



# SALES RECRUITMENT SCORECARD

## Introductie en uitleg

### Waarom?

Als wij bij klanten zitten om een functie te bespreken, dan merken wij vaak dat ze eigenlijk niet goed hebben nagedacht over essentiële zaken en dus niet precies weten waar ze naar op zoek zijn. Er zijn misschien lange, algemene documenten die niet duidelijk zijn over het doel van de job. Over wat de verkoper precies moet (op)leveren. Over waar de kandidaat nu écht aan moet voldoen. De selectiecriteria zijn multi-interpretabel waardoor de éne interviewer anders selecteert en interpreteert dan de andere. Resultaat; geen interne consensus, geen idee op welke competenties moeten worden geselecteerd, slechte kwaliteit interviews, frustraties bij werkgever, kandidaten en recruiters, geen of trage besluitvorming, dure mis-hires.

Om de kans op succes te vergroten hebben wij daarom, geïnspireerd door diverse methoden uit vooral Amerikaanse lectuur, de Sales Recruitment Scorecard gemaakt. Een eenvoudig systeem waardoor de essentie van de functie helder wordt gemaakt en waarmee gericht en éénduidig op zoek kan worden gegaan naar de meest belangrijke competenties.

### Gebruik

De Hiring Manager stelt het document op en presenteert dat aan iedereen die deelneemt aan het selectieproces en eventuele andere stakeholders. Tijdens het overleg worden aanpassingen gemaakt en de scorecard wordt door iedereen gebruikt. De Sales Recruitment Scorecard wordt bondig en concreet en in heldere taal geschreven, in bewoordingen die alle betrokkenen goed begrijpen.

Vermijd zo veel mogelijk vakjargon, containerbegrippen en lege management termen. Als een kind van 10 het kan begrijpen is het waarschijnlijk een goed document. Overigens is het een dynamisch document; de wereld verandert en je leert, dus het document moet mee veranderen.

## Missie en resultaten

### Missie

Waarom bestaat deze functie? Waarom is dat belangrijk? Waar draagt het aan bij? Breng dat terug naar de basis en wees zo precies mogelijk.

### Resultaten

Functieprofielen gaan vaak over inspanningen, over wát iemand gaat doen. Maar Sales gaat over resultaten. Het is voor alle betrokkenen van groot belang dat het heel duidelijk is welke resultaten worden verwacht en wanneer. Hou het overzichtelijk, dat zorgt voor focus. Meer dan 5 belangrijke resultaten is af te raden. Schrijf ze op in de juiste volgorde.

### Resultaatgebied:

New business, bestaande business, administratie, leiderschap, strategie. Meer is er vaak niet in sales, maar je mag er uiteraard een gebied aan toe voegen. Maar vooral; wees zo specifiek mogelijk

### Sales Funnel:

De stappen naar omzet. Het is niet altijd mogelijk om een salestarget te vertalen naar een funnel, maar als dat wel het geval is dan is het verstandig deze te berekenen en deze te vergelijken met de funnels van de kandidaten. Hieruit kan blijken dat hij of zij niet gewend is om veel te bellen terwijl dat wel nodig is, of dat hij of zij veel kleine deals heeft gesloten terwijl jij op zoek bent naar iemand die grote orders binnen kan halen.

## Competenties

### Verkoop/managementvaardigheden

Welke vaardigheden heeft de verkoper of manager nodig om succesvol te zijn, waar moet hij of zij goed in zijn? Denk aan zaken als telefonische verkoop, netwerken, transactioneel verkopen, adviserend verkopen, het analyseren van complexe bedrijfsprocessen, offertes schrijven of internationaal verkopen. Als het gaat over management kun je denken aan vaardigheden als coaching, bedenken van verkoopstrategieën, het stellen en realiseren van doelen, het aannemen van nieuwe verkopers of het managen van salesfunnels. Schrijf ze op in de volgorde van belangrijkheid en probeer ook hier jezelf te beperken tot de 5 belangrijkste vaardigheden. Het is niet mogelijk om binnen

een normale selectieprocedure op tientallen aspecten te selecteren, ze zijn ook niet allemaal even belangrijk. Focus!

### Kennis en ervaring

Welke kennis en ervaring heeft de kandidaat nodig om succesvol te kunnen zijn? We hebben het hier dus niet meer over verkoopvaardigheden, maar om bijvoorbeeld opleidingen en kennis van of ervaring met producten, branches, markten, klanten, systemen, werken binnen grote corporates of juist werken binnen een startup cultuur, processen, funnels (bijvoorbeeld veel bellen), type verkoop (zoals canvassen of vanuit netwerk) of talen.

Nu hebben werkgevers vaak de neiging om kennis van hun product als nummer één en dus knock out criterium te bepalen want "Onze business is nu eenmaal héél bijzonder". Dat is vaak niet terecht. Als je bijvoorbeeld een key accountmanager zoekt die kantoorartikelen via retailers in Spanje moet verkopen, welke kennis is dan van doorslaggevend belang? Je moet Spaans spreken en weten hoe je zaken doet in Spanje, zeker. En je moet snappen hoe grote retailers denken en beslissen. Maar als je dat al succesvol hebt gedaan met bijvoorbeeld consumentenelektronica of bloemen, is het dan zo moeilijk om de kennis over kantoorartikelen op te doen? Minder moeilijk dan de andere criteria lijkt ons. Daarbij, door het criterium "productkennis" te hanteren verklein je de (krappe) markt van kandidaten enorm.

Tenslotte; waarom zou een kandidaat die al kantoorartikelen heeft verkocht dat al blijven doen? Wat is de uitdaging? Kortom, denk goed na over de maximaal 5 kenniselementen waarover de kandidaat minimaal moet beschikken. Wees daarbij realistisch (het schaap met de vijf poten etc), en wees open over de uitwisselbaarheid van kennis zodat je de vijver groot genoeg houdt om er mooie vissen uit te kunnen halen.

### Eigenschappen

Hoe gedraagt een kandidaat zich? Hoe realiseert hij zijn of haar doelen? Hoe gaat hij of zij om met stress? Dit noemen we eigenschappen. Ze zijn belangrijk omdat ze moeten passen bij de positie, de klanten, de organisatie(unit) en zelfs bij de leidinggevende. Denk hierbij aan zaken als stressbestendigheid, authenticiteit, assertiviteit, energie, leervermogen, resultaatgerichtheid en ondernemerschap. Maar ook representativiteit. Op internet zijn dit soort lijsten makkelijk te vinden.

**Missie en Resultaten**

Functienaam:

Hiring Manager:

Missie:

**Top 5 resultaten (in volgorde van belangrijkheid)**

|   | Resultaatgebied | Omschrijving | Resultaat |
|---|-----------------|--------------|-----------|
| 1 |                 |              |           |
| 2 |                 |              |           |
| 3 |                 |              |           |
| 4 |                 |              |           |
| 5 |                 |              |           |

**New Business Sales Funnel per week/maand/kwartaal/jaar\***

|           | Bellen | Bezoeken | Offertes | Deals | Gem. waarde | Target |
|-----------|--------|----------|----------|-------|-------------|--------|
| Nodig     |        |          |          |       |             |        |
| Kandidaat |        |          |          |       |             |        |

\* Kies juiste periode

**Top 5 Verkoop/management vaardigheden (in volgorde van belangrijkheid)**

|   | Vaardigheid | Score (1-6) | Toelichting |
|---|-------------|-------------|-------------|
| 1 |             |             |             |
| 2 |             |             |             |
| 3 |             |             |             |
| 4 |             |             |             |
| 5 |             |             |             |

**Top 5 Kennis (in volgorde van belangrijkheid)**

|   | Competentie | Score (1-6) | Toelichting |
|---|-------------|-------------|-------------|
| 1 |             |             |             |
| 2 |             |             |             |
| 3 |             |             |             |
| 4 |             |             |             |
| 5 |             |             |             |

**Top 5 Eigenschappen (in volgorde van belangrijkheid)**

|   | Eigenschap | Score (1-6) | Toelichting |
|---|------------|-------------|-------------|
| 1 |            |             |             |
| 2 |            |             |             |
| 3 |            |             |             |
| 4 |            |             |             |
| 5 |            |             |             |