

第8話 「雇う側の論理」

キャンディデートと話していて、私はよくこの言葉を使います。

キャンディデートが話される内容が一方からのみの意見であると感じることが多いからです。

すなわち、キャンディデートの立場からの希望や意見等はたくさん出てくるのですが、反対側の雇う側から見た発想がほとんど抜けているからです。

例えば、あなたが営業のマネージャーだったとします。営業部長や本部長のポジションにチャレンジしたとして、あなたはあなたの業務経歴書や面接で何をクライアントにアピールしますか？ 何を訴えて採用に漕ぎ着けるか？

多分うまく答えられないかもしれません。

ここで少し考えてみてください。

雇う側の論理を適用すれば答えは極めて簡単です。雇う側はあなたに何を期待しているのか？

まずは売上げを組織としてあげてくれる人です。そのためには過去にそれなりの成績がチーム・組織として上げられた人。もちろん、業界での経験等も必要でしょう！

また、部下を活用しての成績ですので、マネージメントの経験も必要です。部下や同僚・上司からも信頼されて任せられる人材かどうかも見られます。

また、どれぐらいの組織でどんな実績を上げたのか？ 直販なのかチャネルなのか？ ハードなのかソフトなのかソリューションなのか？ 色々な質問が出てきそうです。

あなたが仮にクライアントの立場の人間だったら何を確認したいかを考えればおのずと答えは出てきます。その一番簡単な例は、あなたがあなたの部下を雇う時、どんな業務経歴書の人を書類選考で落とし、どんな人だったら面接するのか？ 面接した時どんなチェックポイントを見て採用を決めるのか？ を考えればすぐに分かります。

元気があって、覇気があり、こちらの質問にハキハキ答え、売り上げを上げてくれそうな成功期待感がある人を選ぶはずです。

その逆で、あなたは選ばれる人物像に近い業務経歴書を書いて、当然、選ばれる人物として面接を受けていますか？ いろいろ細かいことはこの紙面には書けませんが、こういった視点で再度ご自身を確認してください。

そう考えるといくらでも改善点はあるはずです。雇う側に立ってみればなんでもないことですが、雇われる立場に立つととたんにわからなくなります。私の会った多くの人はこういった視点が欠けている人が多かったように思います。

「雇われる側にも論理があるように、雇う側にはもっと論理があります。」が私の口癖でもあります。

株式会社エイドウィズ ファウンダー&パートナー 竹氏 彰