

## CÁC NGUỒN TUYỂN DỤNG LỰC LƯỢNG BÁN HÀNG

Để có được lực lượng bán hàng đáp ứng tốt nhu cầu công việc về số lượng và chất lượng thì ngay từ khâu tuyển dụng chúng ta phải xác định được thị trường lao động nơi doanh nghiệp cần nhân lực có những nguồn cung cấp lao động như thế nào. Sau đây là những nơi cung cấp nhân lực cho lực lượng bán hàng:

### 1. Công ty:

Đây là nguồn nhân lực khá đặc biệt vì họ đang làm tại công ty với một vị trí công việc khác như thư ký, kỹ sư, thủ kho... và được chuyển qua bộ phận bán hàng. Nguồn này có lợi thế là đã làm việc tại công ty nên rất vững về chính sách và sản phẩm của công ty; mặt khác, họ cũng đã được đánh giá qua công việc và chứng tỏ mình khá phù hợp với vị trí công việc kinh doanh.

Tuy nhiên, việc tuyển dụng những người này có thể vướng phải một số khó khăn như phải tuyển người khác thay thế vị trí của họ hay ngay bản thân họ không đồng tình với quyết định chuyển sang bộ phận khác; và đôi khi họ cũng có thể không thành công ở cương vị mới -như vậy thì coi như sự nghiệp của những người này sẽ khó khăn hơn. Công ty khi tìm những nguồn tuyển dụng thì cần cân nhắc kỹ nguồn này.

### 2. Các tổ chức trường học:

Đây cũng là một nguồn khá phong phú nếu công ty có sự đầu tư và có chính sách tuyển dụng phù hợp. Nguồn này được thiết lập dựa trên mối quan hệ giữa công ty và các trường học tại địa phương. Rất nhiều công ty đã tuyển dụng sinh viên năm cuối hay các sinh viên làm ngoài giờ để trở thành những người bán hàng thực thụ. Các công ty thường chọn ra những trường học có danh tiếng và mối quan hệ tốt để lên chương trình tuyển dụng cụ thể.

Hàng năm, các công ty như P&G hay Unilever cũng tuyển các Quản trị viên tập sự là sinh viên để huấn luyện họ trở thành những đại diện bán hàng trong tương lai. Thậm chí một số công ty còn mạnh dạn đầu tư vào một số sinh viên có thành tích tốt trong học tập và tư chất tốt để tuyển vào lực lượng bán hàng của họ.

### **3. Các nguồn từ nền công nghiệp:**

Đây là dạng tuyển dụng nhân sự ngay từ những công ty đối thủ, công ty kinh doanh có tính chất tương tự hay từ nhà cung cấp, từ khách hàng.

*Các công ty cạnh tranh và các công ty kinh doanh có tính chất tương tự (về cách thức phân phối hay lĩnh vực hàng hóa - dịch vụ :*

Nguồn này khá đặc trưng với tính chất luân chuyển nhân sự từ chính những công ty cạnh tranh nhau. Điều này quả là phức tạp vì nhân sự bị hấp dẫn bởi lương bổng hay chính sách đãi ngộ của công ty đối thủ đã về đầu quân cho họ. Những người này sẽ đem cả kiến thức, kinh nghiệm và khách hàng về để làm việc cho công ty đối thủ -điều này có lẽ sẽ gây ra một số vấn đề không hay. Nguồn từ các công ty có hoạt động tương tự chẳng hạn như cùng lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh

(người đại diện kinh doanh cho công ty sữa có thể chuyển qua công ty nước giải khát) hay cùng phương thức phân phối (thuê nhân viên có kinh nghiệm trong việc phát triển hệ thống đại lý) sẽ giúp công ty tận dụng được năng lực sở trường của họ để gia tăng thị phần và lợi nhuận. Tuy nhiên, có thể gặp những khó khăn như họ có những thói quen và cách thức làm việc không thật sự phù hợp với môi trường mới và cũng là những người ít trung thành. Đây là những vấn đề thường gặp phải khi tuyển dụng nhân sự từ những nguồn này nên công ty cần thận trọng cân nhắc và lựa chọn cho phù hợp.

*Nhà cung cấp/ khách hàng:* Những người này thường có kinh nghiệm nhất định và cũng là một nguồn nhân sự khi tuyển dụng. Tuy nhiên, cần xem xét kỹ những cái lợi khi tuyển dụng những người này và những

khó khăn mà doanh nghiệp sẽ gặp phải.

#### **4. Các nguồn khác:**

*Quảng cáo trực tiếp:* Đây là cách thức khá thông dụng để tìm nhân sự. Điều quan trọng là cần xác định rõ các yêu cầu tuyển chọn khi đăng tải trên các phương tiện thông tin chủ yếu là báo chí. Cách xây dựng nội dung một bản đăng tuyển trên báo chúng ta sẽ được thực hành ngay trong bài này ở phần bài tập.

*Các Trung tâm tư vấn và giới thiệu việc làm:* Khi cần nhân lực chúng ta cũng nên gõ cửa những nơi này. Trung tâm thường có nguồn nhân lực khá dồi dào và có thể giúp chúng ta những bước sơ tuyển để đỡ mất công trong quá trình tìm người. Mặt khác, Trung tâm cũng có thể lôi kéo giúp ta những người giàu kinh nghiệm (mà ngày nay người ta thường quen gọi là “săn đầu người”).

