

**Самарский государственный университет  
Психологический факультет**

**САМОПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
КАРЬЕРЫ**

**СТУДЕНТАМ-СТАРШЕКУРСНИКАМ ПОСВЯЩАЕТСЯ**

**СЧАСТЬЕ – ЭТО КОГДА СЕБЯ ПОНИМАЮТ...**

**Сам(а) – «Ра»  
2005**

Составители: К.С. Лисецкий, Н. Леонтьева

При подготовке пособия использованы материалы:  
Справочник карьериста 2004-2005 – Ежегодник.

# САМОПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КАРЬЕРЫ

*Не каждый выпускник психологического факультета сможет стать магом в психологии. Но каждый должен стать мастером успеха в своей жизни. Если не способен – уходи из университета.*

## КАК НАПИСАТЬ РЕЗЮМЕ

Поиск любой работы – это тоже своего рода работа. Она требует выработки четких стратегий, составления плана целенаправленных действий и осмысления противоречивого опыта жизни. Восхождение по ступеням карьерной лестницы начинается с самой первой – составления резюме.

### Визитная карточка

В мире деловых людей принято обмениваться визитными карточками. Так вот, резюме – это и есть своеобразная визитка каждого соискателя, и потому она должна выглядеть безупречно. От того, грамотно ли составлено резюме, зависит Ваша дальнейшая карьера. Чтобы резюме сразу не полетело в корзину, а подвигло потенциального работодателя назначить Вам собеседование, необходимо знать тонкости и правила составления этого важного документа. Второго шанса произвести первое впечатление уже не будет.

Итак, что обязательно должно содержать любое резюме и как это должно быть подано:

**1. Фамилия, имя и отчество.** Эти сведения желательно расположить по центру строки, используя более крупный шрифт, чем для остального текста.

**2. Четко укажите, на какую должность претендуете.**

Формулировка должна быть ясной и лаконичной. Не указывайте несколько позиций сразу, стремясь блеснуть профессионализмом. Настрой в духе: «И швец, и жнец, и на дуде игрец», – далеко не всегда помогает расположить к себе работодателя, поэтому определитесь с приоритетами. Если вы претендуете на разные вакансии то лучше составить резюме для каждого конкретного случая.

**3. Дата рождения.** Это важно, если в вакансии оговаривается возраст кандидата, но иногда допускается отсутствие данного пункта в резюме.

**4. Семейное положение.** Указывается по записи в паспорте. Бывают такие случаи, когда предпочтение оказывается холостым, бывает и наоборот, так что хитрить не надо, у каждого работодателя свои собственные принципы.

**5. Телефон.** Для связи лучше всего указывать тот номер, по которому вас реальнее всего застать потому что ни один работодатель не будет часами висеть на телефоне, пытаясь вызвонить потенциального кандидата. Либо укажите в резюме время, в которое с вами удобнее всего будет созвониться.

**6. Адрес.** Достаточно указать лишь станцию метро или район с улицей. По этому пункту работодатель будет судить, сколько времени вам потребуется, чтобы добираться до работы, что в условиях мегаполиса немаловажно.

**7. Опыт работы.** Это основной раздел, по которому работодатель будет судить о вас как о специалисте. Вовсе не обязательно переписывать всю свою трудовую биографию – ограничьтесь тем, что имеет отношение к предполагаемой новой должности. Принято начинать с указания последнего места работы и далее –

в обратном порядке укажите период (начало окончание), название компании, место расположения, профиль ее деятельности, занимаемая должность. Постарайтесь, чтобы должность, которую вы занимали, была созвучна той, на которую вы претендуете. Сформулируйте свои основные должностные обязанности, расположив их в порядке значимости. Если трудовой опыт по специальности отсутствует, попробуйте вспомнить и воспроизвести опыт своих временных работ подработок преддипломных практик и т. п.

**8. Образование.** Этот пункт включает информацию о вашем образовании в хронологическом порядке, не указывая учебу в школе. Если вы недавно окончили учебное заведение, стоит указать название дипломной работы практикума и т. д. При выборе информации, руководствуйтесь простым правилом, указывайте все то, что может свидетельствовать об уровне вашего профессионализма. Укажите даты поступления и окончания вуза, его точное название, факультет и специальность по диплому. Можно указать дополнительное образование, курсы, тренинги или семинары, особенно если по профилю они совпадают с должностью, на которую вы претендуете. Но не переборщите, человек, который стремится набрать как можно больше очков, рассказывая о своем разнообразном образовании, часто воспринимается как неуверенный в своих силах, стремящийся защититься обилием корочек, дипломов и похвальных грамот.

**9. Профессиональные навыки.** В этом разделе следует описать те навыки, которые вы приобрели во время трудовой деятельности. Отметьте уровень владения ПК, с указанием программ, а также возможность владения иностранными языками в следующих категориях «профессионально», «свободно», «чтение

и перевод со словарем». Можно выделить и особо указать профессионально важные умения. Для секретаря это может быть скорость машинописи, знание делопроизводства, стенографии, владение оргтехникой, деловой этикет, для маркетолога-аналитика – знание методов количественных и качественных исследований и т. п.

**10. Дополнительная информация.** Если ваша должность предусматривает командировки или поездки на автомобиле, необходимо указать наличие загранпаспорта и водительских прав. В данный раздел можно включить все, что вы считаете важным и нужным по отношению к предполагаемой должности.

**11. Личностные качества.** Некоторые работодатели с большим скепсисом относятся к этому пункту. В нем кандидатом перечисляются такие его качества, как коммуникабельность, креативность, обучаемость, исполнительность по принципу: «Сам себя не похвалишь – никто не похвалит». Но в то же время, не нужно переусердствовать в этом. Если Вам трудно, то можно отказаться от этого пункта.

**12. Зарплатные ожидания.** С этим пунктом также следует быть внимательнее. Эта информация тоже может послужить причиной для преждевременного отказа. Не переоценивай собственные возможности.

И помните о том, что должно отличать каждое хорошее резюме:

- все, что изложено в резюме, соответствует заявленной должности и требованиям к данной вакансии. Разумеется, в резюме не должно быть грамматических, орфографических, стилистических ошибок и опечаток;

• краткость, но информативность – вот ваш главный принцип. Резюме всегда занимает одну страницу. Хорошее резюме – это как анонс интересной книги или спектакля. Главное – заинтересовать, все остальное можно изложить при личной встрече;

• когда резюме написано сплошным текстом, без акцентов и выделений, его очень трудно читать и отмечать основные моменты;

• выделяйте шрифтом должности, основные места работы и профессиональные навыки. Резюме должно быть таким, чтобы его можно было читать, не напрягаясь. Не делайте красиво – делайте удобно.

В некоторых случаях к резюме прилагается фотография. Однако, резюме с фото не всегда является хорошим тоном.

Если вы сомневаетесь, что справитесь самостоятельно, к написанию резюме стоит привлечь своих коллег или хороших знакомых – они помогут вам оживить память и взглянуть на себя с лучшей стороны.

## **ПОИСК РАБОТЫ ПРОДОЛЖАЕТСЯ**

### **Можно начинать карьеру внештатным сотрудником фирмы**

#### **Зачем компаниям это нужно?**

Не всегда компании озвучивают причины того, почему они предпочитают не держать сотрудников в своем штате. Но исходя из общей практики, можно назвать несколько причин, по которым компании прибегают к подобным мерам.

Как правило, это бывает необходимо крупным международным корпорациям, акции которых котируются на фондовых биржах. Они заинтересованы в том, чтобы их штатная численность ограничивалась определенным количеством работников, так как при оценке рыночной стоимости их акций учитывается такой показатель, как выработка на одного человека. Чем выше этот показатель, тем эффективнее выглядит в глазах акционеров компания и тем выше ее стоимость. На практике же для нормальной работы подобным компаниям часто бывает нужно больше сотрудников, и тогда работников, не играющих ключевой роли для бизнеса организации, не зачисляют в штат.

Вторая причина, по которой международные компании могут выводить персонал за штат, связана с едиными стандартами, принятыми в этой организации во всем мире. Согласно этим стандартам, в каждом из офисов должно работать не больше и не меньше определенного количества человек. При этом, особенности того или иного рынка не учитываются. Акционеры компании, находящиеся, например, в США, не принимают во внимание тот факт, что в России не всегда есть возможность перенести какие-то функции из Москвы в регионы.



Еще один момент – это юридическая сторона. Иногда компания при регистрации в России лимитирует количество персонала в представительстве и, как следствие, не имеет возможности официально увеличивать штатную численность.

Также причиной выведения персонала за штат может быть желание работодателя иметь определенную гибкость в управлении персоналом. Связано это с жесткостью нашего трудового законодательства, при котором в первую очередь учитываются интересы работников, а не работодателей. Кроме того, работодатель может просто стремиться к наивысшей эффективности, достигая ее в том числе путем максимального аутсорсинга (т. е. передачи внешним провайдерам функций непрофильных для бизнеса компании). В случае выведения персонала за штат, компании просто удобно, что такие функции, как начисление и выплата заработной платы, ведение трудовых книжек, выдача всевозможных справок, производятся другой организацией – как правило, рекрутинговым или кадровым агентством.

### **На птичьих правах?**

Влияет ли на специалиста тот факт, что он не числится в штате компании? Формально сам факт того, что специалист находится вне штата, на его карьеру не влияет никак. Однако положение подобного персонала внутри организации варьируется от работодателя к работодателю.

Вопрос компенсации внештатных сотрудников чаще всего зависит от того, по какой причине персонал выводится за штат. Первый вариант – это когда за штатом работают специалисты, выполняющие вспомогательные функции, а не «профессионалы», решающие ключевые задачи для бизнеса организации (например,

для IT-компаний – специалисты в области информационных систем и технологий, а для рекламных агентств – копирайтеры или дизайнеры). В данном случае, войдет ли специалист в группу внештатников, напрямую зависит от сферы деятельности компании, и отношение к нему внутри организации будет точно таким же, как обычно в компаниях относятся к вспомогательному персоналу. Эти работники вполне могут не иметь полного социального пакета, предлагаемого штатным специалистам. Однако ничего обидного в этом нет.

Риск, что выберут кандидата-мужчину вместо женщины, конечно же, есть, а вот поводов особо расстраиваться – нет. Если девушка – действительно грамотный специалист, подающий надежды, не собирается в ближайшее время рожать детей и нацелена на карьеру, компания будет всерьез рассматривать ее кандидатуру.

Некоторые, правда, прибегают к уловкам: умалчивают о планах завести детей. Однако, как настоятельно рекомендуют специалисты: «Если женщина планирует сидеть с ребенком в течение трех лет, то говорить об этом надо обязательно, чтобы никого не обманывать и не подводить».

На этот счет есть и другие мнения. «Я уже родила второго ребенка, и не скрою, что свою работу в хорошей западной фирме использовала как гарант стабильности. После первого декретного отпуска почти сразу забеременела, а родив второго ребенка, снова ушла в хорошо оплачиваемый отпуск». Правда, не стоит забывать и о том, что такое «целевое использование» работодателя может в итоге закончиться потерей рабочего места. К тому же, понадеявшись на солидные выплаты, можно и прогадать. В государственных компаниях в любом случае выплачивают женщине все положенные выплаты, – частные же компании далеко не все-

гда оплачивают декретный отпуск своих сотрудниц, часто это оговаривается уже при приеме на работу. В крупных корпорациях все выплаты производятся, но туда не так легко попасть, и, если компания поймет, что женщина специально провернула этот «фокус», не факт, что она получит желаемое.

### **Женские правила**

Итак, определенные сложности с материнством есть, но они далеко не настолько серьезны, чтобы ставить вопрос ребром: рожать или не рожать? Чтобы совместить восхождение по карьерной лестнице и рождение ребенка, следует знать элементарные правила:

- не вводить работодателя в заблуждение – заранее оговаривать ситуацию на собеседовании, если в ближайший год собираетесь заводить детей,

- не злоупотреблять отпусками по уходу за ребенком – не использовать работодателя в качестве «дойной коровы» для выплаты пособий;

- четко разграничивать работу и личную жизнь – не переносить домашние проблемы на работу;

- не пытаться объяснить промахи в работе «нестиранными пеленками и ползунками»;

- проявлять высокую заинтересованность в работе как до, так и после рождения ребенка.

Словом, женщина-карьеристка и женщина-мать отнюдь не взаимоисключающие понятия. Важно добиваться цели уверенно и без обмана.

## **КАК НАЙТИ РАБОТУ ЗА ГРАНИЦЕЙ**

Опыт работы за границей исключительно полезен для всех категорий специалистов. Прежде всего, это ценная возможность повседневного и делового общения на иностранном языке. Вы вникаете в деловую культуру другой страны, если эта страна является развитой, передовой в смысле бизнеса, то вы изучаете технологии, успешно применяемые данной страной, для того, чтобы попробовать внедрить их в России. Вы изучаете бизнес-процессы, отработанные в развитой стране веками, возможно, они помогут продвинуть вперед бизнес российской компании, в которую вы придете работать после работы за границей. И, наконец, вы повышаете свой общий уровень эрудиции, личную «продаваемость» на рынке труда. Ведь строчка в резюме о работе за границей значительно увеличивает шансы на успешное трудоустройство дома, говорит о знании иностранного языка, о способности выживать в сложных, незнакомых условиях, и об интересных занятиях, которые могли бы пригодиться потенциальному работодателю.

## **КТО ПОМОЖЕТ**

Каким образом можно получить работу за границей, не являясь уникальным специалистом? В первую очередь, можно попробовать принять участие в программе стажировок, организуемых различными международными организациями. Вот некоторые из этих организаций.

**AIIESEC (международная ассоциация студентов, изучающих экономику и менеджмент)** – данная организация предназначена, в первую очередь, для студентов и выпускников вузов (не более трех лет после окончания вуза). Как видно из названия,

основная целевая аудитория – студенты и выпускники высших учебных заведений. Стажировки в основном связаны с маркетингом, логистикой, кадровым менеджментом и т.п. Сеть AIESEC в настоящее время охватывает более 80 стран. Чаще всего стажеры отправляются в Германию, Францию, Польшу, Финляндию. Продолжительность стажировок от двух месяцев до полутора лет (самая распространенная продолжительность стажировки – шесть месяцев, что связано с ограниченностью времени пребывания стажера в данной стране, например в Германии).

Наиболее выдающиеся стажеры могут продлить стажировку или получить контракт на несколько лет, или по приезду со стажировки открыть и возглавить представительство компании в России, если она у нас еще не представлена.

Аналогичная AIESEC по структуре и идее организация – IAESTE – для помощи студентам и выпускникам технических вузов. При этом стажировки могут быть и не связанными с технической спецификой (маркетинг, логистика, кадровая работа, управление персоналом).

Программа подготовки управленческих кадров для организации народного хозяйства (так называемая «президентская программа») рассчитана на молодых менеджеров среднего звена с некоторым опытом работы. На учебу по данной программе ежегодно выезжает около 1000 российских менеджеров. В остальном, стажировка предусматривает обучение в течение 5-9 месяцев в российских вузах или бизнес-школах (по специальностям «маркетинг», «менеджмент», «финансы и кредит») перед стажировкой на зарубежном предприятии. Есть другой вариант, когда участники едут на стажировку без предварительной учебы на родине. Партнеры программы – многие известные зарубежные ор-

ганизации и образовательные программы: Британский совет (Russian Presidents's Management Training Initiative), посольство Японии (Japan Project in Russia) структуры Евросоюза (TACIS, MTP), InWEnt (Internationale Weiterbildung und Entwicklung GmbH – бывшее Общество им Карла Дуйс-берга) и т.д. Недавно к программе присоединилась Ирландия.

Описанные выше стажировки обычно кратковременны (от четырех недель до трех месяцев) Однако это отличный шанс завязать деловые контакты, которые могут стать полезными в будущем.

В США есть своя программа, не связанная с «президентской», – это SABIT (Special American Business Internship Training), а также Business for (BFR), организованная американским советом по международным исследованиям и обменов (IREX) и отделом образовательных и культурных программ Госдепартамента США, который ее и финансирует. На Интернет-сайте [www.interair.ru](http://www.interair.ru) можно также найти информацию о программе стажировок в США Internship USA, в которую принимают студентов и выпускников в возрасте 19-26 лет.

Если вы уже определились со страной, где хотели бы пройти стажировку, то имеет смысл обращаться в коммерческий отдел посольства или торгово-промышленную палату данной страны в России, у них всегда есть информация о различных центрах и ассоциациях, предоставляющих возможность стажировок.

## ПОИСК РАБОТЫ В INTERNET

Есть и другой путь – прямой поиск работы через Интернет и различные зарубежные информационные порталы. Например, сейчас в связи с некоторой стагнацией экономики в Европе многие западноевропейские компании начинают интересоваться восточноевропейскими рынками, в особенности российским. Таким образом, появляются вакансии для людей, владеющих восточноевропейскими языками, которые могли бы завязать связи в данных странах и развивать бизнес компании вплоть до открытия представительства и организации продаж в своей стране. Идеальным кандидатом на такую вакансию, возможно, могли бы быть вы. Если компания увидит в вас перспективного сотрудника и будет готова пойти на оформление разрешения на работу, то у вас есть все шансы занять должность.

Безусловно, данный способ поиска работы является наиболее трудоемким и долгим. Надо писать множество писем, заполнять множество форм, проходить телефонные интервью, прежде чем попасть на интервью в компанию. Возможно, придется даже поехать туда за свой счет. Нужно быть готовым к большому количеству отказов.

**Идеальный кандидат – профессионал, владеющий английским языком и языком страны происхождения компании.**

Но в результате можно получить очень интересную и перспективную работу в другой стране. Однако следует также иметь в виду, что на фоне высокого уровня безработицы в Европе, при прочих равных, предпочтение всегда отдадут гражданину той страны, где работает данная компания.

Среди источников, в которых можно было бы найти информацию о вакансиях следует упомянуть крупнейший информационный портал [www.monster.com](http://www.monster.com)



## В БОЛЬШОЙ ИЛИ МАЛЕНЬКОЙ?

Где лучше платят – в большой или маленькой компании? Как ни парадоксально, ответ неочевиден. Приведем цитату из разговора с главой представительства иностранной компании: «У нас небольшие офисы в Москве и Санкт-Петербурге. Со мной работает мало людей, и мы платим им хорошие зарплаты. Частично это компенсация за то, что им некуда расти внутри нашей организации». Результаты обзоров заработных плат «Анкора» подтверждают, что оклады среднего менеджмента в маленьких компаниях выше, чем в больших. Разница составляет около 20%, а по некоторым позициям она даже больше. Например, менеджер по персоналу получает в компаниях с штатной численностью до 150 человек на 28% больше, чем платят подобному сотруднику в более крупных компаниях, а менеджер по маркетингу получает даже на 42% больше.

Помимо вышеназванной причины можно выделить еще несколько. В компанию с известным именем кандидат согласен идти на меньшую зарплату, так как подобный опыт будет яркой строкой в его резюме и поможет в дальнейшем трудоустройстве. В большой компании больше возможностей для приобретения дополнительных знаний и профессионального развития. Большая компания имеет возможность предложить более значимый набор льгот, например, медицинское страхование, страхование жизни, оплату питания и многое другое. Зато в маленькой компании у специалиста часто бывает шире круг обязанностей. Например, в крупной корпорации отдел персонала может быть представлен директором по персоналу, менеджером-генералистом. В маленькой компании весь отдел персонала может состоять из менеджера по персоналу, который и выполняет все функции. По этой же

причине заработные платы старшего менеджера в маленьких компаниях меньше, чем в больших.

## ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ТЕХ, КТО ИЩЕТ РАБОТУ

Все просчеты можно разделить на три группы ошибок в стратегии поиска работы на собеседовании и в резюме.

Иногда из-за глупых недочетов можно упустить свой шанс. Например, придя на собеседование в джинсах и свитере, вы не попадете на работу в компанию, где принят строгий дресскод. Более серьезная неадекватность соискателя – скажем, завышенные или заниженные зарплатные амбиции – может вообще закрыть все двери. Рекрутеры записывают в аутсайдеры тех, кто не может ответить на вопрос о зарплате. Как вспоминает генеральный директор интерактивного творческого агентства, когда он устраивался на работу, то на вопрос: «Какую максимальную зарплату вы бы хотели иметь», – он написал: «Бесконечность». «Меня признали несерьезным человеком, с которым нельзя иметь никаких дел», – говорит он.

Порой соискатель срезается на мелочах. Так, например, рассказывает один претендент на определенную должность: «Несколько лет назад хотел получить работу пресс-секретаря в известной металлургической компании, только что поменявшей акционеров. Но на этапе встрече с руководителем компании я не смог ответить на несколько специфических вопросов, вроде: «Чем брикетированное железо отличается от аглоруды и есть ли разница между горячим станом и холодным?». Оказалось, что директор был потомственным металлургом, очень любил и знал свою профессию и требовал того же от подчиненных. Он посчитал, что кандидат не сможет эффективно продвигать компанию, если не знает всех нюансов бизнеса, поскольку их очень много в металлургии, и процесс его адаптации слишком затянется. Этот промах кое-чему

научил. Теперь перед встречей с потенциальным работодателем старается собрать максимум информации о компании и рынке, на котором она работает.

## **НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ОШИБКИ ПРИ ПОИСКЕ РАБОТЫ:**

1. Непродуманная стратегия поиска работы: хаотичная рассылка резюме, использование только одного источника, например Интернета.

2. Завышенные зарплатные и карьерные амбиции.

3. Неудачная самопрезентация на собеседовании.

4. Нечеткая формулировка целей – к примеру, человек не может сказать, чем бы он хотел заниматься.

5. Обман в резюме или нечестность на собеседовании.

6. Плохие манеры: неотключенный мобильный телефон на интервью, опаздание на встречу с рекрутером.

7. Перегруженное информацией длинное резюме.

8. «Торговля» за более высокую зарплату на последнем этапе отбора.

9. Неправильное самопозиционирование (например, специалист по логистике хочет работать маркетологом).

10. Затрагивание неуместных тем на собеседовании (например, подробности личной жизни, некорректные отзывы о предыдущих местах работы).

### **ПРОВАЛ НА СОБЕСЕДОВАНИИ**

В тройке самых распространенных ошибок – неумение себя преподнести на собеседовании, плохо проведенная самопрезентация. Порой сильный специалист, потерявший работу, на собеседовании ведет себя неуверенно, слишком рьяно демонстрирует свое желание получить работу, что оставляет неприятное впечатление.

Есть темы, по мнению рекрутеров, запретные на собеседовании. К примеру, все работодатели плохо воспринимают заяв-

ния соискателей о том, что они в ближайшем будущем хотят открыть свое дело. Если есть такая цель, то не стоит говорить об этом в ситуации найма на работу. Рекрутеры часто жалуются на плохие манеры соискателей. Они не любят тех, кто не умеет слушать, сидит во время беседы с отсутствующим взглядом, вертит в руках мобильный телефон или ручку (это признак нервности). «На собеседовании я стараюсь предстать более заинтересованным собеседником – это сокращает дистанцию между мною и работодателем, позволяет мне предстать уже в какой-то мере своим человеком», – делится опытом специалист по кадровому менеджменту.

Белые пятна в биографии, утаивание информации и нежелание отвечать на важные вопросы рекрутера (к примеру, о причине увольнения с предыдущего места работы) тоже повышают вероятность попадания в список аутсайдеров. Таких людей не любят брать на работу.

## **ИНТЕРЕСНО – ИГРА ПО ПРАВИЛАМ ИЛИ ПО НЕРВАМ**

На интервью проверяется то, как вы умеете проходить интервью. Ваша презентация на собеседовании – это индикатор красноречивости, способности думать на ходу, устанавливать доверительные отношения

Интервью можно сравнивать с правилами игры, если вы их соблюдаете – у вас есть возможность выиграть, если не соблюдаете – вы вне игры. Вы можете прекрасно прыгать и владеть мячом, но, если вы будете задорно бросать им в судей вместо корзины, вам не выиграть в баскетболе. Так же и на интервью, вы можете быть профессионалом высокого уровня, но, если вы не следуете правилам поведения на интервью, найдется человек, кото-

рый переиграет вас. И наоборот если Ваш опыт работы пока еще недостаточен, но вы грамотно преподносите и адекватно оцениваете себя, рано или поздно вам дадут шанс доказать на практике, какая вы находка для компании. Если вы приходите на интервью вовремя, в начищенных ботинках и деловом костюме, улыбаетесь, смотрите в глаза собеседнику, общаетесь в позитивной манере и прямо отвечаете на поставленные вопросы, это уже обеспечивает вам львиную долю успеха.

### **Подготовка к собеседованию**

Подготовка – важное слагаемое успеха. Готовиться необходимо сразу по нескольким направлениям.

### **Информационная подготовка**

Для начала сформулируйте для себя цель интервью. Целью не может быть просто «пройти интервью». Цель должна формулироваться в терминах результата, например, потренироваться, взглянуть на компанию изнутри, получить ответы на определенные вопросы, предоставить информацию о себе в максимально адекватном ключе, познакомиться с профессионалом в своей области и т. п.

Когда цель ясна, соберите информацию о рынке и о компании в доступных вам источниках (газеты, Интернет, коллеги и друзья).

Проанализируйте информацию о себе применительно к той сфере и должности, на которую вы претендуете.

Взвесьте для себя возможные преимущества, слабые стороны компании и должности, обозначьте вопросы, которые для вас важно прояснить при встрече. Еще до интервью важно составить

список таких вопросов и при встрече постараться получить ответы на большинство из них.

Продумайте, как вы будете отвечать на вопросы. Еще на этапе рассылки резюме вы должны быть готовы дать ответ на один из основных вопросов: «Почему вы претендуете на данную позицию?» От этого ответа зависит больше, чем может показаться на первый взгляд. Работодатель оценивает кандидата по трем основным параметрам: формальное соответствие требованиям, личная симпатия и мотивация. В зависимости от конкретного человека, позиции и компании на первый план выходит один из трех параметров. Но, к сожалению, кандидату в большинстве случаев неизвестно, какой именно. В любом случае, уже при первом контакте с работодателем важно произвести приятное впечатление, объяснить, почему вам интересна данная вакансия, и обосновать свою позицию по поводу вашего соответствия заявленным требованиям. В качестве примера вопроса, вызывающего наибольшие затруднения, приведем лишь один «Где вы видите себя через три года (10 лет)?». Если сроки реальные (два-три-пять лет), то хороший ответ – это: «Около двух лет на данной позиции, а потом у меня и у компании будет возможность определиться, где мои способности и опыт применимы наилучшим образом».

### **На интервью в компании**

Как известно, коммуникация существует в трех формах:

- вербальная – то, что мы говорим;
- паравербальная – то, как мы говорим;
- невербальная — как мы при этом выглядим.

На интервью важно контролировать все три проявления.



В зависимости от того, где и с кем состоится интервью, нужно по-разному представлять и вести себя.

Если вы идете на интервью в рекрутинговую компанию или кадровое агентство, ваша задача – не фокусироваться на конкретной вакансии, а максимально полно рассказать о своем опыте и пожеланиях в плане работы. Это даст возможность рекрутерам, во-первых, предложить вам варианты, которые максимально будут учитывать ваши возможности и ожидания, а во-вторых, полно и наиболее выгодно представить вашу кандидатуру потенциальному работодателю. Пройдя интервью у рекрутера, попросите от консультанта рассказать, что вы в процессе собеседования сделали правильно, а что можно было бы изменить. Получите информацию о том, как лучше себя представить и на чем сделать акценты в конкретной компании, в общении с определенными людьми. Профессиональный консультант сможет дать много полезных советов, подготовить вас к сложным моментам.

### **Самопрезентация**

Когда вы идете на интервью к потенциальному работодателю, на первый план выходит соответствие заявленной вакансии. Поэтому постарайтесь, чтобы ваш опыт выглядел максимально адекватным позиции, на которую вы претендуете. Критерий хорошей самопрезентации – это адресность. Учитывайте, кто ваш собеседник, апеллируйте к его опыту и постарайтесь общаться с ним на одном языке и в одном понятийном поле. Внимательно слушайте собеседника и пытайтесь понять, почему он задает вам именно эти вопросы, именно в такой последовательности, что он хочет услышать, что в вашем ответе наиболее интересно и значимо для него.

Структурированность. Постарайтесь отвечать только на поставленный вопрос, не уходите в сторону. Ваши ответы должны быть логичными и последовательными.

Яркость. Иллюстрируйте свои аргументы примерами, там, где это уместно.

Лаконичность. Вы не всегда знаете заранее, сколько времени вам сможет уделить собеседник, и будет обидно, если, углубившись в детали по одному вопросу, у вас не хватит времени осветить другие важные аспекты вашей деятельности и достижений. Ответ на вопрос должен занимать 20-40 секунд и уж никак не больше 2 минут. Если вам задали неконкретный вопрос, не нужно отвечать «про все». Уточните, что хочет услышать ваш собеседник.

### **И еще несколько правил**

Если вы общаетесь с собеседником один на один, постарайтесь подстроиться под человека, но так, чтобы это не выглядело нарочито. Постарайтесь соответствовать темпу и тембру голоса собеседника. Когда вам задают вопрос, не спешите на него отвечать, подумайте, как уже было сказано, что на самом деле собеседник хочет услышать от вас, зачем он задал именно этот вопрос, именно в этой форме. Лучше говорить о себе от первого лица. Местоимение «мы» не всегда свидетельствует о вашей командности, чаще оно говорит о неуверенности. Звучит общепринято, требует уточнения – грамотный интервьюер всегда спросит: «Кто «мы» и каково конкретно ваше участие?»

Научитесь пользоваться паузами. Если вы не делаете пауз, вам сложнее предоставить возможность вашему собеседнику задать вопрос, уточнить. Вы теряете возможность отслеживать его реакцию. Если же, наоборот, ваш собеседник делает паузу, спо-

койно ждите, пока он договорит, не пытайтесь ее судорожно заполнить.

Если в вашем предыдущем опыте, отношениях на предыдущей работе или причинах смены работы присутствовали негативные моменты, не фокусируйтесь на них. Постарайтесь даже в отрицательном опыте найти конструктивную составляющую – то, чему вы научились и что вы для себя вынесли. Если вы не видите позитивных моментов, то представляйте вашему собеседнику только факты, сжато, очищено от эмоции. К сожалению, очень часто на интервью приходится слышать: «Я, конечно, знаю, что нельзя плохо говорить о предыдущей работе, но дальше следует полное описание всего плохого, жалобы, иногда со слезами, с рассказами о несправедливости и несчастьях».

Есть и такие особенности в поведении кандидата, которые могут просто превратить интервью в недоразумение. Это: монотонное бормотание, очень тихий голос, «падающие интонации», сложная речь, перегруженная научными терминами, слова-паразиты, отсутствие контакта глаз, мелкие суетливые жесты, сутулость, скованность, специфические привычки (почесывание, стук пальцами, разглядывание маникюра и т. п.), панибратство, обман, стремление приукрасить, чрезмерная амбициозность, переоценка собственного опыта, сил, знаний, отсутствие явной мотивации, неконкретные ответы, несвоевременно заданные вопросы о заработной плате и графике работы, необоснованно завышенные зарплатные ожидания.

## СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ

Можно привести несколько стратегий поведения, которые можно применять в зависимости от роли, которую выбрал ваш собеседник. Если интервьюер выступает с позиции «рубахи-парня», ведет себя очень раскованно, дружелюбно, будьте доброжелательны, но не сокращайте дистанцию.

Вы можете столкнуться на интервью с «педантом» или «философом», который будет задавать большое количество уточняющих вопросов, до бесконечности углубляться в детали, перифразировать ваши утверждения. В этом случае будьте максимально конкретны, лаконичны, иллюстрируйте свою презентацию четкими, адекватными примерами и особенно следите за тем, чтобы не сбиваться с выбранного курса.

Если вы пришли на интервью, а ваш собеседник до встречи с вами успел пообщаться с 10-20 кандидатами на данную позицию и теперь выглядит скучающим, отсутствующим, постарайтесь четко расставить акценты в вашей самопрезентации, сделать ее яркой, задавайте вопросы, вовлекайте собеседника в процесс общения.

Если ваш собеседник выступает достаточно жестко, позволяет себе резкие замечания, агрессивно настроен, не поддавайтесь на провокацию, задавайте вопросы, улыбайтесь. Главное – сохраняйте внутренний комфорт. Помните, что это может быть элементом стрессового интервью, и собеседник просто проверяет вашу стрессоустойчивость.

Вообще, понятие стрессового интервью достаточно условно, и человек может не сразу догадаться, что действия интервьюера направлены на проверку его стрессоустойчивости. Так, элементом стрессового интервью может оказаться ситуация, когда вы в условленное время пришли на встречу, а вас заставили ждать про-

должительное время. Постарайтесь сохранить позитивный настрой, найдите возможность подождать столько, сколько нужно, и примите извинения собеседника в доброжелательной манере.

Элементом стрессового интервью могут быть провокационные или слишком личные вопросы. В ответ на них вы можете сказать, что это не относится к работе или что задавать подобные вопросы запрещено законом. Но выиграете ли вы в таком случае? На вопрос, например, о маленьком ребенке, о родителях, о семейном положении более уместно ответить так: «Если вы имеете в виду, не помешает ли это мне в работе, в командировках, в необходимости работать сверхурочно, мой ответ – «нет».

Вас также могут неожиданно попросить решить ситуационную задачу, не имеющую отношения к предмету, например, попросят разделить  $243/567$  на 13 в уме. Это не значит, что собеседники хотят услышать правильный ответ – им важны ваша реакция и способность творчески мыслить. Вас могут также спросить: «Ну, зачем вам такая работа — это же скучно, неинтересно, вы можете гораздо больше. У нас, на самом деле, есть позиция не только торгового представителя, но и регионального менеджера. Вы бы хотели попробовать свои силы на этой позиции?». Не поддавайтесь на подобную провокацию. Интервьюер просто проверяет вашу мотивацию.

Групповое интервью, когда собеседников несколько, в любом случае вызывает определенный стресс. Первое, что необходимо сделать, – это постараться запомнить имена всех, кого вам представили. Отвечая на вопрос конкретного человека, лучше обращаться к нему по имени, но держать контакт глаз со всеми, ненадолго задерживая взгляд на каждом из собеседников. Если вопросы задаются как из пулемета, по нескольку одновременно, вы

сами можете структурировать свои ответы примерно так: «Не возражаете, если я отвечу на ваши вопросы в следующем порядке – сначала на ваш вопрос, Василий, потом на ваш, Вера, а потом на ваш, Ирина». В подобной ситуации важно соблюдать установленную вами же очередность вопросов и ни в коем случае не забыть ответить всем участникам.

Если вы прошли несколько этапов собеседования и дошли до финала (который может выглядеть как интервью с генеральным директором, с менеджером по персоналу или знакомство с коллегами), не совершайте одну из наиболее распространенных ошибок – не расслабляйтесь. Даже если вам кажется, что это простая формальность. Не начинайте «повышать ставки», вступать в торги по поводу зарплаты и компенсационного пакета – помните, что обычно до финала доходят несколько претендентов. У работодателя всегда остается возможность сделать свой выбор в пользу другого.

### **В случае отказа**

В завершение интервью, какое бы решение вы ни приняли в процессе и какие бы эмоции ни испытывали по отношению к компании, позиции и личности вашего визави, обязательно поблагодарите собеседника за уделенное вам время. Уместно сделать это и в письменном виде. Если во время собеседования вы поняли, что, вероятнее всего, откажетесь от этой позиции, не делайте этого сразу. Во-первых, окончательное решение должно быть тщательно взвешенным, очищенным от сиюминутных эмоций. Во-вторых, важно продумать формулировки и причины отказа, чтобы они выглядели максимально корректными, поскольку рынок не такой большой, каким кажется, и никто не может знать, где еще и когда вам суждено вновь пересечься с вашим

собеседником. Если возможно, по окончании интервью достигните конкретных договоренностей о дальнейших шагах, подытожьте результаты встречи.

Если после интервью вы получаете отказ, не расстраивайтесь. Не воспринимайте это как собственную неудачу. Отказ – это не провал, а лишь новая возможность. Не пытайтесь переубедить собеседника и не просите «дать вам шанс». Обязательно проанализируйте пройденное интервью – что вы сделали правильно, а что в следующий раз нужно сделать по-другому.

## **КАК ПОВЫСИТЬ ЗАРПЛАТУ ПРИ ПОМОЩИ РЕКРУТЕ- РОВ**

### **Быть уверенным**

При активном поиске новой работы или при пассивном рассмотрении новых предложений о работе принципиально важно чувствовать себя уверенным во время переговоров о заработной плате. Нужно четко представлять и обосновывать свои финансовые ожидания, а также уметь грамотно обсудить дополнительные льготы и содержание компенсационного пакета с будущим работодателем.

### **Две категории компаний**

Условно все компании-клиенты, а иногда и разные вакансии в одной и той же компании можно разделить на две категории с точки зрения ведения переговоров о заработной плате.

К первым отнесем те компании и вакансии, где присутствует негласное табу на торг по зарплате. Примером могут служить большинство восточных компаний, где практически все должности имеют четкую цифру, заложенную в бюджет, в соответствии со штатным расписанием.

В лучшем случае они готовы предоставить вилку по заработной плате (как правило,  $\pm 20\%$  от этой цифры), но выше полученной цифры такие компании не дадут со 100%-ной гарантией. В такой ситуации вести переговоры о повышении заработной платы отдельно взятому кандидату нельзя, так как это может быть истолковано как отсутствие профессионализма и может привести к расторжению контракта с данной рекрутинговой компанией. Единственный выход – честно обсуждать этот вопрос с кандидатами и дать им возможность максимально объективно оценить свой уровень по финансовым ожиданиям, соизмеряя его с желанием работать в данной компании.

Направлять заведомо «дорогого» кандидата не имеет никакого смысла. Кандидат должен сам решить, насколько он готов к такой зарплате и дать конкретный обоснованный ответ рекрутеру. Справедливости ради надо отметить, что и в этой категории компании бывают ключевые позиции, финансовая сторона которых неясна самим компаниям из-за нехватки объективной информации о рынке и доходах специалистов такого уровня. Здесь как раз консультант приходит на помощь, проводит обзор заработных плат на данном сегменте рынка и предоставляет кандидатов с соответствующими финансовыми ожиданиями.

В разряд второй категории относятся компании с так называемой демократичной корпоративной культурой, при которой торг возможен практически на все вакансии. Безусловно, есть бюджет и так называемый потолок, но в некоторых случаях даже этот потолок можно слегка приподнять. В этом случае торг, как говорится, уместен. И положительный результат вполне может зависеть, в том числе от рекрутера.



## **В целях обогащения**

Если вы решили улучшить свое материальное положение, попытайтесь сделать это. Самым главным критерием в данном случае для вас должна стать ваша объективная рыночная стоимость. Прежде чем начать говорить с рекрутером на эту тему, подготовьтесь. Сейчас даже в России многие компании проводят и публикуют обзоры заработных плат, на некоторых сайтах есть даже «зарплатомеры» (вопрос в том, насколько они объективны, поэтому лучше их использовать в комплексе с другими источниками информации). Подпишитесь на рассылку вакансий по вашей специальности, проведите мониторинг предлагаемых вакансий в СМИ и Интернете для специалистов с вашим уровнем образования, вашей квалификацией и вашего региона. В результате вы определите среднюю цифру по рынку, которую нужно будет сопоставлять с вашими реальными материальными потребностями в настоящее время. Теперь прибавьте и вычтите 20 % от окончательного сопоставленного результата, и вы получите ту самую вилку, о которой и будете говорить с рекрутером. Если эти данные будут совпадать с профессиональными данными рекрутера, вам будет легко сориентироваться, стоит ли выходить на рынок труда в целях обогащения или нет.

## **Переговоры о зарплате**

Как правило, вопрос о зарплате обсуждается в последнюю очередь, независимо от того с кем вы общаетесь – с рекрутером или непосредственным работодателем. В анкетах, разговорах по телефону, на предварительных интервью лучше отметить, что размер зарплаты обсуждаем, он зависит от результатов собеседования и т. д. Если все таки работодатель настаивает на более чет-

ком ответе можете использовать ту самую верхнюю границу (20%) вилки, о которой мы говорили выше, отметив при этом возможность гибкого решения в зависимости от других мотивирующих вас условий, компенсаций. Не задавайте на этом этапе конкретные цифры. Можно использовать прием возврата вопроса. Например:

«А сколько в вашей компании получает человек, имеющий такие квалификацию, образование и опыт, как у меня».

«Не скрою, деньги играют важную роль для меня, но ваше предложение очень интересно с профессиональной точки зрения, поэтому если вы сориентируете меня по вашим финансовым возможностям для специалиста моего уровня, я обещаю сообщить о своем решении как можно быстрее».

Выпишите себе возможные варианты вашего непрямого ответа на этот вопрос и импровизируйте. При этом надо четко представлять себе цель того, что вы делаете добиться цифр, которые компания готова предложить за специалиста вашего уровня.

Будьте готовы к тому, что вам могут неожиданно быстро сделать предложение. Перед интервью обязательно еще раз взвесьте, за какой минимум вы готовы работать именно в этой компании. Тогда вам будет легче импровизировать. Если данная компания – предел ваших мечтаний, а предложение по зарплате слегка ниже ваших ожиданий, но в пределах вашего «минимума», принимайте предложение. В некоторых случаях (например, восточные компании) ваша пауза в принятии предложений может быть оценена как недостаточная мотивация для работы в этой компании. Если же вы чувствуете, что вы – вне конкуренции, уточните: «Есть ли у меня время обдумать предложение, скажем, до завтра?» Далее вы можете в спокойной обстановке подумать, стоит ли игра свеч.

Если предложений несколько и необходимо выбрать наиболее интересное из них, можно записать на листок бумаги список составляющих компенсационного пакета и расставить приоритеты. Пункты могут быть следующими:

- размер зарплаты (средней с бонусами);
- оплата отпуска, больничных, предоставление отгулов (некоторые компании компенсируют, например, больничный в размере 100% от ежемесячной зарплаты, т.е. доплачивают недостающую часть к общегосударственной компенсации из корпоративных средств);
- возможность развиваться и обучаться за счет компании;
- дополнительная страховка – медицинская, от несчастных случаев, страхование жизни, страхование при командировках и т.д.;
- дополнительные пенсионные отчисления (в некоторых компаниях есть специально разработанные программы);
- возможности предоставления корпоративного кредита;
- возможность участия в приобретении акций компании-работодателя;
- распродаже производимых товаров или скидки для сотрудников;
- повысится ли ваша рыночная стоимость после двух лет работы в данной компании и другие пункты.

Наиболее приоритетные для вас пункты вынесите вперед. Нарисуйте колонки с названиями разных компаний, от которых вы получили предложения. Присвойте каждому пункту свой балл, например от 1 до 5, в зависимости от его присутствия в сделанном вам предложении. Подсчитав количество баллов для каждой

компании, вы определите наиболее интересное для вас предложение.

Начинайте вести переговоры с объективной оценки своей стоимости на рынке, затем оцените вашу потенциальную способность принести прибыль компании, приведите примеры решения аналогичных задач из предыдущего опыта. Например: «Мы же с вами понимаем, что специалисты моей квалификации стоят от... Из предыдущего разговора я понял, что в компании есть... трудности. Однако я сталкивался с такими препятствиями в своей практике и решил задачу таким-то образом... При этом мной было сэкономлено млн. \$. Основываясь на своем опыте, смею предположить, что могу рассчитывать на эффективное решение проблем в компании. При этом моя зарплата оправдалась бы в течение... периода».

Попробуйте подтвердить свою рыночную стоимость. Если все-таки возможности пересмотра нет, обсудите альтернативные варианты (возможность повышения в будущем, например, после испытательного срока, возможность добавления в трудовое соглашение пункта о гарантированном размере бонуса, предложите другие приемлемые варианты).

### **Манера поведения**

Сама манера ведения переговоров и адекватность ваших высказываний зачастую являются тестом для вас. Будущий работодатель оценивает вас как «специалиста в деле». Ведите себя достойно, соблюдайте равноправие, разговаривайте с интервьюерами, как с вашими партнерами по бизнесу, умейте слушать и слышать, а также адекватно соизмерять ваши потребности с возможностями компании.

## ЕСТЬ ПОВОД ПОТЕРЯТЬ ЛИЦО

Переход в новую компанию – это не только новая строчка в резюме. Профессиональная реинкарнация позволяет изменить представление о себе, у всех заинтересованных лиц, включая себя самого. По мнению психологов, сменить свое амплуа в пределах одной компании практически невозможно. Более того, сложившееся мнение по поводу коллег, находящихся в поле зрения, будет тормозить даже естественные изменения личности.

Если психологические особенности человека меняются медленно, то культурологические – значительно быстрее. К примеру, если в прежней компании сотрудник потерпел фиаско, связанное с личностно-доверительными или, допустим, сексуальными отношениями, в новой компании есть возможность начать все с чистого листа. Директор по персоналу крупного московского холдинга, не пожелавшая назвать свое имя, призналась, что, поработав в компании «семейного типа», она научилась взвешивать каждое слово. Зато на новой работе ей пришлось самой прибегать к помощи родственников. Там принято держать портреты детей и супругов на столе и регулярно рассказывать об их достижениях. По умолчанию в компании считается, что крепкая семья – залог успешности менеджера.

Редактор – специалист рекламного агентства утверждает, что на новом месте работы он избавился от необходимости притворяться. Рекламный бизнес в отличие от других бизнес-структур менее карьерно ориентирован. Ступеньки и иерархия здесь вторичны по отношению к творческим идеям.

## **ПО МНЕНИЮ ПСИХОЛОГОВ, СМЕНИТЬ СВОЕ АМПУА В ПРЕДЕЛАХ ОДНОЙ КОМПАНИИ ПРАКТИЧЕСКИ НЕВОЗМОЖНО.**

### **ВМЕСТЕ С НОВОЙ КОМПАНИЕЙ МЕНЕДЖЕР ИМЕЕТ ПРАВО ИЗБИРАТЬ НОВЫЙ ОБЛИК, НЕ РИСКУЯ ВЫЗВАТЬ РАЗДРАЖЕНИЕ СО СТОРОНЫ ОКРУЖАЮЩИХ**

#### **НЕКРОЛОГ О СЕБЕ**

**Зачем нужны нестандартные резюме.** В фильме «Коктейль» герой Тома Круза, отчаявшись найти работу, пишет свое резюме в виде некролога. Похожий прием некоторое время использовали в одной московской компании: некролог о себе там предлагали написать тем, кого приглашали на собеседование.

В компании «Руян» кандидатам на любую позицию предлагают написать, долго не задумываясь, 40 предложений, каждое из которых начинается со слова «я». Так называемые задания «Яшки», они очень хорошо раскрывают цели и приоритеты человека. Например, предложение: «Я очень доверяю своим друзьям» или «Я люблю свою кошку» вызывает большую симпатию, чем заявление вроде: «Я через два года хотел бы возглавить департамент». Человеческие отношения в компании ценятся выше карьерных амбиций. По наблюдениям психологов, если человек все 40 предложений написал о работе, это свидетельствует о его неискренности.

Теоретически, практика подобного отбора не нова. Большинство бизнес – школ давно используют эссе для отбора абитуриентов.

Литературные формы отбора хоть и не часто, но практикуются в западных компаниях. Если западного работодателя заинтере-

сует резюме менеджера, он просит написать мотивационное письмо на иностранном языке, где надо объяснить, почему стремишься работать именно на этой позиции в этой компании. Изучив такие эссе, работодатели получают информацию, которую нельзя почерпнуть из сухого резюме.

Неформальные способы проверки – хорошее подспорье, когда нужно выделить молодое дарование, к примеру, среди студентов. У них нет опыта работы, и, соответственно, в резюме писать не о чем. Когда в рекламном агентстве BBDO искали молодых креаторов, вместо обычного резюме просили участников предоставить некую рекламную идею продвижения себя. Каждому предлагалось представить, что он – товар который надо продать. Одной из лучших работ стала фантазия молодого человека на тему, как он бродил вокруг офиса BBDO, встретил креативного директора этого рекламного агентства и убедил его взять себя на работу. Находчивого юношу взяли на должность стажера в творческий отдел BBDO.

Встречаются руководители, которые принципиально не хотят иметь дело с обычными резюме: «Я не советую соискателям присылать стандартное резюме. Если такие приходят, я стираю их, не читая», – рассказывает директор «Студии Артемия Лебедева». Человек, сделавший резюме по правилам, – это специалист по устройству на работу, а мне бы хотелось работать со специалистами в других областях».

Иногда, одна живая фраза, выбивающаяся из сухого контекста резюме, способна зацепить руководителя и заслужить его расположение. «Мне пришло по почте хорошее, но совершенно обычное резюме на вакансию сейлза, но в графе «Темы сообщения» было: «менеджер по продажам – тот, который вам нужен», –

рассказал руководитель аналитического отдела одной компании. Он признается, что фраза сыграла свою роль, когда он решил взять на работу девушку 20 лет, которая отнюдь не была опытным менеджером.

Директор по персоналу компании «Уникум» рассказала, что человек, претендующий на позицию PR-директора, сделал резюме в форме пресс-релиза. А один дизайнер разослал резюме в виде пазла. Он придумал втиснуть в пазл свою биографию и некоторые работы: «У меня небольшой опыт работы, так что я постаралась привлечь внимание к своим плюсам – творческим способностям». И ему это удалось. Он уже был на собеседовании в нескольких международных сетевых агентствах.

При всех плюсах нестандартного резюме эксперты советуют применять их осторожно, они срабатывают с харизматическими руководителями и зачастую пугают сотрудников отделов персонала. Да и сами соискатели в большинстве своем рассчитывают на привычные резюме и собеседование.

## **НА СВОЕМ МЕСТЕ**

Как попасть работать туда, куда очень хочется.

### **Одержимцы**

У большинства менеджеров, которые меняют работу с помощью хед-хантеров, есть «компания мечты», где они хотели бы работать. Чаще всего, рассказывая о компании, в которой соискатель хотел бы работать, он описывает ее некими характеристиками, не называя конкретно. Как правило, у каждого из них на примете целый список таких компаний, реже – одна-единственная. Посоветовать последним можно только одно – собрать максимум информации о том, в каких людях нуждается компания мечты и



стать хорошим специалистом в любой из актуальных для нее областей.

Идеалистов, влюбленных и мечтающих об одном-единственном работодателе, больше среди юных соискателей. Стремление молодых специалистов попасть в определенную компанию вполне объяснимом – работа в престижной организации повышает цену начинающего карьериста. У опытных соискателей уже другие принципы выбора компании, и это правильно. Одержимость одной компанией эксперты считают не самым полезным качеством для соискателя. По мнению психологов Института практической психологии, несмотря на то, что именно такие люди добиваются очень многого, цена этих успехов может быть довольно высокой. Это очень стрессовое качество. Такие люди не обладают гибкостью в своей нацеленности к одной компании. Они, что называется, «кладут яйца в одну корзину». Психологи считают, что такие люди чувствуют себя социально значимыми только в связи с большими организациями.

Оказывается, что желание работать в определенной организации не столько стимулирует, сколько тормозит карьеру. Люди, создающие себе кумира в виде определенной организации, чаще всего разочаровываются в такой компании. Однако, если стремление работать в компании не является чем-то маниакальным, это качество может стать стимулом.

Три способа. Желающим связать свою жизнь с определенной организацией можно порекомендовать несколько стратегий.

**«Через тернии к звездам».** В организацию – на маленькую должность и строить свою карьеру именно здесь – стратегия довольно частая. Но не у всех хватает терпения ждать, пока тебя за-

метят и повысят в должности и при этом сопротивляться предложениям от других компаний.

**«Огородами».** Многие специалисты не решаются сразу направиться в компанию своей мечты, объясняя это себе тем, что еще не доросли. Они предпочитают набраться опыта в другом месте, но считают его временным.

**«Измором».** Этот способ – не самый работающий, специалисты вас просто могут принять за сумасшедшего. Но иногда такая страстная приверженность компании может сыграть положительную роль. Самые настойчивые претенденты, стремящиеся попасть к нам на работу, – это выпускники вузов. Они готовы ждать, обивать пороги, выполнять работу на дому, и только после этого мы принимаем их в свою команду.

## **ВОЗРАЖЕНИЯ ПРИНИМАЮТСЯ**

Отказывая, люди выдвигают возражения – аргументы в пользу отказа. Чтобы эффективно преодолевать возражения, психологи советуют разделять их на типы, знание которых облегчает подбор контраргументов.

Менеджер по продажам рекламных площадей за свою карьеру прошел множество тренингов, обучающих тому, как правильно убеждать клиента. Теперь к любым возражениям он относится спокойно и трактует их как дополнительную информацию о клиенте. Бывает, конечно, что человек говорит категорично «нет», но в большинстве случаев это означает, что у него сейчас плохое настроение, может с женой поссорился. Тогда я стараюсь перенести разговор на будущее. Но такое встречается довольно редко. Чаще, клиенты пускают в ход отговорки, обсуждение которых и становится тем, что называют «процессом продаж».

Самая сложная категория отговорок относится к иррациональному типу. В отличие от рациональных, эти возражения основаны на эмоциях. Им в меньшей степени свойственна логика, и соответственно они трудно предсказуемы. По его мнению, наиболее простой способ типологизации иррациональных отговорок и методы борьбы с ними сформулированы психологом Эриком Берном.

В книге «Игры, в которые играют люди» Эрик Берн утверждает, что человек в социальной группе в каждый момент времени обнаруживает одно из состояний – «родителя», «взрослого» или «ребенка». При этом люди с разной степенью готовности могут переходить из одного состояния в другое. И хотя люди чаще находятся в состоянии либо «родителя», либо «ребенка», проще всего убедить их в чем-то, когда они пребывают в состоянии взрослого. Следовательно, задача сводится к тому, чтобы перевести оппонента в эту категорию.

### **Клиент как ребенок**

Бывает, что клиент начинает капризничать совершенно как ребенок, просящий у родителей конфетку. «А не можем ли мы получить еще какую-нибудь скидку», – начинает канючить он. «Этот человек подспудно понимает, что он не совсем прав, но ему обязательно надо проявить себя, попросить что-то еще». Эрик Берн приводит пример, когда продавец говорит покупательнице: «Эта модель получше, но она вам не по карману».

Это заявление было сделано на основе того, что продавец четко определил, что перед ним находится типичный «ребенок». Покупательница незамедлительно ответила, что купит именно

эту модель. Налицо типичное желание ребенка доказать, что он уже не маленький и может делать все, что захочет.

Для состояния «ребенка» характерно также чувство вины. Многие менеджеры намеренно вводят потенциального покупателя в такое состояние. Менеджер по продажам компании. AI-Memo.ru рассказал про свое правило трех звонков. Первый звонок – выяснить, кто является ответственным за закупки лицом, и уточнить адрес [факс] для отправки прайс-листа. Второй звонок – с вопросом: «Получили ли вы информацию?». Здесь важно получить в ответ лишь одну фразу: «Да, получили, все в порядке. И третий звонок (через три дня, неделю) с вопросом: «Почему не заказываете?». При таком подходе клиент, независимо от своей воли, попадает в состояние «ребенка», так как вынужденно становится в оправдательную позицию. Начинающиеся в таком случае слабые отговорки, вроде: «Нам это не надо» или «Слишком дорого» позволяют начать диалог, в результате которого можно выяснить, у кого они покупают, в каких количествах и по какой цене. Для покупателя это становится инструментом оправдания, а для продавца – информацией, на основе которой он может сделать более привлекательное предложение.

### **Родительские чувства**

В состоянии «родитель», согласно теории Эрика Берна, человек считает себя правым вне зависимости от ситуации. При продажах эта ситуация проявляется двумя моделями поведения: клиент либо начинает назидательным тоном объяснять, что с ним неправильно работают (и, следовательно, начинает учить работать «правильно»), либо он отцовским тоном говорит: «То, что вы

предлагаете – это здорово, но мы же все понимаем, что цена явно завышена».

Чтобы эффективно взаимодействовать с «родителями», их (как и «детей») нужно наводящими вопросами перевести в состояние «взрослого». При этом ни в коем случае нельзя вставать на ту же позицию – человек, продающий или уговаривающий, должен всегда быть «взрослым».

Для смягчения перехода во взрослое состояние можно начать с присоединения к его возражению. Это создает психоэмоциональный комфорт и позволяет более мягко перейти к дальнейшему этапу. Следующий шаг заключается в том, что надо заставить оппонента рассуждать фактологическими категориями.

### **Человек разумный**

Большинство методик по продажам направлены на то, как оперировать именно со «взрослым» человеком. Как правило, каждый продукт, предлагаемый на рынке, обладает своими конкурентными преимуществами. Выведение их на первый план и есть задача менеджеров по продажам. Возражения «взрослого» конкретны и обоснованны – мы можем купить то же самое у ваших конкурентов, но на 10% дешевле. К таким выпадам продавцы готовы, потому что это все предсказуемо. Рецептов борьбы с возражениями в этом случае множество. К примеру, «методика весов». «Да, у нас дороже, но мы в отличие от конкурентов даем гарантию на пять лет».

Другой способ – расположение цены. Его хорошо использовать в том случае, когда потенциальный покупатель слабо знаком с предлагаемым ему товаром. Часто этот подход очень эффективен при предложении тренингов. Обычно продавец указывает об-

щую стоимость тренинга. Если клиент говорит, что это слишком дорого, значит надо разложить цену по частям, разделив ее, например, на стоимость по дням и на каждого человека в отдельности. Если потом сравнить полученную стоимость с затратами, например на страхование, то становится видно, что тренинг ничуть не дороже прочих инвестиций в персонал.

## **ИСКУССТВО ГОВОРИТЬ «НЕТ»**

Предложения, от которых трудно отказаться.

Директор по маркетингу московского представительства компании SAP AG Гамид Костоев овладел искусством отказа во время работы в компании Microsoft. Предложения о покупке услуг – в том числе заманчивые – сыпались там на него каждый день.

Знаменитый немецкий социолог и философ начала прошлого века Макс Шелер считал, что человек тем и отличается от животного, что может сказать твердое «нет» обстоятельствам. Для менеджеров это умение тем более важно. Поэтому кадровые компании и работодатели при подборе топ-менеджеров как правило тестируют их и на способность отказываться.

На поверку оказывается, что многие российские менеджеры имеют восточную привычку вместо внятного отказа говорить: «Я подумаю, может быть, надо посоветоваться с советом директоров». Люди, не владеющие искусством отказа, чаще всего совершают следующие ошибки.

- невнятно формулируют отказ. Часто из-за того, что не в состоянии разделять человеческие отношения и деловые;
- вообще никогда не говорят «нет», уходя от ответа разными способами – в том числе, избегают общения с просителем;

- отказывают слишком резко без объяснения причин » не пытаются найти компромиссное решение;

- говорят «да», но выполнять обещанное на самом деле и не собираются.

Чтобы говорить твердое «нет» было проще, специалисты в области конфликтологии предлагают использовать ряд особых приемов.

**ПРЕДУСМОТРЕТЬ ПОСЛЕДСТВИЯ.** Готовясь к переговорам, на которых будут обсуждаться предложения партнеров стоит спрогнозировать и записать все последствия вашего отказа. Этот совет касается прежде всего людей с податливым мягким характером. Надо заранее в красках представить, как переговоры будут сорваны и чем грозит такой исход. Тогда психологически легче будет сказать «нет».

**СКАЗАТЬ ПРАВДУ.** В подавляющем большинстве случаев можно избежать резкого и невежливого отказа, который наверняка обидит собеседника. Если это важный партнер, главное – сформулировать свое решение так, чтобы не одна сторона в результате не пострадала. Благодаря открытому разговору, между партнерами сохранились хорошие отношения.

Для менеджеров умение сказать «нет» особенно важно. Поэтому кадровые компании и работодатели при подборе топ-менеджеров, как правило, тестируют их и на способность отказывать.

**ПРЕДЛОЖИТЬ АЛЬТЕРНАТИВУ.** Труднее всего отказывать человеку, который предлагает нечто очень дельное.

**УЧИТЫВАТЬ КУЛЬТУРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ.** Например, в Москве и Туле отказ воспринимается по-разному. В столице более терпимо относятся к жесткому «нет», нежели в провинции, и

это стоит учитывать, при ведении переговоров с бизнесменами из регионов. Бизнес-культура в провинции ближе к восточной: вместо четкого «нет» они могут сказать: «Мы подумаем». После чего до собеседника доходит, что это отказ.

**ВЫЧИСЛЯТЬ ТАЙМ-КИЛЛЕРОВ.** Умение грамотно отказывать – один из основных навыков в тайм-менеджменте. Непрошенные визитеры и работа, которую можно было бы не делать, для многих становятся основными пожирателями времени. К тому же, когда человек соглашается и ему приходится участвовать в том, в чем не очень хотелось, у него накапливается чувство досады, и это тоже разрушительно для отношений. Это может быть больно, неприятно, жалко, но хирургия – это всегда больно. Ведь если не отрежешь старое, негде будет вырасти новому.

**НЕ ТЯНУТЬ.** Есть такой феномен: если человек должен отказать или сказать что-то негативное по телефону, он предпочитает просто не звонить. И отношения прерываются, что зачастую невыгодно обеим сторонам. Если решение принято, стоит сразу сказать «нет», не тянуть и не юлить, говорят специалисты.

**НА ДВУХ СТУЛЬЯХ.** Овладеть искусством отказа сложно, если не научиться разделять деловое и личное. Стоит обязательно показать, что вы понимаете собеседника и хотели бы помочь ему чисто по-человечески, и только потом объяснить, что, как человек организации, загнанный в определенные рамки, вы не можете это сделать. Специалисты-психологи на своих тренингах учат людей общаться с собеседником с обеих позиций. Например, для каждого из участников тренинга ставится два стула. Сначала человек сидит на одном стуле и старается разговаривать с просителем «чисто по-человечески». Потом пересаживается на другой и объясняет ситуацию уже с деловой точки зрения. Однако, неко-



торым людям так и не удастся овладеть искусством говорить «нет». Если это приобрело такие патологические черты, стоит обратиться к психологу-консультанту, который поможет докопаться до корней этого явления.

### **Самопроектирование профессиональной карьеры и социометрического статуса**

Полезные ссылки:

**<http://career.vedomosti.ru>**

Доступ к новым возможностям!

Вакансии, тренинги, семинары, бизнес-образование, повышение квалификации. Все, что необходимо для построения и развития карьеры!

**[www.aline-p.ru](http://www.aline-p.ru)**

- вакансии ведущих российских и западных компаний,
- работа для студентов на временные проекты,
- тренинговые программы для кандидатов,
- публикации,
- консультации специалистов,
- полезная информация о рынке труда,
- анкета он-лайн.

**[www.e-graduate.ru](http://www.e-graduate.ru)**

Портал о карьере и поиске работы. Новости рынка труда студентов и выпускников, вакансии, стажировки в России и за рубежом, информация о работодателях e-Graduate ru – портал вашей карьеры.

**[www.headhunter.ru](http://www.headhunter.ru)**

- предложения напрямую от brand-name компаний,
- индивидуальные рекомендации при составлении резюме,

- возможность конфиденциально разместить резюме,
- новые вакансии на e-mail (только с учетом вашей профессии и уровня дохода).

**www.manpower.ru**

Manpower – мировой лидер на рынке труда и человеческих ресурсов, осуществляет поиск и подбор персонала на постоянную и временную работу в ведущие российские и западные компании.

### **Сколько длится адаптация?**

Закономерным будет вопрос о том, сколько продлится это «первое время»? Минимальный срок – 2-3 недели, хотя длительность его зависит от ряда обстоятельств. Активный, энергичный человек, который постоянно контактирует с коллегами, быстрее входит в коллектив, чем робкий, сдержанный сотрудник, работающий в дальней комнате в полном одиночестве.

И, наконец, посмотрите на ситуацию с другой стороны. Вы – новый человек, который несет с собой неизвестность и неопределенность. Задумайтесь, а как вы сами воспринимаете новых сотрудников? Проявляете ли снисходительность и выказываете желание помочь или же тщательно выискиваете недостатки и рассказываете о них коллегам? Радуетесь ли успехам нового сотрудника или вас забавляют его промахи? Замечено, что доброжелательные и внимательные люди вызывают ответное отношение у окружающих. Ведь справедливо сказано: «Что посеешь, то и пожнешь».

## ПОДВЕДЕМ ИТОГИ

- Продумайте, что для вас важно знать на этапе вхождения в должность.

- Соберите доступную информацию о компании.

- Задавайте вопросы еще на стадии переговоров о приеме на работу. Качество выполнения работы – самое главное.

- Задавайте вопросы, если чего-то не знаете. Определите, кто может быть вашим наставником.

- По каким критериям будет оцениваться ваша работа.

- Узнайте правила корпоративной культуры и придерживайтесь их.

- Уважайте чужую территорию.

- Будьте терпеливы к временным неудобствам. Контролируйте свои привычки. Не предавайтесь ностальгическим воспоминаниям о прежней работе.

- Воздержитесь от критики.

- Избегайте конфликтов.

- Чаще улыбайтесь.

- Запоминайте имена новых коллег.

САМОПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
КАРЬЕРЫ

СТУДЕНТАМ – СТАРШЕКУРСНИКАМ  
ПОСВЯЩАЕТСЯ...

СЧАСТЬЕ – ЭТО КОГДА СЕБЯ ПОНИМАЮТ...

Составители: Лисецкий К.С., Леонтьева Н.