете определить, кто разделяет ваши интересы, и, кроме того, вы получите больше информации, которую вы сможете предложить своей сети контактов.

Примером такого исследования является эксперт в сфере кадров с опытом работы в самостоятельных рабочих группах, который изучает вопрос использования рабочих групп. В статьях о самостоятельных рабочих группах можно найти названия организаций и людей, использующих такие группы. Также там можно найти информацию о том, в чем нуждаются такие организации в ходе использования таких групп, а также о том, кто успешно использует работу таких групп, а кто нет (и почему).

Как изучить целевую вопросы?

- **Изучите литературу** по интересующей вас теме или вопросу. Ресурс для построения карьеры предлагает функцию поиска данных в деловых периодических изданиях за последние пять лет. Еще один источник информации – это библиотека.
- **Найдите вебсайт** по вашей теме. Однако следует быть осторожным: попытайтесь установить источник, достоверность и актуальность любой информации, которую вы найдете в сети.
- **Установите, какая отраслевая или профессиональная ассоциация** может иметь информацию по интересующей Вас системе. Свяжитесь с ней и попросите предоставить данные или указать, где вы их можете найти.
- **Установите, кто является экспертом в конкретном вопросе, и свяжитесь с ним.** Это могут быть люди, которых цитируют в статьях, которые писали что-то или высказывались по данному вопросу, которые ведут занятия по данной теме (установите, какие вузы предлагают программы по изучению вашего вопроса и присваивают соответствующую квалификацию), а также прочие люди, которые тоже могут изучать интересующий вас вопрос.
- **И, наконец, досконально изучите проблем**ы, с которыми сталкиваются ваши целевые компании. Вы должны хорошо владеть темой разговора, чтобы быть услышанным. Если вы сосредоточитесь на проблемах, волнующих ваши целевые компании, вы будете ценным собеседником для сотрудников, которые там работают, и более привлекательным для работодателей соискателем на собеседованиях.



Советы и методы

Блоги – это тенденция, популярная как среди соискателей, так и работодателей

При изучении какой-либо компании полезную информацию о ней можно почерпнуть в блогах компании. Однако при этом никогда не следует забывать о достоверности данных, а также о возможной мотивации источника данных.

Некоторые компании поощряют своих сотрудников в ведении блогов (и могут даже платить за это). Дабы избежать утечки негативной или конфиденциальной информации, многие компании теперь требуют, чтобы все, сказанное сотрудником о компании в блоге, сначала было одобрено.

Нужно ли вести блог? Некоторые работодатели используют блоги для отслеживания комментариев, так что будьте осторожны в своих высказываниях. Это может доставить вам неприятности.

Источники информации об отрасли

Онлайн-ресурсы

Онлайн-источники могут быть более быстрым и удобным способом сбора информации, чем бумажные носители.

- Если вы знаете, как ими правильно пользоваться, онлайн-сервисы могут быстро превратить вас в эксперта узкой специфики.
- Вы можете изучать отрасли, компании, вопросы, проблемы, успехи и людей.
- Если вы умеете целенаправленно вести поиск, а не просто ходить по сайтам, тогда вы все сделаете быстро.

Ресурс компании Lee Hecht Harrison по построению карьеры (CRN) был создан для того, чтобы предоставить самый лучший инструмент для достижения цели и накопления реальных, доступных и практически реализуемых сведений.

Дополнительные онлайн-ресурсы

- Интернет - ценный ресурс, если вы правильно планируете свой поиск, знаете, что и как нужно искать.
- Существует множество корпоративных сайтов, сайтов вакансий и прочих источников информации.

Альтернативные источники

- **Библиотека.** Библиотека – это ценный источник информации, которым часто пренебрегают. Библиографы-консультанты специально обучены управлять ресурсами и методами поиска информации в своей библиотеке и посредством обмена данными с другими библиотеками. При использовании библиотечных ресурсов следует руководствоваться теми же правилами, что и в других методах поиска:
 - Составьте хорошие вопросы, чтобы объяснить библиотекаря, что вам нужно и зачем.
 - Продумайте, как вы будете использовать данные. Они нужны вам для составления списка, для установления приоритетности ваших целей, для использования в ходе собеседования? Библиотекаря потребуется эта информация, чтобы он смог вам помочь.
 - Ищите самые полезные данные.
 - Следует избегать таких формулировок как «Мне нужно знать все о компании Amalgamated Corporation». Дело в том, что вам не нужно знать все об этой организации. Пропускайте все через призму своих интересов и работы.



Как сделать поиск более эффективным

Интернет: друг или враг?

Консультанты компании Lee Hecht Harrison отмечают, что клиенты иногда чрезмерно много времени тратят на поиск в интернете. Когда клиентов спрашивают, каковы результаты их поисков за последний час (два часа, шесть часов), некоторые не могут ответить. Интернет – это эффективный способ поиска информации, если его осуществлять целенаправленно. Однако он может так же отвлекать от продуктивной работы.

Как правило, одна интернет-сессия не должна превышать 30 минут. Прежде чем включить компьютер, хорошо сформулируйте вопросы, ответы на которые вы будете искать. Найдя ответы, начинайте действовать! Не дайте себе попасться в ловушку длительных непродуктивных поисков, которые только уводят вас от вашей цели.

Сбор информации от ваших знакомых

Одним из самых лучших источников актуальной информации об отрасли являются люди, работающие в этой самой отрасли. По нашим данным люди, ищущие работу, в ходе поиска часто имеют около 300 бесед с более чем сотней разных людей. Большинство таких бесед не являются собеседованиями; это возможность собрать информацию об отрасли, целевых компаниях и людях, работающих в этой отрасли, из осведомленных источников. Лучше всего начинать подобные разговоры с людьми, с которыми вы себя комфортно чувствуете: со своими друзьями и знакомыми.

Разговоры с друзьями и знакомыми

Одной из причин, почему люди избегают говорить о поиске работы с друзьями и знакомыми, это ощущение того, что они просят об услуге. Однако такие разговоры, особенно на данной стадии поиска, позволяют получить информацию, которой владеют ваши собеседники, и скорректировать и уточнить свою общую стратегию поиска. Даже если вы не получите информации о вакансии, такие разговоры, тем не менее, полезны, потому что полученные сведения помогут вам в поиске.

Диалог с другом может быть следующего содержания:

Вы: Николь, я бы хотел встретиться с тобой и обсудить мои изменения в карьере.

Николь: Честно говоря, я не знаю, где сейчас есть вакансии, так что вряд ли смогу тебе помочь.

Вы: Спасибо за желание помочь. Я не прошу тебя узнать о вакансиях. Сейчас меня интересует твое мнение о маркетинговом плане, который я составил, чтобы сделать поиск работы более эффективным. В частности, у меня есть список целевых компаний, о которых я собираю информацию. Я не знаю, есть ли в какой-либо из них вакансии, но рано или поздно что-то появится, и я хочу быть к этому готовым. У меня в списке 50 компаний, и я думаю, ты кое-что знаешь о некоторых из них. Может, взглянешь на него?

Вопросы, которые помогут заполнить пробелы в собранных данных

После того, как вы получили информацию из баз данных онлайн, из книг и журналов, вам надо будет заполнить оставшиеся пробелы. Общение с людьми на тему вашего поиска позволит вам подтвердить свои сведения или узнать что-то новое.

Вот пример диалога с другом:

Вы: Майкл, я собираю информацию о группе компаний Saxony Industrial, и заметил, что ассортимент их продукции пересекается с ассортиментом твоей компании. Они ваши конкуренты?

Майкл: Да, что касается отдельных линеек продукции, но в последнее время конкуренция с их стороны не очень высокая. Сегодня нас больше беспокоит Thorpe Industries и Morse Group.

Вы: Очень интересно. А что, у Saxony какие-то проблемы или просто несколько неконкурентоспособных продуктов? Можешь мне рассказать о всех трех компаниях?

Предоставляйте сведения, полученные вами в ходе поиска, вашей сети контактов

Изучая несколько компаний в одной отрасли, вы, помимо прочего, собираете ценную информацию о конкурентах, в частности данные о проблемах в отрасли, о конкретных компаниях. Такая информация может быть полезна и ценна для ваших деловых знакомых. (Но помните, нужно соблюдать благоразумие, делаясь информацией, особенно той, что была получена от сотрудников изучаемых вами организаций).

Вот пример диалога:

Вы: Мисс Диас, я друг Майкла Ватсона. Он предложил мне поговорить с Вами. Я планирую карьерные изменения, и с этой целью я собираю информацию о компаниях Вашей отрасли, в том числе Thorpe, Morse и Saxony. Майкл сказал мне, что Вы работаете в отделе сбыта и продаете продукцию всем трем компаниям, и, возможно, Вам будет интересна информация, которую я выяснил. Меня в свою очередь очень интересует любая информация, которую Вы можете мне предоставить по этим и другим компаниям в моем списке целей. Будут ли Вам интересны мои сведения?

Мисс Диас: Да, меня очень интересует, что Вы узнали.

Совершенствуйте свои вопросы

В конце вы, конечно же, сконцентрируете свое внимание на конкретном отделе или сфере деятельности внутри компании. Чем они занимаются? Кто этим занимается? Насколько эффективны их действия? Чем больше данных вы соберете, тем более привлекательным кандидатом на должность вы станете. Представляя себя, вы также научитесь фокусировать внимание на своих навыках и сильных сторонах, таким образом связывая ваши умения с потребностями компании. Естественно, все это представляет ценность, когда у вас появляется возможность пообщаться с менеджерами по найму.

Вот пример диалога с другом:

Вы: Фред, учитывая мой опыт работы, я рассматриваю должность менеджера по подготовке корпоративных кадров или возможность начать собственное дело в области тренингов и консультаций. Я хочу понять, как в разных организациях подходят к вопросу подготовки кадров, как они выбирают и используют внештатных сотрудников. Я знаю, ты работал менеджером по подготовке кадров в United Amalgamated. Не хочешь поделиться со мной, как у них организована работа в отделах по подготовке кадров?

Фред: Да, конечно. Мы проводили около 25% тренингов силами штатных инструкторов, а для остальных привлекали около дюжины разных независимых экспертов. Что конкретно тебя интересует?

Использование информации об отрасли

Сбор информации из отрасли – это важный непрерывный процесс, который может оказывать влияние на каждый этап вашего проекта по поиску работы.

Информация из отрасли и карьерные цели

В рамках Этапа 1 вы изучали свою профессиональную среду, чтобы определить, какие возможности имеются в вашей сфере деятельности, как может развиваться ваша карьера, и какой профессиональный рост может быть вам необходим.

Эта информация из отрасли помогла вам сформулировать свою профессиональную цель. По мере сбора информации она может вам пригодиться для оптимизации своей цели.

Информация из отрасли и стратегия общения

Ваше резюме и прочие информационные материалы должны быть эффективными и убедительными. Изучение отрасли помогает быть в курсе постоянно меняющихся условий, и, таким образом, в рамках своей стратегии общения вы будете разговаривать с современными менеджерами по найму на понятном им языке. Кроме того, в ходе исследования вы узнаете о текущих проблемах, вопросах и возможностях, и можете позиционировать себя как знающего человека по некоторым или всем аспектам вашей отрасли.

Информация из отрасли и маркетинговый план

Информация, которую вы продолжаете собирать на данном этапе, дает вам возможность проверить, все еще целесообразен ли для вас ваш маркетинговый план. В ходе изучения целевых компаний вы можете обнаружить, что некоторые организации из вашего первоначального списка больше не актуальны для вас, или что есть необходимость внести в список новые компании. Наличие постоянного потока сведений об отрасли помогает вам целенаправленно осуществлять поиск.

Информация из отрасли и общение с сетью контактов

Наличие информации из отрасли – это важный аспект для эффективного и успешного общения с вашей сетью контактов. В результате ваших стараний у вас появляется возможность обмениваться информацией со своим и деловыми знакомыми в форме, полезной для обеих сторон.

Информация из отрасли и прохождение собеседования

Говоря понятным языком, менеджер по найму ищет одного человека из нескольких квалифицированных соискателей, который лучше всего подойдет на конкретную работу. Одно из самых лучших впечатлений, которое вы можете создать о себе, это выглядеть хорошо осведомленным об отрасли, своей профессии и конкретной организации.

Позже такая информация поможет вам составить содержательные вопросы, чтобы задать их на собеседовании.

Информация из отрасли и обсуждение вопроса зарплаты

По мере сбора информации вы станете лучше понимать свою значимость в отрасли и будете готовы обсуждать вопрос зарплаты. Сильную позицию в этом аспекте вам обеспечит проведенное исследование систем оплаты в отрасли, а также обсуждение этого вопроса с вашими деловыми знакомыми.



Как сделать поиск более эффективным

Вы знаете кого-то, кто может знать?

Добывая информацию об отрасли у друзей и знакомых, всегда спрашивайте, к кому еще вы можете обратиться за дополнительной информацией. Если ваш знакомый не имеет нужных вам данных, всегда спрашивайте: «Ты знаешь, у кого есть такая информация?». Вместе со сведениями вы получите возможность установить контакт с еще одним человеком. Общение в социальных сетях – это отличный способ максимально использовать вашу сеть контактов.

Систематизация информации об отрасли

По мере реализации вашего проекта вы накопите значительный массив информации. Сразу решите, как вы будете управлять накопленными данными, чтобы при необходимости к ним был легкий доступ. К вашим материалам прилагаются документы учета данных по вашим целевым компаниям, сети контактов и общей эффективности поиска. (См. Систематизатор для проекта по поиску работы на ресурсе CRN). Также рассмотрите вариант использования редактора связей, персонального цифрового органайзера или программного обеспечения управления контактами/баз данных. Ниже даны несколько примеров сохраняемых данных:

Управление данными	Размещенные вакансии
- Данные о вашей общей сети контактов (дата разговора, темы разговора) - Данные о том, в какие целевые компании вы обращались (дата разговора, темы разговора) - Список номеров телефонов ваших основных деловых знакомых - Книга адресов электронной почты - Перечень рекрутинговых организаций	- Должности, о зачислении на которые вы подавали заявления (открыть файл исследования и вести учет контактов) - Копии всей корреспонденции по теме поиска работы.
Исследование	Копии документов
Файлы по целевым организациям, отраслевым данным и ключевым фигурам	- Резюме - Маркетинговый план - Справочный список - Лицензии, список ваших публикаций, портфолио или прочие важные документы



Как сделать поиск более эффективным

Откуда вам это известно?

«Откуда вам это известно?» - отличный вопрос, который следует задать человеку, предоставляющему вам полезную информацию о целевой организации. Иногда ответ прост: «Я не знаю». Но чаще всего вы узнаете о полезном новом источнике информации. И, если вам повезет, в ответ на этот вопрос вы услышите имя человека, возможно даже сотрудника организации или менеджера по найму, которому ваш знакомый может вас представить.



Закрепление материала по этапу

В ходе поиска вы будете непрерывно собирать информацию и будете использовать ее в общении со своей сетью контактов, на собеседованиях и обсуждениях условий работы. Узнав больше об определенных организациях, вы исключите их из своего списка, и добавите другие на основе меняющихся критериев своего поиска. Информация – ключ к успеху, независимо от того, каков ее источник: это могут быть печатные издания, интернет-ресурсы или люди, с которыми вы общаетесь.

На последней стадии данного этапа:

Посетите ресурс для построения карьеры (CRN) и найдите там следующее:

- Советы по изучению отраслей, целевых компаний и вопросов.
- Систематизатор Lee Hecht Harrison для проекта по поиску работы, который поможет вам систематизировать данные и управлять ими. Скачайте эту программу и ознакомьтесь с ней. Сохраните ее на своем компьютере и начинайте ею пользоваться.

После составления списка целей попробуйте составить «инвентарный» список и последовательность вопросов, которые вы будете задавать при общении с сетью контактов в ходе поиска. Если вы это сделаете, у вас всегда будет возможность разговорить людей, и они предоставят вам нужную информацию.

Установите на компьютере систему хранения и систематизации больших массивов данных, которые у вас будут накапливаться. Для этого создайте несколько новых папок и назовите их «Отрасль», «Компании» и «Вопросы». По мере реализации поиска вам понадобится создать отдельные файлы по каждой изучаемой организации.



Этап 6

Донесение идеи

Почему этот этап важен?

К тому времени, как вы добрались до этого этапа, вы достигли уже немало. У вас есть стратегия общения, разработан добротный и работоспособный маркетинговый план. Однако, несмотря на все ваши усилия, вы можете остаться самым тщательно скрываемым секретом для окружающих. Как будто вы создали одну из лучших в мире рекламных кампаний, но не обладаете медиа-планом для ее осуществления. Вам необходимо как-то сообщить миру о вашей квалификации и готовности к работе, а у нас есть предложения как донести эту информацию до адресата.

Маркетинг «из уст в уста» (или «сарафанное радио») – основной метод поиска работы

Сколько раз вы покупали продукт или нанимали поставщика, основываясь на рекомендации знакомых? «Сарафанное радио» по-прежнему является одной из самых эффективных форм рекламы – даже в нашей иногда сложной и высокотехнологичной среде. Большинство компаний знают, что несмотря на усилия по рекламе и продвижению товара, метод «из уст в уста» является выдающимся маркетинговым каналом. Он может как «убить» товар на рынке, так и привести его к успеху. То же самое относится и к эффективному поиску работы: вы должны доносить информацию до потенциального работодателя – настойчиво, регулярно и с помощью как можно большего числа людей. Вы можете делать это посредством рассылки писем и резюме, но наиболее эффективным методом остается «сарафанное радио».

Как правильно внедрить информацию о себе в беседу

Проблема в использовании маркетинга «из уст в уста» при поиске работы заключается в том, что, будучи главным источником информации, вы можете выглядеть эгоистичным – или даже немного странным – если будете неправильно сообщать о своих сильных личных и профессиональных качествах.

Например, представьте, что вы говорите следующее:

Доброе утро, Сьюзен. Я – генеральный директор предприятий в сфере обслуживания, и очень хорошо решаю проблемы прибыльности таких предприятий. Пока, еще увидимся. Приятного дня.

Решить эту проблему можно, научившись интегрировать ваше предварительно подготовленное сообщение в беседу, сочетая его с обсуждением вашего поиска работы и информации по рынку труда, как описывалось в Этапе 5. В данном Этапе 6 мы представляем системы и структуры, необходимые для успешного выполнения этой задачи.

Влияйте на правильность предоставления информации

Дело в том, что в данный момент вы являетесь темой для разговора для тех, кто знает вас. Вы не мо-

жете повлиять на это. Люди обычно говорят о том, что видят или слышат. Люди также говорят о своих знакомых, обсуждая их положительные и отрицательные качества.

Вы не можете контролировать это, но вы можете направить разговор в нужное русло, транслируя четкий сигнал, который в конечном итоге будет включен в их обсуждение.

Представьте себе, например, как кто-то из ваших знакомых говорит о вас:

Я вчера видел Кейта. Он отлично выглядит. Он ушел из компании United Amalgamated, но, похоже, его это совсем не беспокоит. Он, кажется, уверен, что его следующее рабочее место станет ступенькой вверх в его карьере. Он хочет устроиться в компанию по производству медицинской продукции и ищет компанию с высокими темпами роста. А ты знаешь, что на предыдущих местах работы ему удалось вдвое увеличить объем продаж? United Amalgamated даже наградила его за это.

Причина такого положительного отзыва о вас несомненно заключается в том, что вы правильно предоставили информацию, эффективно используя объяснение причин увольнения, ваше позиционирование на рынке труда и цель вашего поиска. Если вы не предоставляете такую информацию, люди обычно придумывают собственную историю о вас, которая наверняка будет не такой эффективной, как ваша. Когда вы правильно доносите информацию о себе, вы даете другим возможность найти полезные для вас связи.

Предоставляйте информацию естественным образом

Предположим, что ваше ключевое сообщение о поиске работы удачно вписывается в обычную «светскую беседу».

Люди, как правило, начинают такой разговор с вопроса: «Как дела?» Те, кто уже знает о слиянии, поглощении, реорганизации или сворачивании бизнеса на вашем предыдущем месте работы, могут начать с более конкретных вопросов.

Почему этот этап важен?

Здесь мы приводим примеры, как вы можете отвечать на такие вопросы и правильно предоставлять информацию:

1. Я ушел из United Amalgamated и очень рад возможности найти новую работу на должности генерального директора с ответственностью за финансовую отчетность и с перспективой развития компании.
2. Это естественно, так как моя квалификация и опыт работы включают ____ и ____.
3. Меня особенно интересует такое место работы как ____ и _____. Мне интересно поработать в отрасли ____ или, возможно, в ____.
4. Я составил список компаний, которые я рассматриваю как возможных работодателей. Может быть, ты просмотришь его и увидишь какие-то знакомые тебе фирмы?

Ваши ответы могут закончиться после 3 или 4 пункта. Но если вы перестанете отвечать на вопросы раньше, вы не сможете эффективно донести информацию до собеседника.

Разговоры со знакомыми – естественный способ донести информацию о себе

Стандарт на я при чина не говорить со своими друзьями и знакомыми о поиске работы выглядит так:

Я не хочу просить о помощи. Я не хочу обременять друзей своими проблемами, поэтому я не буду говорить им, что я ищу работу.

Как мы уже убедились на Этапе 5, общение с людьми с целью сбора информации о рынке труда полезно не только для вашей карьеры, но и для ваших знакомых. Когда вы предоставляете своим друзьям правильную информацию о себе, вы даете им возможность оказать услугу кому-нибудь из своих знакомых, для которых они бесплатно найдут квалифицированного сотрудника. Некоторые компании даже выплачивают премии своим сотрудникам за такой подбор кадров. Если вы успешно закончили Этап 5 и собрали полезную информацию о рынке труда, вы можете предоставить и информацию, которая поможет вашему знакомому в той же степени, в которой он поможет вам.

Фактически, такой вид обмена информацией является частью обычного межличностного взаимодействия. Мы называем это «нетворкинг» (создание сети контактов на основе личных отношений), в этом разделе мы обсудим его важность в достижении целей, поставленных на Этапах 5 и 6.

Даже если вы подвержены синдрому «я-не-хочу-беспокоить-своих-друзей», сделайте себе и им одолжение – донесите до них информацию о себе. Рекламная с помощью «сарафанного радио» действительно работает. Занимайтесь этим правильно и тщательно. И делайте это в большом объеме.

Очевидно, что эффективно ищущие работу люди общаются с большим количеством людей, возможно, более чем со 100 знакомыми. В том, что в поисках работы большую часть времени вы посвящаете общению с людьми, заключается масса преимуществ. В этом разделе мы перечислим все эти преимущества.

Случайный звонок

В компании «Lee Hecht Harrison» мы часто слышим от людей, ищущих работу, о случайных звонках, которые привели к получению полезной информации или даже к интервью. Почти всегда это происходит с людьми, которые правильно подавали информацию о себе большому количеству людей, которые, в свою очередь, передали ее многим другим знакомым. Так называемый «случайный» звонок становится результатом предварительно проведенной работы по донесению нужной информации нужным людям.



Как сделать поиск более эффективным

По оценке социологов, этот метод, обычно называемый «нетворкингом», помогает большинству людей найти работу. Этот метод включает в себя то, что известный социолог Марк Грановеттер назвал «силой слабых связей». Это означает, что вы говорите с хорошо знакомыми вам людьми, чтобы они и поговорили с менее знакомыми вам людьми («слабые связи»), которые смогут донести информацию о вас до менеджеров по найму.

Большую популярность в этой области приобретает использование интернета, особенно в крупных компаниях (10 000 и более сотрудников). Такие работодатели по-прежнему ценят рекомендации своих сотрудников при подборе кадров, но также используют в этих целях собственные корпоративные сайты и другие интернет-ресурсы, традиционные агентства по подбору кадров и газетные объявления.

Вопросы для изучения

- Кого я знаю в компаниях, в которых я хотел бы работать?
- Кто из членов моей семьи и друзей мог бы просмотреть список мест, где я хотел бы работать, и снабдить меня информацией по этим компаниям или их сотрудникам?
- К кому из моих профессиональных и деловых контактов, из бывших коллег я мог бы обратиться за информацией, рекомендациями и идеями?
- Зарегистрирован ли я в социальных сетях? Как я могу максимально использовать этот ресурс?
- В каких профессиональных и деловых сообществах я участвую, в какие из них я мог бы вступить, чтобы продемонстрировать свои знания и умения, а также чтобы познакомиться с нужными людьми?
- С кем из тех, кто ранее давал мне рекомендации по трудоустройству, я мог бы посоветоваться сейчас?

Предлагаемые действия

- **Составьте предварительный список своих контактов**, начните с людей, которых вы хорошо знаете и с которыми вам легко общаться, поговорите с ними по телефону или при личной встрече. Расширяйте свой список, добавляя в него как минимум 10 новых контактов в неделю.
- **Зарегистрируйтесь (или восстановитесь) в социальных сетях** или на других подобных интернет-ресурсах для получения полезной информации и приобретения новых контактов.
- **Используйте эти контакты не только для донесения информации о себе, но и для сбора информации о рынке труда.**
- Используйте так называемый метод SMART (Specific, Measurable, Available, Relevant and Timely) – аббревиатура, которую можно расшифровать, как «конкретный, измеримый, достижимый, актуальный, ограниченный во времени») для правильного обсуждения своего маркетингового плана и целей по трудоустройству.
- **Посещайте собрания профессиональных ассоциаций и принимайте активное участие в работе специализированных проектов или комитетов.** Поддерживайте свои профессиональные навыки на должном уровне, чтобы продемонстрировать их при общении с контактами.
- **Если вам нравятся публичные выступления, находите возможность поделиться своим умением с другими**, это будет способствовать тому, что ваше имя и ваши профессиональные возможности станут более заметными на рынке труда.
- **Поддерживайте регулярное общение со своими контактами**, сообщайте им о своих успехах в поисках работы в целом и о результатах их рекомендаций.
- **Посетите книжный магазин, библиотеку (или сайт интернет-продаж) и найдите несколько хороших книг по нетворкингу.** Читайте книги, которые помогут вам приобрести новые знания и профессиональные навыки.
- **Общайтесь с максимальным количеством людей**, чтобы передавать информацию о себе и продолжать сбор информации о рынке труда.

Понимание нетворкинга

Несмотря на то, что значение нетворкинга незаслуженно приуменьшено, на самом деле это очень естественный процесс, в котором мы постоянно участвуем как в профессиональной, так и в личной жизни. Нетворкинг – это обычное общение с людьми и обмен информацией по любому вопросу от просто бытовых до очень серьезных. Большинство из нас вовлечено в различные виды сети контактов на основе личных отношений.

Определение нетворкинга

Сети контактов состоят из людей, с которыми вы разделяете определенные интересы, ценности или виды деятельности. Например, некоторые сети состоят из наших сотрудников, другие – из людей, с которыми мы учимся, которые разделяют наши религиозные, профессиональные или политические взгляды, сети могут включать наш их соседей или членов нашей территориальной общины.

В сети контактов, по крайней мере в начале, обычно обмениваются информацией, касающейся общих интересов или совместной деятельности. Однако, с течением времени, обсуждаемые вопросы могут выходить за рамки такой информации. К примеру, вы можете обсудить покупку новой машины с поставщиком, которого вы давно знаете, или спросить бывшего сотрудника, где можно найти хороший сайт для покупки авиабилетов со скидкой.

Каждый, кого вы знаете и с кем общаетесь, является членом вашей сети контактов: родственники, друзья, соседи, бывшие и настоящие сотрудники, продавцы, другие родители, другие члены профессиональных или гражданских организаций, ваш врач, ваш дантист, ваш аудитор, ваш адвокат.. Этот список можно продолжать до бесконечности.

Преимущества нетворкинга при поиске работы

Общение с людьми с целью сообщить информацию о себе является важной частью процесса поиска работы. Общение как элемент поддержания отношений в вашей сети контактов также идеально подходит для того, чтобы собрать информацию по рынку труда и передать информацию о своих поисках работы.

Члены вашей ближайшей сети контактов, такие как родственники, друзья и близкие знакомые, несомненно заинтересованы в общении с вами. У вас уже есть общие интересы, которые легко могут привести к обсуждению компаний и вопросов совместного бизнеса. Кроме того, ваши контакты обычно заинтересованы в том, чтобы представить вас людям, входящим в их собственные сети контактов.

Нетворкинг очень важен не только для нового трудоустройства. Его широко используют и в карьерном менеджменте лидирующих компаний, которые часто добиваются успеха частично благодаря широчайшему доступу к информации через сеть контактов в деловых кругах.

На следующих страницах мы покажем наиболее важные причины использования нетворкинга или просто обычного общения с людьми при поиске работы.



Как сделать поиск более эффективным

Концентрируйтесь на информации, а не на вакансиях

Распространенная ошибка в использовании нетворкинга при поиске работы заключается в том, что больше внимания уделяется наличию вакансий, а не поиску информации по интересующим вас предприятиям. Ваши контакты скорее могут обладать такой информацией, чем информацией о наличии открытых вакансий. Вашей оптимальной стратегией будет установление контакта среди сотрудников интересующих вас предприятий еще до появления открытой вакансии.

Для чего нужен нетворкинг

1. Донести информацию о себе.

Важная задача нетворкинга – донести информацию о себе. Чем больше людей знают, что вы – квалифицированный работник в поисках трудоустройства, тем выше шансы, что эта информация дойдет до нужного лица в нужное время.

Три самых важных составляющих в процессе донесения информации о себе – цель вашего поиска, ваше позиционирование на рынке труда (подкрепленное информацией о рынке труда в интересующей вас отрасли) и объяснение причины ухода с предыдущей работы. Люди, получившие такую информацию, а также впечатленные вашим интересом и энтузиазмом, наверняка помогут в ее распространении. Если вы передаете правильное сообщение, то ваши шансы найти работу напрямую зависят от количества людей, получивших его. Люди, эффективно занимающиеся поиском работы, находят способ внедрить нужную им информацию практически в каждый разговор. Таким образом информация распространяется по различным сетям контактов.

2. Собрать информацию о рынке труда.

Чем больше информации по интересующему вас рынку труда вам удастся собрать, тем эффективнее будет ваш поиск работы. Кто чем занимается? Каковы нужды интересующих вас компаний? Какие компании действительно вам интересны?

Важно, чтобы при общении с людьми в рамках нетворкинга вы были хорошо проинформированы. Если вы говорите кому-либо об интересе к определенным компаниям, естественным образом могут возникнуть вопросы к вам: «А почему именно эти компании? А что ты уже знаешь об этих компаниях?». Вы наверняка не захотите выглядеть неподготовленным или не имеющим определенной цели. Другая важная категория информации это та, которая позволит вам реально проанализировать выбранный вами вектор поисков работы. Такая категория включает метод подбора кадров, уровень зарплаты и описание должностных обязанностей. Будут ли потенциальные работодатели интересующей вас отрасли рассматривать вас как подходящую кандидатуру? Много ли потенциальных работодателей в этой отрасли или ограниченное количество?

3. Собрать подробную информацию по компаниям, в которых вы хотите работать.

Исследование жизненно важно для тех, кто качественно выполняет задачу поиска работы. Наряду с тем, что значительный объем информации может быть получен из баз данных или справочной литературы, вашим наилучшим источником информации остается общение с людьми. Как только вы определитесь со списком интересующих вас компаний, вам понадобится конкретная информация по этим компаниям – имена, интересы, потребности и индивидуальные особенности ключевых лиц, корпоративная культура, методы работы. К такому роду информации также относятся планы компании на будущее; имена, адреса и номера телефонов сотрудников этих компаний, которые могут владеть нужными вам сведениями.

Описанные выше категории информации могут быть темой общения в рамках нетворкинга, интересующей обе стороны. Когда вы создаете сеть контактов с людьми, работающими в определенной отрасли, они, как правило, интересуются другим и компаниями в этой же отрасли. Такой интерес может быть вызван вопросами конкуренции, желанием лучше выполнять свою работу, или тем, что когда-нибудь возникнет необходимость искать новую работу. Какими бы ни были причины, вы всегда сможете найти общие интересы с людьми, работающими (или работавшими ранее) в знакомой вам отрасли.

Для чего нужен нетворкинг

4. Получить советы и новые идеи.

Если вы общаетесь с более опытным, чем вы сами, собеседником, будет правильным спросить у него совета по трудоустройству. Иногда людям нравится наставлять кого-то менее опытного. Такой вид общения может привести к тому, что собеседник даже может оказать вам содействие при устройстве в свою компанию.

При общении с собеседником, равным вам по опыту, ваша просьба посоветовать что-либо может создать впечатление вашей неуверенности в себе как в потенциальном работнике. Однако, просьба поделиться советом или идеями по интересующему вас рынку труда может принести пользу каждому.

К эффективной технике нетворкинга относится демонстрация списка интересующих вас компаний и просьба посоветовать, в каких из указанных компаний лучше поискать работу. В результате этого вы можете добавить в ваш список компании, о которых вы не знали раньше. Это может привести к разговору о конкретных компаниях, что поможет вам собрать подробную информацию. При правильном подходе это может даже привести к знакомству с сотрудниками интересующих вас компаний. Все это очень полезно для поиска новой работы. Однако, надо помнить, что при таком обсуждении вашей основной целью не является получение информации о наличии вакансий или о мейнджерах по подбору персонала.

5. Найти спонсоров или кураторов.

В процессе нетворкинга часто случается, что кто-то из ваших контактов начинает относиться к вам с особой симпатией. Это может перейти в дружбу. Это также может происходить на профессиональной основе, если такой человек хотел бы видеть вас сотрудником своей компании. В обоих случаях он будет готов всячески продвигать вас при устройстве на работу в свою компанию или посоветовать вам как добиться трудоустройства в этой компании. Очевидно, что любая из этих возможностей вам очень поможет. Если вы чувствуете, что человек готов стать вашим рекомендателем, начните с просьбы посоветовать, как добиться трудоустройства в его компании.

6. Получить рекомендации.

Очень важным потенциальным преимуществом нетворкинга является возможность получать рекомендации для знакомства с новыми людьми, которых вы сможете включить в свою сеть контактов. Рекомендация – это представление вас новому человеку, что расширит вашу сеть и повысит ваши шансы на успех в поисках работы. Рекомендации так же облегчают организацию новых встреч. Незнакомец гораздо охотнее встретится с вами, если вас ему порекомендовал ваш общий знакомый. Таким образом, рекомендации – это важное преимущество нетворкинга, а так же часть того, что делает нетворкинг эффективным. Социальные сети в интернете предоставляют широкие возможности увеличивать число контактов, которые могут рекомендовать вас своим знакомым.

Преимущества нетворкинга для вашего проекта поиска работы

Правильный подход к построению нетворкинга в процессе поиска работы позволит вам:

- Быть уверенным в том, что ваша цель реалистична и достижима.
- Знать, к какому работодателю из вашего списка стоит обратиться в первую очередь.
- Быть знающим и интересным для работодателя в ходе собеседования.
- Более эффективно проводить переговоры по трудоустройству благодаря ценной информации по системе оплаты труда.

Составление списка контактов

Препятствие, с которым сталкиваются люди в процессе поиска новой работы, заключается в том, что они считают свой круг контактов слишком малочисленным. На самом деле вся сеть ваших контактов гораздо обширнее, чем вам кажется. В вашу сеть контактов входят все люди, которым вы можете позвонить прямо сейчас без представления через общих знакомых.

Наши исследования показали, что люди обычно оценивают свою сеть контактов как насчитывающую от 6 до нескольких сотен человек. Эти числа слишком незначительны. Если только вы не жили отшельником в пещере, куда вам приносили еду, реальные числа будут гораздо больше.

Вопрос заключается в том, готовы ли вы внимательно изучить все аспекты вашей личной сети контактов. Более того, готовы ли вы приложить все усилия, чтобы понимать и правильно использовать свою сеть контактов для успешного трудоустройства.

Виды связей в сети контактов

Связи в вашей сети контактов можно поделить на три категории: активные, пассивные и потенциальные. Ваши активные связи — это люди, с которыми вы регулярно общаетесь. Это ваши друзья, сотрудники или соратники по какой-либо организации. К таким связям можно отнести вашего партнера по гольфу или соседа, живущего через улицу.

Человек, которого вы знаете, но с которым не общались уже больше года, может быть отнесен в категорию потенциальных связей. При необходимости вы можете возобновить контакт, связавшись с этим знакомым, чтобы узнать, как у него дела.

Наконец, существуют пассивные связи — те, что никогда не были активными. Они основываются на общем интересе и могут быть активированы. Например, любой выпускник Йельского университета может связаться с другим выпускником даже в том случае, если они не общались ранее.

Изучение вашей сети контактов

Ваша общая сеть контактов состоит из многочисленных маленьких сетей. Эти маленькие сети иногда пересекаются, так что некоторые ваши знакомые могут попасть в несколько ваших сетей. Полезно обратить особое внимание именно на таких людей, так как они могут внести максимальный вклад в ваш проект по поиску работы.

Теперь самое время составить таблицу ваших контактов. Вы можете удивиться количеству имен, которые могут быть включены в эту таблицу. Пример на следующей странице поможет вам разобраться в структуре вашей сети контактов. Упорядочив свою сеть, вы увидите, с кого из контактов лучше всего начать для распространения информации о себе и сбора информации о рынке труда.



Приемы и методы

Первые 100 контактов

Общий нетворкинг хорошо начинать с составления списка как минимум 100 возможных контактов. Изучите свои нынешние и старые телефонные книжки, визитки и электронные адреса знакомых. Составление списка полезно тем, что позволит вам задуматься о всех возможных контактах. Включите в него всех, кому вы можете позвонить, даже если вы не общаетесь на регулярной основе.

Составление таблицы вашей сети контактов

Рассмотрите все ваши контакты, активные (вы общаетесь регулярно), потенциальные (вы общались ранее) или пассивные (связи, которые еще не активированы). Запишите как минимум по пять контактов из каждой указанной ниже категории. Затем сделайте отметку против каждого контакта в зависимости от вида связей, к которому он относится - "А" для активных, "ПТ" для потенциальных или "ПС" для пассивных.

Друзья, родственники, соседи**Религиозные сообщества, сообщества выпускников высших учебных заведений и профессиональные сообщества****Сотрудники, поставщики, клиенты
(прошлые и настоящие)****Личные деловые связи
(банкир, брокер, аудитор, адвокат, доктор, дантист)****Территориальная община, политические группы****Сеть контактов вашего супруга/партнера**

Понимание силы нетворкинга

Для того, чтобы донести информацию о себе и собрать информацию о рынке труда, вам необходимо общаться с как можно большим количеством людей. Для начала самый эффективный и самый легкий вариант – ближайший круг общения: члены семьи, друзья, знакомые. В общем, начать можно с любого, с кем вам легко общаться.

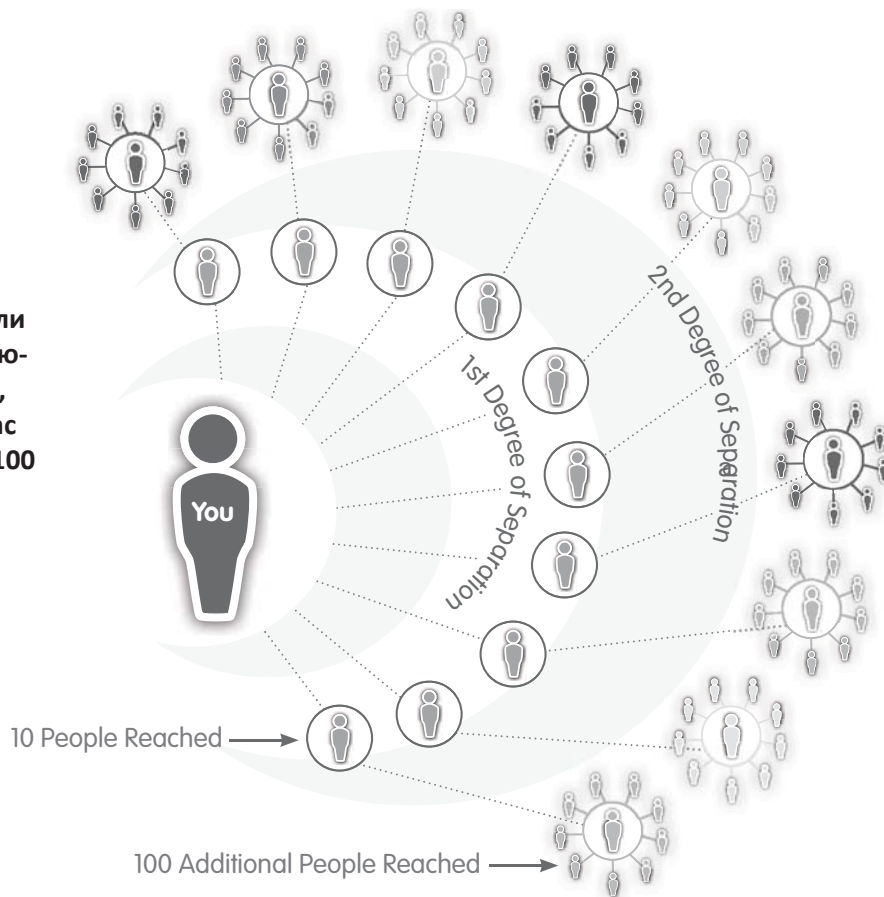
Ваша задача – побудить таких людей к тому, чтобы они рассказали о вас своим друзьям и знакомым. Затем, вполне вероятно, те друзья и знакомые поговорят о вас со своими, и так далее. Эта схема похожа на «теорию шести рукопожатий», также известную как «людская сеть». По этой теории, созданной еще в 1929 году, вы можете связаться с любым человеком на планете через шесть контактов.

В действительности, соискатели работы обычно добиваются успеха на втором или на третьем уровне связей. Опыт показывает, что, выйдя на второй или третий уровень связи через первый уровень устойчивой связи, вы сможете найти себе работу. Предположим, вы начинаете с личной

сети контактов из 10 человек. Ваша сеть может состоять из большего числа контактов, но для простоты мы приводим именно такой пример. Теперь предположим, что у каждого из контактов вашей сети есть своя сеть из 10 контактов. Теоретически, на первом и втором уровне связей вы уже приобрели сеть из 100 контактов.

Далее, эти новые 100 контактов знают еще по 10 человек каждый, а ваша сеть контактов на третьем уровне связей состоит уже из 1000 человек. На четвертом уровне уже 10000 человек будут обсуждать информацию о вас. Сомнительно, чтобы для успешного поиска работы вам понадобилось 10000 человек, но количество контактов растет именно таким образом.

Эта схема демонстрирует два уровня связей. Если ваша сеть контактов включала всего 10 человек, то на втором уровне у вас в сети может быть уже 100 человек.



На схеме –

1st Degree of Separation = 1-й уровень связей

2nd Degree of Separation = 2-й уровень связей

Общение с контактами из вашего списка

После того как вы составите список контактов, возникнет вопрос: с кого начать? Для распространения информации о себе и для сбора информации о рынке труда лучше всего начать с людей, которых вы хорошо знаете и с которыми вам легко общаться.

Обычно люди, ищущие работу, уверены, что распространять информацию о себе через близких знакомых необязательно. Однако стоит задуматься над этим. Если кто-то будет говорить о вас с теми людьми, которые вас хорошо знают — с вашими родственниками, знакомыми по гольфу или по шоппингу, с близкими друзьями, соседями, просто знакомыми — насколько полную информацию о вас они получат? Кто из ваших знакомых точно знает, чем вы занимаетесь? Сколько человек из них знают, насколько вы хороший профессионал?

Даже близкие знакомые многих из нас могут не знать о нашей профессиональной деятельности. Лучший друг ваш его соседа может безуспешно искать кандидата на должность менеджера по подбору персонала в своей компании. Однако, если ваш сосед не знает о том, что вы являетесь лучшей кандидатурой на эту должность, вы можете упустить этот важный контакт. Даже если на текущий момент не существует открытой вакансии, вы в любом случае можете пообщаться с другом вашего соседа, чтобы собрать информацию и получить рекомендации для других контактов.

Для того, чтобы люди смогли помочь вам, им надо предоставить соответствующую информацию. Контакты из первого уровня связей, снабженные правильной информацией о вас, о вашей квалификации и целях ваших поисков, смогут привести ко второму уровню связей. Таким образом, очень важно, чтобы вы систематически общались с вашими близкими контактами из первого уровня.

Организация первого общения

Несмотря на то, что ваше первое общение с близкими знакомыми может состояться по телефону, иногда необходимо организовать личную встречу, чтобы обсудить ваш поиск работы. Многие клиенты компании Lee Hecht Harrison столкнулись с тем, что гораздо больше информации они смогли получить от друзей и близких знакомых именно при личной встрече, а не по телефону, как минимум, при первом общении на эту тему.

Предлагаемый диалог для организации встречи.

Привет, Билл. Это Сэм. Я бы хотел встретиться с тобой, потому что я недавно ушел из компании ABS и хотел бы узнать твое мнение по поводу новой работы. Мы смогли бы увидеться и поговорить? А еще я бы хотел показать тебе свой маркетинговый план по поиску работы.

Начните с друзей

Несмотря на то, что соискатели обычно находят новую работу скорее через малознакомых людей, чем через близких друзей, все же начинать надо именно с близких друзей и знакомых. Ваша встреча с потенциальным работодателем может осуществиться через так называемую слабую связь. Таким образом, друг друга вашего друга может оказаться мостиком к работе вашей мечты.

Подход SMART

В ходе общения с вашими контактами вам нужно донести свою идею и собрать информацию о рынке труда. Такие встречи также позволят вам извлечь пользу из своего маркетингового плана и списка интересующих компаний.

5 шагов по методу S MART

Компания Lee Hecht Harrison предлагает особый метод проведения встреч с вашими контактами: SMART. Такой метод разработан для проведения встреч с контактами вашей сети, которые мы с вами определили ранее в этом разделе. Для общения с сотрудниками интересующих вас компаний необходимо будет переключиться на метод SELL, который описан в рамках Этапа 7.

Встреча по методу SMART включает:

S

Информация
о вас

Озвучьте свою профессиональную цель, позиционирование на рынке труда и, при необходимости, объяснение причин увольнения

M

Маркетинговый
план

Опишите свой маркетинговый план и предоставьте копию списка целевых компаний

A

Вопросы

Задайте вопросы о компаниях из вашего списка, об их деятельности, сильных и слабых сторонах и их сотрудниках

R

Рекомендации

Обязательно попросите порекомендовать вас другим людям, которые могут обладать большим объемом информации по интересующим вас компаниям. Попросите познакомить вас с сотрудниками таких компаний и, если это возможно, с менеджерами по подбору персонала

T

Информация о
рынке труда

Обязательно постарайтесь дать своему собеседнику нужную информацию. По возможности старайтесь сделать общение двусторонним

План встречи с контактом

Метод SMART предлагает примерный план встреч с контактами вашей сети. Отводите примерно 20-30 минут на каждую встречу. В план мы включили примерную разбивку по времени для каждого из этапов.

1. **Summary - Информация о вас (2 минуты)** Начните с изложения цели своего поиска и описания своего позиционирования на рынке труда; при необходимости добавьте объяснение причин увольнения с предыдущей работы. Таким образом вы дадите своему знакомому основные сведения. Опишите цель своего поиска, приведя два или три примера интересующих вас мест работы. Расскажите о том, почему вы уверены в своей квалификации, упомяните опыт работы. Воспользуйтесь историями своих достижений, чтобы подкрепить свои притязания. Такая информация позволит собеседнику понять вас и сориентироваться, каким образом можно вам помочь. Будьте кратки и конкретны. Помните о том, что вы назначили встречу для получения информации, а не для того, чтобы продать себя работодателю. Поэтому предоставляйте только такую информацию о себе, которая подготовит собеседника к последующему обсуждению.
2. **Marketing plan - Маркетинговый план (3 – 4 минуты)** Ознакомьте собеседника с ключевыми пунктами своего маркетингового плана.
Вы уже упоминали о целях своего поиска, поэтому переходите к описанию интересующих вас компаний и ваших предпочтений по местоположению и организации труда вероятных мест работы, объясните причины такого выбора. Покажите список компаний, отвечающих вашим требованиям.
3. **Ask a question - Вопросы (10– 15 минут)** Переходите от перечисления интересующих вас компаний к вопросам о них и к обсуждению каждой из них. Внимательно выслушивайте собеседника и, при необходимости, делайте письменные заметки. Заранее подготовьте список вопросов, которые вы хотели бы задать, чтобы направить беседу в нужное русло и получить максимум информации по интересующим вас компаниям, включая имена сотрудников этих компаний, которые могут быть вам полезны. Используйте вопросы, допускающие развернутый ответ, чтобы побудить собеседника делиться информацией. Обсуждение интересующих вас компаний также может привести к тому, что вы получите конкретные имена нужных вам людей.
4. **Recommendations - Рекомендации (3– 6 минут)** После того как вы задали все вопросы и получили нужную информацию, вы можете обратиться с просьбой о рекомендациях. Это сделать легче, если ваш собеседник уже упоминал конкретные имена. На данном этапе вы можете повторить некоторые из имен и попросить собеседника представить вас этим людям. Если конкретные имена не были озвучены, вы можете попросить вашего собеседника посоветовать, к кому можно обратиться за более полной информацией по интересующим вас компаниям и их сотрудникам. Обязательно получите конкретные имена и должности и уточните, каким образом вы сможете связаться с этими людьми. В идеале, попытайтесь добиться от собеседника, чтобы он устроил предварительную встречу с интересующим вас контактом. Если ваш знакомый на данный момент не может припомнить ни одного нужного вам контакта, договоритесь созвониться через несколько дней, когда у него может появиться новая информация.
5. **Trade - Информация о рынке труда (2- 3 минуты)** Вы пришли на эту встречу, обладая нужной информацией, даже если вы этого не осознаете. Не упустите возможность сделать эту информацию полезной для вашего собеседника. Вы можете знать:
 - об отрасли, в которой собираетесь работать
 - имена потенциальных кандидатов на вакансию в интересующей вас компании (помимо вас)
 - о решениях проблем, упомянутых вашим собеседником которые были реализованы в других компаниях
 - контакты с профессиональными группами,
 - о других компаниях поставщиками и другими источникамиВ ходе встречи может появиться возможность поделиться нужной информацией. Помните: «Какой полезной для собеседника информацией я обладаю?». Вы также можете предложить своему собеседнику познакомить его с другими контактами.

Окончание встречи Начав данную встречу, не забывайте следить и за временем. Если вы выходите за оговоренные временные рамки, ваш собеседник может допустить это из вежливости, но это может уменьшить его желание помогать вам. Организуйте обратную связь по результатам встречи. Объясните вашему собеседнику, что вы будете информировать его о результатах рекомендованных им встреч. На прощание поблагодарите собеседника за встречу.

Образец

Сценарий SMART

Начало встречи

Представьте и расскажите, кто рекомендовал вас.

Кайл Джонсон из компании Sanchez Health Systems предложил мне встретиться с Вами. Мы с Кайлом вместе учились в университете, и он предположил, что я могу поговорить с Вами о фармацевтических и химических компаниях в Нью-Джерси.

S

Summary - Информация о вас

В результате поглощения корпорацией Sherman в компании, где я работал, сократили мою должность менеджера отдела по охране труда, окружающей среды и безопасности. У меня есть конкретные преимущества в области управления, аудита, восстановления и подготовки кадров. Сейчас я ищу новое место работы в этой сфере или в смежных с ней сферах по части проверки соблюдения установленных норм и нормативно-правового обеспечения. Я думаю, что я достойный кандидат как на управленческую должность, так и на место консультанта в этой области, так как ...

M

Marketing plan - Маркетинговый план

Как Вы можете понять из моего маркетингового плана, в первую очередь я ищу работу в Нью-Йорке, Нью-Джерси и в штате Коннектикут. В первую очередь я рассматриваю химические и фармацевтические компании со штатом более 1 000 человек. Также я могу рассмотреть предложения от консультационных фирм любой величины. Обратите внимание, что у меня есть список компаний всех трех упомянутых отраслей, которые подходят мне по размеру и местоположению.

A

Ask a question - Вопросы

- В каких из этих трех отраслей Вы ориентируетесь лучше всего?
- Какие компании из этих отраслей Вы знаете?
- Что Вы знаете об этих компаниях?
- Какие из этих компаний, по Вашему мнению, усиленно занимаются охраной труда, окружающей среды и безопасности?
- Сталкивались ли Вы с консультационными фирмами в области охраны труда, окружающей среды и безопасности?
- Знаете ли Вы кого-нибудь, кто сталкивался с такими фирмами?
- Можете ли Вы порекомендовать мне компанию, которой еще нет в моем списке?
- Вам что-нибудь известно об _____ отрасли?
- Что Вам известно о ...?
- Как я могу получить больше информации об этом?
- Вы знаете, кто этим занимается?
- Вы знаете кого-нибудь, кто обладает большей информацией?
- Каковы основные направления их работы на текущий момент?
- Что Вы думаете о ...?
- Вы можете рассказать мне о структуре этой компании?

R

Recommendations - Рекомендации

Вы упомянули, что знаете несколько человек из компании Amalgamated Pharmaceuticals и кого-то из фирмы Hazmat Consulting. Это как раз те люди, с которыми я бы хотел пообщаться. Я бы хотел больше узнать о том, кто чем занимается в сфере охраны труда, окружающей среды и безопасности на текущий момент. Не могли бы Вы представить меня этим людям?

T

Trade - Обмен информацией

Я вышлю Вам статью, которую мы обсуждали в связи с вопросами карьерного менеджмента в ситуациях слияний и поглощений, и дам Вам номер телефона Сары. Я думаю, Вам интересно будет послушать, что она расскажет о Ваших конкурентах и их планах по продажам.

Окончание встречи

Я очень благодарен Вам за предложение представить меня Гейлу Вайтстоун-Смиту, Томасу Ли и Гэрри Джейкобсу. Не могли бы Вы написать им обо мне по электронной почте, чтобы мой звонок не был для них неожиданностью? Я обязательно расскажу Вам, как прошли встречи с ними.

Создание и поддержание сети связей и знакомств

После проведения встречи по методу SMART пошлите вашему контакту сообщение по электронной почте или письмо в течение 24 часов. Следите за своевременным выполнением своих обещаний. Обычно в таком случае достаточно сообщения по электронной почте. Если вы встречались с известным человеком, которого плохо знали до этого, вы можете выслать напечатанное письмо.

Желательно связываться с полезными для вас контактами не реже раза в две-четыре недели в течение периода вашего поиска работы. Вы можете звонить им по телефону (оптимальный вариант) или писать по электронной почте.

Некоторые люди пересылают статьи, которые могут быть полезны для контактов из их сети, по электронной почте, сопровождая это короткой запиской:

Дэйв, я увидела статью, которая, возможно, будет тебе интересна. Лаура

Старайтесь регулярно поддерживать связь со всеми остальными, чтобы сообщать им о своем текущем статусе или передавать им полезную информацию.

Ищите выходы на сотрудников интересующих вас компаний

Заводите новые знакомства, пользуясь контактами из первого уровня связей вашей сети. Кроме сбора информации о рынке труда и донесения информации о вас вашей целью, безусловно, является поиск выходов на сотрудников интересующих вас компаний и, по возможности, на менеджеров по подбору персонала.

В процессе поиска работы вы будете расширять свою сеть контактов. Это не только донесет информацию о вас до максимально возможного числа людей и ускорит процесс поиска, но и пригодится вам в будущей карьере.

Рекомендации

По мере приобретения новых контактов, которым вас рекомендовали, вам придется уделять еще больше внимания организации встреч. Первоначальные контакты будут общаться с вами, потому что и так знают вас. Вашим главным средством нахождения новых контактов, которых вы не знали ранее, станут рекомендации ваших знакомых и их рассказы о вас.

При встрече с новыми контактами вы так же можете упомянуть, что обладаете информацией, которая,

возможно, их заинтересует.

При встрече с новым, ранее незнакомым вам, контактом по рекомендации очень важно хорошо подготовиться. Во-первых, определите четкую цель встречи. Вы собираете информацию о рынке труда и идеи по трудоустройству, и у вас также есть, чем поделиться с собеседником.

Представляясь, всегда упоминайте того, кто вас рекомендовал:

Здравствуйте, мисс Де Марио. Я звоню Вам по рекомендации Кимберли Олсон. Она считает, что от Вас я смогу получить важную информацию о ...

Затем, переходите непосредственно к сути – к назначению встречи:

Мисс Де Марио, я бы хотел встретиться с Вами в Вашем офисе на 15 - 20 минут, чтобы услышать Ваше мнение по поводу информации о сфере финансовых услуг, которую я собрал в процессе поиска новой работы. Мисс Олсон сказала, что у Вас большой опыт работы в сфере финансовых услуг в Лос-Анджелесе, и что Вы идеально подходите для беседы на эту тему. Вам подойдет встреча в среду, или лучше перенести ее на следующую неделю?

Так как целью вашего первого телефонного звонка является назначение встречи, сообщите ровно столько информации, сколько необходимо для достижения этой цели.

Иногда полезно передать записку или выслать сообщение по электронной почте перед тем, как позвонить. Лучше всего, если ваш первичный контакт сообщит о вас новому контакту второго уровня связей прежде чем вы позвоните, чтобы договориться о встрече.

Сообщайте вашему первичному контакту о назначенной встрече с рекомендованным им новым контактом.

«Лестница» нетворкинга

Ваш целевой профессиональный контакт – это менеджер по подбору персонала, человек, который может стать вашим следующим начальником. Вам, вероятно, придется проложить путь к этому человеку. Этот процесс можно сравнить с восхождением по лестнице. У подножия этой лестницы находятся ваши личные контакты, соседи и близкие друзья. На вершине этой лестницы – менеджеры по подбору персонала, с которыми вы никогда не встречались. Шаг за шагом вы находите способ подняться по этой лестнице и найти подходящую работу в нужной компании. Вы всегда ищете способ познакомиться с людьми, стоящими на более высоких ступеньках этой лестницы.

Главное, что вам нужно запомнить – с профессиональными контактами необходимо общаться не так, как с личным, и следуйте приведенным рекомендациям:

- **Более осторожно просите об одолжении.**
- **Не только просите, но и предлагайте информацию.**
- **Не пользуйтесь списком целевых компаний при общении с сотрудниками этих компаний.**
- **Проявляйте здравомыслие, когда будете просить рекомендации.**
- **Ваши встречи должны иметь деловую направленность.**

У подножия лестницы ваших персональных контактов находится ваш Внутренний круг, включающий людей, которых вы хорошо знаете. Это ваши друзья, знакомые и родственники. Ваш Средний круг включает соседские отношения и людей, с которыми вы не так близко общаетесь. Ваш Внешний круг включает потенциальные личные отношения, как, например, ваших бывших одноклассников. Такие личные контакты отделены от вас одним уровнем связей.

Ваша лестница профессиональных контактов состоит из трех уровней: у подножия находится Уровень 3, который включает профессиональные контакты, не относящиеся к вашей сфере деятельности.

Уровень 2 включает знакомых вам людей, работающих в интересующих вас компаниях, ниже уровня вашей компетенции или в отделах, не подходящих вам в плане трудоустройства. И, наконец, ваша цель – Уровень 1. Он включает вашего потенциального будущего начальника, начальника вашего начальника и того, кто находится еще выше. Этот уровень также включает влиятельных лиц – тех, кому доверяют и к кому прислушивается ваш будущий начальник.

Вам может повезти, и вы прямо через близкого друга выйдете на менеджера по подбору персонала. Если такое случится, убедитесь, что вы готовы к встрече, или отложите знакомство с новым контактом до тех пор, пока не будете к этому готовы.

В рамках следующего этапа мы подготовим вас к общению с менеджером по подбору персонала, независимо от того, как вы добрались до вершины лестницы – в результате гигантского прыжка или медленного постепенного подъема.

«Лестница» связей

Начинайте с подножия и поднимайтесь вверх. При каждом обращении к своему списку интересующих вас компаний (Целевой список) ищите возможность познакомиться с новыми людьми.



Данная схема взята из книги Орвилла Пирсона, менеджера по разработке программы компании Lee Hecht Harrison, «Высоко эффективный нетворкинг: познакомьтесь с нужными людьми и получите отличную работу». Использовано с разрешения автора.

Например

Образец электронных писем для нетворкинга

Общение с незнакомыми людьми**Первая встреча:**

Кому: Джейсону Джонсу

От: Алана Херцига (hertzig@example.com)

Касательно: Рекомендация от Патриции Харт

Патриция Харт считает, что мне было бы очень полезно пообщаться с Вами. В рамках поиска новой работы я собираю информацию по новым подходам к маркетингу в здравоохранении. Пат сказала, что Вы специалист в этой области.

Я бы хотел заехать к Вам в офис, чтобы показать, какую информацию я собрал на текущий момент и, возможно, узнать что-либо от Вас. Я позвоню на следующей неделе, чтобы договориться о встрече в удобное для Вас время.

После того, что я слышал от Пат, я с нетерпением жду нашей встречи.

С уважением,
Алан Херциг

По результатам первой встречи:

Кому: Джейсону Джонсу

От: Алана Херцига (hertzig@example.com)

Касательно: Итоги нашей встречи

Я благодарен Вам за то, что Вы уделите мне время в прошлый вторник. Сообщаю Вам, что я уже связался с Бернадетт Ванек и Марком Клиффордом и назначил встречи с ними. Я буду держать Вас в курсе дела.

В приложении – информация по двум консультантам, о которых мы говорили. Надеюсь, что они смогут помочь Вам с Вашим проектом.

С уважением,
Алан Херциг

Преимущества использования интернета в нетворкинге

1. Расширяет круг ваших контактов и помогает найти менеджера по подбору персонала или новые перспективы.
2. Не требует участия в процессе общения телефонного звонка или личной встречи. Это снимает чувство страха перед первой встречей.
3. Не требует рекомендации от первичного контакта вашей сети.
4. Часто приводит к немедленному получению результата.
5. Упрощает хранение информации с помощью электронной адресной книги

Выход в интернет: инструмент нетворкинга

Нетворкинг в онлайн объединяет традиционный нетворкинг с преимуществами интернета. Это позволяет вам создать сообщество виртуальных контактов, которые могут предоставить информацию об интересующей вас работе, тенденциях в вашей сфере деятельности и вероятных вакансиях. Однако, нельзя забывать, что каким бы привлекательным не был нетворкинг онлайн, ничто не может быть эффективнее личной встречи с менеджером по подбору персонала. Ваша цель – каким бы методом для связи с людьми вы ни пользовались – найти возможность лично встретиться с менеджером по подбору персонала.

Использование социальных сетей

Социальные сети, которые начинались с Friendster, Facebook and LinkedIn, продолжают развиваться. Они оказались очень полезным средством связи с бывшими коллегами, людьми, работающими в интересующих вас компаниях, и, возможно, даже с менеджерами по подбору персонала в этих компаниях. Кроме этого, в процессе нетворкинга с большим успехом могут использоваться профессиональные ассоциации, сообщества выпускников и некоторые ресурсы с объявлениями.

В некоторых карьерно-ориентированных социальных сетях вы можете послать электронное сообщение любому из контактов всей вашей сети, который работает в определенной компании. Это хорошая идея, но слишком безличностная. Используйте свои социальные сети, чтобы найти людей,

которые работают в интересующих вас компаниях или работали там ранее. Если вы знакомы с ними, свяжитесь с ними напрямую по телефону или электронной почте, но, прежде, чем сделать это, хорошо подумайте над тем, какую информацию вы можете получить.

Возможно, такой человек ранее работал в другой компании из вашего Целевого списка и может предложить связи среди сотрудников интересующей вас компании.

Возможно, кто работает в одной из интересующих вас компаний. Таким образом, можно использовать «принцип шести рукопожатий». Внимательно прислушивайтесь к советам вашего контакта о том, как себя нужно вести с каждым из новых знакомых.

Не рассчитывайте, что интернет сделает за вас всю работу по нетворкингу. Компьютеры отлично справляются с поиском и организацией инфор-

мации, но вам необходимо осуществлять личную связь с контактами.

Другая причина, по которой не стоит слишком полагаться на электронные сообщения, заключается в том, что ваш контакт может предположить, что вы ищете только открытые вакансии. На самом деле вам нужно гораздо большее. Вы пытаетесь расширить свою сеть контактов.

Ваше присутствие в интернете

Если вы еще не пробовали найти себя в интернете через Google, сделайте это сейчас. Можете не сомневаться, что ваш будущий потенциальный работодатель может проделать тоже самое. Заставьте возможности интернета эффективно работать на вас – не отпугните компанию, в которой вы хотели бы работать.

Иметь регистрацию в хорошей карьерно-ориентированной социальной сети, такой как LinkedIn, очень важно для поиска работы. Сведения, которые вы размещаете там, должны соответствовать вашему резюме и всей информации о вас, которую вы распространяете в процессе поиска работы. Ваша страница в социальной сети – это также хорошая возможность разместить информацию, которая не вошла в резюме. Убедитесь, что в размещенную информацию вы включили ключевые слова, которые могут использовать потенциальные работодатели в поиске.

Возможно, вы зарегистрированы не только в карьерно-ориентированной, но и в обычной социальной сети. В этом случае внимательно следите за тем, что вы размещаете на своей странице в сети. Если вы превращаете свою жизнь в открытую книгу для всех желающих, вашему потенциальному работодателю может не понравиться то, что он там увидит. Вы продаете себя и свои профессиональные качества – будьте осторожны.



Закрепление материала по этапу

Первый шаг на пути ваших маркетинговых усилий (и всей проделанной для этого работы) – это донесение информации о себе. Это ключевой пункт ваш его проекта по поиску работы.

Прежде, чем перейти к следующему этапу:

Обратитесь к Ресурсу для построения карьеры (CRN), чтобы получить:

- Рекомендации по поводу размещения своего резюме, представления себя в интернете и создания своего бренда
- Образцы писем и электронных сообщений, которые вы можете использовать в нетворкинге как для назначения первой встречи, так и для последующего общения
- Больше информации о методе SMART – включая планы и сценарии встреч с разбивкой по времени
- Возможность загрузить из интернета учебные материалы для повышения профессионального уровня

Возьмите за привычку использовать электронную почту для назначения встречи последующего общения с вашими контактами. Вам не нужно быть надоедливым, но необходимо правильно информировать о своих действиях людей, которые могут помочь вам.

Придумайте адрес электронной почты, который будет выглядеть профессионально и будет соответствовать ваш ему деловому образу.



Этап 7

Беседа
с менеджерами
по подбору
персонала

Почему этот этап важен?

Встреча с менеджером по подбору персонала – это самый главный пункт вашего проекта по поиску работы. Назначение и проведение успешного собеседования с менеджером по подбору персонала находится в фокусе вашей деятельности по поиску работы по очень простой причине: когда вам попадается удачный вариант трудоустройства, именно менеджер по подбору персонала решит, достанется вам эта работа или нет.

Не имеет значения, каким образом вы добились встречи с менеджером по подбору персонала. Некоторым соискателям очень везет попасть на такую встречу с помощью рекрутинговых агентств, объявлений или вебсайтов по трудоустройству.

Другим эти методы не приносят таких же удачных результатов или не подходят вообще. Наиболее распространенный и эффективный способ встретиться с менеджером по подбору персонала – через рекомендации, однако, довольно сложно получить такие рекомендации.

Каким бы способом вы ни пользовались, главное – добиться встречи с менеджером по подбору персонала.

Встреча с менеджером по подбору персонала до появления открытой вакансии повышает ваши шансы

Многие соискатели добились успеха в поиске работы тем, что смогли встретиться с менеджерами по подбору персонала еще до того, как у таких менеджеров появилась необходимость в новых кадрах. Когда открывается вакансия, конкуренция на это место становится очень жесткой. Те соискатели, которым удалось установить контакт с менеджером по подбору персонала еще до открытия вакансии, обычно с большей легкостью находят нужную информацию и часто могут полностью обойти сложный процесс найма на работу. Встречи с менеджерами по подбору персонала в интересующих вас компаниях до открытия вакансий в этих компаниях повышают шансы на то, что, как минимум, в одной из них появится место для вас в обозримом будущем. Оказаться в нужное время в нужном месте – это не случайность.

Это результат методичной разработки хорошего маркетингового плана.

Проведение встреч с большим количеством менеджеров по подбору персонала сокращает время поисков работы

Исследования компании Lee Hecht Harrison, проводящиеся с 1992 года, показывают, что среднестатистический клиент проводит от 20 до 30 встреч с менеджерами по подбору персонала, прежде чем заключить трудовой договор с одним из них. При наличии сильного рынка труда среднее число таких встреч с менеджерами по подбору персонала может быть меньше 20; при слабом рынке труда их может быть больше 30. Однако, среднее число между 20 и 30 сохраняется на протяжении многих лет.

Клиенты компании «Lee Hecht Harrison» обычно проводят две встречи с менеджерами по подбору персонала в неделю. Существует прямая связь между частотой проведения таких встреч и продолжительностью процесса поиска работы.

Клиенты с менее продолжительным поиском работы обычно встречаются с дважды большим числом менеджеров по подбору персонала в неделю (2,7 против 1,8), чем те, у которых срок поиска работы больше.

Важно отметить, что все эти цифры являются средними показателями. Некоторых везучих кандидатов принимает на работу первый же менеджер по подбору персонала, с которым они встретились, другие же кандидаты, менее везучие или осуществляющие более сложный поиск работы в определенных сферах деятельности, могут пройти через более чем 30 собеседований.

Со сколькими менеджерами по подбору персонала вам придется встретиться?

Существует ряд причин, по которым некоторым соискателям приходится встречаться с большим числом менеджеров по подбору персонала, а другие добиваются успеха уже после нескольких встреч. Некоторые из таких причин заключаются в удачливости или в сложности поиска.

Однако, существуют более контролируемые факторы, такие как качество вашего маркетингового плана, эффективность вашей стратегии общения, ваша способность общаться с людьми и получать информацию, любые персональные барьеры, с которыми вы можете столкнуться, как, например, откладывание и затягивание процесса.

Оценка вероятности успеха

Сложность процесса поиска работы можно оценить после составления маркетингового плана. Почти для каждого соискателя этап 5 «Сбор информации об отрасли» является важным фактором оценки сложности запланированного поиска работы. Как известные и влиятельные люди могут отреагировать на уровень вашей квалификации и на ваш маркетинговый план? Будут ли сотрудники интересующей вас компании говорить о вас как о подходящей кандидатуре? Или они воспримут вас как неудачную кандидатуру на освободившуюся должность?

Почему этот этап важен?

Обращать внимание на такие первичные сигналы – это важный фактор оценки сложности поиска работы и понимания, со сколькими менеджерами по подбору персонала вам придется общаться.

Как продать себя менеджеру по подбору персонала

Первоначальное общение с менеджерами по подбору персонала, особенно до появления открытой вакансии, обычно является неформальным. При таком общении соискатель не испытывает давления, а менеджер по подбору персонала обычно не задает вопросы, которые вы можете услышать на формальном собеседовании. Однако, любая встреча с менеджером по подбору персонала, какой бы неформальной она ни была,

всегда является своего рода собеседованием, поэтому от вас потребуется умение проявлять инициативу и правильно вести разговор.

Компания Lee Hecht Harrison рекомендует особый подход к организации и проведению встреч с менеджерами по подбору персонала, который получил название метод SELL. В целом, данный подход использует методы продажи-консультации. В отличие от метода прямых продаж, которым пользуется продавец подержанных автомобилей, такой подход подразумевает выяснение нужд клиента (менеджера по подбору персонала) и предложения по поводу того, как ваш товар (вы сами) может удовлетворить эти нужды. Цель такого метода продаж – установить долгосрочные и доверительные отношения, которые могут привести к вашему последующему трудоустройству.

Соискатели, которые общаются с большим количеством менеджеров по подбору персонала, тратят меньше времени на поиск работы

Изучение клиентов компании Lee Hecht Harrison привело к следующим результатам:

Длительность поиска	Среднее число встреч с менеджером по подбору персонала (в неделю)
Высшая группа (соискатели с наименьшим сроком поиска работы)	2,7
Вторая группа	2,2
Третья группа	2,2
Низшая группа (соискатели с наибольшим сроком поиска работы)	1,8

Вопросы для изучения

- Знаком ли я с кем-нибудь из менеджеров по подбору персонала в интересующих меня компаниях?
- Как я могу познакомиться с сотрудниками интересующих меня компаний, которые могли бы предоставить мне информацию о менеджерах по подбору персонала или представить меня кому-нибудь из них?
- Зарегистрирован ли я в социальных сетях? Как я могу использовать этот ресурс?
- Собрал ли я достаточно информации о рынке труда по интересующим меня компаниям, чтобы иметь возможность предусмотреть их кадровые потребности и продемонстрировать, как я могу соответствовать этим потребностям?
- Что я буду говорить при встрече с менеджерами по подбору персонала интересующих меня компаний?
- Составил ли я список вопросов, которые я могу задать во время собеседования, чтобы получить нужную мне информацию?

Предлагаемые действия

- **Распространите свой Целевой список среди коллег и друзей**, чтобы по возможности получить от них имена сотрудников интересующих вас компаний, в особенности менеджеров по подбору персонала.
- **Если ваш нетворкинг не принес вам достаточного количества имен менеджеров по подбору персонала, попробуйте другую тактику:**
 - Изучите сайт интересующей вас компании, статьи о ней и базы данных, чтобы получить нужные имена.
 - Позвоните в такую компанию и спросите имя нужного вам менеджера.
- **Тщательно изучите информацию о компании, чтобы подготовиться к проведению встречи по методу SELL.**

Как связаться с менеджерами по подбору персонала

Рано или поздно ваше общение с контактами на Уровнях 3 и 2 приведет к тому, что вас представят контакту на Уровне 1, менеджеру по подбору персонала – особенно если вы не забыли попросить об этом. Ваш контакт с нижнего уровня, воз можно, ста нет героем своей фирмы за счет того, что он привел отличного кандидата на вакантную должность и сэкономил своей компании средства на выплату процента рекрутинговой фирме и время на поиск нового сотрудника.

Тем временем, вам необходимо тщательно изучить личность менеджера по подбору персонала, узнать, как именно называется его должность, и какое место он занимает в компании. Используйте интернет для сбора первичной информации. Поговорите о нем с контактами вашей сети и исследуйте его профиль в социальных сетях. Постарайтесь найти общие интересы, что поможет определить больше тем для общения во время вашей будущей встречи. Если вы найдете общий язык и расположите его к себе, это сможет дать вам большое преимущество.

Организация встречи

Наилучший способ назначить встречу с менеджером по подбору персонала – быть представленным кем-нибудь из общих знакомых. Если такой знакомый предварительно позвонит или напишет менеджеру по подбору персонала по электронной почте, вам будет очень легко назначить с ним встречу. Без такой рекомендации вам придется чуть больше потрудиться самому.

В принципе, ваш а цель – назначить встречу и этим ограничить телефонный разговор. Вам нужна именно личная встреча – не допускайте, чтобы длинный телефонный разговор заменил ее. Тем не менее, будьте готовы к тому, что ваш контакт будет настаивать именно на таком формате общения. При этом, безусловно вы должны иметь перед собой свое объяснение причин увольнения, заявление о позиции на рынке труда и резюме. И, конечно же, к этому моменту вы уже обладаете необходимой информацией по данной компании.

Выражение подлинного интереса, подкрепленной информацией, может перевесить слабое резюме.

Убедитесь в том, что вы достаточно информированы, чтобы вашим словам смогли поверить. Заинтересованный, полный энтузиазма кандидат всегда привлекателен для менеджеров по подбору персонала.

Высококвалифицированный, но не заинтересованный работник может быть неэффективным и может легко уйти из компании. Работник с высокой степенью заинтересованности будет с каждым днем повышать свою квалификацию. Кроме того, не стоит забывать о графике работы менеджера по подбору персонала. Чем более высокое положение он занимает в компании, тем меньше времени он сможет уделить вам. Перед менеджером по подбору персонала стоят четыре вопроса:

1. Для чего мне это нужно?
2. Чего вы хотите от меня?
3. Будет ли эта встреча неудобной или сложной?
4. Сколько она продлится, и будет ли это стоить потраченного времени?

Ваша задача – доказать, вы стоите потраченных на вас усилий и времени.



Как сделать поиск более эффективным

Любое общение с менеджером по подбору персонала (при личной встрече или по телефону) должно рассматриваться как собеседование, и к нему надо очень тщательно готовиться. (Ознакомление с соответствующей главой из этапа 9 можно воспринимать как часть такой подготовки).

Построение телефонного разговора

Начните разговор с представления себя и объяснения причин звонка. Если вас порекомендовал один из ваших общих знакомых, сразу упомяните его имя.

Меня зовут Британи Джордан. Франк Гомес предложил мне связаться с Вами, учитывая мой опыт как менеджера по продажам в нашей сфере.

Объясните причину, по которой вы хотите встретиться, предположив, что вы можете быть полезны менеджеру по подбору персонала. Ваша полезность может заключаться в ценности вас как квалифицированного и опытного работника, но может включать и другие аспекты.

Мы с Франком работали в месте в фармацевтической компании (название компании). Я переезжаю на восточное побережье и хотел бы услышать ваше мнение по поводу компаний, работающих в этой сфере, в Нью-Джерси. В процессе подготовки к перемене работы я обработал большой объем информации об основных направлениях и тенденциях в этой сфере деятельности, и, возможно, это окажется интересным для Вас.

Предложите время встречи.

Я хотел бы заехать к Вам в офис, чтобы познакомиться. Вам больше подойдет время с утра или после обеда?

Например

Телефонные разговоры с менеджерами по подбору персонала

- Это – Гейл Джексон. Насколько я знаю, Вы руководите инженерной группой, которая разработала продукт XYZ. На прошлой неделе я говорил с Энтони Ладзаро, одним из ваших руководителей групп разработчиков, и он сказал, что Ваш проект ускорит движение вашей компании к лидерству в отрасли. Я – инженер с десятилетним стажем работы в нашей отрасли. Фактически, я руководил аналогичным проектом и исследовал последние разработки и технологии. Мне было бы очень интересно обсудить это с Вами. Вас устроит встреча на следующей неделе?
- Меня зовут Дон Дэвис. На прошлой неделе я прослушал Ваш доклад на конференции. Я профессионально занимаюсь подбором кадров, особенно в процессах слияний и поглощений компаний. У меня есть опыт работы с разными категориями работников – от директора магазина до управленцев высшего звена. Некоторые положения Вашего доклада натолкнули меня на мысли, которые могут оказаться полезными для текущей ситуации в Вашей компании. Мне бы хотелось поделиться своими соображениями. Я буду в городе в конце следующей недели. Возможно ли договориться о встрече с Вами в следующие четверг или пятницу?
- Меня зовут Кевин Чанг. Я только что прочитал статью о Вашей компании во вчерашнем номере Times. Как руководящий банковский работник, который открывал новые отделения и преобразовывал плохо работающие, я знаком с некоторыми проблемами Вашей компании, в частности, вашего нового филиала здесь в Сиэтле. Если у Вас будет время и желание, мне кажется, Вам было бы интересно узнать о некоторых методах, которыми я пользовался на протяжении длительного времени. Я мог бы приехать на следующей неделе. У Вас найдется 20- 30 минут, чтобы встретиться со мной?

По какой причине менеджер по подбору персонала захочет встретиться с вами?

Есть у вас рекомендации или нет, в любом случае вы должны задать себе вопрос – почему определенный менеджер по подбору персонала захочет потратить свое время на встречу с вами? Ответ на этот вопрос обычно по падает в одну из четырех категорий:

Информация

Вы обладаете информацией, которая может быть полезна менеджеру по подбору персонала.

- Информация о рынке труда, которую вы собирали в рамках выполнения этапа 5, может оказаться очень полезной.
- Вы можете оказаться гораздо более информированным в плане определенных сфер деятельности и компаний, работающих в этих сферах, чем люди, с которыми вы будете встречаться.
- В наш век переизбытка информации люди заинтересованы в получении достоверных и актуальных сведений, которые помогут им быть успешными в профессиональной деятельности и личной жизни.
- К сожалению, большинство из нас слишком заняты для того, чтобы правильно собрать и организовать нужную нам информацию.

Как источник самой актуальной информации вы можете представлять большой интерес для менеджеров по набору персонала.

Общие интересы

У вас и менеджера по подбору персонала есть общие, деловые или иные, интересы.

- Этот пункт должен быть для вас одним из основных в процессе сбора информации.

Ваш собеседник может заинтересоваться вашими знаниями в области гольфа, покупок, машин или ухода за детьми не меньше, чем деловой информацией.

Идеи

Вы тщательно обдумали идеи, которые могут оказаться полезными для менеджера по подбору персонала

- Этот пункт относится также к сбору информации и поиску общих интересов.
- Ваш и идеи должны соотноситься с реальностью и быть интересными для ваш его собеседника.

При наличии таких идей телефонный звонок от вас вызовет интерес и положительные эмоции, а не скуку.

Необъявленные кадровые нужды

Менеджер по подбору персонала неофициально подыскивает нового сотрудника.

- Иногда менеджеры по подбору персонала пользуются возможностью оценить предполагаемого кандидата вне рамок официального процесса подбора кадров.

Сотрудники, занимающиеся подбором кадров, часто предпочитают избегать проблем и расходов, связанных с обращением в кадровые агентства, размещением объявлений и поиском в интернете.

Встреча с менеджером по подбору персонала

Хотя вы можете рассматривать ваши встречи с сотрудниками интересующих вас компаний, особенно с менеджерами по подбору персонала, как элемент нетворкинга, такие встречи сильно отличаются от стандартных встреч по методу SMART. К встречам с менеджерами по подбору персонала, даже при отсутствии открытых вакансий, необходимо относиться как к предварительным беседам, потому что рано или поздно в нужной вам компании появится необходим ость в новом сотруднике, поэтому вы должны представить себя как наилучшего кандидата.

Четыре этапа метода SELL

Компания Lee Hecht Harrison рекомендует определенный метод проведения встречи с менеджером по подбору персонала: **SELL**.

Этот метод разработан для использования при проведении встреч с сотрудниками интересующих вас компаний, особенно с менеджерами по подбору персонала или с сотрудниками более высокого уровня. Он более детализирован, чем метод SMART, описанный в рамках этапа 6, и не включает использование маркетингового плана или Целевого списка.

S

**Донесите
информацию
о себе**

Используйте описание цели вашего поиска, ваше заявление о позиции на рынке труда и, при необходимости, объяснение причин ухода с предыдущего места работы.

E

**Изучите
потребности
компании**

Основная цель этой беседы – последующий сбор информации о потребностях интересующей вас компании и данного конкретного менеджера по подбору персонала. Такая информация позволит вам успешно осуществлять задачу по получению трудоустройства в данной компании, как на этой встрече, так и в будущем.

L

**Свяжите ваши
преимущества
с потребностями**

По возможности более полно расскажите о своей квалификации и своем опыте, которые могут соответствовать потребностям компании.

L

**Согласуйте
проведение
следующей
встречи**

Используйте информацию, полученную на этой встрече, для продолжения общения

План проведения встреч с менеджерами по подбору персонала

Метод SELL предполагает примерный план встреч с менеджерами по подбору персонала. Отведите примерно 20-30 минут на каждую встречу. В план мы включили примерную разбивку по времени для каждого из этапов.

1. Донесите информацию о себе (3 минуты)

Опишите цель вашего поиска, процитируйте свое заявление о позиции на рынке труда и, при необходимости, объясните причины увольнения с предыдущего места работы. Первичная информация о себе должна представить вашу кандидатуру в качестве ценного приобретения для любой компании, при этом, исходя из полученной информации, необходимо сделать упор на свои профессиональные качества или достижения, имеющие отношение к потребностям этой конкретной компании. Это может означать корректировку вашего заявления о позиции на рынке труда. Например, разработчик технической документации Гризель поместила в свой Целевой список некоторые компании, которые не нанимали разработчиков документации из-за наличия в своей структуре отделов внутреннего маркетинга. Для таких компаний Гризель изменила свою презентацию с помощью фразы: Я помогаю компаниям продвигать свою продукцию так, чтобы это было понятно потребителю.

Таким образом она привлекает внимание к ценности своей деятельности в связи с потребностями компании

2. Изучите потребности компании (10 – 15 минут)

Как говорится в старой пословице: «Есть те, кто слушает, и те, кто ждет, чтобы начать говорить». Не забывайте об этом, когда будете выяснять потребности компании, общаясь с менеджером по подбору персонала. Ваше изучение и анализ компании, вероятно, привели вас к выводу, что ваши умения и опыт соответствуют потребностям этой компании. Однако, прежде, чем убеждать в этом менеджера по подбору персонала, убедитесь, что вы правильно поняли, в чем именно заключаются потребности компании, как и планы менеджера по подбору персонала относительно удовлетворения этих потребностей. Вы должны заранее подготовить соответствующие вопросы и задать их в самом начале встречи. А затем вы должны слушать. Умение слушать поможет вам собрать информацию, чтобы рекомендовать себя как оптимальное удовлетворение их потребностей. Улыбайтесь, кивайте, будьте сосредоточены и дайте собеседнику понять, что вы слышите все, что вам говорят. Периодически вставляйте фразы, такие как: О, я слышал об этом. Да, согласен. Это интересно. Подведите итог всему, что вам показалось самым важным из сказанного менеджером по подбору персонала. Получите подтверждение того, что вы все поняли правильно. Прежде всего, слушайте и сохраняйте связь с собеседником. Делайте все возможное, чтобы выстроить взаимоотношения с ним

3. Свяжите ваши преимущества с потребностями компании (5 – 10 минут)

После получения ясного понимания потребностей компании или потребностей менеджера по подбору персонала вы сможете лучше представить себя как кандидатуру, соответствующую этим потребностям. На этом этапе можно уже более привлекательно подать информацию о себе, с которой вы начинали беседу. Выберите именно те профессиональные качества и достижения, которые соответствуют установленным потребностям компании. В своих ответах повторяйте некоторые ключевые слова, использованные менеджером по подбору персонала. Именно здесь соединятся проведенные вами исследования и информация, полученная от менеджера по подбору персонала. Именно теперь вы сможете связать свои умения и опыт с оговоренными потребностями компании.

4. Согласуйте проведение следующей встречи (2 минуты)

Построение взаимоотношений с менеджерами по подбору персонала – это один из самых эффективных способов остаться в их памяти до момента появления реальной вакансии. Для этого необходимо согласовать очередную встречу с менеджером по подбору персонала или, как минимум, найти способ продолжить беседу. В течение всей встречи вы пытались найти общие интересы, которые могли бы дать вам повод назначить следующую встречу или продолжить общение. Один из способов – предложить дополнительную информацию по интересующему вас обоим вопросу, оставив себе время на сбор такой информации. По возможности, постарайтесь назначить еще одну встречу, оговорив ее продолжительность. Если сразу не удастся назначить встречу, продолжите общение с менеджером по подбору персонала любым подходящим способом. В конце встречи оставьте менеджеру по подбору персонала свое резюме.

Например

Сценарий SELL

Начало встречи

На прошлой неделе я прочитал Вашу статью в журнале Technology Today, и Эйлин Вильямс предложила, что нам стоило бы познакомиться. Несколько лет тому назад мы с Эйлин были коллегами в корпорации ABC. Из слов Эйлин я понял, что Вы возглавляете технологический отдел. Я не ошибаюсь ?

S

Summary - Донесите информацию о себе

Я – менеджер по информационным технологиям с опытом работы в области применения технологий в маркетинге, продажах, производстве и бухгалтерии. Я работал в компании из списка Fortune 500, аналогичной вашей, и занимался собственным бизнесом в качестве консультанта крупных компаний в сфере информационных услуг и информационных технологий. У меня также большой опыт работы с приложениями по бухгалтерскому учету.

E

Explore needs - Изучите потребности компании

- На основании изложенного в Вашей статье я понял, что вы сталкиваетесь с некоторыми существенными проблемами в процессе интегрирования бухгалтерских приложений в Вашей компании. Это так? Не могли бы Вы рассказать больше об этом?
- Я также прочитал, что недавно Ваша компания внедрила программное обеспечение Entre Wizard. Как оно работает?
- Каковы цели вашей сферы ответственности в следующем году ?
- Каков последний крупнейший вклад Вашего отдела в деятельность Вашей компании в целом?
- В чем заключаются ваши самые значительные проблемы ?
- В каких проектах Вы задействованы на текущий момент ?
- Каковы, по Вашему мнению, основные качества менеджера по информационным технологиям ?

L

Link - Свяжите ваши преимущества с потребностями компании

Как консультант и специалист по информационным технологиям в работе с приложениями по бухгалтерскому учету, я использовал такие же методы, как и Вы. Однажды я столкнулся с такой же ситуацией, какую описали Вы в случае с «Peoria». Тогда я поступил следующим образом ...

Когда я внедрял EntreWizard в компании United Amalgamated, у нас возник ряд сложных проблем с некоторыми пользователями ...

Я безусловно смог бы помочь Вам с решением тех двух последних проблем, о которых Вы упомянули. Мой опыт ...

L

Leverage a next contact - Согласуйте проведение следующей встречи

Мои исследования EntreWizard безусловно могут пригодиться в Вашей деятельности.

В течение следующих недель я буду встречаться с некоторыми крупными пользователями. Если я узнаю что-нибудь, что может быть использовано в Вашей ситуации, я позвоню Вам.

Я знаком с консультантом, который часто работает именно с таким и бухгалтерскими приложениями, как Вы описали. У него могут быть контакты среди программистов, которые разрабатывали эти приложения. Иногда от них можно получить более полезную информацию, чем из традиционных источников. Я спрошу, сможет ли мой знакомый порекомендовать кого-нибудь, и сообщу Вам. Вам будет удобно, если я позвоню в следующий вторник?

Окончание встречи

На основании моих знаний, полученных до сегодняшней встречи, мне понравилась Ваша компания. А сегодня после нашей встречи я еще более восхищен Вашей деятельностью. Кроме того, мне кажется, что у нас могут быть общие интересы, особенно в сфере программных приложений. Мне бы очень хотелось продолжить наше общение. Я позвоню Вам в следующий вторник и сообщу, что мне удалось узнать о программистах-разработчиках.

SMART и SELL: в чем различие?

В рамках этапа 6 мы рассмотрели использование метода SMART при проведении встреч в рамках нетворкинга. Вы помните, что при использовании метода SMART вы сообщаете информацию о себе, описываете свой маркетинговый план, задаете вопросы, просите о рекомендациях и обмениваетесь информацией. Существуют несколько ключевых различий между методом SMART и методом SELL, как показано в таблице ниже:



- Встречи с людьми, не работающими в интересующих вас компаниях.
- Первые встречи в рамках нетворкинга направлены на сбор нужной информации и на как можно более масштабное распространение информации о вас.
- Связи с потенциальным рабочим местом не ожидаются, но могут случиться.
- Вы всегда просите рекомендации.
- Вы стараетесь построить или продолжить взаимоотношения.



- Встречи с людьми, работающими в интересующих вас компаниях, на вашем уровне или выше, особенно с менеджерами по подбору персонала.
- Серьезное общение с сотрудниками интересующих вас компаний с целью возбудить интерес к вашей кандидатуре.
- Появление реальных вакансий в таких компаниях – это всего лишь вопрос времени; относитесь к каждой встрече как к собеседованию.
- Не просите рекомендаций, потому что это может привести к потере интереса к вашей кандидатуре в этой компании.
- Выстраивайте как можно больше деловых отношений – возможно, однажды вы будете наняты в компанию.



Советы и методы

Работа с секретарями

- Обращайтесь к секретарю вежливо и с уважением.
- Представляйтесь. Если вы не представитесь, вы скорее всего столкнетесь с сопротивлением, особенно если вы тут же попросите предоставить вам информацию.
- Пользуйтесь помощью секретаря, если вам необходимо связаться с нужным человеком. Они знакомы с процедурами, знают распорядок дня и наилучший способ связаться с нужным сотрудником.
- Запомните имя секретаря. Используйте его в разговоре и при следующем звонке.
- Ни же мы приводим пример, как можно представиться секретарю:
- Здравствуйте, меня зовут Анна Синг. Джим Тейлор порекомендовал мне поговорить со Стивом Глисоном. Он по-прежнему руководит отделом по подбору кадров?
- Голосовая почта также является своего рода «секретарем», с которым вы можете столкнуться. Оставьте короткое сообщение с объяснением причины звонка, укажите имя того, кто порекомендовал вас, и сообщите, когда вы перезвоните в следующий раз.

Обратная связь от менеджеров по персоналу

Вдохните глубже – процесс еще не закончен. Один из самых важных аспектов поиска работы – это продолжение общения. Даже если вы не видите никаких обнадеживающих признаков, не отчаивайтесь. Продолжайте рассказывать о том, насколько вы интересны.

После встречи с соответствующим менеджером по подбору персонала вы должны связываться с этим человеком каждые две или три недели до тех пор, пока вас не возьмут на работу в эту компанию – или в какую-либо другую. Частота контакта с менеджером по подбору персонала зависит от того, насколько высокооплачиваемую работу вы можете получить в компании. В случае более высокооплачиваемой должности необходимо выходить на связь каждые три недели. В случае низкооплачиваемой работы выходите на связь чаще.

Компания Lee Hecht Harrison провела исследования и выяснила, что более эффективные соискатели – те, которые находили работу гораздо быстрее – уделяли большое внимание продолжению общения с менеджерами по подбору персонала. И совершенно очевидно, что соискатели, которые пренебрегали продолжением общения, искали работу дольше.

Когда соискателей спрашивали, почему они не продолжили общение с принимающим решение высокопоставленным сотрудником, они отвечали: «Я не хотел их беспокоить». Не продолжая общение, соискатели упускали шанс получить рабочее место.

Если проходят недели, а вы не выходите на связь, менеджер по подбору персонала, вероятно, может подумать, что:

- Вы нашли другую работу, или

- Вы не заинтересованы в этой вакансии.

В обоих случаях вас вычеркивают из списка. Вся работа, сделанная вами в рамках нетворкинга, чтобы выйти на контакт с менеджером по подбору персонала, была напрасной.

Поддерживайте связь с менеджером по подбору персонала и продолжайте общаться с ним. Если вы можете предложить что-либо полезное менеджеру по подбору персонала, это также очень поможет.

Образцы:

Я хотел бы только сообщить Вам, что я по-прежнему очень заинтересован в работе в вашей компании. Я помню, Вы говорили, что в наши дни процесс трудоустройства не проходит быстро, поэтому я стараюсь быть сдержанным. С нетерпением буду ждать известий от Вас.

Вчера я случайно столкнулся с Лили Эванс, и она рассказала мне, как замечательно работать на Вас. Я искренне надеюсь, что мне представится такая возможность.

Я нашел статью в интернете, которая могла бы быть полезной для деятельности Вашей компании. Вот ссылка на нее ___. Я по-прежнему очень заинтересован возможностью сотрудником Вашей компании.



Как сделать поиск более эффективным

Звонки при продолжении общения

- Последующие звонки не должны звучать как просьбы. Всегда предлагайте что-либо полезное.
- Подготовьте первую фразу или вопрос, который должен вызвать ответ.
- Верьте в то, что вы делаете, и не жалеьте времени и усилий для подготовки к таким звонкам.

Старайтесь, чтобы ваш голос звучал искренне, по-дружески и с энтузиазмом.

Оценка вашей встречи с менеджером по подбору персонала

Оценка всех ваших встреч с менеджерами по подбору персонала является важной частью процесса поиска работы. Клиенты компании «Lee Hecht Harrison» обычно проходят через 20-30 встреч в рамках своего поиска работы. Однако, качество таких встреч не менее важно, чем количество – и его гораздо сложнее измерить. Ниже мы приводим простой способ оценки качества ваших встреч.

Используйте шкалу от 1 до 10 (где 10 – высший балл), чтобы оценить себя по следующим пунктам:

1. Удачно ли я представил себя?
2. Изучил ли я потребности компании и получил ли новую информацию?
3. Смог ли я связать свои преимущества с потребностями компании?
4. Был ли я убедительным и профессиональным?
5. Насколько мне удалось невербальное общение?
6. Удалось ли мне добиться взаимопонимания с менеджером по подбору персонала?
7. Были ли комментарии менеджера по подбору персонала положительными?
8. Смог ли я добиться следующей встречи или продолжения общения?
9. Удовлетворен ли я встречей в целом?

ЧТО У ВАС ПОЛУЧИЛОСЬ?

Если большинство ваших оценок находятся в диапазоне от 6 до 10, очевидно вы все делаете правильно. Такие встречи нелегко проводить.

Обратите внимание на низкие оценки. Можете ли вы улучшить их? Вы можете попробовать потренироваться с кем-либо из своих знакомых, чтобы получить оценку своего метода и стиля проведения встречи со стороны



Закрепление материала по этапу

Несмотря на то что решение о принятии вас на работу часто принимает один человек, обычно вам приходится общаться с большим количеством менеджеров по подбору персонала, чтобы выйти на путь, который приведет вас к трудоустройству. В результате, вам приходится пройти через (в среднем) 20-30 встреч с 20-30 разными менеджерами по подбору персонала, прежде чем вы получите ожидаемое предложение.

Прежде чем завершить этот этап:

Обратитесь к нашему сайту «Ресурс для построения карьеры» (CRN), чтобы узнать:

- Приемы проведения встреч с менеджерами по подбору персонала
- Рекомендации по проведению таких встреч с использованием метода SELL
- Образцы писем и электронных сообщений, которые вы можете использовать, чтобы назначить встречу или продолжить общение в дальнейшем

Предложения по поводу того, как лучше организовать ваше присутствие в интернете и как можно выйти на связь с менеджерами по подбору персонала с помощью социальных сетей



Этап 8

Рассмотрение других методов поиска

Почему этот этап важен?

Общение с людьми для формирования способов представить себя менеджерам по подбору персонала остается единственным наиболее эффективным методом поиска работы, как подтверждают данные исследований, собранные компанией Lee Hecht Harrison и другими специалистами в этой области. Этот простой метод общения между людьми работает фактически для каждого, кто пытается его использовать в любой из его многих разновидностей. Называемый также нетворкингом, этот основной метод поиска является неотъемлемой частью этапов 5, 6 и 7

Тем не менее, имеются и другие, так называемые традиционные, методы поиска работы, которые вы, конечно, должны учитывать. Возможно, некоторые из них в прошлом уже сработали для вас или для ваших знакомых. Это лишь вопрос включения их в ваш план работы, их испытания и последующего отслеживания и оценки того, что работает в вашем случае, а что нет.

Оценивайте и рассматривайте все методы поиска

Всего имеется семь методов поиска:

1. **Представление себя, или просто общение с вашими знакомыми**
2. **Объявления в печати и публикации в интернете**
3. **Фирмы по поиску руководящих работников, компании по трудоустройству или комплектованию персоналом, а также агентства по временному трудоустройству**
4. **Ярмарки вакансий и обращения**
5. **Прямая почтовая рассылка**
6. **Холодные звонки**
7. **Визиты**

Из этих семи методов четыре являются успешными лишь для малого процента занятых поиском людей: ярмарки вакансий и обращения, прямая почтовая рассылка, холодные звонки и визит. Он и рассматриваются в данном разделе. Остальные методы полезны для большинства людей, находящихся в поиске работы, и освещаются более широко дал ее в этой главе.

Холодные звонки подходят немногим

Холодные звонки — звонки людям, которых вы не знаете или не были направлены к ним вашим знакомым

— это метод, который работает для малого процента людей. Успех зависит от высокого уровня квалификации, терпения и настойчивости, потому что обычно нужно сделать множество звонков, чтобы добиться одной личной встречи. Также важна разработка сценариев для звонков и последующее их выполнение в располагающей манере. Для про-

фессионалов и менеджеров практически не может быть и речи о визитах к потенциальному работодателю без предварительной договоренности.

Прямая почтовая рассылка работает лучше, если за ней следует телефонный звонок

Прямая почтовая рассылка, или письма широкого распространения, подразумевает рассылку писем или электронных сообщений людям, которые никогда о вас не слышали и не имеют с вами никакой связи. Это методика, обычно используемая при маркетинге товаров. В сущности, процент попаданий в цель, считающийся успешным (т. е., попаданий к менеджеру по подбору персонала), низок. Его можно улучшить, сочетая прямую почтовую рассылку с холодными звонками: сопровождая каждое письмо или электронное сообщение телефонным звонком. Использование прямой почтовой рассылки при поиске работы может быть действенным для людей, которые пишут эффективные письма и постоянно сопровождают их телефонными звонками.

Далее в этой главе приведен образец письма прямой почтовой рассылки.

Представляющие вас письма действуют лучше, чем прямая почтовая рассылка

Необходимо различать использование метода прямой почтовой рассылки и отправку представляющих вас писем или электронных сообщений людям, с которым и у вас есть некоторая связь.

Как описано выше, прямая почтовая рассылка подразумевает отправку писем в организации, в которых вы никого не знаете, и где вас никто не представлял. Представляющие вас письма используются тогда, когда у вас есть рекомендация от знакомого или какая-то другая связь с получателем. В таком случае это просто часть общения с людьми. Причина отправки вашего письма объясняется в его начале («Ян Смит посоветовал связаться с вами, так как мы с вами учились в Государственный университет в одно и то же время»). Представляющие вас письма обычно на много успешнее, чем прямая почтовая рассылка, и их вполне стоит писать.

Вопросы для изучения

- Кто из моих знакомых может порекомендовать фирмы по поиску персонала или кадровые агентства, которые специализируются в моей отрасли или профессии?
- Готов ли я сделать заявления о своем позиционировании на рынке труда и причинах поиска нового места работы при контактах с кадровыми агентствами и при откликах на вакансии по телефону?
- Какие газеты и профессиональные журналы мне следует регулярно проверять на наличие вакансий?
- Есть ли у меня резюме в электронном виде для рассылки по возможным вакансиям, размещаемым в интернете? Есть ли у меня / Нужно ли мне сканируемое резюме?
- Какие вебсайты подходят для моего типа профессии? Для моей целевой отрасли?
- Есть ли ярмарки вакансий, которые мне стоит посетить?

Предлагаемые действия

- **Определите, подходят ли вам фирмы по поиску руководящих работников или кадровые агентства.**
- Если подходят, попросите ваших знакомых из интернета порекомендовать фирмы, о которых они слышали или услугами которых пользовались. Затем составьте список подходящих фирм и начинайте связываться с ними.
- **Решите, какие периодические издания проверять еженедельно.** Включите в список местные и центральные газеты (такие как The New York Times и The Wall Street Journal), если перед вами не стоит вопрос выбора географического положения, а также соответствующие отраслевые и профессиональные издания.
- **Исследуйте сайты, размещающие вакансии, и определите, какие из них подходят и соответствуют вам, вашей профессии и вашей целевой отрасли.** Спрашивайте других людей, находящихся в поиске работы, о полезных вебсайтах.
- **Проверяйте вебсайты отдельных компаний, чтобы определить, какие из них предлагают вакансии, особенно организации из вашего целевого списка.**
- **Зарегистрируйтесь и пользуйтесь сайтом компании «Lee Hecht Harrison» (LHH) для размещения резюме.**
- **Также используйте банк вакансий на сайте CRN (Ресурс для построения карьеры).**
- **Проверяйте рекламируемые местные ярмарки вакансий,** которые могут оказаться полезными в вашем поиске. Разумно тратьте свое время: не езьте слишком далеко и не вкладывайте слишком много времени, если событие не касается должностей, отраслей и компаний, в которых вы заинтересованы.

Взаимодействие с рекрутинговыми компаниями

Фирмы по поиску сотрудников, обычно также называемые рекрутерами или кадровыми агентствами, работают от лица работодателей, а не соискателей. Они часто вербуют людей, имеющих работу, наряду с активными соискателями.

Фирмы по поиску персонала бывают местными, национальными и даже международными по своему размаху; некоторые из них специализируются на любом сочетании отрасли, функции, географического положения или уровня зарплаты. Многие работают только с должностями с зарплатой выше 70 000 долларов США; некоторые имеют дело только с должностями с зарплатой выше 150 000 долларов США. Гонорары фирмам по поиску персонала, иногда достигающие 35% базовой зарплаты, всегда выплачиваются работодателем, и никогда — соискателем.

Типы фирм по поиску сотрудников

В основном, фирмы по поиску руководящих работников классифицируются по способу заработка своих гонораров: фирмы с предварительной оплатой или оплатой по результату. Фирма по поиску персонала с предварительной оплатой нанимается компанией для выявления, найма и оценки кандидатов на конкретные должности. Такая фирма защищает свою репутацию путем тщательного подбора соответствующих должностям людей. Поскольку они получают предварительную оплату от работодателя, им платят независимо от факта трудоустройства найденного ими кандидата.

Фирмы по поиску персонала с оплатой по результату получают гонорар, зависящий от того, найдут ли они человека, нанят его в итоге на работу. Такая фирма может направить в компанию несколько человек, чтобы гарантировать выбор на рассматриваемую должность одного из своих кандидатов. Им платят лишь в случае найма кандидата, и они могут быть не такими разборчивыми в подборе соответствующих должностям кандидатов, как фирма с предварительной оплатой.

Поиск источников для фирмы по поиску персонала

Когда фирма по поиску персонала получает задание от работодателя, одним из ее первых шагов является построение списка людей, которые могут посоветовать возможных кандидатов на должности. Это называется поиском источников и может включать некоторые из следующих источников:

- Главные конкуренты
- Клиенты
- Поставщики

- Руководящие работники профессиональной ассоциации
- Чиновники из правительства или органов власти
- Преподавательский состав крупных университетов
- Консультанты, подрядчики, сервисные организации
- Редакторы профессиональных изданий
- Юристы, бухгалтеры, финансисты (которые специализируются в данной отрасли)

Таким образом, одной из ваших задач по распространению информации о себе является обеспечение того, чтобы источники информации, используемые фирмами по поиску персонала, знали о вас и предлагали вашу кандидатуру при соответствующем обращении к ним.

Выбор фирм по поиску руководящих работников

Выявляйте зарекомендовавшие себя фирмы по поиску персонала, опрашивая других соискателей, знакомых в интернете или любых известных вам работников по кадрам, если они могут направить вас в местные фирмы по поиску персонала, которые специализируются на вашей отрасли, профессии и уровне зарплаты.

Вы можете также исследовать фирмы по поиску персонала, используя каталог фирм по подбору персонала руководящих работников и другие каталоги и, конечно же, источники в интернете. Другими источниками являются национальные и местные «Желтые страницы», имеющиеся как в сетевом, так и в печатном виде.

При выборе фирм по поиску руководящих работников обращайте внимание на следующее:

- географические территории, которые они обслуживают
- отрасли или подотрасли, в которых они специализируются
- виды вакансий, которые они заполняют

Эту информацию можно получить, совершая звонки в отдельные фирмы, или проверяя напечатанные или сетевые каталоги таких фирм.

Следующие рекомендации применяются к кадровым агентствам, а также к фирмам по поиску руководящих работников:

1. Представляйте себя так, как если бы вы были на настоящем собеседовании. Помните: кадровые агентства работают на работодателей и проводят первоначальный отбор кандидатов.
2. Никогда не платите гонорар фирме или агентству по поиску персонала. Остерегайтесь фирм, навязывающих свои услуги.
3. Приносите копии своего резюме на любую встречу с кадровым агентством. Будьте готовы объяснить, к чему вы стремитесь в своей профессии. Если у вас больше одной цели, используйте только ту, которая наиболее соответствует этому конкретному агентству. Также будьте готовы к обсуждению предпочитаемых вами задач и обязанностей, целевых компаний/отраслей и географических предпочтений.
4. С осторожностью принимайте советы по поводу вашей карьеры. Поскольку эти фирмы работают на работодателя, их советы могут противоречить вашим интересам.
5. С самого начала ясно изложите свои ожидания по зарплате. Без этой информации с вами не станут работать. Если вы называете базовую зарплату, упоминайте также дополнительные пособия, премии за эффективную работу и другие требования к компенсационному пакету.
6. Точно определите, что собирается делать фирма по поиску персонала или кадровое агентство, чтобы помочь вам, и как они намерены предлагать вас на рынке труда. Настаивайте на том, чтобы они не отправляли ваше резюме никаким компаниям без вашего предварительного согласия. Если они отказывают в этой просьбе, или если вы не получаете ожидаемого вами уровня обслуживания, найдите другую компанию.
7. Расскажите о себе вероятным источникам информации для фирм по поиску персонала.



Советы и методы

Фирмы по поиску персонала и нетворкинг

Преимуществом фирм по поиску руководящих работников является то, что они могут быстро сделать вас одним из малого числа окончательных кандидатов на вакансию, соответствующую вашим навыкам и опыту. Недостаток состоит в том, что вы можете оказаться в этой ситуации без надлежащей подготовки к собеседованию, переговорам или принятию решения по предложению о работе.

Перед тем, или вскоре после того, как вы отошлете почту в фирму по поиску персонала, вам нужно провести исследование и, соответственно, осознавать, что нетворкинг, необходимые для:

- Понимания ваших целевых отраслей, достаточного для того, чтобы увидеть, в чем вам подходят отдельные компании.
- Знакомства с ключевыми группами организаций в каждой отрасли.
- Укрепления понимания вашей текущей рыночной ситуации и в каждой из целевых отраслей, чтобы вы могли определить, насколько вы высоко или низко ценитесь на рынке, и были ли готовы к ведению переговоров.

Такая подготовка создает информационную среду, в пределах которой вы будете представлять себя более эффективно, вести переговоры с знанием дела и принимать самые лучшие решения.

Использование рекрутинговых агентств и агентств по подбору временного персонала**Рекрутинговые агентства**

Как правило, рекрутинговые агентства нанимают качественных специалистов для предоставления компаниям профессиональных услуг. Такое агентство может быть вам полезным, поскольку может предоставить вам еще один источник получения работы, такой как контрактная работа или возможности обычной работы с полной занятостью. Работодатели обращаются к агентствам по поиску подрядчиков для обеспечения навыков, необходимых для поддержания и управления программами или услугами в конкретной области или для конкретного проекта. Многие агентства по поиску подрядчиков также комплектуют некоторые должности с полной занятостью. Вот некоторые примеры случаев возможного использования услуг таких агентств: слияния, поглощения или лишения прав собственности, резкие изменения рынка или интереса к продукту, или сезонные напряжения с комплектованием персоналом.

Некоторые рекрутинговые агентства также имеют журнал регистрации и вебсайт для объявлений о вакансиях. Журнал регистрации устанавливает соответствие между вашими желаниями и предпочтениями в работе и теми вакансиями, которые представляет это агентство по поиску подрядчиков. Обычно необходимо, чтобы вы заполнили онлайн профиль. Большинство подрядных заданий и обычных должностей с полной занятостью предлагают конкурентоспособные условия оплаты, а для подрядчиков многие агентства также предлагают некоторые преимущества.

Часто рекрутинговые агентства специализируются в определенной профессии. Например, агентство по поиску подрядчиков в сфере подбора кадров может искать профессионалов по подбору кадров, имеющих опыт в комплектовании персонала, управлении заработной платой, в консалтинге или оценке эффективности кадрового менеджмента и способных осуществлять и управлять программами по кадрам для проектов. Они также могут искать директора по кадрам для заполнения новой вакансии в активно растущей биотехнологической компании. Агентства по поиску подрядчиков обычно просят соискателей подписать короткий договор (обычно это часть заявки). Вам не следует подписывать какой-либо договор, который мог бы обязывать вас платить гонорар.

Большинство хороших агентств ясно указывают, что по перечисленным ими должностям гонорар платит работодатель.

Агентства по подбору временного персонала

Агентства по подбору временного персонала все более расширяют сферу деятельности далеко за рамки административных и почасовых работников и размещают краткосрочные вакансии для юристов, финансовых специалистов и даже руководителей.

Иногда такие проектные задания приводят к долгосрочному трудоустройству; иногда нет. Для многих людей, находящихся в поиске работы, эту возможность стоит изучить, поскольку это способ попасть в компанию и понять, насколько она вам подходит. Это также способ расширить сеть ваших контактов внутри компании.

Ответы на рекламные объявления и публикации

Тематические объявления в печати и интернете размещаются работодателями, агентствами по трудоустройству и кадровыми агентствами. Хотя многие организации в своих попытках нанять людей размещают объявления в крупных газетах и на вебсайтах, исследования показывают, что приблизительно только 1 из 10 соискателей соглашается на должности, предлагаемые в объявлениях или интернете.

Вы должны всегда откликаться, когда видите что-то заинтересовавшее вас. Причина проста: отклики на объявления в печати и интернете представляют собой относительно небольшие затраты времени с вашей стороны. Потратьте время на просмотр тематических и деловых разделов объявлений ваших местных и общегосударственных газет, особенно воскресных изданий. Многие крупные газеты доступны онлайн. Также проверяйте отраслевые и профессиональные журналы; некоторые из них также доступны онлайн. Исследования показывают, что для всех вакансий, заполняемых компаниями из онлайн-источников, веб-сайты компаний намного превосходили остальные источники.

Если вы отвечаете на объявления в печати и интернете и не получаете отклика, не беспокойтесь. Из-за связанных с этим расходов, многие работодатели отвечают только тем, кто прошел первый отбор. Не следует ожидать общего процента попаданий в цель (т.е. процента приглашений на собеседование от количества поданных заявок) выше, чем в интервале от 3 до 10%.

Если вы постоянно имеете процент попаданий выше 10%, то, вероятно, это признак того, что ваша квалификация, документы и целевой рынок необычны. С другой стороны, если вы отвечаете на многочисленные подходящие вакансии и имеете процент попаданий в цель ниже 3%, вам следует пересмотреть свою квалификацию и подумать о редактировании своего резюме.

Отвечайте только на те онлайн-объявления, которые вам подходят, но не направляйте на них несоразмерное количество энергии. Может показаться, что есть много возможностей, но и конкуренции тоже много, и процент получаемых вами ответов может оказаться низким.

Есть большое количество вебсайтов с объявлениями о вакансиях. Попросите других соискателей и сетевых знакомых направить вас на подходящие веб-сайты. Если вы используете интернет, единственное наиболее важное дело, которое вы можете сделать, - это проверить перечни вакансий отдельных вебсайтов ваших целевых компаний.



Советы и методы

Ответы на публикации в интернете

Отвечая на публикации в интернете, обязательно правильно указывайте тему сообщения. Тема «Ищу работу» неприемлема. Если вы откликаетесь на объявление, используйте название или код вакансии, указанные в объявлении, чтобы ваше электронное сообщение было легко распознать и направить соответствующему сотруднику. Помните: получателю достаточно одной секунды, чтобы удалить ваше сообщение. Думайте перед тем, как ответить!

Рекомендации по составлению ответов на рекламные объявления**ПОДГОТОВКА**

- **Тщательно читайте каждое объявление**, взвешивая каждое слово. Помните: ваша цель - расшифровать сообщение, чтобы быть уверенным в точности своего ответа.
- **Формы ответов на публикации вакансий в интернете различны.** Следуйте инструкциям, указанным в объявлениях. (Смотрите рекомендации по подготовке электронных резюме в составе этапа 3).
- **Оценивайте требования к каждой вакансии** и соотносите ваш опыт, квалификацию и достижения с этими требованиями.
- **Если не указано имя контактного лица**, позвоните в компанию и попытайтесь узнать имя конкретного сотрудника, которому можно написать письмо.
- **Всегда посылайте сопроводительное письмо с вашим резюме.** Если вы отвечаете по электронной почте, включите сопроводительное письмо (в качестве первой страницы) и проверьте отдельные требования для подачи информации в электронном виде.
- **Если объявление очень привлекательно, а ваше резюме не является для него очевидным соответствием**, у вас есть выбор послать двухстраничное письмо без резюме, или даже написать для него новое резюме. Если вы используете письмо, оно должно быть таким же легко сканируемым, как и резюме, и содержать уместные факты, такие как даты, работодателей и названия должностей. Этот трудоемкий подход оправдан только в тех редких случаях, когда «отличная работа» появляется в анонимном объявлении.

УПРАВЛЕНИЕ И ПОСЛЕДУЮЩИЕ ДЕЙСТВИЯ

- **Сохраните копию своего письма и объявления** (или распечатайте онлайн-вакансию). Создайте файл для хранения ответов, чтобы у вас был их архив для последующих действий.
- **Если объявление открыто**, внесите эту компанию в ваш целевой список и так же добивайтесь контакта с ее представителями другими средствами.
- **Отслеживайте процент ваших успешных ответов на объявления.**

СОДЕРЖАНИЕ

- **Начинайте свое письмо с указания газеты, журнала, вебсайта или профессионального издания, даты объявления и названия вакансии.** Если вы отвечаете по электронной почте, подумайте над привлекающей внимание темой сообщения, включающей номер или код вакансии.
- **Стройте ваше письмо путем описания своей квалификации, опыта и достижений** по мере того, как они соотносятся с требованиями вакансии, изложенными в объявлении.
- **Не упоминайте ничего из описания вакансии, чему вы не соответствуете.**
- **Указывайте дополнительную информацию, такую как упоминание уместной общественной или профессиональной деятельности** только если это сделает вас более привлекательным для этой вакансии.
- **Завершайте свое письмо позитивно, заявляя, что вы с нетерпением ждете встречи.** В случае открытого объявления возьмите на себя обязанность организации последующих действий, указав время, когда вы позвоните, чтобы организовать встречу.

СТИЛЬ

- **Будьте кратким и пишите по существу.** Ограничьтесь одной страницей. Восемь из 10 специалистов по кадрам говорят, что тратят в среднем меньше одной минуты на чтение сопроводительного письма.
- **Пишите просто**, отражая свой естественный стиль общения.
- **Всегда тщательно проверяйте свое письмо на правильность имени и адреса**, орфографические и грамматические ошибки или опечатки. Ошибки, найденные в сопроводительном письме, могут привести к тому, что вас вычеркнут из группы возможных кандидатов.

Следует ли предоставлять историю зарплаты?

Отвечая на объявления в печати и интернете, старайтесь не указывать сведений о зарплате. Предоставление информации о вашей последней зарплате или ее истории может ограничить вашу способность договариваться о зарплате в дальнейшем.

Вы будете почти наверняка исключены, если ваша зарплата значительно отличается от той, что может предложить работодатель. Слишком большая цифра может сделать вас избыточно квалифицированным, слишком малая — представит вас недостаточно квалифицированным. Вы рискуете быть отсеянным из-за одной лишь цифры, без рассмотрения вашей действительной квалификации.

В онлайн-заявках оставляйте, при возможности, место для указания зарплаты пустым. Вам нужно откладывать обсуждение этого вопроса как можно дольше. Чем больше у вас возможностей показать вашу настоящую ценность до того, как на ваши таланты поставят число в долларах, тем лучше.

Тем не менее, чтобы заполнить некоторые онлайн-заявки, вы должны указать точное число, иначе вы не сможете продолжать. История зарплаты не означает возвращения к вашей первой работе в вашей первой компании. Это может быть история в вашей последней компании. Например: “Я начинал с _____ долларов США в компании ABC и на момент сокращения зарабатывал _____ долларов США.”

В некоторых заявках также может содержаться вопрос о том, какой диапазон зарплаты вы ищете. Если возможно, оставляйте это место также незаполненным. Если вы должны предоставить ответ для того, чтобы продолжать заполнение, будьте готовы жить с тем ответом, который дадите. Не надейтесь в дальнейшем договориться

о сумме выше верхней границы вашего диапазона. Вы установили черту, и можете быть уверены, что ваш потенциальный работодатель этого не забудет.

Нужно запомнить:

- Если вас видят сильным кандидатом, большинство работодателей не отсеют вас из-за того, что вы пропустили вашу историю зарплаты.
- Зарплата — это только одна часть вашего компенсационного пакета. Существует много других обсуждаемых факторов, таких как должность, отпуск, расходы на переезд, акции и т.д.
- Запрос истории зарплаты иногда можно хитро обойти, указав в ответе диапазон зарплаты. Просто убедитесь, что вам нравятся нижние числа в этом диапазоне, так как вы указываете на свою готовность их принять.
- Если ваше исследование дает вам уверенность, что ваше текущее или самое недавнее вознаграждение близко к тому, которое выплачивает перспективный работодатель, и если вы не планируете попыток получить значительного повышения, тогда предоставляйте запрашиваемые числа.

И еще о решении вопроса зарплаты

Когда вы дойдете до следующего этапа процесса и будете проходить настоящее собеседование со своим потенциальным работодателем, вам снова придется обратиться к вопросу зарплаты.

Загляните в этап 9 («Проведение собеседования, составление предложений и их обсуждение»), чтобы найти лучшие способы справиться с этой ситуацией.



Советы и методы

Объявления в печати и публикации в интернете в качестве источников информации

Объявления в печати и публикации в интернете можно использовать как источник информации. Они могут вам рассказать...

- какие компании и отрасли нанимают работников.
- какие должности используются в настоящее время.
- какими словами пользоваться при описании вашей квалификации.
- типичные требования и описания вакансий, а иногда и информацию о зарплатах.

Сопроводительные письма для рекламных объявлений\публикаций

Отвечая на объявления в печати и на публикацию в интернете, всегда прикладывайте сопроводительное письмо, если это возможно. Даже в онлайн-объявлениях о вакансиях обычно есть место для того, чтобы вставить ваше письмо. Это позволяет вам лично связаться с вашим потенциальным работодателем, а не только посредством вашего резюме.

Формат сопроводительного письма

Дата

Адрес

Приветствие

Первый абзац: Укажите название должности, откуда вы узнали о вакансии (дата и название издания или веб-сайта), и то, что вы прилагаете свое резюме. Заявите, что, по вашему мнению, вы являетесь сильным кандидатом и/или добавьте подходящие факты, найденные вами для демонстрации вашего особого интереса и знаний об этой компании.

Второй абзац: Коротко опишите вашу профессиональную подготовку, уделяя особое внимание конкретным навыкам, деятельности, достижениям и опыту. Выберите из объявления несколько значительных требований и поставьте им в соответствие свои достижения, квалификацию и опыт, убедившись в очевидности такого соответствия. Подумайте об использовании отдельных пунктов, чтобы сделать их заметными.

Третий абзац: Произвольная дополнительная информация о вашей квалификации.

Четвертый абзац: Еще раз подчеркните свою квалификацию и предложите следующие действия. Укажите свой номер телефона или адрес электронной почты. Поблагодарите читателя за его/ее время и внимание.

Завершение

Имя

Вложения

Например

Ответ на объявление

Вице президент по продажам

Прямая вакансия для проверенного руководителя отдела продаж, готового возглавить национальную команду по продажам. Успешный кандидат будет управлять национальными продажами, а также обучением, мотивацией и развитием штата из 30 сотрудников. Должен быть целеустремленным, любить трудные задачи и иметь подтвержденный опыт руководства отделами продаж, а также достижения/перевыполнения целей. Посылайте сопроводительное письмо и резюме г-же Лоретте Левин, ABC Corporation, 101 Parker Corporate Park, Stamford, CT 06901.

Имя
Адрес
Город/ Штат/ Почтовый индекс
Номер телефона • Электронный
адрес

Дата

Г-же Лоретте Левин

ABC Corporation

101 Parker Corporate Park

Stamford, CT 06901

Уважаемая г-жа Левин:

Прилагаю свое резюме в ответ на Ваше объявление в газете Нью Йорк Таймс от 20 февраля о вакансии вице президента по продажам. Как целеустремленный руководитель продаж, я полагаю, что Вы увидите близкое соответствие моей подготовки и опыта тем, что указаны в Вашем объявлении.

В течение последних пяти лет, будучи менеджером по продажам по Восточному региону в бизнес- подразделении компании McArthur Publishing, я руководил отделом по продажам с обязанностями найма, обучения и мотивации команды из 23 специалистов по продажам. В течение одного года, каждый сотрудник отдела продаж выполнил или перевыполнил свои объемы, и мы превзошли наши планы продаж на 15%.

Работая менеджером по продажам в компании Gray Communications, в их отделе товаров для образования, я отвечал за управление и мотивацию коллектива сотрудников, который удвоил свои продажи в течение первых шести месяцев. Кроме того, я разработал и осуществил новый план вознаграждения и поощрения, который был успешно воспроизведен в двух других отделах по продажам внутри этой компании.

Как Вы поймете из моего резюме, есть и другие области, относящиеся к вашим требованиям. Я был бы благодарен за возможность обсудить их с Вами и позвоню Вам в следующий четверг, чтобы договориться о встрече и обсуждении того, как я могу содействовать дальнейшему лидерству компании ABC в ее сфере деятельности. Звоните мне, пожалуйста, на номер 203-555-1111.

С уважением, Имя

Вложения

Например

Ответ на онлайн-объявление

XYZ SYSTEMS

Код/Должность: HR-DHR 08491 – Директор Отдела кадров**Местонахождение:** Palo Alto, California

Описание: Возглавит группу построения отдела кадров высшей категории. В этой ключевой должности вы будете работать как бизнес партнер в развитии организации, в вопросах оплаты труда, дополнительных выплат и компенсаций, обучения, связи с работниками, найма, а также административных функций отдела кадров. В частности, вы будете создавать стратегии,

принципы и программы деятельности компании в соответствии с задачами отдела кадров, а также

обеспечивать соответствие действующим нормативным требованиям и направлять команду отдела кадров на обеспечение ориентированной на клиента поддержки руководства и работников.

Требования: степень BA/BS или эквивалентная; предпочтительно MA. Минимум восемь лет аналогичного опыта, с успешной историей руководства работой крупного отдела кадров в международной компании. Минимум два года недавнего опыта управления в работе на высокотехнологичную производственную компанию. Сильная общеобразовательная подготовка, с акцентом на изменениях в организациях и развитии управления. Минимальное владение испанским языком. Необходим опыт работы с сотрудниками всех уровней, а также с визами и разрешениями на работу для иностранных работников. Содействие в переселении не предоставляется.

Для подачи заявки, пожалуйста, заполните эту форму и нажмите кнопку **ОТПРАВИТЬ** внизу.

Имя**Адрес****Штат/Провинция****Индекс****Телефон****E-mail****Должность** Директор отдела кадров**Код** HR-DHR 08491

Ваше резюме может быть загружено в любом из следующих форматов: doc, docx, RTF, PDF, Txt, HTML.

Вы можете вставить его в виде простого текста в текстовое поле ниже. Также можно использовать это поле для сопроводительного письма.

Отправить

Очистить все

Например

Письма для прямой почтовой рассылки

	Имя
	Адрес
	Город/ Штат/ Почтовый индекс
	Номер телефона • Адрес электронной почты
Дата	

Г-ну Фредерику Д.
Хаббарду Nationwide Dairy
Company 111 Main Street
Burlington, VT 05670

Уважаемый г-н Хаббард:

Я слежу за объявлениями и рекламой компании Nationwide Dairy и впечатлен теми инновационными стратегиями маркетинга, которые вы применили для создания верных постоянных потребителей и завоевания места на полках супермаркетов.

Вы преуспели в создании особого места компании Nationwide Dairy путем признания интеллекта, желаний и чувства юмора потребителей. Хорошо проведенный в этом году фотоконкурс «Скажи «Сыр» помог укрепить уникально положительный имидж бренда, даже невзирая на значительно возросшие рекламные затраты ваших конкурентов. Я убежден, что ключевой стратегический вопрос для вас на этом этапе может состоять в поиске способов продолжения развития имиджа вашего бренда.

В течение 15 лет своего опыта управления маркетингом упакованных товаров я успешно справлялся с уникальными проблемами, возникавшими перед аналогичными товарами на жестко конкурентных рынках. Для компании Southside Food's D-D-Licious Bubble Gum я разработал стратегию внедрения новых вкусовых добавок, что в результате увеличило на 22% долю рынка и дало 25 миллионов долларов США прироста бизнеса. Позднее, в качестве менеджера группы товаров в компании NuWay's Pet Foods Division я руководил созданием и запуском бренда Curious Cat, стоимость которого возросла до 70 миллионов долларов США всего за два года.

Я был бы рад встретиться с Вами для обсуждения Ваших планов развития бизнеса, организации работы маркетинга и возможных способов использования моих навыков стратегического маркетинга для продвижения вперед Вашего замечательного бизнеса.

Я позвоню Вам в начале следующей недели, чтобы договориться об удобном для Вас времени встречи. С нетерпением жду конструктивного обсуждения.

С уважением, Имя

Посещение ярмарок вакансий

Помните, что ярмарки вакансий должны составлять лишь небольшую часть всего процесса поиска работы; тем не менее, они могут быть успешным методом проверки целевых компаний, поиска вакансий и нетворкинга. Есть много типов ярмарок вакансий и карьеры, но все они имеют одну общую направленность: это шанс для компании знакомиться и отбирать из большого количества потенциальных кандидатов на должности.

Когда вы узнаете о ярмарке вакансий или карьеры, то сначала нужно решить, стоит ли тратить на нее время, соответствует ли она вашей профессии или отрасли, и стоит ли потраченное время возможных получаемых результатов. Независимо от того, как вы планируете воспользоваться вашей следующей ярмаркой вакансий, существуют стратегии, помогающие вам разумно использовать этот метод.

Стратегии для ярмарок вакансий или карьеры

Подготовка

- **Выясните заранее, какие компании будут присутствовать на ярмарке.** Определите, есть ли среди них компании из вашего текущего целевого списка или аналогичной общей отрасли. Обычно есть вебсайт, где вы можете увидеть список компаний, которые станут участниками конкретной ярмарки.
- **Изучите компании, в которых вы наиболее заинтересованы, и решите, к каким из них вы обратитесь.** не тратьте время на те компании, которые вас не интересуют.
- **Будьте готовы к некоторому виду настоящего собеседования,** потому что на ярмарках вакансий вам предстоит столкнуться с многочисленными мини-собеседованиями.

Что принести с собой

- **Множество копий своего резюме** – минимум два экземпляра для каждого работодателя, которого вы планируете выбрать.
- **Портфель для складывания материалов, собираемых по ходу выставки.** Портфель дополняет ваш профессиональный внешний вид.
- **Множество визиток**

Распутывание лабиринта

Большинство ярмарок вакансий представляют собой лабиринт из коридоров, стендов, столов, указателей и людей. Вот несколько советов:

- **Разберитесь сначала с приоритетными для вас компаниями.** Лучше подождать в очереди и выполнить намеченное для пяти главных выбранных вами компаний с утра, чем попасть в толпу низкоприоритетных компаний и встретиться с вашими целевыми компаниями в конце дня.
- **Перед тем, как встать в очередь к вашему целевому работодателю,** возьмите материалы, выложенные на столах, и прочитайте их, чтобы иметь возможность задать вопросы.

Стратегии для ярмарок вакансий

Типы собеседований

У вас может быть лишь от двух до пяти минут для того, чтобы предложить себя и избежать отсеивания. Будьте готовы сделать краткое заявление в ответ на вопрос «Расскажите о себе», подчеркивающее ключевые преимущества, которые вы можете предложить организации. Обычно есть три типа собеседований, проводимых на ярмарках вакансий или карьеры:

- **Отборочное собеседование.** Это ваша первая встреча с нанимателем. Она будет краткой, так что вам нужно извлечь максимум пользы из выделенного времени. Будьте готовы отвечать на типичные вопросы, такие как «Что вы ищете на этой ярмарке?» или «Расскажите, пожалуйста, немного о себе и о том, что вы ищете?». Возьмите визитку нанимателя.
- **Мини собеседование.** Некоторые компании проводят мини собеседования, которые могут длиться 5-10 минут. Будьте готовы использовать свое заявление о позиции и рассказать о некоторых частях своего резюме. Применимы все рекомендации и правила проведения собеседования, за исключением того, что вам нужно представить себя отличным кандидатом за более короткое время, чем на обычном полном собеседовании. Возьмите визитку нанимателя.
- **Полное собеседование.** Хотя и редко, но некоторые компании проводят полные собеседования прямо на месте. Они могут длиться 20-30 минут. Ваша цель – победно пройти это собеседование и быть приглашенным в офис компании для дальнейших собеседований. И затем возьмите визитку нанимателя.

Какие вопросы задавать на ярмарках вакансий или карьеры

Помните, ярмарка карьеры – это двухсторонний процесс, и вы должны оценивать эти компании так же, как они оценивают вас. Как и в любой ситуации, когда вы оказываетесь у потенциального работодателя, вы должны быть готовы задавать глубокие вопросы нанимателям на ярмарках вакансий или карьеры. Какие вопросы вы должны задавать? Это зависит от нанимателя, вашего интереса и знаний об этой компании, и того, сколько у вас есть времени. Возможно, вы захотите задать вопросы, задуманные так, чтобы у вас был шанс отреагировать на ответ нанимателя информацией о том, как вы отлично соответствуете тому, что компания ищет в работнике. Некоторые примеры:

- Какие навыки и опыт вы ищете у нанимаемых работников?
- Каковы характеристики ваших самых успешных работников?

Великолепный заключительный вопрос, который вы можете задать:

- «Что мне нужно сделать, чтобы получить второе собеседование в вашей компании?»

Что делать дальше

Последующие действия очень важны, но ими часто пренебрегают. В течение 24 часов напишите записку (от руки, в текстовом редакторе или в электронной почте) каждому нанимателю, с которыми вы встречались. В этом письме поблагодарите нанимателя за потраченное время, заново заявите о своем интересе и квалификации для обсуждаемой должности, заново повторите о своей заинтересованности во втором собеседовании и пообещайте позвонить вслед за этим письмом (и обязательно позвоните!). Вероятно, следует приложить еще одну копию вашего резюме для уверенности. После ярмарки вакансий или карьеры также переоцените свой целевой список и, по потребности, добавьте или удалите компании в нем.



Закрепление материала по этапу

Донесение своей идеи путем общения остается наиболее эффективным методом поиска работы, но стоит потратить часть своего времени для проверки других методов поиска, в том числе обращений к нанимателям, размещения своего резюме, или поиска информации в интернете или других средствах информации.

Перед завершением этого этапа:

Зайдите на сайт «Ресурс для построения карьеры» (CRN), чтобы найти:

- Обсуждения и советы о том, как распознавать нанимателей и связываться с ними, находить информацию о вакансиях, отвечать на опубликованные объявления или перечни вакансий, использовать прямую
- почтовую рассылку и размещать свои резюме
- Примеры писем и сообщений по электронной почте, которые можно использовать в этом деле
- Доступ к мощным инструментам компании Lee Hecht Harrison для размещения резюме, чтобы помочь вам связаться с работодателями и нанимателями
- Советы по построению вашего бренда путем эффективного управления вашим присутствием в интернете и поддержания личного вебсайта для ссылок при обсуждениях или переписке

В качестве общего правила, вы должны уклоняться от вопроса о зарплате на сайтах вакансий и при ответах на объявления, так как это должно обсуждаться в ходе переговорного процесса. Однако, возможно, что вы захотите показать нанимателям вашу последнюю зарплату и ваши зарплатные ожидания, так как это важный элемент при рассмотрении вас в качестве кандидата относительно требований тех вакансий, которые они пытаются заполнить.



Управление перехода на другую должность

Получение результатов

Контроль перехода на другую ДОЛЖНОСТЬ

Эта часть включает в себя материалы этапов 9 и 10. Эта та стадия процесса AIM, на которой вы получаете результаты.

При большинстве поисков работы около 20% из интервала от 20 до 30 бесед с менеджерами по подбору персонала становятся формальными собеседованиями или очень серьезными разговорами о работе. Как только вы договорились и приняли подходящее предложение, вы начинаете управлять своей карьерой в новой организации.

Этап	Результат	Страница
9. Проведение собеседования, составление предложений и их обсуждение	Вы нашли желаемую должность, обсудили условия и приняли ее. Работа на этапах 5, 6, 7, 8 и 9 предполагает осуществление вашего плана маркетинга.	133 - 164
10. Переход на другую должность	Вы завершили свой поиск способами, которые дают вам возможность эффективно управлять своей карьерой в будущем. Вы получаете конкретную и важную положительную обратную связь в течение первых 90 дней в вашей новой должности, а первый анализ вашей эффективности лучше среднего.	165 - 173



Этап 9

Проведение
собеседования,
формирование
предложений и их
обсуждение

В чем важность этого этапа...

Если вы похожи на большинство людей, вы пройдете через стадию собеседования, с оставления предложений и их обсуждения несколько раз, прежде чем успешно завершить этот этап. На пути к согласию принять хорошую новую должность средний клиент компании Lee Hecht Harrison беседует с 20 - 30 менеджерами по подбору персонала. Около 20% этих дискуссий, или от 4 до 6 для среднего клиента, являются настоящими собеседованиями. Поскольку лишь одно из них приводит к предложению, которое принимается, мы можем также сказать, что средний клиент добивается успеха на пятом собеседовании.

Эффективная подготовка повышает ваши шансы на успех

Добьетесь ли вы успеха на с воем пятом собеседовании – или на втором, или на десятом – зависит от сочетания вашей подготовки, навыков и умения выбирать момент. Та значительная работа, которую вы выполнили на предыдущих восьми этапах, подготовила вас к успеху на этой важной стадии. В этой главе рассматриваются навыки и стратегия, нужные вам для успеха на этой стадии.

Собеседование – это серьезное обсуждение конкретной должности между вами и менеджером по подбору персонала. Наиболее частая ошибка в интерпретации собеседований о приеме на работу – это представление о том, что роль проходящего собеседование человека должна быть пассивной, и он просто должен реагировать на слова человека, проводящего собеседование. В действительности, успешные кандидаты обычно столь же активны, а часто и лучше подготовлены, чем те, кто проводит собеседование.

Вам нужно знать, как предсказывать вопросы и готовиться к ним

Ваша задача как кандидата – донести ваш основной посыл до менеджера по подбору персонала, независимо от умения этого человека проводить собеседование. Это нетрудно сделать, поскольку происходящее на собеседовании в значительной мере предсказуемо. Вы можете предсказать с большой точностью многие из тех вопросов, которые вам зададут. Вы можете и должны подготовить то общее послание, которое хотите передать. Вы можете и должны подготовить вопросы по информации, которую хотите собрать.

Подготовьтесь отвечать на поведенческие вопросы собеседования

В наши дни специалисты по подбору персонала обычно подготовлены в том, что называется поведенческим собеседованием. При нем проводящий собеседование задает вопросы, задуман-

ные так, чтобы добиться рассказа о вашем поведении, иллюстрирующего природу и пределы ваших способностей и ваш особый подход к применению этих способностей в реальных рабочих ситуациях. Наиболее важным этапом подготовки к поведенческому собеседованию является планирование вашего основного послания с использованием списка ваших умений, а также примеров SOAR.

Вы подготовили список ваших навыков и примеры SOAR в ходе своей подготовки в рамках этапов 2 и 4.

Хорошо подготовленный кандидат может идти на собеседование, имея 6 примеров SOAR для каждого из шести навыков – итого 36 разных примеров. Естественно, вы, вероятно, не используете все 36 из этих примеров в отдельно взятом собеседовании. Тем не менее, широкий диапазон подготовленных примеров позволит вам выбирать те из них, которые наиболее подходят к явным потребностям проводящего собеседование и наиболее соответствуют задаваемым вопросам.

У вас есть один час на то, чтобы убедительно донести свое основное послание

Заблаговременная подготовка ваших примеров SOAR позволяет вам излагать их точно и кратко, так что в течение одного часа вы представите более конкретное свидетельство ваших умений, чем неподготовленный кандидат.

Даже при собеседовании без использования поведенческих методик, ваша лучшая стратегия остается неизменной:

При ответах на вопросы везде, где только возможно, используйте примеры своих достижений. Это мощная методика, потому что она дает наглядное свидетельство для убеждения проводящего собеседование и помогает ему убеждать других в том, что ваша кандидатура – это лучший выбор.

В чем важность этого этапа...

В рамках этой главы приведены предсказуемые вопросы по категориям и предложены стратегии работы с каждой из этих категорий. Как только вы подготовите свои примеры SOAR, работа с такими категориями предсказуемых вопросов может сделать вас очень эффективным, даже на вашем первом собеседовании.

Предложения поступают быстрее, если вы знаете как их формировать

Во время собеседования, а также до и после него, вам нужно работать над формированием предложений. Формирование предложения начинается фактически с первых бесед с сотрудниками ваших целевых компаний. Конечной целью любой беседы с менеджером по подбору персонала на любом этапе поиска является формирование предложения. На раннем этапе лучше всего это делать, ясно демонстрируя свою заинтересованность в этой организации и свои актуальные навыки, а также создавая связи и собирая информацию для построения аргументации для продвижения своей кандидатуры.

Во время и после собеседования единственный лучший способ формирования предложений, наряду с эффективной демонстрацией ваших умений, - это просто сказать: «Мне по-настоящему нужна эта работа». Обычной ошибкой в следующих после собеседования действиях является вопрос лишь о вашем статусе как кандидата. Просто спросить, принято ли уже решение, - недостаточно. Вам нужно формировать предложение путем подтверждения своей квалификации для этой должности, предоставляя, по необходимости, дополнительную информацию и, конечно, продолжая выражать заинтересованность в этой должности.

Вам нужно знать, о чем договариваться

Первое, что нужно помнить, принимая предложение - это то, что в отношении практически всех его условий можно достичь договоренности. Чем выше должность и чем меньше организация, тем более вероятно, что можно успешно договариваться о большем числе составляющих предложения.

В то же время, организация также имеет свободу договариваться и приспосабливаться в ответ на вашу стратегию переговоров. Естественно, это включает возможность ее отказа от своего предложения, точно так же, как и вы можете не принять ее предложение. Таким образом, у вас должна быть ясность в том, что, по вашему мнению, является достаточно важным для обсуждения и о том, что вы можете принять.

Вам нужно знать, как договариваться

При обсуждении условий новой должности обязательно нужно занять позицию взаимной выгоды. В конце концов, вы договариваетесь с организацией, с которой надеетесь иметь долгосрочные отношения, и с тем человеком, который будет вашим следующим начальником. Важной частью вашей силы в переговорном процессе является количество имеющейся у вас информации об этой отрасли, организации и людях, с которыми вы разговариваете. Поэтому чем больше работы вы сделали заранее, с точки зрения ясности того, что вы можете и не можете принять, тем лучше ваше положение.

Вопросы для изучения

- Выяснил ли я, что мне нужно знать об этой организации, должности и о моем будущем начальнике?
- Эффективно ли я осуществляю свою стратегию общения, независимо от мастерства (или его недостатка) у ведущих собеседование? Сообщаю ли я на собеседованиях обо всех своих плюсах?
- Следую ли я разнообразным способам извлечения нужной мне информации, в т.ч. свою сеть контактов и доступ к открытым базам данных?
- Есть ли у меня стратегия ведения переговоров? Определил ли я, чего больше всего хочу на своей следующей должности, с точки зрения моей роли, обязанностей, вознаграждения и окружения? Расставил ли я в порядке очередности свои желания и потребности, чтобы подготовиться к переговорам?
- Есть ли у меня надежные данные относительно зарплаты для кого-либо в моей должности, чтобы знать, какую позицию занять на переговорах?

Предлагаемые действия

- **Предвидьте вопросы, которые вам могут задать.** Тренируйтесь отвечать, возможно даже записывайте свои ответы на видео, чтобы анализировать свое выступление. Обязательно включите в свои тренировки обсуждение вопросов зарплаты и прочих выплат.
- **Разработайте список вопросов, которые хотите задать, и потренируйтесь их задавать.**
- **Будьте готовы показать, как вы отличились в прошлом в других организациях.** Проанализируйте примеры своих достижений и, при необходимости, подготовьте больше примеров, которые соответствуют этой организации и этой должности. Потренируйтесь с этими примерами, чтобы сделать их подачу более естественной.
- **После каждой встречи с менеджером по подбору персонала отмечайте, что вы узнали о потребностях и ожиданиях компании.** Затем пошлите письмо по электронной почте, сделайте телефонный звонок, или пошлите обычное письмо, чтобы подчеркнуть то, как вы можете ответить на их нужды и чтобы отличиться.
- **После каждого обсуждения делайте заметки о своем выступлении, чтобы определить, что прошло хорошо, и как бы вы могли лучше подготовиться к построению своей аргументации.**
- **Составьте список своих потребностей и желаний и расположите их в порядке очередности, чтобы знать, на чем настаивать и чем можно пожертвовать.**
- **Исследуйте рынок, чтобы определить нормальные уровни зарплаты для должностей, подобных тем, к которым вы стремитесь.**

Процесс стратегического собеседования

Собеседование – это самый важный из всех шагов в получении работы: это кульминация всего вашего хорошего планирования и тщательной подготовки. Это также процесс, над которым вы можете иметь достаточный контроль, если у вас есть стратегия. Эта стратегия должна включать подготовку, знание того, чего ожидать, выявление потребностей, изложение своих умений и умение отвечать на вопросы. Собеседование – это ваша возможность предлагать и продавать себя путем демонстрации того, что могут дать компании ваши навыки, опыт и квалификация.

Четыре принципа: что ищет интервьюер и вы

Часть вашей стратегии – понять стратегию человека, проводящего собеседование. Человек, проводящий собеседование, ищет три базовых пункта – компетентность, совместимость и «химию». Вы ищете того же, плюс зарплату. Это ваша окончательная проверка, чтобы понять, действительно ли это подходящая для вас работа.

Вы можете выполнять эту работу?

Способны ли вы эффективно выполнять конкретные функции этой должности? Человек, проводящий собеседование, ищет свидетельства того, что ваш опыт, навыки и способности соответствуют должности и характеру организации.

Способность



Интервьюер



Вы

Могу ли я выполнять эту работу?

Способен ли я эффективно выполнять конкретные функции этой должности?

Вы можете хотеть, чтобы работа держала вас в тонусе, но вам не нужна работа, с которой вы не справитесь. Еще более важно: хотите ли вы ежедневно проявлять требуемые способности? Это то, что вы хотите делать?

Вы можете выполнять эту работу здесь? Вы будете эффективно связываться с разными сотрудниками этой организации? Обычно бывает несколько собеседований с нанимающим менеджером и другими сотрудниками, чтобы определить вашу совместимость с культурой организации

Соответствие



Интервьюер



Вы

Могу ли я выполнять эту работу

здесь? Буду ли я эффективно взаимодействовать с разными сотрудниками этой организации? Каково мое отношение к культуре этой организации? Соответствует ли она моим ценностям? Хочу ли я работать в таком месте?

Можете ли вы работать с нами? Достаточно ли вы нам нравитесь? Достаточно ли мы нравимся вам? Межличностное взаимодействие очень важно в процессе отбора. Даже если вы – самый квалифицированный специалист на земле, должно быть чувство, что сотрудники готовы проводить с вами минимум 40 часов в неделю, и наоборот.

Взаимоотношения



Интервьюер



Вы

Могу ли я работать с ними? Нравятся ли мне эти люди? Достаточно ли они мне нравятся? Межличностное взаимодействие очень важно в работе, особенно с вашим непосредственным руководителем и равными сотрудниками. В итоге, будете ли вы счастливы работать с этими людьми?

Зарплата

Вы



Могу ли я работать за то, что они будут платить? Это всегда последний вопрос в процессе, поскольку, задавая его слишком рано, можно создать себе проблемы. Но вознаграждение – в долларах, пользе и удовлетворении – конечно, должно быть ключевым пунктом в вашем списке.

Виды собеседований

1. Отборочное собеседование

Часто компания проводит отборочное, или исходное собеседование, чтобы определить, рассматривать ли вас более серьезно в качестве кандидата перед тем, как проводить более длительную, углубленную встречу. Отборочное собеседование может проходить в очной форме или по телефону. Его могут проводить специалист по кадрам, или менеджер по подбору персонала (или даже сторонний наниматель).

2. Поведенческое собеседование

Поведенческое собеседование – это стиль проведения собеседования, в котором человек, проводящий собеседование, оценивает относящиеся к должности навыки в двух главных областях: должностных (или технических), а также исполнительные навыки с целью сопоставить навыки кандидата с требованиями, предъявляемыми для искомой должности.

3. Собеседование, основанное на рассмотрении ситуаций

Такое собеседование часто используется управленческо-консалтинговыми фирмами и инвестиционно-финансовыми компаниями, а также все больше используется другими типами корпораций. На собеседовании, основанном на рассмотрении ситуаций, вас знакомят с бизнес-дилеммой, стоящей перед конкретной компанией (часто взятой из профессионального опыта человека, проводящего собеседование). Вас просят проанализировать ситуацию, определить ключевые проблемы для бизнеса и обсудить, как бы вы подошли к решению этих задач. Сначала человек, проводящий собеседование, дает вам некоторые основные факты и затем задает вам общий или конкретный вопрос. Собеседование протекает в виде открытого диалога между

4. Собеседование с группой (или комиссией)

На таких собеседованиях вы обычно встречаетесь более чем с одним человеком в одно время и одном месте (хотя бывают случаи, когда такие собеседования проводятся по телефону). Собеседования с группой проводятся по разным причинам: дать возможность всем задействованным в найме одновременно побеседовать с вами; получить срез мнений; увидеть, насколько вы подходите к определенной группе; а также увидеть, как вы справляетесь с беседой сразу с несколькими людьми.

Как бы там ни было, это все же собеседование, и вашей целью должно быть продолжение участия в процессе и получение приглашения на следующее собеседование. Лишь в редких случаях предложение поступает на первом собеседовании, поэтому в ваших интересах избегать или откладывать обсуждение зарплаты или дополнительных компенсаций до тех пор, пока вы не будете больше знать об этой работе и/или не получите предложение.

Вам нужно отвечать на вопросы так, чтобы подгонять свои навыки к потребностям конкретной организации, помня о том, что требования к навыкам в разных организациях разные.

вами и проводящим собеседование, причем последний управляет ходом беседы, в то время, как вы задаете зондирующие вопросы, чтобы извлечь ключевую информацию. Собеседования, основанные на рассмотрении ситуаций, предназначены для тщательного анализа тех навыков, которые особенно важны в сфере управленческого консалтинга и в родственных областях: математические способности, аналитические способности, способность решать задачи, навыки общения, творческие способности, гибкость, способность быстро соображать в условиях стресса, умение слушать, деловая хватка, проницательность, межличностные навыки, способность к синтезу разрозненных данных, профессиональное поведение и способности к убеждению.

Собеседование с группой требует от вас добавить больше стиля в подачу ваших ответов и вопросов. Постарайтесь запомнить имя и должность каждого участника (или попросите визитки до и после встречи) и адресуйте свои ответы или вопросы отдельным людям, если это уместно.

Отвечая на вопросы, поддерживайте хороший зрительный контакт с каждым участником. Входя и уходя, пожмите руку каждому члену группы, а после собеседования пошлите письмо своему основному контактному лицу, выражающее благодарность всем участникам.

Виды собеседований

5. Собеседование по телефону

Телефонные собеседования становятся все более обычной практикой и могут проходить рядом способов. Как мы только что упоминали, они могут быть частью процесса отсева, как способ ускорения исходного отбора, частью беседы с контактным лицом или менеджером по подбору персонала, которая переходит в обсуждение вакансии, или запланированным событием, когда обе стороны заранее договариваются поговорить в будущем. Во всех случаях вам нужно быть подготовленным и вести себя так, как если бы это была встреча с глазу на глаз, за исключением того, что у вас есть преимущество использовать и делать записи.

С позиции работодателя, телефонное собеседование эффективно для вычеркивания неквалифицированных кандидатов при экономии времени и ресурсов. Для вас телефонное собеседование имеет свои преимущества и недостатки. Одним из больших преимуществ является то, что вы можете работать по записям и другим письменным материалам.

6. Видео-собеседование

Все больше компаний обращаются к видео собеседованиям, через интернет, для дальнейшего отбора потенциальных работников, перед отправкой их на встречу с начальником. В некоторых случаях это также могло бы служить окончательным собеседованием перед принятием решения о найме.

При сокращении бюджетов в наши дни, экономия на авиабилетах, проживании и питании имеет исключительно деловой смысл. Уже не говоря о высокой стоимости времени менеджеров, которое требуется в процессе личного собеседования.

Менеджеру по подбору персонала может понравиться то, что вы с казали по телефону, но он может быть не уверен до конца. Следующей стадией процесса отбора может стать записанное видео-собеседование или виртуальное собеседование в прямом эфире.

Записываемое собеседование может быть проведено в центре видеоконференций, в офисе нанимателя или даже у вас дома. Не беспо-

койтесь, если у вас нет веб камеры : вам ее пришлют в комплекте с инструкциями. Возможно, вам даже разрешат оставить ее себе. Как правило, вы отвечаете на 15-20 вопросов, вводимых в систему вашим потенциальным работодателем, в течение назначенного интервала времени: обычно две минуты между вопросами.

Отборочные собеседования по телефону могут случиться, когда вы их меньше всего ждете. Если вам сделали звонок, который вы воспринимаете как отборочное собеседование, а вы не полностью подготовлены, или звонок неудобен для вас, объясните, что это не самое удачное время и попросите перенести разговор.

Телефонное собеседование настолько же важно, как и собеседование с глазу на глаз, и вам нужно быть уверенным, что вы подготовлены и не отвлечены. Опытный человек, проводящий собеседование, обычно начинает собеседование с рассказа о должности, приведения ссылки на ваше резюме и, возможно, с объяснения, почему вас выбрали кандидатом на эту должность (например, проводящий собеседование называет некоторые области вашего опыта, которые делают вас подходящим кандидатом на эту должность). Телефонное собеседование обычно длится от 10 до 30 минут, при этом задаются вопросы о вашем образовании, рабочих навыках, технических знаниях и опыте работы.

Также посредством веб камеры может быть проведена прямая видеоконференция между кандидатом и менеджером по подбору персонала, или советом менеджеров. Будьте также подготовлены, как если бы вы входили в офис вашего будущего работодателя. Оденьтесь в соответствии с профессией и будьте готовы отвечать на вопросы.

Хотя такое собеседование и может вызвать робость, думайте об этом, как о вашем шансе блеснуть. Резюме, не важно, насколько хорошо оно составлено, может не отражать вас нужным образом. В телефонном собеседовании ваши настоящие качества также могут не раскрыться. Видео-собеседование может дать вам отличный способ предлагать себя, так что используйте эту возможность.

Рекомендации по прохождению собеседования**1. Подготовка к собеседованию**

- **Проведите дополнительное изучение компании**, чтобы тщательно знать ее репутацию, размер, продукцию, историю, философию и культуру. Узнайте имена и должности принимающих решения сотрудников, с которыми вам нужно встретиться. Если это вообще возможно, постарайтесь добыть внутреннюю информацию об этой должности и людях, с которыми будете работать. Зайдите на веб сайт этой компании.
- **На основании результатов своего исследования, подгоните примеры своих достижений** к конкретной должности и организации и подготовьте свои собственные вопросы об этой компании, чтобы задать их во время собеседования.
- **Точно определите, кто будет проводить собеседование**, включая должность, подразделение и границу полномочий, либо до собеседования либо в течение первых нескольких секунд встречи.
- **Возьмите с собой на встречу свои записи по изучению компании**, предварительную переписку, список ваших вопросов и несколько экземпляров вашего резюме. Также возьмите экземпляр своего списка рекомендаций, на случай, если о нем спросят.

2. Прохождение собеседования

- **Приезжайте чуть раньше, чтобы получить представление о культуре компании** (оформление помещения, одежда сотрудников) и просмотреть материалы о компании, которые могут быть в приемной.
- **Установите, сколько времени запланировано на собеседование, и определите, сколько времени у вас будет, чтобы задать вопросы.**
- **Извлеките как можно больше информации о должности перед тем, как пускаться в подробности о вашей подготовке.**
- **Внимательно слушайте вопросы и проверяйте, что понимаете, о чем вас спрашивают.** Если вопрос не ясен, попросите разъяснений.
- **Всегда отвечайте на вопросы в положительном ключе** и устанавливайте соответствие между своими конкретными достижениями и квалификацией и обсуждаемой должностью. Сохраняйте краткость своих ответов на заведомо проигрышные вопросы.
- **Подгоняйте и распространяйте свое заявление о позиции**, которое вы делали на этапе 3, на потребности, отраженные в описании обсуждаемой должности. Это лучший способ ответа на вопрос «Расскажите мне о себе».
- **Отложите обсуждение зарплаты до тех пор, пока не будет сделано предложение**, если это вообще возможно. Если вас вынуждают назвать свой уровень зарплаты, старайтесь не называть чисел. Вы можете потерять этот инструмент для будущих переговоров.
- **Если вас приглашают встретиться с другими сотрудниками организации**, определите их связь с обсуждаемой должностью, а также их имена, должности, подразделения и границы полномочий. Не бойтесь задать несколько вежливых вопросов при знакомстве, чтобы получить эту информацию. Попросите визитку.
- **Не доминируйте на собеседовании** и не давайте доминировать человеку, который его проводит. Поддерживайте взаимодействие.
- **Перед окончанием собеседования** проверьте, получили ли вы ответы на все свои вопросы, и спросите, какими будут следующие шаги.

Рекомендации по прохождению собеседования

3 Завершение собеседования

- **Подведите итоги встречи, предложив вариант своего заявления о позиции,** подчеркнув свою заинтересованность и высокую оценку обсуждаемой должности и самой организации.
- **Возможно, вы захотите использовать проверочное завершение,** например, такое: «Что вы думаете по поводу моей кандидатуры на эту должность?». Это поможет вам определить, не забыли ли вы продать какие-то свои ключевые качества, и нет ли у человека, проводящего собеседование, каких-либо сомнений, на которые вы должны отреагировать.
- **Назначьте конкретную дату и время вашей следующей встречи,** вместо того, чтобы оставлять этот вопрос полностью в распоряжении менеджера по подбору персонала. Если вы это сделаете, у вас будет сильная позиция для дальнейших действий. Знание привязки по времени также поможет вам справиться с остальной частью вашего поиска.
- **Если вам неясно, каким будет следующий шаг, спросите человека, проводящего собеседование,** каким будет следующий шаг в вашем процессе найма. Или «Когда мне снова ждать известий от вас?» Эти вопросы указывают на интерес и желание с вашей стороны продолжать процесс.
- **Сразу после собеседования** сделайте записи по поводу собранной вами информации, особенно о потребностях и ожиданиях этой организации. И сделайте пометки относительно своего выступления, чтобы определить, что прошло хорошо и как бы вы могли лучше подготовиться к ответам на вопросы в будущем.
- **Отошлите письма** в течение суток после собеседования.

4 ВАЖНОСТЬ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Люди, проводящие собеседования, часто делают немедленные выводы о кандидатах, иногда в течение первых 30-60 секунд встречи. Разумеется, первое впечатление, которое вы производите, должно быть о том, что вы являетесь квалифицированным специалистом. Несколько советов:

- **Сделайте крепкое рукопожатие,** улыбайтесь искренне, вступайте в зрительный контакт и давайте знать человеку, проводящему собеседование, что вы рады находиться здесь.
- **Установите связь как можно быстрее** путем дружеской и живой легкой беседы. При возможности сделайте комплимент, или выскажитесь одобрительно о чем-нибудь в офисе (общий вид, семейные фотографии, личных сувенирах), если вы уверены, что офис или предмет принадлежит человеку, проводящему собеседование.
- **Выбирайте одежду, подходящую к корпоративной культуре организации,** и при этом лучше сделать ошибку в сторону консерватизма, а также проследите за тем, чтобы ваша одежда была в наилучшем состоянии.
- **Уделите внимание своей личной ухоженности:** волосы, макияж, туфли. Если вы носите драгоценности, помните: чем меньше, тем лучше.
- **Демонстрируйте интерес, оптимизм и воодушевление.** Поддерживайте зрительный контакт на протяжении всего собеседования.

Внимательно слушайте с самого момента своего прибытия и в течение всего собеседования.

Как задавать «правильные вопросы» на интервью

Многие книги по проведению собеседования расскажут вам о том, что к окончанию традиционного собеседования вам дадут возможность задавать вопросы. Однако, лучшим способом является поиск возможностей задавать вопросы на протяжении всего собеседования, а не только когда вас спросят, какие у вас есть вопросы.

Процесс собеседования предполагает двустороннее общение. Для вас одинаково важно как отвечать на вопросы, так и задавать их. Постановка правильных вопросов служит двум целям. Во-первых, это способ получения нужной вам информации для приведения в соответствие вашей квалификации с требованиями обсуждаемой должности при ответах на вопросы. Во-вторых, это способ получения нужной вам информации для оценки обсуждаемой должности и принятия решения о том, подходит ли она вам.

Существует пять значительных сфер, о которых вы

должны спрашивать для того, чтобы получить информацию и оценить рассматриваемую должность. Эти тематические области

перечислены на следующей странице наряду с видами вопросов, которые вы можете задавать. Постановка этих вопросов на протяжении всего собеседования увеличивает вероятность более согласованного диалога. Важное предостережение: не все перечисленные вопросы подходят для всех компаний. Вам нужно выбирать соответствующие вопросы для каждой организации на основе того, что вы знаете о ней и о ее культуре.



Советы и методы

Ловушки, которых нужно избегать на собеседовании

- Остерегайтесь проявлять признаки нервозности, такие как смех, ерзание и съеживание. На собеседовании люди обычно нервничают, но вы можете контролировать уровень проявляемой вами нервозности.
- Будьте уверены в себе, вместо того, чтобы слишком переживать о возможном отказе.
- Сконцентрируйтесь на том, что вы можете сделать для работодателя. Помните, это улица с двусторонним движением: вы должны понять, нравится ли он вам.
- Никогда не критикуйте прошлого работодателя или работу любого его сотрудника. Прежде всего, избегайте соблазна говорить негативно о своем прежнем начальнике.
- Вместо того, чтобы спорить, говорите уверенно, поддерживайте дружелюбный и открытый характер беседы.
- Не показывайте раздражения задержками в ответах или перебиванием собеседника, даже если вы раздражены.
- Избегайте извинений или оправданий о том, что вы не можете изменить, и за что вы не отвечаете, например, о вашем возрасте, образовании или истории работы. Эти сферы предсказуемы, и ваш подход к ним должен быть спланированным и отрепетированным.
- Признайтесь, если чего-то не знаете. Никто не может знать всего.
- Избегайте таких выражений, как «вроде» и «ну, вы знаете», и слишком частых «эканий» и «аканий». Не торопитесь и думайте, прежде чем говорить.
- Никогда не пренебрегайте силой влияния какого-либо сотрудника отдела кадров или любого другого человека, который не занят решением вашего вопроса. Считайте, что этот человек, возможно, имеет влияние (пусть даже небольшое) на менеджера по подбору персонала.

Что спрашивать на собеседовании

1. ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ

- Каковы основные обязанности этой должности?
- Существует ли описание этой должности, и если да, можно ли его посмотреть?
- Каковы ваши ожидания, помимо того, что указано в описании должности?
- Как давно существует эта должность в вашей организации?
- Каково возможное дальнейшее продвижение карьеры?
- Какие ситуации требуют немедленного внимания?
- Наличие какой квалификации вы ожидаете от успешного кандидата?

2. ДОСТУПНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ОБЯЗАННОСТЕЙ

- Могу я встретиться с людьми, работающими в этом отделе?
- Каков опыт, обучение и срок пребывания в должности у сотрудников отдела?
- Предоставляет ли компания программы обучения?
- Есть ли у этого отдела собственный бюджет?
- Какая имеется межведомственная или корпоративная поддержка для выполнения целей этого отдела?

3. УРОВЕНЬ ПОЛНОМОЧИЙ

- Кем я буду руководить на этой должности?
- Перед кем я должен отчитываться?
- Как долго работает в компании руководитель этой должности?
- Каков его опыт и обучение?
- Каковы установленные правила и процедуры принятия решений на этой должности?
- Каким будет размер моих полномочий для осуществления обязанностей на этой должности?
- Будут ли у меня полномочия нанимать/увольнять сотрудников для достижения поставленных целей?
- Будет ли у меня прямое участие в бюджете отдела? Буду ли я полностью отвечать за разработку бюджета отдела, находясь на этой должности?

4. ИЗМЕРЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ

- Каковы краткосрочные и долгосрочные цели этой должности, и как они устанавливаются?
- Есть ли у вас система аттестации и как она работает?
- Какой наиболее важный вклад вы бы ожидали от меня в течение первых шести месяцев?
- Как бы вознаграждалась успешная работа?
- Как часто проводится анализ эффективности работы на этой должности?

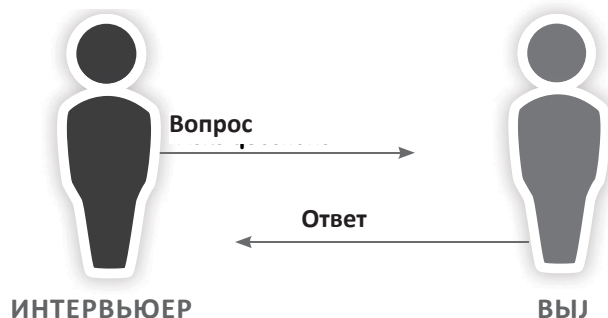
5. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

- Как бы вы описали культуру этой организации?
- Как бы вы описали стиль управления этой организации?
- Среда этой компании формальная или неформальная? Структурированная или гибкая?
- Можете ли вы описать взаимосвязи между отделами?
- Каков уровень текучести кадров в этом отделе?
- Почему эта должность вакантна?
- Есть ли внутренние кандидаты, рассматриваемые для этой должности?
- Поддерживает ли ваша компания «зеленые» инициативы?

Модели собеседования

Традиционное собеседование

Проводится человеком, проводящим собеседование

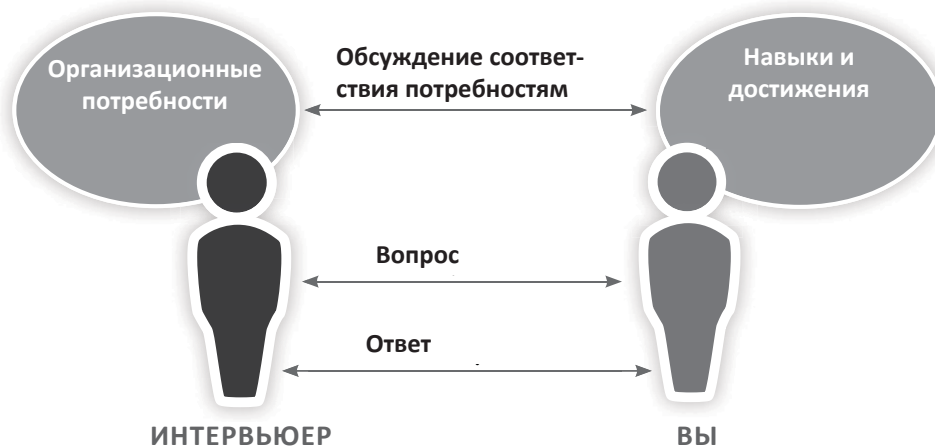


В модели традиционного собеседования человек, проводящий собеседование, задает вопрос, а вы делаете все возможное, чтобы ответить на него.

Такая модель возлагает на того, кто проводит собеседование, чрезмерную ответственность за успех встречи, оставляя вас полагать, что единственной целью собеседования является дать правильные ответы на все вопросы.

Стратегическое проведение собеседования

Проводится вами и человеком, проводящим собеседование



В этой модели процесс вопросов и ответов все еще находится на переднем плане. Однако, здесь больше диалога о потребностях организации и потребностях менеджера по подбору персонала. Это дает вам возможность подгонять свои заявления, направляя их на эти потребности, с использованием подходящих примеров достижений.

Расскажите о себе

Этот вопрос часто используется для начала собеседования.

Используйте заявление о позиции, которое вы составили в рамках этапа 3, уделяя особое внимание известным вам потребностям работодателя и выбирая самый актуальный материал, который у вас есть. Лучшим способом ответа на подобную просьбу является изложение вашего заявления о позиции с учетом потребностей организации и его подгонка к ним.

Используйте нижеприведенный план в качестве руководства:

Я являюсь (профессия/уровень) _____

с опытом в (функции или способности) _____

Мои сильные стороны включают (уникальные профессиональные качества) _____

Конкретные достижения или отличия, относящиеся к этой должности - это _____

Я работал на / у (типы организаций / отраслей) _____

В качестве альтернативы, после использования своего заявления о позиции вы можете добавить: «Я хотел бы узнать больше о той квалификации, которую вы ищете для этой должности, и о ваших ожиданиях относительно эффективности работы на ней».

Ответы на вопросы, часто задаваемые на собеседовании

Значительной частью вашей стратегии прохождения собеседования является готовность отвечать даже на самые трудные вопросы так, чтобы показать ваш потенциал на этой должности. Не забывая о модели стратегического ведения собеседования, используйте информацию, собранную вами в ходе вашего исследования, а также примеры ваших достижений, для формирования основы для ответов на большинство вопросов. На следующих страницах представлены некоторые из наиболее часто задаваемых на собеседовании вопросов (как традиционные, так и поведенческие), а также предлагаемые стратегии и методики обеспечения хороших ответов на некоторые из них. Эти вопросы сгруппированы в пять категорий: ваша квалификация, навыки и опыт, ваши цели и задачи, образование и подготовка, ваши слабые стороны и потенциальные проблемы, деликатные вопросы.

Ваша квалификация, навыки и опыт

Когда человек, проводящий собеседование, задает вопросы о ваших навыках и опыте, он обычно проверяет их соответствие потребностям компании.

Задавая широкие общие вопросы о вашей квалификации, он также проверяет, есть ли у вас какие-нибудь недостатки или большое количество несоответствующего опыта. Организации ищут людей, которые могут сразу включиться в работу и вносить вклад в решение задач коллектива. Поэтому те, кто проводит собеседование, часто начинают с проверки актуальности ваших навыков и хорошего владения ими.

Стратегия

Вопросы в этой категории иногда называют вопросами, дающими возможность, потому что они открыто приглашают хорошо подготовленных кандидатов проявить свои сильные стороны. Вопросы этого типа предсказуемы, и вы должны быть готовы на них ответить. Для всех из них действует основная формула с незначительными изменениями.

- **Отвечая, упоминайте те из ваших способностей, которые больше всего соответствуют** обсуждаемой должности и самой организации, назовите их по порядку и приведите пример ваших достижений, в котором отражено применение более одной такой способности. Такой тип ответа считается поведенческим, потому что он демонстрирует ваши навыки с примерами того, как вы в действительности вели себя в работе. Ваши ответы на эти вопросы, как правило, поведенческие, независимо от того, является ли таким сам вопрос.
- **Если вы особенно хорошо подготовлены, вы можете еще больше сосредоточиться на ваших способностях**, предлагая несколько из них, спрашивая человека, проводящего собеседование, какие из них наиболее подходящие, и затем приводя пример, иллюстрирующий одну или больше ваших способностей, выбранных человеком, проводящим собеседование.
- **Ваша стратегия при ответах на эти вопросы всегда заключается в повторном убеждении человека, проводящего собеседование, в том, что вы соответствуете позиции.**

Ваша уверенность и тон почти так же важны, как и ваши слова. Отвечая на эти вопросы, никогда добровольно не упоминайте своих недостатков.

Например

Вопросы о вашей квалификации и навыках

ТРАДИЦИОННЫЕ:

- Расскажите о вашей последней работе.
- Какие аспекты опыта вашей последней работы относятся к этой должности?
- Почему вы заинтересованы в работе на эту компанию?
- Какой вклад, на ваш взгляд, вы бы могли внести в эту компанию?
- Как бы вы описали свой стиль руководства?

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ:

- Расскажите о тех частях вашей квалификации, которые делают вас кандидатом на эту должность.
- В какие виды деятельности с успешным использованием ваших управленческих навыков вы были вовлечены на вашей последней работе? Приведите примеры.
- Приведите примеры видов опыта, полученного вами при управлении сотрудниками.
- Расскажите как можно подробнее о способах использования вами навыков построения команды на вашей последней работе.

Например

Ответы о вашей квалификации и навыках

Как бы вы описали свой стиль руководства?

Мой стиль руководства описывают как твердый и справедливый. На моей работе в компании Green Initiatives меня попросили возглавить отдел, который не выполнял своих плановых заданий. Быстро стало очевидным, что двое из руководителей коллектива постоянно конфликтовали друг с другом в вопросе приоритетов. Они не могли ладить. Я поговорил с каждым в отдельности, а потом и вместе, воспроизводя то, что каждый из них думал о приоритетах и стоящих проблемах, и вновь подчеркивая, как они оба мне нужны для выполнения наших задач. В результате они начали работать вместе и стали рассматривать меня как своего руководителя. **(Или же, как и со многими другими вопросами, вы можете задать встречный вопрос: Какие стили руководства и управления преобладают в этой организации?)**

Расскажите о вашей последней работе.

Как инженер по упаковке, я возглавлял группу из трех человек, которая проектировала и внедряла инновационные виды упаковки для новых продуктов. Нашей задачей было создание упаковки, которая была бы эффективной и увеличивала бы коммерческую привлекательность товара на полках. Я осуществлял техническую связь с исследователями рынка, рекламным и производственным подразделениями. Один из наших последних продуктов был разработан и внедрен в рекордное время с соблюдением сроков, поставленных отделом маркетинга. За три месяца мы сделали то, что обычно бы заняло шесть. Это позволило нам закрепить свой продукт на полках раньше конкурентов.

Какие аспекты вашей последней работы относятся к этой должности?

Вы упомянули, что в двух ваших подразделениях прибыльность была большей проблемой, чем объем продаж. Я сталкивался с подобной проблемой на своей последней работе. Наша команда по продажам стабильно увеличивала свой объем продаж, но прибыли падали, потому что продавалось неправильное сочетание услуг. Я обнаружил, что многие из наших сотрудников по продажам просто не понимали некоторых более сложных услуг. Они продавали те услуги, которые было легче продавать, которые также являлись низко прибыльными. Я обеспечил обучение и отрегулировал систему поощрения – и прибыли выросли на 40 % в течение одного года.

Почему вы заинтересованы в работе на эту компанию?

Есть две причины. Во-первых, вы сказали, что вам нужен кто-то для планирования расходов, создания моделей денежных потоков для нового магазина и выполнения анализа прибыли и убытков. Имея степень магистра и пять лет опыта работы в качестве финансового аналитика, выполняющего прогнозирование бюджета и финансовое управление в динамичной розничной среде, такой же, как ваша, я полагаю, что был бы ценным для этой компании – особенно при подготовке этих ежегодных рабочих планов по рознице. Во-вторых, я прочитал ваш бизнес план и он произвел на меня впечатление. Я бы хотел стать частью компании, которая за пять лет выросла от одного маленького магазина до 3000 розничных подразделений!

2. Ваши цели и задачи

При изучении этой категории человек, проводящий собеседование, исследует ваши интересы, ценности или мотивацию и ищет кандидатов, ценящих то, чем занимается его организация и заинтересованных в той работе, которая связана с этой вакансией.

Человек, проводящий собеседование, также может интересоваться уровнем и видом мотивации, которая движет вами по пути выбранной вами карьеры, а также тем, насколько направление вашей карьеры согласуется с направлением его организации и рассматриваемой должности. Ответы на вопросы о ваших целях и задачах дают важную информацию по этим темам.

○ **Стратегия** ○

Ваши заявления о целях вашей карьеры должны быть разумно согласованы с рассматриваемой вакансией и способом обычной работы этой организации.

- **Вам нужно принимать во внимание не только свои собственные цели**, но и то, что вы знаете о целях рассматриваемой организации. Например, заявление о том, что вашей долгосрочной целью карьеры является должность вице-президента по продажам, может привести к тому, что ваша кандидатура на должность помощника директора по кадрам будет немедленно вычеркнута, или, по меньшей мере, может вызвать вопросы.

Например

Вопросы о вашей квалификации и навыках

ТРАДИЦИОННЫЕ:

- *Какая должность была бы идеальной для вашей карьеры?*
- *На какой должности вы бы хотели быть через три года?*
Через пять лет?
- *Если бы вы могли заново начать свою карьеру, что бы вы сделали по-другому?*

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ:

- *Какие важные цели в карьере вы ставили и достигали на вашей последней работе?*
- *Расскажите о случае в истории своей работы, когда вы успешно расставили приоритеты своих целей в карьере.*

Цели карьеры часто ставятся для соответствия ожиданиям системы управления карьерой. Расскажите о случае, когда вы проявили инициативу и поставили цели и задачи для своей карьеры, несмотря на отсутствие чьих-то указаний.

Например

Ответы о вашей квалификации и навыках

Какая должность была бы идеальной для вашей карьеры?

Она была бы очень похожа на ту, которую вы предлагаете. Конкретно, моя идеальная должность давала бы мне шанс использовать свои технические навыки, опыт руководства и подготовку в разработке продуктов для разработки новой линии продуктов, возможно, на международном рынке. При изучении вашей компании я обнаружил, что ваш отдел расширяет линию своей продукции на европейские рынки. Мне было бы интересно узнать об этом больше.

На какой должности вы бы хотели быть через три года?

Через три года я бы хотел работать здесь. Я собрал достаточное количество информации о вашей компании, чтобы убедиться, что это та организация, на которую я был бы счастлив работать. Я бы хотел остаться в отделе финансовых услуг, потому что мне всегда нравилась эта работа. Я особенно люблю компьютеры и надеюсь изучить новые программы наряду с использованием некоторых программ, которые я уже знаю. Через три года я бы хотел использовать эти навыки для того, чтобы преуспевать в вашем отделе.

Расскажите о случае, когда вы проявили инициативу и поставили цели и задачи для своей карьеры.

Я принадлежу к типу людей, которые не ждут официальных инструкций для того чтобы поддерживать энергию своей карьеры. Год назад я сел и написал цели своей карьеры, несмотря на то, что в компании Amal gamated не было системы управления карьерой. Я использовал свое заявление о целях карьеры в беседе с моей начальницей о подготовке, которая была мне нужна от нее для достижения некоторых из моих более амбициозных целей. В результате своих усилий я достиг большинства своих карьерных целей за несколько месяцев до намеченных сроков.

3. Ваше образование и обучение

Вопросы об образовании и обучении иногда задают для определения того, есть ли у вас необходимые знания для выполнения рассматриваемой работы.

Некоторые люди, проводящие собеседование, могут также пытаться определить ваши умственные способности, интерес к обучению, или то, на что вы больше ориентированы: на теорию или на практику. Вопросы об уровне ваших успехов в учебе могут быть попыткой выяснить вашу мотивацию.

Для некоторых должностей имеет важность постоянное профессиональное развитие, так что человек, проводящий собеседование, может спросить о курсах повышения квалификации, которые вы недавно прошли.

○ Стратегия ○

- **Если у вас нет достаточного уровня формального образования, обычно связанного с этой работой,** то у вас должен быть заготовлен ответ, демонстрирующий, что для выполнения рассматриваемой работы у вас есть навыки и опыт. Либо вы можете использовать пример своих достижений, описывающий, как вы твердо держались в команде более образованных сотрудников.
- **Если ваше образование превосходит ожидаемый уровень,** ваша стратегия должна подразумевать скромное поведение без демонстрации интеллектуального превосходства. Помните: некоторые из людей, проводящих собеседование, могли не иметь тех образовательных возможностей, которые были у вас.
- **Возможно, вы захотите использовать пример ваших достижений** в образовании или обучении и той роли, которую они сыграли, в подходящем примере вашего успеха. Либо вы можете дать пример ваших достижений о том, как вы искали возможности обучения с целью преуспеть в конкретном проекте.

Например

Вопросы о вашей квалификации и навыках

ТРАДИЦИОННЫЕ:

- Какое формальное образование или обучение у вас есть?
- Какая часть этого образования или обучения поможет вам в выполнении этой работы?
- Какой самый важный курс вы закончили за последний год?

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ:

- Расскажите о том, как вы использовали свое образование и обучение.
- Выберите техническую задачу, которую вам пришлось решать, приведите ее подробности и расскажите, что вы делали для решения этой задачи.

Например

Ответы о вашей квалификации и навыках

Расскажите, какое формальное образование или обучение у вас есть. Большинство людей на этой работе начинают, имея степень MBA.

Фактически, я имею степень MS в международном бизнесе. Я полагаю, что конкретная программа, которую я посещал, аналогична MBA с точки зрения образовательных достижений. Мое обучение фокусировалось на бизнесе в азиатско-тихоокеанском регионе, и я полагаю, это будет плюсом при достижении ожидаемых вами результатов на этой должности. Я думаю, что еще более важен мой опыт, особенно в ...

Расскажите о том, как вы использовали свое образование и обучение.

Во время моего последнего проекта быстро стало очевидно, что коллектив, который мне достался, нуждается в сильном руководителе, способном работать с разнообразием квалификации и опыта сотрудников. В частности, там было три сотрудника с обширной личной подготовкой, которые иногда конфликтовали, а часто и просто игнорировали друг друга, несмотря на то, что работали в одном проекте. Я прошел программу обучения под названием «Разнообразие и практический результат» и использовал некоторые из методик, которые узнал на этих курсах. Например, я использовал быструю оценку, чтобы облегчить дискуссию о том, как наши различия влияют на наши деловые отношения. Это было хорошо воспринято. Но важнее то, что в течение месяца эти трое членов коллектива начали постоянно интересоваться мнением друг друга и сотрудничали между собой.

4. Ваши слабые стороны и потенциальные проблемы

У всех кандидатов есть как сильные, так и слабые стороны. Задача человека, проводящего собеседование – оценить их все. Помимо проверки вашей квалификации, опытный человек, проводящий собеседование, всегда проверяет наличие слабых сторон и потенциальных проблем.

Есть два вида слабостей, которые старается раскрыть человек, проводящий собеседование. Первый – это просто недостаточный уровень опыта или знаний в некоторых из навыков, требуемых для конкретной должности. В этом случае человек, проводящий собеседование, должен сделать оценку того, имеет ли кандидат общую квалификацию, которая бы наилучшим образом соответствовала требованиям рассматриваемой должности.

Второй, и более трудный, вид включает личные слабые стороны. По логике, и по закону, человек, проводящий собеседование, должен проверять только те слабые стороны, которые относятся к работе, такие как способность эффективно общаться с разнообразной аудиторией. Но иногда у кандидата есть очень серьезная личная проблема, которая могла бы угрожать эффективности его работы. Хотя это может быть и личная проблема, человек, проводящий собеседование, который ее пропустит, может позднее оказаться в серьезном затруднении. Вопросы, задуманные для вывода на поверхность серьезных проблем, иногда называют покалывающими вопросами.

Стратегия

- Ваша первая стратегия обращения с вопросами, нацеленными на выявление ваших слабых сторон, - это заверить человека, проводящего собеседование, что у вас нет столь серьезных слабых сторон, чтобы исключить вас из рассмотрения в качестве кандидата на должность. Затем вам нужно убедить человека, проводящего собеседование, в том, что любые ваши возможные слабые стороны, связанные с работой, легко преодолимы и перевешиваются вашими сильными сторонами.
- **Отвечая на вопросы о слабых сторонах, не забывайте о том, что никто не совершенен.** Вам нужно признать и понять свои слабые стороны. Если вы этого не сделаете, то, когда одна из них будет поднята на собеседовании, вы будете неподготовлены и, возможно, заставите ее казаться хуже, чем она есть на самом деле.
- **Если вы назовете свои слабые стороны, которые одновременно и существенны, и имеют отношение к обсуждаемой должности,** то вы практически гарантированно будете отсеяны.
- **Наихудшая проблема, которую может создать себе кандидат, - это показаться л живым.** Есть большая разница между нечестностью и благоразумием, так что позаботьтесь о том, чтобы ваш ответ был правдивым и заслуживающим доверия.

Например

Вопросы о ваших слабых сторонах и потенциальных проблемах

ТРАДИЦИОННЫЕ:

- Каковы ваши сильные и слабые стороны?
- Вы не считаете себя слишком квалифицированным для этой должности?
- Какая у вас была самая серьезная критика от вашего начальника?
- Какие ваши самые сильные и самые слабые стороны мог бы назвать ваш предыдущий начальник?
- Что думают о вас ваши подчиненные/равные по должности?
Как бы они описали вашу работу?
- Вы считаете себя хорошим руководителем/менеджером?
- Как вы уживались с другими членами вашего коллектива?

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ:

- Приведите пример случая, когда ваша самая большая слабая сторона мешала вам достичь важной цели в работе.
- Опишите случай, когда вы работали не так усердно, как могли бы.
- Приведите пример случая, когда вам наскучил проект.
- Выберите пример из вашей нынешней работы, который бы отражал вашу способность справляться с напряжением.
- Эта должность потребует от вас работы в команде сотрудников с разнообразными квалификациями. Опишите случай, когда вы были неэффективны в урегулировании конфликта на работе.
- Люди различаются своей способностью использовать силу, чтобы влиять на других. Приведите конкретный пример случая, когда вы использовали силу и получили от пор.

Например

Ответы на вопросы о ваших слабых сторонах и потенциальных проблемах

КАКОВЫ ВАШИ СЛАБЫЕ СТОРОНЫ?

Есть два классических ответа на вопросы о слабых сторонах. Первый – это назвать слабую сторону, которая на самом деле не является слабой с точки зрения компании.

Некоторые люди говорят: «Я слишком жесток в отношении к точности и срокам. И я должен признать, что я чрезвычайно привередливый по отношению к ним обеим, но я научился обсуждать и устанавливать сроки со своей командой, и мои сотрудники находят это разумным.

В прошлом меня критиковали за слишком большой нажим при заключении сделки. И я должен признать, что иногда я действительно очень сильно давя. Поэтому я пошел на дополнительное обучение на тему отношений в процессе продажи, где освежил свои практические навыки, такие как исследование, слушание, управление целями и, конечно, заключение сделки».

Второй ответ призван перенаправить фокус вопроса:

«Из того, что я пока знаю об этой должности, я могу честно сказать, что не имею слабых сторон, которые бы помешали мне хорошо выполнять эту работу. Она выглядит точно, как та работа, которая мне нужна, и я думаю, что отвечаю всем требованиям.

У меня есть ограниченный опыт с X. Однако, на моей предыдущей работе я не знал, как делать Y. Поэтому я выполнил некоторое исследование, читал соответствующую литературу и вскоре был вполне хорошо в этом подготовлен».

5. Деликатные вопросы

Люди, проводящие собеседование, иногда задают вопросы деликатного характера. Нащупывание потенциальных слабых сторон является одной из самых трудных частей процесса собеседования и не все люди, проводящие собеседование, умеют это делать. Иногда менее квалифицированный ведущий может задать неподходящие, даже незаконные, вопросы в попытке раскрыть потенциальные слабые стороны. Общий принцип в отношении того, что является подходящим (и законным) вопросом на собеседовании состоит в том, что вопрос должен иметь отношение к работе.

Комиссия по равным возможностям трудоустройства и Закон о защите прав нетрудоспособных граждан США предназначены для защиты частных лиц. Менеджер по подбору персонала должен быть осведомлен о соответствующих законах и не задавать нарушающих их вопросов. Тем не менее, не все менеджеры по подбору персонала имеют последние данные об этих законах.

Неуместные (и, возможно, незаконные) вопросы включают следующие темы:

- Место рождения
 - День рождения
 - Раса
 - Сексуальная ориентация или сексуальные предпочтения
 - Семейное положение, планы иметь детей
 - Рост и вес
 - Хобби или занятия
 - Инвалидность или физические ограничения
 - Возраст
 - Национальность
 - Религия
 - Данные по арестам
 - Возраст детей; планы по уходу за детьми
 - История наркотической или алкогольной зависимости
 - Чувства в отношении профсоюзов
- **Когда вопрос задан, вы должны понять, как на него ответить.** Даже если вопрос деликатный (или даже незаконный), он требует какого-то ответа. То, как вы ответите, многое скажет о вас как о личности.
 - **Если вы чувствуете, что вопрос неуместен,** постарайтесь определить, что за ним стоит, тактично отвечая такими вопросами, как:
 - Беспокойство в этой области имеет отношение к обсуждаемой должности?
 - Можете ли вы помочь мне понять, как это относится к должностным обязанностям?
 - Я не уверен, как этот вопрос относится к обсуждаемой должности. Можете ли вы разъяснить?
 - В то время, как неуместные вопросы могут быть обескураживающими, и даже могут разозлить, во время собеседования вам нужно сконцентрироваться на продвижении своей карьеры. Если вы хотите исправить несправедливость, советуем сделать это в другой раз.

Например

Вопросы о деликатных проблемах

ТРАДИЦИОННЫЕ:

- Почему вы ушли от предыдущего работодателя?
- Что вам не нравилось в вашей прошлой работе?
- Если бы я говорил с вашим нынешним/предыдущим менеджером, какие ваши самые сильные и самые слабые стороны назвал бы это человек?
- Вы не против теста на наркотики?

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ:

- Расскажите о случае критики вашей работы
- Расскажите о случае, когда вам не удалось справиться с напряженной ситуацией.
- Расскажите о случае, когда вы не смогли приспособиться к переменам.
- Приведите пример случая, когда у вас были серьезные разногласия с вашим начальником.

Например

Ответы о деликатных проблемах

ПОЧЕМУ ВЫ УШЛИ ОТ ПОСЛЕДНЕГО РАБОТОДАТЕЛЯ?

Это наиболее общий пример потенциально деликатного вопроса, который является оправданным и законным для менеджера по подбору персонала. Вы должны быть готовы его услышать и отвечать на него, используя свое заявление об увольнении.

Расскажите о случае критики вашей работы?

Два года назад я подал план проекта своей начальнице. Она позвала меня в свой кабинет и раскритиковала его сверху донизу. Разговор оказался одним из самых продуктивных из всех, что у нас были. Для меня это был отличный познавательный опыт, потому что раньше я никогда не делал проектов, подобных этому. В результате я переделал план и проект прошел очень хорошо. Моя начальница присвоила мне высокий рейтинг эффективности в том году главным образом из-за моего успеха в управлении тем проектом.

Обсуждение зарплаты

Ваша стратегия должна включать в себя план обсуждения вопросов о вашей текущей и ожидаемой зарплате. Вам нужно задерживать обсуждение вознаграждения как можно дольше; слишком раннее обсуждение вознаграждения всегда идет вам во вред. Раскрытие размера вашей последней зарплаты скорее всего приведет к тому, что вы получите предложение, которое будет чуть выше (но не намного). Если это для вас приемлемо, и вы знаете, что ваша последняя зарплата была на уровне отраслевых стандартов, тогда раскрывайте ее размер.

Действуйте по стратегии

Основная стратегия обсуждения вопросов зарплаты состоит из использования трех подходов:

- **Откладывание:** Не раскрывайте своих требований по зарплате слишком рано
- **Вопросы:** Спросите, каков диапазон зарплаты для обсуждаемой должности
- **Раскрытие:** Дайте диапазон. Здесь особо важно ваше исследование

Эта стратегия объясняется более подробно на схеме внизу следующей страницы.

Перед собеседованием выполните исследование

Существенной частью вашей подготовки перед собеседованием является осознание того, чего вы стоите. Идеально, если вы сможете удерживаться от разговора о зарплате до стадии переговоров, но это не всегда получается. Вы должны быть готовы раскрыть эти сведения.

Важно исследовать рынок, чтобы определить диапазон зарплаты для людей, имеющих вашу квалификацию и опыт. Установление этой «действующей нормы» может стоить вам много денег.

Где искать диапазоны зарплат

Информация о зарплатах широко доступна в интернете и других местах, но она сильно различается по качеству и точности. Деловой мир полон отличных и очень высоких зарплат. Эти исследования проводятся консалтинговыми организациями от лица больших корпораций.

Но не унывайте. Существуют все виды обзоров зарплат и онлайн-калькуляторов зарплаты, которые создаются для потребителей бесплатно или за низкую цену. Проверьте наш Ресурс по построению карьеры на наличие лучших из них.

При оценке данных о зарплате удостоверьтесь, источником. Задайте себе вопрос, пришли ли эти данные от организаций, сравнимых по размеру с вашими целевыми компаниями. Выясните, представляют ли они тот сектор (общественный, частный или некоммерческий), в котором вы заинтересованы. Выясните, сколько организаций предоставили данные: чем больше, тем лучше.

Обратите внимание, соответствует ли география представленных в обзоре фирм территории вашего целевого рынка. Также внимательно посмотрите на названия представленных должностей. В век, когда названия становятся все более надуманными и неясными, важно сравнивать требуемые навыки и сферу ответственности, где только возможно.

Использование вашей информации

Вне зависимости от того, придется вам или не придется пользоваться своим исследованием в день собеседования, оно вам все равно понадобится, когда дело дойдет до окончательных переговоров. Смотрите далее в этой главе способы обсуждения условий вашей зарплаты и вашего полного пакета выплат.

Источники для определения размера зарплаты

Интернет: Вы можете легко найти онлайн-калькуляторы зарплат – бесплатно или по низкой цене. Среди лучших вебсайтов - salary.com и salaryexpert.com.

Руководство по профессиональным перспективам: Это национально признанный источник информации о карьере, издаваемый Бюро трудовой статистики США. Эта книга предназначена для предоставления ценной помощи частным лицам, принимающим решения о своей будущей трудовой жизни. Это руководство, которое выходит в новом издании каждые два года, содержит сведения о размерах зарплаты, описывает, чем занимаются работники на работе, указывает характер необходимого обучения и ожидаемые перспективы работы в широком диапазоне профессий. Бюро трудовой статистики США также предлагает информацию на вебсайте.

Специальные выпуски отраслевых и профессиональных журналов: Многие из них выполняют ежегодные обзоры зарплат. Например, журнал «Хроника высшего образования» выпускает ежегодный альманах, который бесценен для людей, находящихся в поиске работы в сфере науки.

Ваша профессиональная или отраслевая ассоциация: Свяжитесь с конкретной ассоциацией, члены которой имеют такую же работу, как та, в которой вы заинтересованы. Спросите, публикуют ли они сведения о зарплатах. Если нет, выясните, кто публикует такие сведения.

Подходы / ответы на вопросы о зарплате

ПОДХОД	СТРАТЕГИЯ / ВОЗМОЖНЫЕ ОТВЕТЫ
1. ОТКЛАДЫВАНИЕ	СТРАТЕГИЯ: Примите вопросы, но не отвечайте. Откладывайте разговор на основании того, что вам требуется больше информации. Если это не действует, переходите к шагу 2, задавайте вопросы. Я бы действительно не смог сказать без полного понимания того, за что я буду отвечать. Мы можем поговорить еще о ... ? Я думаю, это в одинаковом диапазоне, но мне нужно больше узнать об этой работе. Вы можете рассказать немного больше о ... Зарплата, конечно, является важным моментом, но мне нужно больше знать о ... У меня гибкие требования.
2. ВОПРОСЫ	СТРАТЕГИЯ: отвечайте вопросом, возвращая мяч на подающему. Если это не действует, переходите к шагу 3, раскрывайте информацию. Зарплату в каком диапазоне вы обычно платите? Это средний или верхний диапазон? Внимание: Если верхний уровень зарплаты является вашим нижним уровнем, реагируйте и продолжайте разговор.
3. РАСКРЫТИЕ	СТРАТЕГИЯ: В качестве последней альтернативы укажите диапазон. Убедитесь, что вы довольны нижним уровнем этого диапазона, потому что вы сигнализируете о готовности его принять. На основании того, что вы рассказали об этой должности, я думаю, диапазон от _____ до _____ был бы уместным.

Например

Письмо после собеседования

Имя

Адрес

Город/ Штат/ Почтовый индекс Номер телефона • Адрес электронной почты

Было приятно встретиться и побеседовать с Вами вчера. Я признателен Вам за предоставленную мне возможность больше узнать о компании Lester и должности вице-президента отдела по маркетингу в североамериканском регионе.

Значительным итогом нашей встречи стала для меня еще большая убежденность в том, что мой предыдущий опыт в компании Johnson Corporation окажется чрезвычайно ценным в содействии выполнению компанией Lester своих бизнес целей в Северной Америке. Я знаю эту территорию, и, конечно, я очень хорошо знаю ваших основных конкурентов на этой территории.

Хотя мы и не беседовали об этом конкретно, мой опыт развития канадского рынка для компании Johnson может быть легко перенесен на ваши заявленные цели повышения вашего присутствия и репутации на рынке, который стал трудным для распространения ваших продуктов.

Я очень заинтересован в том, чтобы получить эту должность в вашей компании и был бы рад возможности снова встретиться с Вами, а также с любыми подходящими, на Ваш взгляд, сотрудниками вашей компании. Согласно Вашему описанию этой должности, мне представляется, что она включает в себя выполнение тех видов задач, в которых я преуспел и которые уже долгое время надеюсь найти.

Благодарю Вас за Ваше время и интерес. На случай если Вам понадобится дополнительная информация или Вы захотите более подробно обсудить следующие шаги, я планирую позвонить Вам в начале следующей недели.

С уважением,

Имя

Процесс ведения переговоров

Большинство людей полагает, что зарплата – это единственный вопрос для обсуждения в переговорах. На самом деле, обсуждать можно почти все условия, в том числе:

- **Описание должности** (или, по крайней мере, его некоторые подробности, включая название должности)
- **Затраты на переезд**
- **Дату начала работы**
- **Отпуска**
- **Полномочия в принятии решений**
- **Бюджет, ресурсы и поддержку**
- **Подотчетность**
- **Страховые и пенсионные выплаты**
- **Договоры найма**
- **Членство в профессиональных организациях** (и время для участия в них)
- **Опционы на покупку акций**
- **Премии** (включая начальную премию при поступлении на работу)

Смотрите другие обсуждаемые условия на странице 161.

Пределы, в которых вы успешно можете обсуждать все или некоторые упомянутые условия, зависят от характера и уровня должности, а также от принципов найма конкретной компании. В общем, чем выше ваша должность и чем меньше компания, тем больше условий вы можете обсуждать на переговорах; в случае более низкой должности в более крупной компании, ваши рамки для ведения переговоров могут быть более узкими. Помните, что любые переговоры могут начинаться только после поступления предложения.

Рекомендации по ведению переговоров

- **Не бойтесь обсуждать условия.** Большинство организаций не отзовут свое предложение лишь потому, что вы выдвинули разумное требование. Компании бесспорно получают ощущение того, каким вы будете сотрудником, потому поведению, которое вы демонстрируете во время переговоров. Так что будьте осмотрительны.
- **Не открывайте своих требований по зарплате на слишком ранних этапах процесса,** иначе вы рискуете потерять средство для достижения своих будущих целей.
- **Не преувеличивайте свой нынешний доход.** Организации легко проверить любые цифры, которые вы даете; некоторые даже просят показать форму W-2 (заявление о доходах и налогах) или налоговую декларацию.
- **Старайтесь не принимать предложение сразу,** независимо от того, каким хорошим оно кажется. Всегда просите время на его обдумывание. Такая стратегия может дать вам возможность договориться о лучшем пакете вознаграждения. Быстрое согласие принять предложение также может быть воспринято как признак того, что вам предложили слишком много.
- **Если вы не можете добиться повышения предлагаемой зарплаты,** то можете попытаться получить гарантированную премию, поощрение по результатам работы или дополнительные льготы.
- **Сначала договоритесь о вознаграждении наличными,** затем рассмотрите другие льготы и надбавки, завершающие полный пакет вознаграждения.
- **Включите в свое рассмотрение все вознаграждение наличными, премии, участие в прибыли и материальное неденежное вознаграждение** (такое как служебный автомобиль или членство в клубе), а также льготы (например, медицинские).
- **Если вы не добьетесь никакого успеха в своих переговорах относительно настоящего,** сконцентрируйтесь на будущем: например, на пересмотре зарплаты через полгода, на ее автоматическом повышении через год, или на поощрении по результатам работы.
- **Во время переговоров относитесь ко всему с энтузиазмом:** к работе, будущему начальнику и открывающимся возможностям. Сохраняйте положительный настрой.
- **Получение больших денег за свои услуги – дело нелегкое, и требует некоторых тщательно отшлифованных навыков ведения переговоров.** Ведите обсуждение о деньгах на безличном уровне и будьте настолько же деловым и логичным. Постарайтесь вести такое обсуждение чем в течение более чем одной беседы, чтобы в промежутке вы могли получить объективный совет.
- **Существуют и другие важные соображения, настолько же решающие, как и зарплата.** Они включают сферу ответственности и степень самостоятельности, в дополнение к неденежному вознаграждению. Ими нельзя пренебрегать и их нельзя недооценивать.

Обсуждение условий зарплаты

Перед началом процесса переговоров проведите исследование рынка и определите уровень зарплаты работников, имеющих вашу квалификацию и опыт. Интернет является хорошим источником для такого исследования (более подробно об этом см. страницы 156-157).

Осторожные беседы с людьми внутри вашей целевой компании, если они возможны, позволяют вам получить информацию о практике вознаграждения в ней и узнать внутренний диапазон зарплат для вашей желаемой должности.

Второе, что вам нужно сделать перед вступлением в переговоры, это внести ясность в то, какой диапазон зарплаты вам нужен и какой диапазон вы готовы принять.

Большинство крупных корпораций ввели компенсационные программы с установленным диапазоном окладов для большинства позиций. Если компания обозначает, что зарплата обсуждается, вы можете быть уверены, что лицо, ответственное за заполнение конкретной позиции, проводит поиск в определенном диапазоне окладов. Кроме того, компании с установленными диапазонами будут назначать оклад исходя из среднего значения диапазона (или ниже).

Исключением из этого общего правила являются небольшие компании с менее выраженной структурой. Речь идет об окладе высшего руководства (т.е. генеральный директор, финансовый директор, директор по производству), а также для вновь созданных позиций. Очевидно, что это дает свободу действий для ведения переговоров.

Два сценария ведения переговоров

Контрпредложение: обычно в ваших интересах добиться того, чтобы работодатель первым упомянул цифры для установления исходного уровня. Следующий ход – ваше контрпредложение.

Сценарий №1

Допустим, вы узнали, что приблизительный диапазон для определенной работы составляет от 75 000 до 90 000 долларов США, а работодатель предлагает вам 81 000 долларов США. На последней работе вы зарабатывали 80 000 долларов США и полагаете, что ваша квалификация и опыт позволяют вам теперь получать 85 000 долларов США.

Ваше контрпредложение может звучать приблизительно так:

Я действительно хочу у вас работать, потому что это великолепная должность, и я знаю, что могу принести результаты. Учитывая мой опыт и послужной список, я чувствую, что стою 89 000 долларов США.

Это оставляет пространство работодателю для повышения его исходного предложения, а вам – для некоторого снижения в надежде, что окончательное предложение будет таким, как вы хотите: 85 000 долларов США.

Когда вы делаете контрпредложение, будьте гибким и всегда сохраняйте переговоры открытыми. Не бойтесь молчания. Если ответ – твердое нет, вам придется переходить к варианту обсуждения неденежной части вознаграждения. Тем не менее, ваше естественное желание получить эту работу не должно мешать вам продать свою квалификацию и опыт за чуть большие деньги.

Сценарий №2

Работодатель предлагает зарплату в размере 90 000 долларов США, а вы зарабатываете чуть больше. Ваше контрпредложение может звучать приблизительно так:

«Если мы договоримся о 90 000 долларов США, возможно ли будет получить трехнедельный отпуск вместо двухнедельного?» Или: «Если я соглашусь на это число, возможно ли будет пересмотреть мою зарплату после трех месяцев работы? Я полагаю, что вы будете вполне удовлетворены моим вкладом».

Помните, что помимо ожидания вашего возможного контрпредложения в составе переговорного процесса работодатель так же будет ожидать, что вы оставите место для небольшого снижения цены в ходе переговоров. Возможно, он несколько увеличит стоимость своего первоначального предложения, но будет ожидать, что вы также понизите и стоимость своего контрпредложения.

Перед тем, как делать контрпредложение, предварите его замечаниями, выражающими ваш подлинный интерес к этой должности, и объясняющими, что на основании вашего опыта, навыков и послужного списка вы чувствуете, что заслуживаете большего.

Обсуждение условий полного пакета вознаграждения

Ниже перечислены предлагаемые формы неденежного вознаграждения, которые вы должны учитывать при обсуждении условий вашего окончательного пакета вознаграждения. Помимо очевидных финансовых выгод (комиссионные, премии, акции, участие в прибыли, пенсия, пенсионный план 401K), есть многочисленные неденежные возможности, которые могут вам предоставить значительные финансовые преимущества.

Не пытайтесь пройти весь этот список с вашим перспективным работодателем. Сначала прочтите брошюры о предоставляемых материальных выгодах, а также другие материалы компании. Потом задайте вопросы, чтобы получить нужную вам информацию о различных программах. После этого определите очередность вопросов и сосредоточьтесь на обсуждении тех из них, которые наиболее важны для вас.

МЕДИЦИНСКИЙ ПЛАН

- Стоматологический план
- Наблюдение у окулиста
- Консультирование
- Доля участия в компании
- Удержание из зарплаты
- Процент возмещения
- Выбор медицинского учреждения

СТРАХОВАНИЕ:

ЖИЗНЬ, ТРУДОСПОСОБНОСТЬ, НЕСЧАСТНЫЙ СЛУЧАЙ

- Размер пособий и страховые случаи
- Расходы работника
- Платежи
- Доля участия компании/ваши платежи
- Страхование поездок, в дополнение к страхованию жизни, а также смерти в результате несчастных случаев
- Страховая защита личной ответственности, возникающей в результате исполнения должностных обязанностей

ВОЗМЕЩЕНИЕ РАСХОДОВ НА ПЕРЕЕЗД, ОПЛАЧИВАЕМЫХ КОМПАНИЕЙ

- Расходы на переезд
- Затраты работника и его семьи на поездку и гостиницу
- Помощь по ипотеке и на гонорар маклерам
- Оборудование жилья

ОТПУСК

- Количество дней в первый год
- Программа на последующие годы
- Возмещение за неиспользованные дни
- Дополнительный отпуск

ОПЛАЧИВАЕМЫЕ ПРАЗДНИКИ

- Количество в год
- Гибкость использования
- Личные праздники
- Возмещение за неиспользованные дни
- Правила переноса или накопления

АВТОМОБИЛЬ/ЗАТРАТЫ НА НЕГО

- Автомобиль от компании (производитель/модель, частота замены, использование для личных целей, плата за такое использование, совместное использование, заправка и уход)
- Пособие на автомобиль вместо автомобиля от компании (фиксированное или по километражу; участие в уплате налогов и их возмещение)

ОТЧЕТНОСТЬ ПО РАСХОДАМ

- Нефиксированные пособия
- Возмещение расходов
- Затраты на проезд
- Парковка от компании или оплачиваемая компанией

ПРОГРАММЫ СКИДОК НА ПРОДУКЦИЮ КОМПАНИИ

- Грант на обучение детей в университете
- Другие программы потребительской продукции другой компании, программы доплаты

КАФЕТЕРИЙ ИЛИ СТОЛОВАЯ

- Полностью или частично оплачиваемое питание
- Цены без налогов

АВИА ПЕРЕЛЕТЫ

- Первым классом
- Авиакомпания, зал ожидания повышенного комфорта- за счет компании,

ЧЛЕНСТВО В КЛУБЕ ИЛИ

ВЗНОСЫ НА НЕГО

- Health/golf/tennis clubs
- Lunch on clubs
- Facilities available to families

ЧЛЕНСТВО В

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ/ОТРАСЛЕВОЙ АССОЦИАЦИИ ИЛИ ВЗНОСЫ НА НЕГО

- Возмещение затрат на сертификацию или получение лицензии
- Расходы на участие в собраниях или программах ассоциации

ЖИЛЬЕ ОТ КОМПАНИИ

- Наличие
- Только для работника, или также для его семьи

ПРОГРАММЫ ПОМОЩИ В ОБРАЗОВАНИИ

- Возмещаемый процент фактических расходов
- Потолок затрат
- Только связанное с работой обучение или другие ограничения

ПРОГРАММЫ ПОМОЩИ РАБОТНИКУ

- Консультирование работника или его семьи (злоупотребление алкоголем, наркотиками, финансовые проблемы)

ПРОГРАММЫ

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОМОЩИ, ОПЛАЧИВАЕМЫЕ КОМПАНИЕЙ

- Подача декларации о подоходном налоге
- Планирование финансовых инвестиций
- Юридические услуги

ЕЖЕГОДНЫЙ МЕДОСМОТР

Для сотрудника/членов его семьи

Заключение сделки

Теперь, когда вы близки к тому, чтобы сделать свою компанию по поиску работы успешной, очень важно не сделать ничего такого, что могло бы поставить ваши шансы под угрозу. Теперь не время идти на глупый риск или не делать свою домашнюю работу. Известно слишком много случаев «гарантированного успеха», который ускользнул в последнюю минуту просто потому, что воспринимался как должное.

Вот несколько способов самозащиты:

- Договоритесь о дате принятия вами решения и обязательно дайте свой ответ к этой дате.
- Не останавливайте полностью свой проект по поиску работы и не отказывайтесь от других вариантов до тех пор, пока на самом деле не начнете работать на новом месте. Пока вас не включают в зарплатную ведомость, у вас нет ничего, кроме слова работодателя.
- Если возможно, постарайтесь получить предложение в письменном виде. Самой обычной его формой является письмо-приглашение на работу и его условия. Если в данный момент у вас есть работа, было бы неразумно увольняться до получения такого письменного подтверждения.
- Если вам не дают предложения в

письменном виде, вы сами можете написать в адрес компании письмо с подтверждением условий вашего договора.

- Проверьте, что не осталось никаких непредвиденных факторов.

Например, наведены ли все справки и пройдены ли все проверки безопасности? Прошли ли вы требуемый медосмотр?

- Не распространяйтесь о вашей новой работе до тех пор, пока действительно не начнете работать. До тех пор, пока приглашение на работу не оформлено, рассказывайте о нем только членам своей семьи и близким друзьям.

Как только вы приступили к новой работе, не будьте должным образом завершить свои поиски работы и приготовьтесь к управлению своей новой карьерой. Э то рассматривается в рамках эта- па 10



Советы и методы

Работа сразу с несколькими предложениями

Не исключена вероятность того, что вы окажетесь в ситуации одно временного получения двух или больше предложений. Вот предлагаемые стратегии:

- **Постарайтесь получить как можно больше времени.** Не бойтесь требовать времени, нужного вам для принятия наилучшего решения, а также для рассмотрения или формирования других предложений. Вряд ли компания отзовет свое предложение из-за того, что вы требуете чуть больше времени на его рассмотрение. Вы можете сказать что-то в роде: «Я очень взволнован этой возможностью и вашим предложением. Ваша компания именно такая, какую я искал. Естественно, я хочу обсудить это с семьей. Можно вернуться к вам в понедельник?» Или вы можете растянуть процесс, попросив времени на подробное изучение пакета льгот.
- **Общайтесь с представителями других компаний.** Используйте полученное время, чтобы связаться с другими компаниями, с представителями которым и у вас уже были встречи, и пытайтесь ускорить процесс рассмотрения вашей кандидатуры. Возможно, вы захотите им рассказать о другом предложении, хотя упоминание названия другой организации обычно не является хорошей идеей.
- **Вы можете сказать что-то вроде: «Я хотел сразу же обратиться к вам, потому что получил предложение от еще одной организации.** Я по-прежнему очень заинтересован в вашей компании, а вы выразили некоторую заинтересованность мной. Можно ли что-нибудь сделать для ускорения процесса?»
- **Есть много причин, по которым компании тратят долгое время на принятие решений о найме.** Если вы сильный кандидат, то мысль вас потерять может подтолкнуть их к действию. Если есть вероятность, что вы примете другое предложение, то вы очень мало теряете.

Например

Приглашение на работу

Я рад подтвердить наше приглашение на работу и Ваше вступление в штат компании International Industries, Inc. в качестве вице-президента по маркетингу. Согласие принять это приглашение будет означать, что Вы возьмете ответственность за нашу новую территорию в азиатско-тихоокеанском регионе, выполняя обязанности, указанные в прилагаемом описании должности. В настоящем письме приведены общие сведения этого нашего предложения, а также описаны ваши трудовые отношения с нами.

Это приглашение на работу включает:

- начальную зарплату в размере 110 000 долларов США в год с пересмотром через 6 месяцев в течение первого года.
- три недели отпуска в первом году; четыре недели – после первого года; годичный – после пяти лет.
- оплачиваемый компанией переезд из Миннесоты в Японию.
- участие в прибыли, пенсионный план 401K, а также льготный план согласно изложенному в прилагаемом пакете льгот.

Это предложение действительно только при выполнении следующих условий:

- удовлетворительное подтверждение занятости и проверка рекомендаций.
- удовлетворительное подтверждение вашей личности и разрешения на работу в США согласно Реформе об иммиграции от 1986 г. и Акта о контроле (заполнение Формы I-9 Службы иммиграции и натурализации США).
- оформление Договора о конфиденциальности и изобретениях.
- выполнение наших условий зачисления в штат

Поставьте свою подпись внизу этого документа, чтобы подтвердить свое согласие принять это предложение, которое сохраняет силу до (дата). С нетерпением жду Вашего согласия принять это предложение и вступить в наш коллектив. Если у Вас есть какие-либо вопросы, пожалуйста, звоните мне.

Суважением,

Я прочитал это письмо и принимаю условия приема на работу Подпись Дата

Вложения



Закрепление материала по этапу

Теперь за работу! Вы в решающей стадии своего поиска. Здесь есть, что выигрывать, но и потерять можно многое, так что нужно проводить обсуждения с большой осторожностью. Сайт CRN (Ресурс по построению карьеры) может в этом помочь.

Перед завершением этого этапа:

Зайдите на вебсайт Ресурса по построению карьеры (CRN), чтобы найти:

- Советы и онлайн-обучение на тему обсуждения вопросов, которые вам задают, и на тему формулировки вопросов, которые вы, возможно, захотите задать во время собеседований
- Способы оттачивать ваши примеры достижений, которыми вы будете пользоваться на собеседованиях.

Применение метода SOAR

- Описание различных типов собеседования, включая телефонное собеседование и второе собеседование, а также способы управления ими
- Советы по процессу переговоров, в том числе что и когда обсуждать. Доступ к калькуляторам зарплаты, местному рынку и информации по переезду
- Образцы писем и сообщений по электронной почте, которые можно использовать после собеседований, а также для согласия или отказа принять приглашение на работу

На собеседованиях и в процессе переговоров важно, чтобы вы доносили свое сообщение. Вам нужно уметь моментально извлекать из памяти и формулировать подходящий материал, так что потратьте некоторое время на репетиции (возможно, с чьей-то помощью), перед тем как «выходить в прямой эфир».



ЭТАП 10

Переход на новую должность

Почему этот этап важен?

Поздравляем! Вы хорошо справились со своим проектом и победили! Вы взволнованы и полны желания двигаться дальше в своей карьере, и по праву. Тем не менее, мы добавили этот этап по очень важной причине: ваш проект по поиску работы, может быть, и закончился, но ваша карьера только начинает новую главу.

Вам нужно разработать стратегию поддержания вашей сети знакомых

Если ваш поиск был средней или большей продолжительности, то, вероятно, вы донесли свою информацию до многих людей, а многие из них, возможно, говорили о вас со своими знакомыми. Важной частью завершения вашего поиска является уведомление ваших знакомых о вашем успехе и новом статусе, а также, что не менее важно, выражение благодарности за их поддержку в течение вашего перехода на новую работу.

Вы усердно работали над построением и поддержанием своей сети знакомых. Она слишком ценна, чтобы ее терять. Решите, кого вы хотите оставить в своей сети надолго. Разработайте стратегию общения, чтобы регулярно поддерживать с ними связь.

Вам нужно подготовиться к своему переходу

Есть несколько вещей, которые вы можете сделать, чтобы правильно влиться в свою новую работу:

- **Участвуйте в объявлении о вашем вступлении в должность.** Попросите, чтобы вас задействовали в объявлении о вашем вступлении в

должность, чтобы вы могли как можно более полно участвовать в том, как вас рассматривают, представляют и позиционируют.

- **Определите обязанности, ожидания и проблемы.** Разработайте список своих собственных вопросов, а также список тем для обсуждения с вашим новым начальником так, чтобы обязанности, роли и ожидания были ясными и хорошо определенными. Выявите проблемы, которые, на ваш взгляд, стоят перед вами на новой должности: задачи, обязательства и решения, ожидающие принятия. Обдумайте и взвесьте благоприятные и неблагоприятные условия вашей новой работы.

Разработайте стратегию вступления в должность.

Разработайте стратегию получения большего количества необходимой вам важной информации об организации, сотрудниках, работе и принятых нормах, чтобы построить прочные отношения со своим новым начальником, равными по должности сотрудниками и подчиненными.

Вопросы для изучения

- Если бы я рассматривал еще одно предложение, сообщил бы я конкурирующей организации о своем решении?
- Оповестил ли я об успешном окончании моего поиска те организации, в которых у меня было много контактов, так, чтобы сохранить хорошие отношения?
- Сообщил ли я всем фирмам по подбору персонала, с которыми работал?
- Позвонил ли я, или написал, знакомым, предоставлявшим мне информацию и поддержку в ходе моего проекта по поиску работы, чтобы их поблагодарить?
- Организовал ли я свою базу данных и составил ли план по поддержанию сети знакомых, которую я построил?
- Разработал ли я план своего вступления в новую организацию?

Предлагаемые действия

- **Полностью завершите свой поиск работы:**
 - Свяжитесь с другими организациями, с которыми вы вели переговоры.
 - Поблагодарите своих знакомых за их помощь и сообщите им, как с вами связаться в будущем.
 - Организуйте базу данных своих знакомых, чтобы оставаться на связи.
 - Регулярно поддерживайте связь со своими знакомыми.
- **Проясните ожидания, которые касаются вашей новой роли,** выявите безотлагательные проблемы и убедитесь, что ясно понимаете ту внутреннюю ситуацию, частью которой вы теперь являетесь.
- **Участвуйте в объявлении вашей новой должности различным заинтересованным лицам.** Такое первое объявление обычно очень короткое, но поскольку оно оставляет долгое впечатление, стоит его продумать.
- **Установите планы построения прочных отношений** и разъяснения ожиданий со своим новым начальником, равными по должности сотрудниками и подчиненными.
- **Создайте стратегию анализа готовности организации и своих подчиненных** принимать любые изменения, которые вы планируете внедрить.

Начните работу над своим профессиональным развитием в самом начале работы на новой должности. Используйте свой опыт поиска работы для повышения своей эффективности на новом месте работы, овладевайте новыми навыками и повышайте свою общую рыночную привлекательность. Рассмотрите возможность нанять для себя профессионального инструктора для руководящих работников.

Завершение вашего поиска

Завершение вашего поиска означает окончание любых других переговоров, возможно, намеченных с другими компаниями, и сообщение фирмам по подбору персонала, с которыми вы сотрудничали, где они могут вас найти в будущем. Эта стадия также включает в себя общение со своей сетью знакомых, чтобы поблагодарить их за помощь и выразить интерес в дальнейших контактах с ними.

Свяжитесь с другими компаниями

Свяжитесь с любыми другими компаниями, с которыми вы вели переговоры или много общались, и расскажите им о своем решении. Для быстроты, вы можете сделать это по телефону, но вам также понадобится довести дело до конца в более подробном письме или в электронном сообщении. При написании письма не забывайте, что вам потребуется «оставить дверь открытой» для любых потенциальных возможностей в будущем. Если у вас уже есть новая визитка, вложите ее в свое письмо.

Известите своих знакомых

После всей работы, которую вы проделали, вам, конечно, не нужно отстраняться от тех знакомств, которые вы так усердно развивали. В будущем они могут стать такими же ценными для вас источниками информации, профессиональными объединениями, и, конечно, сетевыми знакомыми, окажись вы снова в поиске.

- Пишите, посылайте электронную почту или звоните каждому из своих знакомых, включая особенно полезные вам кадровые агентства, чтобы уведомить их о вашем новом статусе. Сообщите им, как связаться с вами в будущем, и поблагодарите их за поддержку, информацию и советы (если это уместно) в ходе вашего проекта по поиску работы.
- Проанализируйте свой список знакомых и решите, кого из них вы бы хотели оставить в своей действующей сети на будущее. Создайте базу данных для помощи в отслеживании своих продолжающихся контактов с ними. В своей переписке с этими знакомыми предлагайте варианты, в которых вы можете оставаться полезными друг для друга.

Последовательное и постоянное использование вашей системы связей и знакомств может принести вам долгосрочную пользу в развитии карьеры и просто является частью хорошего

Подготовка вашего объявления о вступлении в должность

Объявление о вступлении в должность может быть сделано в любой форме — от официального пресс-релиза для общественности до внутреннего объявления для различных отделов организации.

Какую бы форму оно не приняло, оно обычно задает тон вашего официального и публичного вступления в новую организацию и может оставить у людей длительное первое впечатление. Вполне стоит потратить время на то, чтобы определить заранее, как вы можете повлиять на объявление о своем назначении на должность, или, возможно, даже его написать.

На любой новой работе важно подумать о том влиянии, которое ваше назначение может оказать на организацию и на ваш прием в нее.

Рассмотрите эти вопросы:

- В чем заключается перемена? Для чего она делается?
- Куда уходит человек, занимавший эту должность до меня? (необязательно)
- Почему вы брали меня?
- Каковы мои намерения, планы или цели?
- Есть ли какие-то споры вокруг меня и моей новой должности? Почему?
- Какую информацию о своей подготовке я хочу сделать известной другим?
- Какие подробности о себе я не хочу слышать?
- Какова политическая обстановка, и какое отношение она имеет ко мне?

управления карьерой. Ищите возможности поздравить другого человека с успехами запиской или звонком, регулярно поддерживайте связь путем передачи найденной вами информации или статей, и, конечно, будьте для них источником поддержки и информации, если они (или кто-то из их знакомых) окажутся в поиске работы.

Погружение в новую должность

Эта компания вас впечатлила. Вы захотели там работать и получили эту работу. Теперь вам нужно подумать над тем, как вам наилучшим образом погрузиться в среду этой организации. Курс компании Lee Hecht Harrison по погружению в среду для руководящих работников предоставляет необходимую стратегию и структуру для содействия новым или недавно получившим более высокую должность руководителям при оценке их личного развития в той мере, насколько оно относится к культуре организации и ее ожиданиям, и для содействия в развитии измеряемых результатов в течение самых важных первых шести месяцев.

Следующая информация взята из первоначальных шагов курса по погружению в среду для руководящих работников. Она позволит вам составить стратегию и план действий для облегчения вашего собственного успешного погружения. Даже не имея собственного профессионального инструктора, который направлял бы вас, вы можете использовать некоторые из тех принципов, которыми пользуются инструкторы компании Lee Hecht Harrison. Начиная работу в новой должности, обращайтесь внимание на четыре области, которые подробно обсуждаются на следующих страницах:

1. Чтение культуры

Одной из первых целей в успешном погружении в среду новой компании или новой рабочей группы является выявление норм культуры и стиля данной организации, вашего руководителя, равных вам по должности сотрудников, а также прямых подчиненных. Это особенно важный шаг в понимании сходств и в избежание возможных несоответствий между вашим стилем и культурой организации.

Вы, вероятно, получили впечатление об этой культуре в ходе вашего исследования и собеседований. Теперь пришло время улучшить ваши знания. Культуру организации иногда можно подытожить одним предложением:

ВОТ ТАК МЫ ЗДЕСЬ ВЕДЕМ ДЕЛА

Нормы являются частью культуры любой организации. Обычно они нигде не записаны. Они представляют собой способы поведения на работе, набор поведенческих характеристик, развившихся с течением времени. Вы выбрали эту организацию, потому что она соответствовала вашим представлениям о том, что вам нужно. Теперь, как новому человеку, вам нужна вся информация, какую вы можете собрать о культуре этой организации. Если бы эта информация была записана в виде перечня убеждений, ценностей, или даже того, что можно и чего нельзя, какими бы были пункты этого перечня?

Они являются нормами того, как люди себя ведут в рабочей группе, и как выполняется работа. Эти групповые нормы не всегда очевидны и их трудно объяснить кому-то, находящемуся за пределами этой группы. Фактически, они никогда не выражаются словами.

2. Создание союзов и влияние на других людей

Назначение нового сотрудника почти всегда создает перемену в структуре и социальной ткани организации. Вам нужно установить значимые и подлинные связи с равными по должности сотрудниками, старшими руководителями, клиентами и подчиненными, быстро строить доверие. Эти связи обеспечивают фундамент для создания вашего эффективного вклада в организацию. Слишком быстрое движение к тому, что вы можете предоставить без построения положительного союза может оттолкнуть других людей и сделать невозможным необходимое сотрудничество и поддержку.

- *За что отвечают другие? Что для них важно? Что им нужно?*
- *Что действует в их случае? Что не действует?*
- *Как моя работа согласовывается с тем, что они делают? Как я могу облегчить их работу?*
- *Как моя работа вписывается в общую схему?*
- *Кто контролирует ресурсы, обеспечивающие мою работу?*
- *Как я могу наладить сотрудничество с этими людьми? Что я могу им предложить?*

Ищите способы удовлетворения потребностей других людей. Иногда подобные ходы, сделанные на ранних этапах, могут иметь длительное действие. В начале, пока вы еще можете задавать вопросы, как можно больше контактируйте с равными по должности сотрудниками. Как можно больше и как можно быстрее знакомьтесь с людьми лично.

Стройте отношения. Естественно, вам нужно будет быстро строить рабочие отношения со своими подчиненными. Тщательно продумайте, какое впечатление вы хотите произвести, и затем найдите средства для выполнения этого. Вероятно, вы будете использовать сочетание групповых и индивидуальных встреч. Возможно, будет лучше начать с индивидуальных встреч, чтобы собрать информацию до проведения групповой встречи.

Возможно, вам понадобится задавать вопросы отдельным людям, в том числе:

- *Чем вы сейчас занимаетесь?*
- *Какова ваша профессиональная подготовка?*
- *Опишите себя вкратце. Что бы вы хотели, чтобы я о вас знал?*
- *Что вы видите как сильные и слабые стороны этой организации? А нашей рабочей группы?*
- *Как вы думаете, что следует прекратить делать? А что следует начать делать?*
- *Имеются ли какие-то обещания или обязательства перед вами, о которых мне следует знать?*
- *Что вы хотите узнать обо мне? Есть ли что-то конкретное, что вам нужно от меня?*

3. Определение и согласование ожиданий

Понимание характера ожидаемых результатов бизнеса, знание того, кто ожидает их получения и в какой очередности, является следующей стадией успешного погружения в среду компании. Ключ к этой стадии состоит в установлении соглашения о том, как будет выглядеть успех и как он будет измеряться. Естественно, это начинается с вашего начальника и, вероятно, не будет полностью определено за один разговор.

Ниже мы указали некоторые вещи, которые вам нужно знать.

Даже если вы задавали некоторые из этих вопросов в ходе процесса собеседования, их повторение, когда вы уже находитесь на должности, является способом тонкой настройки ответов.

- *За что я отвечаю?*
- *Каковы ближайшие и долгосрочные ожидания в отношении моей работы?*
- *Каковы приоритеты моего начальника? Что является важным?*
- *Какой вид рабочих отношений предпочитает мой начальник?*

Возможно, вы захотите задать такие вопросы:

- *Каким был человек, которого я заменяю?*
- *Чего он достиг?*
- *Были ли у него какие-то трудности?*
- *Есть ли что-то, что сейчас происходит в нашей организации, о чем мне нужно знать?*
- *Какие невыполненные обещания, обязательства или ключевые решения подействуют на меня?*
- *С какими ключевыми людьми мне следует познакомиться?*
- *Какие процедурные, информационные ожидания, а также ожидания по проведению собраний, относятся ко мне?*

4. Нацеленность на быстросредающие проекты

Большинство новых руководителей пытается оказывать широкое и существенное воздействие на организацию, имея при этом лучшие намерения.

Тем не менее, долгосрочная направленность действий должна быть уравновешена краткосрочной, поскольку вам нужно в самом начале продемонстрировать свою эффективность с целью утвердиться в организации в качестве силы. Если вы попытаетесь тратить время на каждый возможный проект или инициативу, то ваши усилия будут значительно ослаблены.

Задайте себе вопросы:

- *С учетом всего, что я узнал до сих пор, какие проекты наиболее важно предпринять в течение моего первого года в должности?*
- *Какие проекты являются долгосрочными, а какие краткосрочными?*
- *Какие из краткосрочных проектов наиболее вероятно могут быстро оказать положительное воздействие на организацию?*

Сохранение темпа вашей карьеры

Получение отличной новой работы не означает, что вы можете расслабиться и пустить свою карьеру на самотек. Есть несколько вещей, которые вам нужно сделать для сохранения темпа вашей карьеры. О некоторых из них вы узнали в ходе своего проекта по поиску работы.

Продолжайте изучать свою профессиональную среду

Так же, как и в начале своего проекта по поиску работы, постоянно продолжайте изучать свою профессиональную среду, поддерживая свою осведомленность о том, что происходит в вашей отрасли и профессии.

Отрасли и профессии меняются, и вам нужно знать, как эти изменения действуют на вашу будущую способность устроиться на работу.

- Как ваша профессия впишется в будущие планы вашего нового работодателя?
- Как она будет подходить, в долгосрочной перспективе, другим организациям, в которых вы, возможно, захотите искать работу в будущем?
- Что вам нужно делать для повышения своей квалификации и навыков в ближайшей и долгосрочной перспективе, чтобы оставаться на вершине ситуации?
- Нужно ли вам подумать о работе с профессиональным инструктором для помощи в этом деле?

Время от времени пересматривайте свою профессиональную цель

Независимо от того, рассматриваете ли вы эту новую работу как наилучший очередной шаг в карьере или только как переходный, вам нужно продолжать заново определять направление

дальнейшего движения своей карьеры. Может быть, вы подумываете о получении должности вашего нового начальника; возможно, предлогом ваших мечтаний является руководство конкретным отделом, подразделением или компанией, может быть даже вашей собственной компанией.

Оценивайте время от времени свое призвание, навыки, интересы, ценности и качества, чтобы определить, какие из них изменились. Точно так же, как ваша профессиональная цель задавала тон вашему проекту по поиску работы, она также задает тон управлению вашей карьерой.

Всегда имейте стратегию общения

Зная важность примеров достижений при поиске работы, и помня, как иногда бывает трудно их вспомнить и развить, примите решение на постоянной основе записывать свои новые примеры достижений на новой работе. Ведите журнал или дневник достижений, успехов, достигнутых целей, предпринятых инициатив, решенных задач и других позитивных событий. Приучитесь вести учет этой ценной информации и записывать ее еженедельно.

И обязательно поддерживайте свое резюме в актуальном состоянии. Никогда не знаешь, когда может представиться еще одна возможность.



Закрепление материала по этапу

Поздравляем вас! Вы заслуживаете поздравлений, потому что усердно работали над своим поиском, а также над тем, чтобы развить и расширить свою сеть связей и знакомств. Так что не бросайте это сейчас! Взгляните на эти советы.

Перед завершением этого этапа:

Зайдите на вебсайт Ресурса по построению карьеры (CRN), чтобы найти:

- Советы о том, как осуществлять завершение процесса вашего поиска, продолжая поддерживать активные отношения с вашей сетью знакомых
- Образцы писем и сообщений по электронной почте, которые можно использовать, чтобы проинформировать людей о вашем успехе
- Способы участия в объявлении о вашем вступлении в должность
- Советы по сохранению темпа вашей карьеры, а также рекомендации по быстрому и эффективному погружению в вашу новую должность

То, что вы делаете на своей новой работе в течение первых трех месяцев, может иметь особую важность для вашего долгосрочного успеха, поэтому важно быстро наладить работу. Перед людьми, вступившими в новую организацию, стоят особые проблемы, включая недостаточное знание культуры организации и ее неписаных правил, а зачастую и предвзятое отношение сотрудников организации к посторонним людям. Будьте реалистом, ожидайте некоторого скептицизма в отношении себя и своего прихода на должность и усердно работайте, чтобы добиться первых успехов по мере того, как вы открываете способы ведения дел в новой для себя организации. CRN (Ресурс по построению карьеры) предлагает несколько книг, которые могут быть вам полезны при переходе на новую работу.

Постоянное использование сайта CRN

- После завершения вашей программы с компанией Lee Hecht Harrison, вам будет предоставлен бесплатный неограниченный доступ к сайту выпускников Ресурса по построению карьеры. Многие из того, что вы там найдете, в точности совпадает с тем, что вы делали во время прохождения программы по получению трудоустройства, разработанной компанией Lee Hecht Harrison (LHH), в том числе Онлайн-обучение, подкасты (тематические подборки), аудиокниги, а также интерактивные инструменты и документы
- Образцы резюме, сопроводительных писем, электронных сообщений и других документов
- Все ваши личные сохраненные документы и ссылки с сайта CRN
- Доступ к корпоративной базе данных компании LHH по построению сети знакомств и связей
- Неограниченное использование авторских услуг компании LHH по составлению резюме

По мере продвижения вашей карьеры вперед мы хотим, чтобы вы оставались на связи с компанией Lee Hecht Harrison. Мы желаем вам всего наилучшего в вашей новой должности!:

Словарь терминов

Заявления о достижениях:

Короткие заявления, которые отражают ваши действия и достигнутые результаты. Вы включаете их в состав своего резюме.

AIM (Assess, Investigate, Manage):

Авторский трехстадийный деловой подход компании Lee Hecht Harrison к трудоустройству. Этот акроним означает: «Оценка возможностей - Выполнение поиска - Управление трудоустройством».

Видение карьеры:

Где вы хотите находиться в своей трудовой жизни через пять лет. Какую именно ситуацию с работой вы бы хотели иметь. Когда вы смотрите на свою жизнь в целом, какую роль вы бы хотели отвести в ней для карьеры.

Хронологическое резюме:

В нем перечисляется опыт работы в обратном хронологическом порядке, с самого последнего до самого первого рабочего места, с большим акцентом на последнем рабочем месте. Это чаще всего используемый и распространенный формат.

CRN:

Ресурс по построению карьеры – собственный вебсайт компании Lee Hecht Harrison, предназначенный для оказания содействия практически во всех областях вашего поиска. Адрес вебсайта: <https://crnlhh.com>. Сразу после регистрации на сайте CRN вы становитесь его пожизненным членом.

Прямая почтовая рассылка:

Подразумевает рассылку писем или сообщений по электронной почте людям, которые никогда о вас не слышали и не имеют с вами никакой связи. Доля успешных попаданий к менеджеру по подбору персонала с помощью этого средства – низкая.

Экологическое предпринимательство:

Запуск бизнеса с экологической направленностью. Большинство экологических предпринимателей создает свой рынок в областях, давших им рыночное преимущество, и одновременно оказывают положительное воздействие на окружающую среду.

Предпринимательство:

Это значит быть собственным начальником и владеть

своим собственным бизнесом. Как правило, существует четыре варианта предпринимательства: стать консультантом, приобрести франшизу, купить бизнес или начать бизнес.

Решение работать на себя основывается, в первую очередь, на личных факторах.

Фирмы по поиску руководящих работников:

Обычно также известные под названием рекрутеры или кадровые агентства, они работают от лица работодателей, а не соискателей. Часто они нанимают людей, имеющих работу, а также тех, кто активно ее ищет. Остерегайтесь любой фирмы, требующей с вас гонорар.

Заявление об увольнении:

Отвечает на вопрос «Почему вы ищете новую работу?» Эффективное заявление об увольнении – краткое, не содержит оправданий, составлено с использованием слов с положительной коннотацией.

Функциональное резюме:

Предназначено для подчеркивания квалификации соискателя работы, в нем менее выделены конкретные работодатели и даты. Оно особенно подходит тем соискателям, которые хотят существенно изменить область работы или сферу своих функций.

LinkedIn:

Связанный с работой вебсайт, который можно использовать как эффективный инструмент нетворкинга. Другие вебсайты социальных сетей, таких как Facebook, также можно использовать для нетворкинга.

Личный маркетинговый план:

Помогает организовать и установить приоритеты в вашем поиске работы, а также позволяет сохранить высокую эффективность работы. В него входит ваша профессиональная цель, заявление о позиции, определение целевого рынка и список целевых компаний.

Заявление о позиции:

Основной инструмент общения, который используется в течение всего вашего поиска. В сущности, он отвечает на вопрос, кто вы. В нескольких предложениях он сообщает о вашей профессии, специальных знаниях, типах организаций, в которых выработали, и о ваших уникальных сильных сторонах.

Профессиональная цель:

Она определяет тот вид работы, который вы хотите

Словарь терминов;

выполнять в рамках своей профессии, помогая вашим собеседникам точнее понять, что именно вы ищете, и позволяя им оптимально вам содействовать.

Резюме:

Ключевой инструмент продажи, представляющий собой обзор того, что вы делали в прошлом, и подразумевающий то, что вы можете сделать в будущем для потенциального работодателя

SELL (Summary, Explore needs, Link, Leverage a next contract):

Подход, рекомендуемый компанией Lee Hecht Harrison, привстречах с менеджерами по подбору персонала. Этот акроним означает «Подводи итоги своего заявления, Изучай потребности компании, Присоединяй свои преимущества, Добивайся следующего контакта»

Навыки:

Они приобретаются путем образования и всевозможного опыта (такого как опыт работы по найму, волонтерская деятельность и жизненный опыт) и представляют ваши главные плюсы на рынке труда.

Коды SIC и NAICS:

При проведении исследования отрасли могут пригодиться коды SIC (Стандартная классификация отраслей), или NAICS (Система классификации промышленности Северной Америки).

Шесть рукопожатий:

Давняя теория нетворкинга, которая гласит, что можно связаться с любым человеком на планете посредством шести рукопожатий. Ваши друзья и близкие знакомые – это первый уровень. При поиске работы вы обычно преуспеваете на втором или на третьем уровне.

SOAR (Situation, Obstacles, Actions, Results):

Метод, используемый для превращения ваших достижений в примеры, демонстрирующие ваши навыки. Во время собеседования ваш и ответы, разработанные по методу SOAR, дают конкретную информацию о Ситуации, Препятствиях, Действиях и Результатах.

Общее заявление:

Обычно стоит в резюме на первом месте. Его цель - кратко изложить опыт работы, области компетентности и профессиональные навыки,

детально указанные в теле вашего резюме. Оно может быть очень похожим на ваше заявление о позиции.

Целевой рынок

Описывает, где вы хотите работать. Он определяет типы организаций, в которые вы хотите вложить большую часть времени поиска. Люди, находящиеся в поиске работы, определяют свой целевой рынок путем оценки ясных критериев по группам организаций, в которые они планируют устроиться, в том числе: географические границы, отрасли, размер компаний и их предпочтительная культура.

Четыре фактора:

Это часть процесса стратегического прохождения собеседования. В собеседовании вы ищете четыре вещи: Компетентность, Совместимость, Взаимодействие и Вознаграждение. Человек, проводящий собеседование, ищет тоже самое, за исключением вознаграждения.

Лестница:

Концепция, сравнивающая принцип нетворкинга с восхождением по лестнице. Вы начинаете свой путь снизу с внутреннего круга общения: с друзьями, родственниками и близкими знакомыми. Затем вы преодолеваете свой путь вверх (первый уровень) и к менеджеру по подбору персонала.

SMART (Summary, Marketing plan, Ask a question, Recommendations, Trade):

Подход, рекомендуемый компанией Lee Hecht Harrison, при встречах с обычными знакомыми в вашей сети знакомств и связей. Этот акроним означает: Подведение итогов своего заявления, План по маркетингу, Вопросы, Направления, Профессиональная информация.

Полный пакет вознаграждения

При обсуждении окончательных условий вашей работы вы должны учитывать многие вещи помимо зарплаты, такие как план медицинского обслуживания, страхование, отпуска, помощь в образовании, пенсионный план 401K и многое другое

Управление проектом по поиску работы

В этом разделе содержатся формы, в т.ч. форма для составления резюме, которые можно использовать в рамках вашей программы. Компания Lee Hecht Harrison проводит десятки различных программ по управлению карьерой в сотнях различных мест. Ни в одной из программ не используются все приведенные здесь материалы, так что не беспокойтесь, если вас просят использовать только избранные материалы.

**LEE HECHT
HARRISON**

More options. Better results.

ОКОНЧАТЕЛЬНЫЙ ОТЧЕТ ДЛЯ ГРУППЫ

Имя (печатными буквами) _____

Консультант _____

Дата _____

Одно из ваших обязательств перед группой – отчитаться перед ней по всему проекту продвижения вашей карьеры, после его завершения. Этот доклад имеет большую ценность для группы, потому что он позволяет вашим товарищам по команде лучше понять их собственные проекты. Ваш продуманный отчет поможет другим быстрее добиться успеха, а также закрепит изучение этого проекта для вашего собственного будущего использования.

Давая отчет устно, используйте, пожалуйста, этот план как основу для 15-минутной презентации. Если вы хотите немедленно приступить к новой работе, или по другим причинам не можете лично сделать этот доклад, тогда, пожалуйста, передайте его через товарища по команде или в письменной форме в том же формате. Включите в его состав:

- 1 **Описание.** Краткое описание вашей новой должности и организации, или иные подробности процесса продвижения карьеры. Упомяните в двух или трех предложениях что-то, касающейся этой должности или организации, что стало наиболее важным в процессе принятия вашего решения.
- 2 **Заключение об общей производительности.** Пожалуйста, подсчитайте общие итоги по вашей схеме производительности, используя схему на обратной стороне этого листа. Разместите их на отдельной настенной схеме, специально предназначенной для этой цели.
- 3 **Общее качественное заключение.** Пожалуйста, коротко (приблизительно в течение пяти минут) расскажите о всех стадиях вашего проекта по поиску работы или продвижению карьеры. Разделите свой отчет на этапы или главы, дайте каждому из них описательный заголовок. Дайте название каждой из глав и краткое описание событий, происходивших на каждом этапе.
- 4 **Стратегия.** Меняли ли вы стратегию (т.е. вашу цель, способ сообщения вашей квалификации или критериев целевого рынка) по мере продвижения вашего проекта? Если да, то когда и почему?
- 5 **Факторы успеха.** Каковы были наиболее важные факторы вашего успеха? Как ваша группа (или отдельные ее члены) помогли вам добиться успеха?
- 6 **Совет.** Теперь, когда вы успешно завершили свой поиск работы, какой совет вы бы дали товарищам по команде, которые все еще работают над своими проектами?

ОКОНЧАТЕЛЬНЫЙ ОТЧЕТ ДЛЯ ГРУППЫ

© Lee Hecht Harrison LLC Только для использования клиентами компании. Любое другое использование запрещено.

Окончательный отчет для группы

Категория	В среднем за неделю	Всего за время поиска
Всего часов		
Прямая почтовая рассылка		
Объявленные вакансии		
Кадровые агентства		
Другие письма		
Сообщения по электронной почте		
Общая сеть контактов		
Целевая компания, разное		
Целевая компания, равный по должности сотрудник		
Целевая компания, менеджер по подбору персонала		
Целевая компания, управленец выше уровня менеджера по подбору персонала		
Последующие действия		
Общее число контактов		

Общая продолжительность поиска: _____ недель

Имя _____

Адрес _____

Город, штат, индекс _____

Телефонный номер(а) _____

E-mail _____

ПРОФЕССИОНАЛ ьНАЯ ЦЕЛЬ: _____

и/или

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ: _____

ИСТОРИЯ РАБОТЫ/ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ:

Работодатель _____ даты _____
до _____

Название должности _____

Обязанности:

Достижения:

ФОРМА ДЛЯ СОСТАВЛЕНИЯ РЕЗЮМЕ

© Lee Hecht Harris on L LC Т олько о для исп оль зован ия клиентами. Любое другое использование за-
прещено.

Имя _____

Страница _____

Образование Полученные степени, Название университета или колледжа, штат(Начинайте с самого последнего места учебы)

1. _____

2. _____

(Альтернативные варианты – вычеркните неиспользуемые заголовки)

Повышение квалификации

Техническая подготовка

Отличия

Военная служба

Деятельность

Ассоциации

Организации

ФОРМА ДЛЯ СОСТАВЛЕНИЯ РЕЗЮМЕ

© Lee Hecht Harris on L LC Только для использования клиентами.

Любое другое использование запрещено.

Добро пожаловать в проект компании Lee Hecht Harrison по управлению поиском работы

Ваш поиск работы является проектом, и им нужно управлять, как любым другим проектом. AIM (Оценка возможностей - Выполнение поиска – Управление трудоустройством) - это авторский подход к проекту, состоящий из трех стадий, разработанный компанией «Lee Hecht Harrison», который обеспечивает структурированную дорожную карту, предназначенную для того, чтобы быстро продвигаться к желаемым результатам. Процесс AIM состоит из 10 этапов, призванных помочь вам организовать свой поиск и разделить его на три отдельные и управляемые стадии:



A: ASSESS - Оценка возможностей

I: INVESTIGATE - Выполнение поиска

M: MANAGE - Управление трудоустройством

Главные онлайн инструменты для ускорения вашего поиска работы.

Сайт CRN (Ресурс по построению карьеры) компании Lee Hecht Harrison является мощным веб-ресурсом для людей, заинтересованных в трудоустройстве. Он поможет вам определить рынок вашей целевой работы, изучить варианты карьеры, написать емкое резюме, провести эффективный поиск работы, улучшить свои связи, рассмотреть и добиться (в случае вашей заинтересованности) статуса предпринимателя или работающего пенсионера, а также лучше проводить собеседования и обсуждать условия хорошего предложения.

О компании Lee Hecht Harrison.

Компания Lee Hecht Harrison предлагает решения по развитию талантов в течение всего жизненного цикла работника: от зачисления, далее - через развитие карьеры и качеств руководителя, обязательства и удержание в компании, до реорганизации и перехода на новую работу. Мы помогаем организациям доводить до максимума окупаемость их инвестиций в развитие сотрудников, в то же время содействуя частным лицам в реализации своего полного потенциала.

Компания Lee Hecht Harrison, у которой более 270 офисов по всему миру, является глобальным лидером по развитию талантов. Мы соединяем людей и работу посредством оказания инновационных услуг на стадии поиска работы и помогаем людям улучшать свою эффективность путем развития карьеры и качеств руководителя.

Компания Lee Hecht Harrison - часть группы «Адекко», мирового лидера по решениям в области трудовых ресурсов, имеющего больше 6 600 офисов в более чем 70 странах и территориях по всему миру. Для получения дополнительной информации обращайтесь на сайт: LHH.com.