



۳ ویژگی روانشناختی در مصاحبه استخدامی

۳ ویژگی روانشناختی که در مصاحبه استخدامی کارشناس فروش تلفنی باید به دنبال آن باشید

مقدمه: چرا بهترین «مصاحبه‌شونده»، بدترین فروشنده شما می‌شود؟

به عنوان یک مدیر یا صاحب کسب‌وکار، این صحنه برایتان آشناست: فردی برای مصاحبه شغلی کارشناس فروش تلفنی وارد اتاق می‌شود. پرانرژی، خوش‌صحبت، مسلط، با اعتماد به نفس کامل صحبت می‌کند و برای هر سوال شما، جوابی حاضر و آماده دارد. او دقیقاً همان تصویر کلیشه‌ای «فروشنده برون‌گرا» است.



شما هیجان‌زده او را استخدام می‌کنید. شش هفته بعد، شما در حال بررسی آمار فروش هستید و می‌بینید این فرد «ستاره»، کمترین نرخ تبدیل را در کل تیم دارد. شما به مکالمات ضبط‌شده او گوش می‌دهید و وحشت‌زده می‌شوید: او عالی «حرف» می‌زند، اما اصلاً «گوش» نمی‌دهد. او به جای کشف نیاز مشتری، در حال «اجرا کردن» یک نمایش است و مشتریان را فراری می‌دهد. اشتباه از کجا بود؟ اشتباه از شما بود. شما فریب «جذبه» (Charm) را خوردید و ویژگی‌های واقعی یک فروشنده برتر را نادیده گرفتید. این مقاله، ۳ ویژگی روانشناختی پنهان را فاش می‌کند که در مصاحبه استخدامی، هزار بار مهم‌تر از «پرحرفی» و «برون‌گرایی» هستند.

۱. تاب‌آوری روانی (Resilience): زره‌ای در برابر «نه»

«مهم نیست چند بار زمین می‌خورد، مهم این است که چقدر سریع بلند می‌شود»

چرا این ویژگی حیاتی است؟ بیایید صادق باشیم: شغل فروش تلفنی، شغل «نه» شنیدن است. یک کارشناس فروش ممکن است در روز ۵۰ بار «نه» بشنود تا به یک «بله» برسد. آن فروشنده «برون‌گرا» که با جذبه استخدام کردید، اغلب به «تایید» دیگران اعتیاد دارد. پنجمین «نه» قاطعی که می‌شنود، تمام انرژی او را تخلیه کرده و او را دچار فرسودگی شغلی (Burnout) می‌کند. اما



«تاب‌آوری روانی» (Resilience)، سیستم ایمنی ذهنی فروشنده است. این یعنی توانایی بازیابی سریع از شکست، شخصی‌سازی نکردن «نه» شنیدن، و برقراری تماس بعدی با همان انرژی تماس اول. این ویژگی، قابل جعل کردن نیست.

چگونه در مصاحبه آن را تست کنیم؟ از او نپرسید «آیا شما تاب‌آور هستید؟» (چون همه می‌گویند بله!). او را «تست» کنید.

تکنیک تست: «فروش در لحظه و رد کردن»

یک شیء ساده روی میز (مثل یک خودکار) را به او بدهید و بگویید: «فرض کن من مشتری هستم. این خودکار رو به من بفروش.»

مهم نیست چقدر خوب شروع کرد، در همان ۱۰ ثانیه اول، با لحنی سرد و قاطع حرفش را قطع کنید و بگویید: «اصلاً علاقه‌ای ندارم. وقت من رو نگیر.»

حالا «واکنش» او را تماشا کنید. آیا دستپاچه می‌شود؟ آیا لحنش تدافعی می‌شود؟ آیا لبخندش محو می‌شود؟

فرد تاب‌آور، یک ثانیه مکث می‌کند، لبخند ملایمی می‌زند و با «کنجکاوی» (ویژگی دوم) پاسخ می‌دهد: «متوجهم که وقتتون کمه. فقط از روی کنجکاوی می‌پرسم، معمولاً برای یادداشت‌برداری از چه چیزی استفاده می‌کنید؟» شما به دنبال کسی هستید که «نه» را نه



به عنوان یک دیوار، بلکه به عنوان یک «اطلاعات جدید» پردازش کند.

۲. کنجکاوی ذاتی (Curiosity): نیاز به دانستن «چرا»

«فروشنده برون‌گرا منتظر نوبت حرف زدن است؛ فروشنده کنجکاو، واقعاً گوش می‌دهد»

چرا این ویژگی حیاتی است؟ بزرگترین اشتباه در استخدام فروشنده، استخدام فردی است که «جواب‌های خوب» دارد. شما باید به دنبال فردی باشید که «سوالات خوب» می‌پرسد. فروشنده پرحرف، عاشق صدای خودش است. او مکالمه را می‌دزد تا در مورد محصولش صحبت کند. اما «کنجکاوی ذاتی» (Innate Curiosity)، یعنی فرد به طور طبیعی علاقه‌مند به درک «چرایی» مسائل است. او از اینکه «نمی‌داند» نمی‌ترسد. در متقاعدسازی تلفنی، این فرد به جای ارائه راه‌حل، آنقدر عمیق سوال می‌پرسد تا به «درد اصلی» مشتری که خودش هم از آن بی‌خبر بوده، پی ببرد.

چگونه در مصاحبه آن را تست کنیم؟

تکنیک تست: «پنج چرا» (۵ Whys)



یک سناریوی مشکل به او بدهید: «فرض کن من مشتری هستم و می‌گویم: تیم فروش من بهره‌وری پایینی دارد.»

ببینید آیا بلافاصله راه‌حل می‌فروشد؟ («عالی! نرم‌افزار ما بهره‌وری رو بالا می‌بره!»)

فرد کنجکاو، بلافاصله می‌پرسد: «جالبه. "چرا" فکر می‌کنید بهره‌وری شون پایینه؟»

شما جواب می‌دهید: «چون زمان زیادی رو صرف کارهای اداری می‌کنن.»

فرد کنجکاو ادامه می‌دهد: «"چرا" اینقدر کار اداری دارن؟» شما به دنبال کسی هستید که قبل از تجویز دارو، مانند یک کارآگاه، محل جرم را بررسی کند.

۳. آموزش‌پذیری (Coachability): تمایل به بهتر شدن

«من یک ستاره فروش با ۱۰ سال سابقه را به یک فرد "آموزش‌پذیر" ترجیح می‌دهم»

چرا این ویژگی حیاتی است؟ به عنوان مدیر، شما می‌خواهید یک «تیم» بسازید، نه مجموعه‌ای از «ستاره‌های مغرور». خطرناک‌ترین



استخدام، فروشندهای است که فکر می‌کند «همه‌چیز را می‌داند». این فرد در برابر بازخورد شما مقاومت می‌کند، سیستم شما را دور می‌زند و فرهنگ تیم را مسموم می‌کند. «آموزش‌پذیری» (Coachability)، یعنی فرد چقدر سریع و با چه گشاده‌رویی، بازخورد را می‌پذیرد و آن را «اجرا» می‌کند. در دنیای امروز که تکنیک‌های فروش هر روز در حال تغییر است، توانایی «یادگیری» بسیار مهم‌تر از «دانستن» است.

چگونه در مصاحبه آن را تست کنیم؟

تکنیک تست: «بازخورد و اجرای مجدد»

همان رول‌پلی فروش خودکار (از ویژگی ۱) را دوباره انجام دهید.

پس از پایان، به او «یک» بازخورد مشخص و قابل اجرا بدهید. مثلاً: «خوب بود، اما متوجه شدم که ۵ بار پشت سر هم حرف زدی و هیچ سوالی نپرسیدی؟»

سپس بگویید: «حالا بیا دوباره همون رو اجرا کنیم. این بار، سعی کن بعد از هر جملات، یک سوال بپرسی.»

حالا اجرای دوم را تماشا کنید. آیا گارد گرفت؟ («آخه شما فرصت ندادید...») آیا فقط سر تکان داد اما کارش را تکرار کرد؟



فرد آموزش‌پذیر، با هیجان می‌گوید «نکته عالی بود!» و در اجرای دوم، به وضوح تلاش می‌کند تا بازخورد شما را اجرا کند، حتی اگر بی‌نقص نباشد. شما به دنبال «تلاش برای تغییر» هستید، نه «کمال».

نتیجه‌گیری: به جای «جذبه»، «شخصیت» را استخدام کنید

به عنوان یک مدیر، دست از استخدام «بازیگران» بردارید. آن فروشنده برون‌گرای پرحرف، در مصاحبه شغلی می‌درخشد اما در فروش تلفنی واقعی، جایی که ۹۸٪ آن «نه» شنیدن و «گوش دادن» است، شکست می‌خورد. فرایند استخدام کارشناس فروش تلفنی شما باید تغییر کند. به جای جستجو برای «جذبه»، به دنبال «شخصیت» باشید. به دنبال تاب‌آوری برای تحمل شکست، کنجکاوی برای درک عمیق مشکل، و آموزش‌پذیری برای رشد مداوم باشید. این ۳ ویژگی، ستون‌های یک تیم فروش شکست‌ناپذیر هستند. در مصاحبه بعدی خود، کدام یک از این ۳ تست روانشناختی را برای پیدا کردن ستاره واقعی خود اجرا خواهید کرد؟

برای یادگیری عمیق‌تر اصول متقاعدسازی بر پایه مدل‌های کلاسیک، می‌توانید مقاله **هنر متقاعدسازی** را مطالعه کنید.

همچنین، برای تبدیل شدن به یک استاد در اصول متقاعدسازی،



می‌توانید با سری جدید دانشجویان ما در **کارگاه متقاعدسازی پیشرفته** همراه شوید.

برای دریافت نکات روزانه و هر تکنیک فروش تلفنی جدید، **شبکه اجتماعی استاد بهزاد استقامت** را دنبال کنید.