

Προσλήψεις με το σταγονόμετρο

Παραμένουν περιζήτητα τα επιτυχημένα στελέχη πωλήσεων, σύμφωνα με τη Manpower Hellas

ΤΟΥ ΠΑΝΗΛ ΣΕΪΤΑΝΙΔΗ

Προτεραιότητα στην αποτελεσματικότητα του προσωπικού που θα προσλάβουν δίνουν πλέον οι επιχειρήσεις, αποφεύγοντας να λάβουν βιαστικές αποφάσεις. Οι προσλήψεις γίνονται με το σταγονόμετρο, αν και η ανάγκη για στελέχη πωλήσεων παραμένει στην κορυφή των προτιμήσεων.

«Οι επιχειρήσεις αποφασίζουν δύσκολα ποιον θα προσλάβουν. Θέλουν να είναι σίγουρες ότι το πρόσωπο που θα επλέξουν θα φέρει αποτελέσματα. Παλαιότερα αποφάσιζαν πιο εύκολα», τόνισε στον «Α» η διευθύντρια της Manpower Hellas, δρ Βενετία Κουσία, στο περιθώριο σεμιναρίου με θέμα «Οικονομική κρίση. Η επόμενη μέρα...», που οργάνωσε χτες το Γραφείο Καριέρας του City College, σε συνεργασία με την ομάδα φοιτητών του Marketing Club του City College και το YET (Young Entrepreneurs of Thessaloniki).

Τα στελέχη πωλήσεων παραμένουν πρώτα στη λίστα της ζήτησης και είναι περίοπτα όσα έχουν βιογραφικό με εμπειρίες.

«Οι επιχειρήσεις ζητούν προώθηση από τα στελέχη με την έννοια ότι θέλουν ένα βιογραφικό στο οποίο θα καταγράφονται αποτελέσματα. Ζητούν να μάθουν τι έχουν πετύχει. Θέλουν στελέχη που είναι



Οι επιχειρήσεις αλλάζουν δομή για να αντιμετωπίσουν την κρίση, επισημάνθηκε στο σεμινάριο

έτοιμα να αναλάβουν τα νέα τους καθήκοντα και να φέρουν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα», τονίζει η δρ Κουσία.

Μέχρι στιγμής η πορεία της ελληνικής αγοράς το δεύτερο τρίμηνο του 2009 επιβεβαιώνει τις προβλέψεις που είχε κάνει η Manpower Hellas στην τελευταία έρευνά της για τις προοπτικές απασχόλησης στην Ελλάδα.

Συγκεκριμένα η κατάσταση είναι καλύτερη στον τομέα του τουρισμού. Παρά τις προβλέψεις για συρρίκνωση της τουριστικής κίνησης, προσλήψεις γίνονται, καθώς ο κλάδος πρέπει να εξυπηρετήσει τα εκατομμύρια των τουριστών που θα έρθουν στη

χώρα.

Αντίθετα πάλι υπάρχει στους τομείς των κατασκευών και της μεταποίησης, για τους οποίους οι συνολικές προοπτικές της απασχόλησης καταγράφονται στο -10% και -9% αντίστοιχα.

Η δρ Κουσία εκτίμησε ότι το φθινόπωρο θα φανεί το πραγματικό αποτέλεσμα της κρίσης στην ελληνική αγορά εργασίας.

Αλλαγή δομών...

Οι επιχειρήσεις αλλάζουν δομή για να αντιμετωπίσουν την κρίση, επισημάνθηκε στον «Α» η διευθύντρια της Manpower Hellas, Στελέχη της Deloitte και της Leroy

Merlin που μίλησαν στο ίδιο σεμινάριο έδειξαν πώς αλλάζει ο τομέας των πωλήσεων, στην προσπάθεια των επιχειρήσεων να διατηρήσουν την πελατεια τους.

Η μάντζερ της Deloitte, Χριστίνα Αμοιραδάκη, ανέπτυξε ένα «χάρτη» για τη διατήρηση μιας σταθερής πορείας εν μέσω κρίσης που στηρίζεται σε τρεις άξονες: έλεγχος κόστους, έλεγχος ρευστότητας και ανάπτυξη του χαρτοφυλακίου εργασιών της επιχείρησης (νέα σήματα, νέα προϊόντα κ.λπ.).

...και διαγωνισμός πωλητών

Στην ίδια περίπτωση λογική στηρίζεται και το σχέδιο δράσης που έχει αναπτύξει η Leroy Merlin. Ο γαλλικός κολοσσός αποφάσισε να μην προχωρήσει σε απολύσεις, αλλά να βελτώσει τον τρόπο με τον οποίο δουλεύει και αναπτύσσεται, όπως σημείωσε η διευθύντρια Ανθρώπινων Πόρων της Leroy Merlin, Αντωνία Μαύρου. Η Leroy Merlin ακολουθεί μια επιθετική πολιτική πωλών, έφερε νέα καινοτόμα προϊόντα, βελτίωσε τις υπηρεσίες της (δωρεάν μεταφορά προϊόντων για αποστάσεις μέχρι 20 λεπτά και επιστροφή προϊόντων χωρίς αποδείξη), καθιέρωσε άτοκες δόσεις στις αγορές, αύξησε τα συμπληρωματικά προϊόντα, το επένδυσε προγράμματα θα στηριχτεί σε προηγούμενα κέρδη, έγινε επαναδιαπραγματεύσει τιμών με τους προμηθευτές, ενώ στο εσωτερικό της εταιρίας γίνεται διαγωνισμός για την ανάδειξη της ομάδας πωλητών που θα φέρει τους περισσότερους πελάτες.