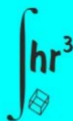


#mR

ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА: ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ

ТАТЬЯНА МИХАЙЛОВА
АНТОНИНА КАМАРДИНА
ОЛЕСЯ ФИЛИППОВА



18+

**Татьяна Михайлова
Антонина Камардина
Олеся Филиппова**

**Оценка персонала:
первое впечатление**

**Серия «Все о массовом
подборе персонала», книга 5**

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=64630501

SelfPub; 2021

ISBN 978-5-532-97737-2

Аннотация

Оценка кандидата по первому впечатлению очень важна при приеме на работу. Оценивается и кандидат на вакансию специалистом по подбору персонала, и компания, в которую приходит на собеседование кандидат. Как создать положительное первое впечатление кандидату? Как специалисту по подбору персонала объективно интерпретировать внешний вид кандидата? Какие инструменты полезно применять? Эта книга поможет вам по-новому оценить влияние внешнего вида кандидата на представление своих компетенций во время собеседования.

Содержание

Введение	5
Первое впечатление: резюме	8
Первое впечатление: время собеседования.	41
Первое впечатление: цвет.	51
Конец ознакомительного фрагмента.	85

**Олеся Филиппова,
Татьяна Михайлова,
Антонина Камардина
Оценка персонала:
первое впечатление**

*«Мы выбираем, нас выбирают,
Как это часто не совпадает!»*
(из песни «Черное и белое»)

Введение

У каждого из нас есть свои внутренние сложившиеся ценности не только с точки зрения поведения, но и по поводу того, как должен выглядеть наш собеседник, во что он должен быть одет, какой у него макияж, что о себе он говорит и т.д.

Работая в массовом подборе персонала, мы ежедневно видим много кандидатов, которые приходят на собеседование, и, в первую очередь, мы их оцениваем:

- по резюме (какие профессиональные и личные качества о себе написал кандидат или не указал ни одного);
- пришел ли он во время на собеседование (пришел заранее на 15 минут, позвонил ли в случае опоздания);
- во что был одет (деловой костюм, удобная одежда и т.д.);
- какая у него прическа (профессиональная, аккуратная и т.д.);
- какой у него макияж (яркий, скромный);
- как сделан его маникюр (или без маникюра);
- какая походка у кандидата (удобна ли для него обувь);
- приятно ли от него пахнет (или присутствуют резкие запахи);
- какое место он выбрал в переговорной комнате (удобно ли расположился для интервью);
- как он заполнил анкету (аккуратно, полностью или ча-

стично);

– каков его тембр голоса (как звучит голос).

Из всех этих впечатлений у нас складывается комплексное первое впечатление о кандидате, и, чаще всего, оно основано на наших предпочтениях, которые у нас сформировались в процессе коммуникаций. Иногда наше первое впечатление субъективно, и мы можем из-за этого отказать подходящему кандидату.

Был у меня эпизод в практике, когда все руководители отделов продаж отказывали кандидату, так как от него неприятно пахло. Происходило это с ним, так как он волновался, и его организм таким образом реагировал на стресс. Я уговорила одного из руководителей взять его к себе в отдел на стажировку под мою ответственность. Сделала я это по той причине, что проведя с ним полноценное интервью по компетенциям, я оценила его, как кандидата подходящего под профиль на 100%. Я была уверена, что он будет успешным менеджером по продажам. Спустя три месяца работы в нашей компании, данный сотрудник стал лучшим специалистом отдела продаж. А спустя девять месяцев его повысили до должности руководителя отдела продаж, и на этой должности он, спустя время, стал лучшим. Тогда на собеседовании я тоже могла ему отказать из-за своего первого впечатления, но я сделала полноценную оценку компетенций кандидата и не ошиблась в результатах. Также, по моей рекомендации, руководитель провел с ним личную беседу по дресс-

коду компании, на которую кандидат отреагировал и принял действия.

Мы расскажем в данной книге, как максимально объективно оценивать кандидата по первому впечатлению. Наши выводы основаны на опыте и практике применения изученных инструментов. Но даже наше первое впечатление и первоначальная оценка кандидата даст нам только общее представление определенных личных качеств и определенных черт в характере, которые мы в дальнейшем оцениваем на собеседовании и продолжаем исследовать в период адаптации.

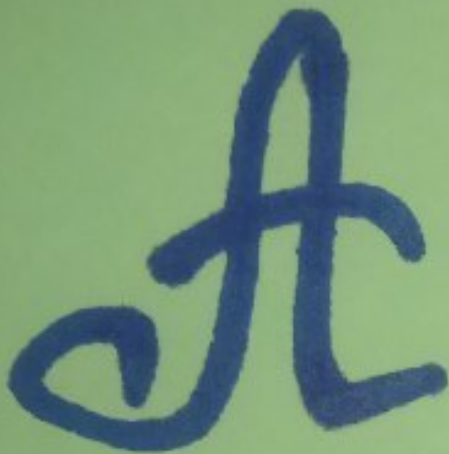
Первое впечатление: резюме

Работая в массовом подборе долгое время, мы перестаем подробно читать резюме и тем более обращать внимание на то, какие личные качества указал кандидат. Скрининг резюме осуществляется только по формальным требованиям к соискателям. При этом значимо то, что еще важно самому соискателю при демонстрации своей кандидатуры на вакансию.

Соответственно, когда мы видим, что кандидат указал те или иные личные качества, у нас складывается первое впечатление, и мы его уже начинаем оценивать – акцентировать внимание на те качества, которые совпадают с портретом сотрудника нашей компании.

Давайте с вами разберем, на что хотел сделать акцент соискатель, указав свои личные качества. Не забываем, что чаще всего в резюме указывают социально ожидаемые качества личности, поэтому если вы ищите сотрудника только с данными личными качествами, то стоит данные качества оценивать во время собеседования. А не только опираясь на то, что он указал в резюме.

Итак, приступим.



Активность

Очень привлекательно, когда кандидат указывает в резюме «я активный».

Но при этом он может иметь в виду следующее:

1. энергичный человек;

2. активная жизненная позиция;
3. социальная активность;
4. любит активную деятельность, как на работе, так и дома;
5. инициативность.

Поэтому очень важно сопоставить качество «Активность» с результатами, отраженными в резюме, а именно:

- Что было сделано?
- За какой период времени?
- Какие улучшения произошли?
- Какие изменения вносил кандидат при выполнении задачи?

Во время собеседования (если данный момент важен) задаем вопросы на проявление данного качества, чтобы точно оценить действительно ли активность является важным аспектом кандидата. Ключевой маркер здесь – скорость выполнения и качество результата.

Амбициозность.

Личное качество, которое не так часто встречается в резюме. Используют его обычно кандидаты, которые принадлежат поколению «Y».

Данное качество мы можем оценить по изложению резюме:

1. прослеживается логика продвижения по карьерной лестнице;
2. указаны «заслуги» во время работы на предыдущих ме-

стах;

3. используется формулировка «положительные качества»;

4. после каждого места работы, расписаны достижения в сравнении с предыдущими.

Встречали в резюме у соискателей, что они часто меняют работу, но при этом везде указаны достижения? Наверняка да! Такие резюме часто встречаются.

А что может иметь ввиду кандидат, указав «амбициозность» в резюме?

- нацеленность на крупные результаты;
- желание добиваться весомых достижений;
- желание масштабных успехов;
- желание «красиво жить».

При этом амбициозность может проявляться в одних сферах жизнедеятельности сильно (например: дорогие машины, брендовая одежда, гаджеты последней версии и т.п.), а в других не проявляться совсем.

На собеседовании обращаем внимание:

1. На что направлена амбициозность?
2. В чем выражается?
3. Как помогает в решение задач?

И по ответам вы сможете сделать вывод на соответствие кандидата данному качеству. Ключевые маркеры – претенциозность к задачам, проявление желания быстрого карьерного роста. Также важно прояснить, насколько кандидату

комфортно работать в команде.

Адаптивность.

Обычно данное личное качество в резюме указывает: «быстро могу адаптироваться к любой работе», либо «быстро адаптируюсь к новому коллективу» и т.п.

Данное качество можно оценить по резюме, проведя анализ частоты смены работы и причин увольнений с предыдущих мест работы, если соискатель их указал.

При этом соискатель мог иметь в виду следующее:

- он спокойно переносит изменение места работы;
- спокойно переносит изменения условий жизни;
- спокойно переносит изменения экономической ситуации;
- быстро находит общий язык с новыми людьми;
- сдержанно относится к смене должностных обязанностей;
- спокойно относится к смене места жительства.

Для собеседования определяем модель адаптивности в вашей компании. Удобен детализированный список конкретных действий. Его и реализуем на интервью!

1. Как кандидат начинает коммуникации с новым коллективом?
2. На что в первую очередь обращает внимание, что контролирует?
3. Как меняющиеся условия влияют на его активность?

4. Как выбирает зоны роста в новой среде?

Здесь важны примеры, которые приводит соискатель!

Ключевые маркеры – пошаговость описания действий и коммуникаций.



Гибкость.

Личное качество, которое периодически встречаем в резюме. Но что мог иметь ввиду под этим сам соискатель?

- гибкость мышления;
- гибкость в принятие решений;
- гибкость в работе;
- гибкость в личных отношениях.

Данное качество мы можем оценить только на собеседовании. При подборе вопросов для собеседования по качествам соискателя важно определить приоритетные именно для вашей компании качества.

1. Гибкость: как она проявлялась на предыдущем месте работы?
2. Как взаимодействовали с коллегами?
3. По каким критериям может определить «гибкость» других участников?
4. Как оценивает условия и ресурсы по поставленной задаче?

Отмечаем понимание «гибкости» в процессе решения задачи и процессе коммуникации. Обращаем внимание на скорость речи и описание деталей в рассказе кандидата. Ключевые маркеры – детали в описании коммуникаций внутри команды.

A large, bold, blue Cyrillic letter 'И' is centered on a solid green background. The letter is drawn with thick, slightly irregular strokes, giving it a hand-painted or chalk-like appearance.

Инициативность.

Мы можем оценить данное качество и по резюме, так как обычно соискатели, всегда описывают в нем, какие идеи и предложения были успешными на работе, либо указывают в резюме, что занимаются общественной деятельностью параллельно с работой и т.д.

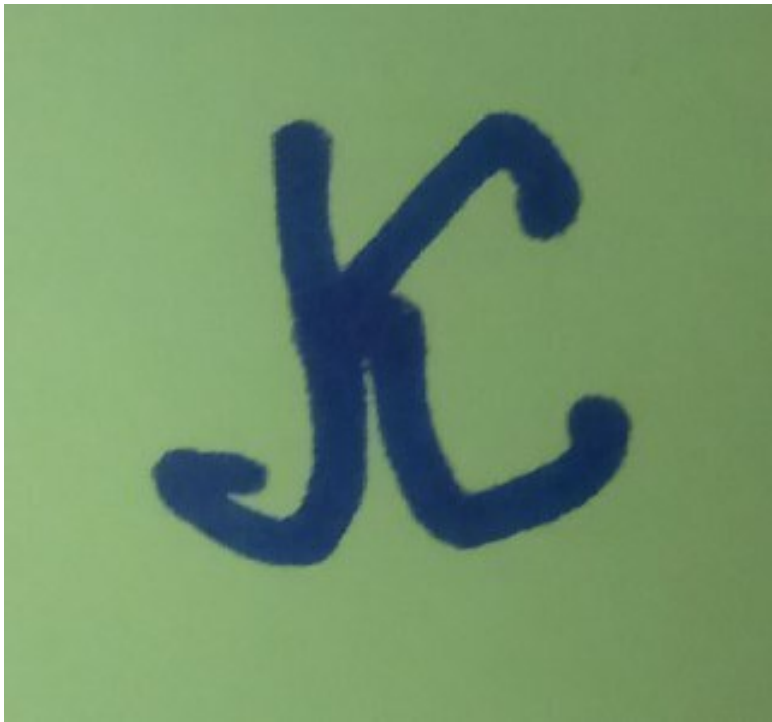
Что же может подразумевать соискатель, указав в резюме личное качество «инициативность»:

- общественная инициатива;
- рабочая инициатива;
- корпоративная инициатива;
- творческая и креативная инициатива.

Обозначив такую сильную сторону, кандидату, наверняка, важно рассказать о своем ярком опыте, в котором были реализованы его идеи. С нашей стороны необходимо дать ему такую возможность! Оцениваем творческий подход в решении задач, актуальность, время выполнения, результат и, конечно же, яркость описания процесса. Также обращаем внимание на взаимодействие с командой:

1. Как кандидат (учитывая свою должность) на предыдущем месте работы продвигал свою идею/предложение/решение?
2. Каким образом планировал исполнение?
3. Как вовлекал участников?

Таким образом, уже на этапе собеседования мы можем помочь соискателю ярко описать свой опыт. Ключевые маркеры – описание нестандартных решений, обоснование их применения.



Креативность.

Указав в резюме такую сильную сторону, кандидат, вероятно, хочет рассказать про свой уникальный опыт в решение задач. Для специалиста по подбору персонала – это особый ракурс, который поможет спрогнозировать ему действия кандидата.

А что еще мог подразумевать соискатель под словом «кре-

ативность»?

- создание нового из того, что уже есть;
- решение проблем совершенно новым неординарным способом;
- отказ от стереотипного мышления;
- гибкость и оригинальность;
- predisposed чувствовать интуитивно оптимальные решения;
- умение генерировать большое количество идей.

Креативность – это не только творческий подход, а так же умение нестандартно видеть и решать проблемы или ситуации.

На собеседовании обращаем внимание на конкретные примеры: важно описание процесса не только с точки зрения творческого подхода, но и решения нестандартных задач. Задаем уточняющие вопросы по включенности и роли, которые кандидат сам определяет в процессе.

Также помним: для специалиста и руководителя должно быть разное проявление (или отношение) к креативности. Ключевые маркеры – описание несвойственных отрасли компании способов решения задач, оригинальность мышления.

Коммуникабельность.

Очень популярное для резюме качество.

Но, как и в других выше описанных качествах, под этим свойством кандидат может подразумевать следующее:

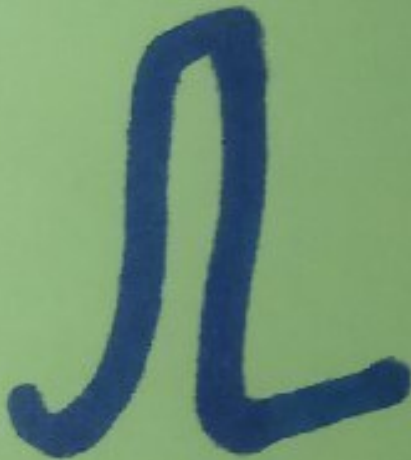
- умение устанавливать контакты с людьми;
- умение легко вести диалог;
- умение заинтересовать собеседника любой темой;
- умение грамотно излагать информацию;
- умение четко формулировать свои мысли.

На собеседовании обращаем внимание на проявление взаимодействия:

1. Тон голоса;
2. Умение построение предложений, вопросов;
3. Общая доброжелательность;
4. Уверенность в высказываниях;
5. Жестикуляция;
6. Контакт глаз;
7. Поза и «отзеркаливание» собеседника.

Также важно КАК кандидат описывает участие команды в решении задач.

В качестве рекомендации: привлечь к собеседованию любого сотрудника вашей организации (например, с какой-либо отвлеченной просьбой). Такой маневр позволит наглядно увидеть «коммуникабельность». Ключевые маркеры – баланс времени монологов участников, уточняющие вопросы.

A large, handwritten Cyrillic letter 'Л' (L) in blue ink, centered on a solid green background. The letter is drawn with a single stroke, starting from the top, curving down and to the left, then back up and to the right, ending with a horizontal tail.

Лидер.

Также одно из популярных качеств, которое любят указывать в резюме не только руководители, но и другие кандидаты, которые считают, что данное качество им присуще.

Давайте рассмотрим, что под этим качеством чаще всего

имеют в виду соискатели:

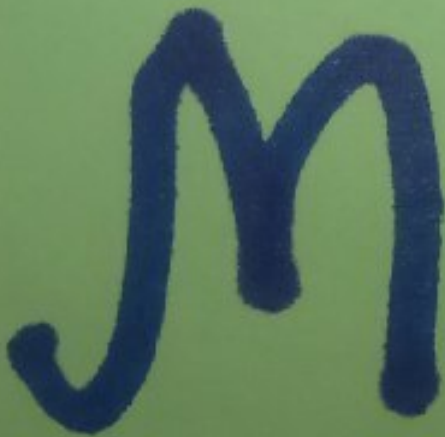
- умение влиять на коллег и/или подчиненных с целью достижения общих целей;
- способность к принятию ответственных и сложных решений;
- забота об интересах коллег;
- обладание яркой харизмой;
- умение признавать ошибки.

«Лидер» – личное качество, которое сложно оценить по резюме, мы можем предварительно сделать выводы на основе перечисленных навыков и компетенций, образования, карьерного опыта и т.п. Полную оценку данного качества можно получить только на собеседовании.

Нам на собеседовании необходимо чтобы кандидат описал проявления своего лидерства:

1. По каким признакам кандидат сделал такой вывод?
2. Какой модели «лидера» он придерживается?
3. Как встроится такая модель в нашу компанию?
4. Как сможет повлиять на коллег?

Важно, чтобы за громкими заявлениями кандидат апеллировал конкретными результатами работы, приводил примеры из прошлого опыта, а также предлагал варианты своих действий в вашей компании. Ключевые маркеры – описание постановки задачи, обратной связи, обоснованность своих решений.



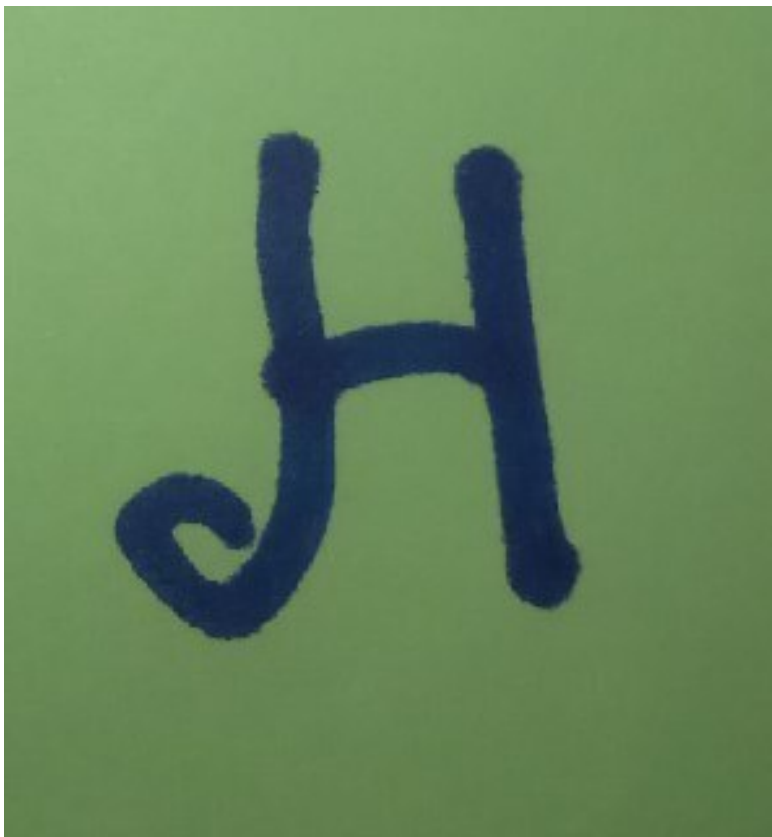
Мягкость.

На одной из встреч, посвященных личным качествам соискателя, наш собеседник сказал, что как-то он встретил в резюме качество «мягкость», но ему, к сожалению, не удалось выяснить, что имел ввиду кандидат. Мы пообщались с рядом соискателей, которые указали в своем резюме «мяг-

кость» и выяснили, что кандидаты по-разному трактовали это качество, а именно:

- важно было подчеркнуть в резюме свое внимательное отношение к коллегам;
- важно было указать свою внимательность к заданиям руководителя;
- способность к искренности, сопереживанию и отзывчивости;
- способность не осуждать своих коллег.

При оценке данного личного качества важен «перевод» качества на ценности вашей компании. А именно совпадает ли его «мягкость» с корпоративной культурой, принятой у вас, или данное качество не приемлемо для вашей организации. Ключевые маркеры – примеры уступчивости при коммуникациях, к внешним корректировкам при выполнении задания.



Настойчивость.

Часто это качество можно оценить и до очного интервью с кандидатами:

– звонки кандидата после отклика на вакансию;

– упорные запросы на встречу.

Работая в массовом подборе, вы, наверняка, сталкивались с кандидатами, которые названивали по вакансии и настойчиво вызывали внимание к своему резюме и своей кандидатуре. Был у меня такой эпизод, когда кандидат не только звонил и настаивал на личном собеседовании, но и в нашем профиле в социальных сетях писал по несколько сообщений в день.

На самом деле, каждый человек может подразумевать под качеством «настойчивость» разный смысл, а именно:

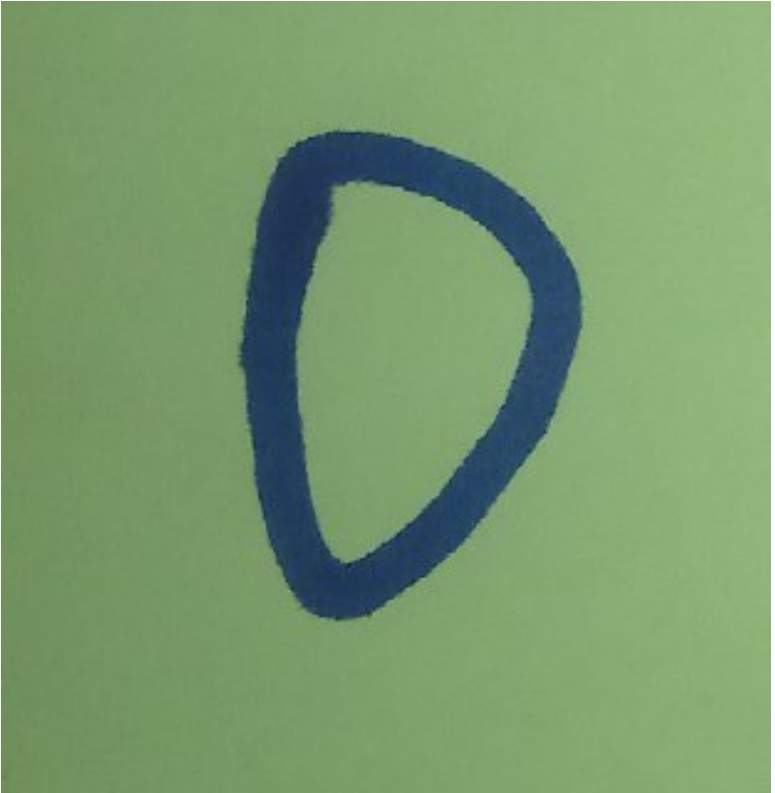
- все действия направлены на достижение результата;
- преодоление препятствий по пути к цели;
- не видит жизненных преград никогда;
- способность не замечать неудачи, а раз за разом пробовать еще, чтобы достичь необходимого результата.

Поэтому на собеседовании рассматриваем ракурс решения задачи:

1. Что делает кандидат, если не все условия выполнения задачи соблюдаются?
2. Как определяет и добивается наличия ресурсов для выполнения задачи?
3. Как действует при изменении сроков выполнения?

Обращаем внимание на примеры, которые приводит кандидат, на детальное описание включенности коллег и фиксацию достижений. И помните, что соискатель может быть в личной жизни – «настойчивым», но при этом в работе дан-

ное качество может не проявляться, либо быть низко выражено! Ключевые маркеры – описание путей и способов достижения результата, уверенность в своих суждениях.



Общительность.

«Смотри» – коммуникабельность могли мы написать... Но! У соискателей в резюме встречаем и такое определение сильной стороны.

Как и описано в других личных качеств каждый соискатель под «общительностью» имеет в виду разное:

- умение устанавливать социальные контакты;
- умение «слушать и слышать»;
- способность четко и понятно выражать свои мысли и чувства.
- любознательность и желание задавать вопросы по интересующим моментам;
- умение устанавливать нужные коммуникации.

При этом «общительность», как и «настойчивость» в разных сферах жизни может проявляться по-разному. Приведу пример: в работе многие принимают меня как очень общительного человека, при этом друзья и родные думают, что я молчун. У меня это связано с тем, что, учитывая мою специфику работы (массовый подбор), я в течение рабочего дня иногда так наговорюсь, что когда прихожу домой или встречаюсь с друзьями, то просто молчу, так как устала от общения. Но и это тоже не основное. Я – чистый интроверт и, хотя я выбрала свой профессиональный путь в массовом подборе, который больше присущ экстравертам, я просто научилась использовать качество «общительность» и отключать его, как только выхожу с работы.

Важно: что подразумевает под таким определением сам

кандидат? Для нас – это возможность выяснить, как он различает «общительность» с окружающими людьми: выделяет ли коллег отдельной группой?

Особенно некорректно, если кандидат, указывающий такое качество, претендует на руководящую должность. Поэтому выясняем: проводит ли он четкую грань в коммуникациях с коллегами и друзьями. Ключевые маркеры – качество описания коммуникаций и хобби.

Ответственность.

Важное качество кандидата, особенно если он – будущий руководитель. Но и на других должностях, особенно материально ответственных данное качество важно.

Давайте рассмотрим, что под «ответственностью» понимают кандидаты:

- что все в жизни зависит от него;
- готовность выполнять свои обещания;
- выполнение своих обязанностей наилучшим образом;
- умение принимать решения не только за себя, но и за своих коллег;
- понимание последствий за свои решения.

Необходимо получить разъяснения на примерах из опыта, в процессе уточняем:

1. За какие действия приходилось брать ответственность?
2. Как действовал кандидат при невыполнении задачи?
3. Разбираем поэтапную ответственность при решении задачи и способы закрепления ответственности.

Также важно понимание отличий ответственности специалиста и руководителя. Где заканчивается ответственность исполнителя и начинается у руководителя?

И еще помним, что часто ответственный во всех личных сферах кандидат не всегда может быть ответственным в работе.

Также ответственность мы можем проверить по следующим моментам:

- Пришел ли соискатель вовремя на собеседование;
- Предупредил ли вас, что опаздывает на собеседование.

Ключевые маркеры – описание положительного и отрицательного опыта, последствий.

Обучаемость.

Очень важное качество специалиста любой категории – от линейного персонала до руководителя.

Это качество мы можем оценить и по резюме, посмотрев:

- получил или получает ли кандидат какое либо образование;
- проходил ли он курсы или какие либо семинары.

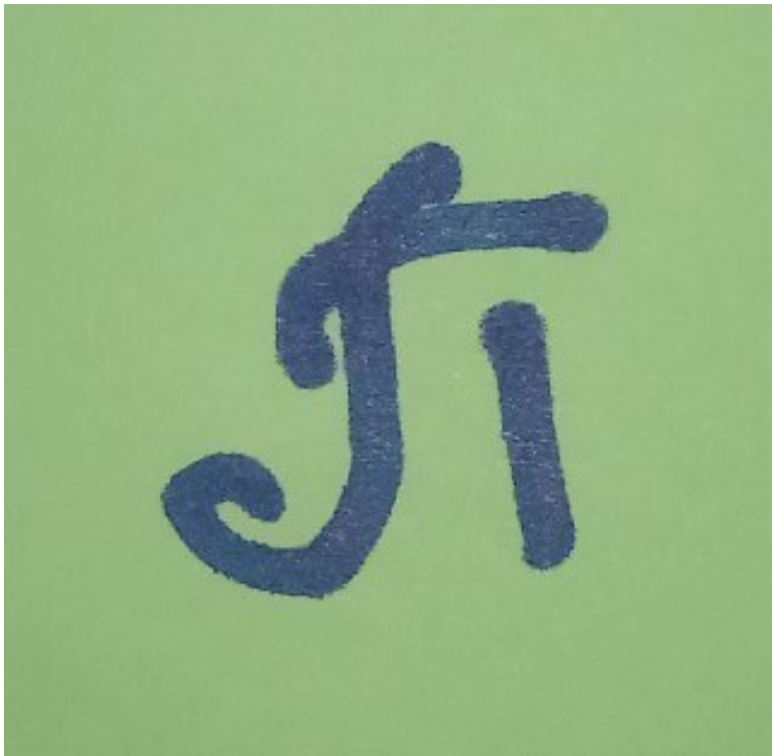
Под обучаемостью кандидаты имеют в виду следующее:

- способность к усвоению знаний;
- быстрая адаптация к новому месту работы и новым должностным обязанностям;
- хорошая память;
- тяга к новым знаниям;
- умение самостоятельно обучаться.

На собеседовании обязательно уточняем:

1. Какие свои компетенции кандидат считает экспертными?
2. Какие профессиональные и личностные качества он заинтересован развивать в нашей компании?
3. Как он будет планировать рабочие задачи и обучение, по каким критериям он определяет рост своих компетенций?

По ответам кандидата определяем соответствие направлений развития кандидата целям нашей компании. Ключевые маркеры – объяснение необходимости развития, примеры применения полученных знаний на практике (выясняем, не является ли наш кандидат коллекционером сертификатов).



Пластичность.

Недавно встретили в резюме такое качество. К сожалению, наша компания не нанимает цирковых артистов. Но! Нам стал интересен данный персонаж: в его резюме, кроме неоднозначной сильной стороны, были указаны необходимые нам компетенции.

А что такое «пластичность» как личное качество?

- способность быть плавным и выразительным в движениях и жестах;
- способность переключаться и думать о задачах с разных точек зрения;
- способность перестраивать свое поведение в зависимости от ситуации;
- способность быстро менять эмоциональное состояние;
- способность оперативно реагировать на изменение внешних условий.

Кандидат на собеседовании на должном уровне продемонстрировал свои профессиональные качества. На вопрос о «пластичности» он ответил, что указал именно это качество для оригинальности.

Как видите под «пластичностью» кандидаты могут иметь разные описания.

Неординарные качества в резюме могут не только привлечь наше внимание, но позволить – найти сотрудников с нестандартным мышлением!

Ключевые маркеры – детали (что? как именно?) в описании ситуаций, подстройка к собеседнику в процессе собеседования.



Стрессоустойчивость.

Очень часто встречающееся качество. При этом данное качество в различных сферах жизни кандидата проявляется по-разному. Многие кандидаты указывают «стрессоустойчивость» в резюме, так как считают это качество «модным» и

«социально ожидаемым» от всех кандидатов. А некоторые, указав данное качество в резюме, имеют в виду свое представление о «стрессоустойчивости»:

- низкая эмоциональность;
- переносимость больших нагрузок;
- отстройка от конфликтных ситуаций;
- умение работать сверхурочно;
- умение не подвергаться профессиональному выгоранию;
- способность не обращать внимание на внешние раздражители.

Когда я указываю в своем резюме данное качество, то подразумеваю, что у меня низкая эмоциональность. Связано это как раз с моей профессиональной деятельностью – массовый подбор персонала, так как через меня проходят множество разных кандидатов, я должна не полагаться на эмоции, а оценивать кандидата по его компетенциям.

Для специалиста по подбору персонала важно выяснить: как это качество может проявиться у кандидата реалиях компании.

1. Здесь помогут открытые вопросы, примеры, которые приведет кандидат как демонстрацию своей стрессоустойчивости, а так же кейсы из жизни коллег;
2. Обращаем внимание на последовательность в описании ситуации, яркость рассказа, выводы.
3. Очень показательной может быть и смоделированная

ситуация. Можем задействовать как коллег по подбору, так и сотрудников из отдела, в который вы ведете поиск специалиста.

Ключевые маркеры – реакция кандидата на предложенную ситуацию, обоснование своих действий.

Стратегическое мышление.

Очень важное качество для кандидата, претендующего на вакансию руководителя (причем любого уровня). Какие ассоциации возникают у соискателя, когда он указывает в резюме такую сильную сторону?

- умеет предвидеть ситуацию на несколько шагов вперед;
- принимает решения вопреки принятым в обществе нормам;
- грамотно формулирует цели;
- умеет руководить людьми;
- умеет разрабатывать план действий, которые приводят к результатам;
- обладает «глобальным» мышлением.

Для нас важно прояснить:

1. Как кандидат описывает решение задачи в канве главной цели и миссии компании?
2. Как проявляет лидерские качества? В частности: как мотивирует подчиненных на выполнение заданного им пути решения задачи?
3. Какие приводит аргументы заданного им планирования?

4. Как прогнозирует развитие решения и следование его целям компании?

Также фиксируем направленность кандидата на профессиональное и карьерное развитие. В этом нам поможет заранее составленная карта-кейс для кандидата (опорные отделы компании) и 2-3 задачи компании на определенный период. Ключевые маркеры – описание примеров изменений после реализации своих предложений, соответствие процесса ключевой формулировке задачи.



Творческое мышление.

Указав такое сильное качество, соискателю важно подчеркнуть свое нетривиальное свойство решать задачи. Наряду с вариативностью подходов выполнения задачи он может

применять необходимые именно нашей компании умения.

Кроме этого, указав данную сильную сторону, соискатели обычно имеют в виду следующее:

- умение решать проблемные ситуации, приводящие к новым идеям;
- умение генерировать идеи;
- умение выбирать лучшие идеи из множества;
- умение мыслить для создания нового;
- способность удивлять при решении задач;
- нелюбовь использовать привычные шаблоны.

На интервью задаем вопросы, по которым уточняем:

1. Способен ли кандидат найти решение в сложной ситуации?
2. Следует ли он в своих действиях стандартным алгоритмам?
3. Какой опыт он привлекает для описания процесса?
4. Как озвученные предложения повлияют на сложные задачи?

Здесь наглядной демонстрацией будет кейс – задачи отдела, в который рассматривается кандидат. Ключевые маркеры – красочное описание своих предложений и их разнообразие при решении задачи.

Таким образом, мы с вами рассмотрели только небольшую часть «сильных» сторон, которые указывают соискатели в резюме. Как мы видим, не всегда можно со стопроцентной уверенностью утверждать, что именно имел в виду соис-

катель, указав своей сильной стороной то или иное качество. Личное качество, которое присуще кандидату может быть не выражено, или мало выражено в рабочих процессах. Поэтому никогда не оценивайте соискателя по тем личным качествам, которые он указал в резюме, а встречайтесь и задавайте на собеседовании уточняющие вопросы. И, имея совокупность устных ответов и указанных в резюме личных качеств, вы сможете максимально точно определить и оценить главные «сильные» стороны кандидата.

РЕЗЮМЕ

В резюме, помимо описания опыта, достижений, сильных сторон и компетенций, соискатели также перечисляют свои ожидания/важные аспекты новой работы. Давайте далее разберем: что важно уточнить на собеседовании. Обращаем внимание на комплекс/набор тех потребностей, которые озвучивает на собеседовании кандидат.

Нам важно прояснить соответствие его ожиданий и реальных возможностей нашей компании. Также подобные вопросы разные компании используют в анкетах, которые предлагают заполнить кандидатам перед собеседованием.

Деньги/зарплатные ожидания.

Чаще всего среди других ожиданий от новой работы кандидаты озвучивают именно материальную сторону. Здесь проясняем желаемый уровень дохода и рассказываем поэтапно основные ступени расчета.

Обязательно акцентируем внимание на соответствие уровня необходимых компетенций и спектра выполняемых обязанностей. Также объясняем карьерную траекторию в нашей компании.

Конечно, редкий кандидат озвучивает только один запрос к новой работе. Для специалиста по подбору персонала важно определить ключевые потребности и понять, как сможет реализоваться кандидат.

**Первое впечатление:
время собеседования.**



И вот мы пригласили кандидата на собеседование и начинаем оценивать кандидата по «времени»:

- вовремя ли он пришел на собеседование;
- если опоздал, то предупредил ли он о том, что задерживается;
- пришел раньше назначенного времени;
- не пришел на собеседование;
- постоянно переносит время и дату собеседования.

Для специалиста по подбору персонала, которые сами часто не следят за временем эти моменты, не всегда важны. А вот для тех, которые на это обращают внимание, очень часто это «болезненная» тема. Да и многие руководители, которым мы в дальнейшем показываем кандидата и у которых четко расписан рабочий график – это важный момент.

В связи с этим мы часто оцениваем кандидата по времени собеседования, и для нас уже внутренне складывается первое впечатление, такое как:

- обязателен ли кандидат;
- ответственно ли он относится к поиску работы;
- действительно ли ему нужна работа и т.д.

Разберем причины, по которым *кандидат может не прийти на собеседование, не предупредив специалиста по подбору персонала*:

1. Не интересна стала вакансия. В наш век информационных технологий мы все чаще коммуницируем через различные мессенджеры. Если раньше считалось плохим тоном не

отвечать на вопросы сразу, то сейчас это считается нормой. Сейчас легче заблокировать контакт, нежели честно дать ответ своему собеседнику. Кандидаты просто избегают прямого отказа от вакансии, им тяжело признаться, что вакансия им стала не интересна, и они как бы «блокируют» ее в своем сознании, таким образом, не отказываются, а просто избегают ответственности за свое решение;

2. Не считают нужным предупредить специалиста, о том, что не придут. Связано это еще с обратной связью. Многие кандидаты считают, что не обязаны предупреждать, так как менеджеры по персоналу часто сами не выполняют свои обязательства. Например, мы обещаем соискателям дать обратную связь, а сами пропадаем, блокируем или не отвечаем на звонки (письма) кандидатов. Давайте всегда обратную связь кандидатам! Работая в массовом подборе, я всегда говорю о том, что каждому кандидату необходимо обязательно давать обратную связь, ведь этот момент работает еще и на HR-бренд компании. Никогда не забывайте, что каждый пришедший или звонивший кандидат дальше может стать не только сотрудником компании, или порекомендовать вас, как работодателя, но также может стать клиентом вашей компании;

3. Страх соискателей приходить на собеседование. Сейчас на рынок труда вышло молодое поколение, которое идет трудоустраиваться на линейные позиции в компанию. Учитывая, что они привыкли общаться через мессенджеры, у них есть боязнь приходить на собеседование и в очном форма-

те общаться с людьми, тем более с незнакомыми. К тому же часть из них не смогли поступить в вуз по причине того, что просто не определились, в чем им хотелось бы развиваться. И уже включились родители, которые вытолкнули их на рынок труда.

Когда мы приглашаем соискателей данного поколения на собеседование, то необходимо:

- дружелюбно разговаривать по телефону, ни в коем случае не повышать голос, либо формально вести диалог. Кандидаты должны «услышать», что мы будем рады их видеть на собеседовании;

- рассказать им с кем они будут общаться, какая команда у нас работает. Показать плюсы, которые они хотят услышать (молодой коллектив, руководитель очень классный и т.п.);

- ответить на все интересующие вопросы, даже если они вам кажутся неуместными. Например: «А сколько лет руководителю?», «А работают в основном женщины, или мужчины?» и т.д.;

- не давить, чтобы они пришли к вам на собеседование. Если вы слышите в их голосе сомнение, дайте им время подумать над вакансией, обозначив промежуток времени для ответа.

Не поддавайтесь своему первому впечатлению и не оцениваете кандидата, как безответственного и за того, что он не пришел к вам на собеседование! Позвоните ему – узнайте, что произошло, почему он не пришел на собеседование,

ведь может быть у него просто банальная причина неявки. Например: заболел, адрес собеседования не получил, заблудился и не смог найти офис и т.д. В массовом подборе персонала я также всегда говорю подчиненным: «Обязательно обзвоните всех своих кандидатов, которые не пришли на собеседование. Выясните, что случилось, ответьте им на возникшие возражения и т.д.

Кандидат постоянно переносит дату и время собеседования. Особенно это часто встречается в массовом подборе. Помните, какие чувства у нас возникают в данной ситуации?

- безответственный;
- не умеет планировать свое время;
- не выполняет свои обязательства.

А давайте разберем с вами, почему это могло произойти:

1. кандидат работает и не смог отпроситься с работы в назначенное время;
2. появились неотложные дела;
3. на один день назначено было несколько собеседований, и он не рассчитал время;
4. забыл о дате и времени собеседования.

Как же правильно оценить кандидата в данном случае?

- Если кандидат два раза подряд перенес собеседование, то лучше предложите ему позвонить самому, когда он четко будет знать, что сможет прийти на собеседование;
- Спросите на собеседовании более подробно, что про-

изошло ранее, и почему он часто переносил дату собеседования. Сравните с теми формулировками, которые он говорил при переносе. Таким образом, вы проверите – склонен ли кандидат ко лжи;

– Понаблюдайте за ним в первые дни работы на предмет повторения ситуации;

– Задайте рабочие кейсы. Например, что он будет делать, если есть неотложные рабочие вопросы, а у него назначены личные встречи и т.п.;

– Возьмите рекомендации с предыдущих мест работ, сделайте на это акцент.

Кандидат опоздал на собеседование.

Мы должны понимать, что если кандидат предупредил, то он:

1. ответственный;
2. заинтересован в новом месте работы;
3. надежный;
4. внимательный.

Кандидат, который предупреждает о том, что опаздывает, правильно оценивает временные возможности для решения поставленных перед ним задач.

Опоздание кандидата не оцениваете как безответственность. Мы должны в данном случае использовать ряд факторов и самый основной – это предупредил ли об этом кандидат. Ведь кандидат мог просто заблудиться и долго искать ваш офис: дорожные пробки, изменения погодных условий

и т.п.

А вот как правильно оценить кандидата, если он *опоздал и не предупредил* об этом? Я здесь не имею в виду опоздание до 5 минут, а вот опоздание на 15 и более минут считается не приемлемым. Согласитесь, сильно раздражает, когда вы знаете о том, что кандидат вовремя не пришел на собеседование и не предупредил об этом, вы начали заниматься другими рабочими вопросами, и здесь вам сообщают о том, что пришел кандидат на собеседование. У вас сразу возникает ваша оценка кандидата исходя из этого первого впечатления, и вы уже идете общаться с кандидатом с низкой оценкой его личного качества «ответственность». Часто мы не уделяем должного внимания данному соискателю уже на собеседовании и, таким образом, теряем сильных кандидатов. Поэтому на собеседовании мы должны выяснить:

- Почему кандидат опоздал на собеседование?
- Почему он не предупредил нас о том, что задерживается?
- Как он действует в ситуациях, если он опаздывает на важную встречу, а его телефон разрядился?
- Уточняем, как он сам относится к людям, которые постоянно опаздывают.

Собрав совокупность факторов, мы оцениваем кандидата, а точнее его личные качества, такие как «ответственность», «тайм-менеджмент» (как он внутренне развит), «умение расставлять приоритеты».

Есть у меня знакомая, которая со времен нашей еще учебы в институте постоянно опаздывала как минимум на 15 минут. Я уже к этому за много лет привыкла, хотя меня самую сильно раздражают опоздания, что уже когда мы планировали встречаться, я приходила не к назначенному времени, а на 15 минут позже. Как-то придя на встречу, я увидела, что она уже ждет, я была сильно удивлена, что решила выяснить, что произошло. Ее ответ меня сильно удивил: она пояснила, что ранее опаздывала, так как ее автобусы не всегда приходили по расписанию, ей приходилось ждать следующего, и почти всегда она опаздывала, а постоянно предупреждать меня о том, что опаздывает, было не комфортно, так как она считает, что это ее вина. А сейчас, чтобы не опаздывать на встречу, она ездит на такси и теперь данная проблема «опоздания» была для нее разрешена.

После этого я пересмотрела свой взгляд на людей, которые опаздывают и не предупреждают, я стала разбираться, почему это произошло.

Если *кандидат пришел на 10-15 минут раньше*, то обычно на этот момент никто не обращает внимание, и наоборот ставит себе «плюс», что кандидат ответственно подошел к собеседованию. А вот если он *пришел сильно рано*, то это может быть раздражающим фактором. И опять мы оцениваем кандидата как:

1. не умеет планировать свое время;
2. не соблюдает договоренности;

3. не уважительно относится к вашему времени;
4. будет недобросовестно относиться к работе;
5. не соблюдает деловой этикет.

Давайте разберем, почему кандидат мог прийти на собеседование раньше?

- не любит опаздывать;
- большая внутренняя ответственность;
- заинтересованность в вакансии;
- неправильно рассчитал время на дорогу;
- освободился раньше на предыдущем собеседовании.

Не поддавайтесь своему первому впечатлению, узнайте, почему он пришел раньше. Если вы свободны, проведите собеседование, если у вас нет такой возможности, подойдите и попросите подождать, так как он пришел раньше. Ведь причин может быть множество, а хороших кандидатов нужно ценить.

Я вот лично очень не люблю опаздывать, и даже на работу прихожу на час раньше. Многим моим руководителям это не нравится, но мне так комфортно и за этот час я успеваю разобрать почту и подготовиться к своему рабочему дню правильно, так как успеваю прописать план на день.

Кандидат ***пришел вовремя на собеседование***. Идеальная ситуация в нашей работе. Мы сразу оцениваем кандидата с положительной стороны:

1. ответственный;
2. пунктуальный;

3. заинтересованный;
4. соблюдает деловой этикет;
5. уважительно относится к вам;
6. умеет правильно рассчитать свое время.

Да в основном такие личные качества присущи данным кандидатам, но это тоже может быть ошибочным впечатлением! Поэтому всегда задаем уточняющие вопросы на собеседовании, если для нас данные качества важны.

- Как кандидат относится к опозданиям;
- Как планирует свое рабочее время;
- Что делает, в случае, если видит, что опаздывает;
- Как ставит приоритеты при планировании своего рабочего дня;

Таким образом, мы рассмотрели возможные ситуации, которые возникают со «временем» и увидели, что нельзя оценивать определенные личные качества только по своему первому впечатлению, а именно «времени» собеседования – это еще одна составляющая в «комплексном» первом впечатлении.

Первое впечатление: цвет.



Итак, наш кандидат пришел на собеседование. И первое, что бросается нам в глаза – это цвет, который преобладает в его одежде и аксессуарах. Даже если кандидат пришел оде-

тый в стандартные цвета одежды, его предрасположенность к определенному цвету себя выдаст, так как этот цвет будет в чем-то явно выражен.

Работая в HR управлении, мы каждый день обращаем внимание на то, что каждый цвет несет свою информацию. Одни цвета притягивают внимание, другие напротив, отталкивают.

Разбираясь в значениях цветов можно управлять впечатлением и создавать необходимый имидж, а он помогает нам оценить психологическое состояние, в котором находится в данный момент соискатель.

Следует учитывать, что существует факторы, которые влияют на восприятие цвета:

1. возраст;
2. индивидуальные особенности;
3. социальный статус соискателя;
4. психологические особенности.

Общеизвестно о возможности влияния цвета на восприятие образа в целом. Цвет передает энергию, заряжает, поддерживает, направляет поток информации о кандидате. Поэтому необходимо знать, как его использовать. Но, к сожалению, не все соискатели это умеют.

Существует несколько классификаций цветотипов, общепринятых и более часто применяемых:

- зима;
- лето;

– весна;

– осень.

Возможно, вы спросите: «И зачем необходимо об этом знать HRy? Что такого интересного можно извлечь из этого?» Если кандидат знает свой цветотип, то он знает какой цвет ему нужен для выигрышного создания образа на собеседовании. Для HRa это полезная дополнительная информация о текущем состоянии кандидата и возможность адаптировать вопросы собеседования для данного кандидата.

Например, кандидат знает, что он холодное лето, то тогда он подберет одежду в холодных тонах! А вот если он не знает, то он сделает ошибку в подборе цветовой гамме в одежде. Поверьте это видно сразу, и это наше с вами первое впечатление. Очень полезно владеть данным инструментом при оценке персонала.

Вернемся к нашему кандидату «холодное лето». Он знает, что особенности цветов холодных оттенков забирают из образа теплые нюансы:

1. веснушки;
2. цвету кожи прибавляет сияние;
3. белки глаз становятся светлее;
4. цвет радужки ярче и т.д.

И мы оцениваем кандидата, как кандидата с «горящими глазами». А на самом деле – это не так ведь он просто обыграл свой образ правильно, и мы сделали ошибку, не задав уточняющих вопросов на собеседовании.

Как определить цветотип? Необходимо внимательно ознакомиться с природными цветами:

- волос;
- глаз;
- кожи.

В нас природа уже задала цветотип, но...иногда даже опытный имиджмейкер может дать не совсем точный ответ, слишком много нюансов и разногласий. Чистых цветотипов мало!

О цветотипах очень много разнообразной информации, и мы рекомендуем в нее погрузиться более глубоко. Здесь мы рассмотрим те инструменты, которые помогут при оценке кандидатов – именно они помогли нам на практике (более чем 15 лет опыта).

Цвета бывают яркие и приглушенные, пастельные и агрессивные, притягивающие и отталкивающие.

Привычными цветотипами считаются:

1. Зима – холодный, яркий, насыщенный, контрастный;
2. Весна – теплый, яркий, насыщенный, менее контрастный;
3. Лето – холодный, приглушенный, низкой концентрации, постельный;
4. Осень – теплый, яркий, контрастный, насыщенный.

Всем нам приходится думать об этих представлениях, когда возникает вопрос встречи, собеседования, взаимоотношения с кем-либо.

Первое впечатление!

Мы так устроены: обладаем жизненно необходимыми сенсорными анализаторами, которые определяют это самое – впечатление:

- обоняние;
- слух;
- зрение;
- прикосновение.

Именно они определяют:

1. нравится;
2. не нравится;
3. приятно;
4. безобразно;
5. безразлично.

Можно долго перечислять, но первое впечатление исправить невозможно!

Оно возникает за доли секунды и остается навсегда! Что именно понравится, а что послужит для вас отторжением?... увы, не всегда можно найти ответ... Важно помнить об этом.

Например, что может сказать о кандидате цветовая гамма предпочтений, приведем приоритетные качества:

1. Красный – человек жизнерадостный, напористый, любит приключения;
2. Синий – дистанция важное место занимает в жизни человека, он аккуратный, надежный;
3. Желтый – свободолюбивый, восторженный, общитель-

ный, непредсказуемый;

4. Зеленый – рассудительный, отличается постоянством и стремится к здоровому образу жизни.

Существуют варианты интерпретаций:

- Красный – агрессия, напористость;
- Синий – спокойствие, уверенность;
- Желтый – радость, переменчивость;
- Серый – затишье, умиротворённость;
- Белый – безграничность, пространственность;
- Черный – замкнутость, ограниченность.

Знаете ли вы, то существуют только три основных цвета: красный, желтый и синий? Все остальные получаются путем смешивания. Красный или желтый смешиваем с синим – получаем холодные цвета. Синий или красный смешиваем с желтым – получаем теплые цвета.

От интенсивности смешивания зависит контрастность!

Амбициозные, общительные – экстраверты всегда будут одеты в яркие тона. Интроверты отдадут предпочтение скромным, неярым оттенкам.

Можете ли вы охарактеризовать, какой цвет вы видите – теплый он или холодный? Какой вам более приятен?

Имидж.

Давайте немного разберем, а что такое имидж и насколько он важен.

Имидж – наука и искусство, изучающая закономерности восприятия, их особенности, следствия и последствия. Боль-

шое влияние на актуальный имидж также накладывает окружение и социум в целом.

В своем жизненном цикле и движении, каждый совершает несколько основных выборов:

1. между поисками своего пути;
2. ориентацию на то, что ему предлагает общество;
3. субъективное против объективного;
4. индивидуализм или принадлежность;
5. принятие правил игры либо сопротивление и вызов;
6. сохранить свой мир или изменить.

Решает и выбирает каждый самостоятельно. Субъективное мировоззрение важно, особенно, если оно применяется в качестве успешного средства достижения цели.

В собеседовании главное правило для соискателей: преуспеть, понравиться, увлечь, восхитить, и тут срабатывает принцип ситуативности. Как быстро соискатель адаптирует свой опыт под потребности вашей компании.

Дресс код: как к нему относиться? Существуют ли его правила? Какие же они? Они только для офиса или также применимы для жизни в разных условиях?

Например, кандидат любит свои «желтые, мягкие, удобные, потрепанные жизнью ботинки». Ему в них очень комфортно, они ему приносят удачу.

В процессе собеседования вы акцентируете внимание на «желтые ботинки», они у вас вызовут визуальный интерес, неординарные мысли и вибрации (при этом они визуально

укорачивают соискателя в росте). Кандидат добьется успеха в том, что вы его запомните надолго, как «субъекта в желтых ботинках», что может сместить фокус внимания с ценных качеств.

При этом, если соискатель придет на собеседование в максимально приближенных к природным цветам, у вас это вызовет спокойствие и внимание к соискателю. Приятные ощущения, здоровый и ухоженный вид, гармонично располагают к восприятию собеседника.

Имиджлогия – наука о стратегиях образа, мнения, впечатления, изучающая способы коррекции для достижения необходимого результата.

Имидж соискателя – это мнение, которое подобно пазлам складываются в общую картину.

«Создать мнение об имидже» – не верно, «Создать о кандидате мнение» – верно! Эти суждения предопределяют варианты отношений между соискателем и специалистом по подбору персонала. Ведь именно учитывая имидж, можно составить комплексное представление о кандидате.

Существуют две формы получения информации:

- Подсознательная (80%)
- Сознательная (20%)

По статистике 75% успеха кандидата на собеседовании зависит от впечатления, которое он произвел своим внешним видом, поведением, голосом.

Что влияет на качество формирования впечатления?

1. Осанка, походка;
2. Состояние кожи, макияж;
3. Стрижка, цвет волос;
4. Одежда, ощущение фигуры в ней и т.д.

Как уже говорилось, «имидж – искусство управлять впечатлением». Это искусство стали изучать многие кандидаты, ведь с помощью него (создания образа) можно легко войти в любую социальную среду и оптимально адаптироваться к ситуации.

Эффект первого впечатления формируется в течение от 30 секунд до 4 (+/-) минут, остается навсегда и изменить его практически не реально. Эффект впечатления складывается из эффекта ощущения симпатии и антипатии, далее происходит эффект осознания – почему нравиться или не нравится.

Психологические исследования показали: первое впечатление складывается из:

- 55% – визуального восприятия (глазами, общую картину в целом);
- 38% – акустической системы (тембр голоса, темпоритм, интонация);
- 7% – смысла информации (образование, опыт, знания, навыки).

Личностный опыт при этом транслируется и воспринимается как базовый, профессиональный – как его надстройка.

Главная цель построения успешного имиджа кандидатом

– стать таким, каким он хочет показаться. Одежда меняет его на столько, на сколько он может сам поменяться, но это не панцирь... Человеческая природа просвечивается сквозь нее.

Построение имиджа способно лишь скорректировать, направить внимание, «убрать» лишнее внимание. Однако, на практике встречаются соискатели, которые чрезмерно используют инструменты коррекции – это чаще играет против них, так как во всем следует соблюдать меру.

Разберем как цветотип влияет на качество восприятия собеседника. Если кандидат знает свой цветотип, то он знает и как использовать цветовую палитру.

По одетой на соискателе блузке, костюме, шейном платке, аксессуарах, можно заметить, подходит ли ему эта одежда (глаза начинают светиться, кожа принимает более здоровый цвет, морщинки разглаживаются и т.д.)

При неправильном выборе, происходит взрыв в обратном направлении (кожа сереет, белки глаз тускнеют, как и радужка, проявляются синяки под глазами). Всем известно, что наши решения зависят также от настроения, а оно имеет свойство меняться, то в позитив, то в негатив, а иногда и волнами, туда обратно. А ведь это имеет большое значение и качество, в те моменты, когда кандидат готовится и подбирает себе имидж для собеседования.

Настроение – это эмоции, и они сугубо зависят от самого человека. Мне нравится выражение – «если с проблемы

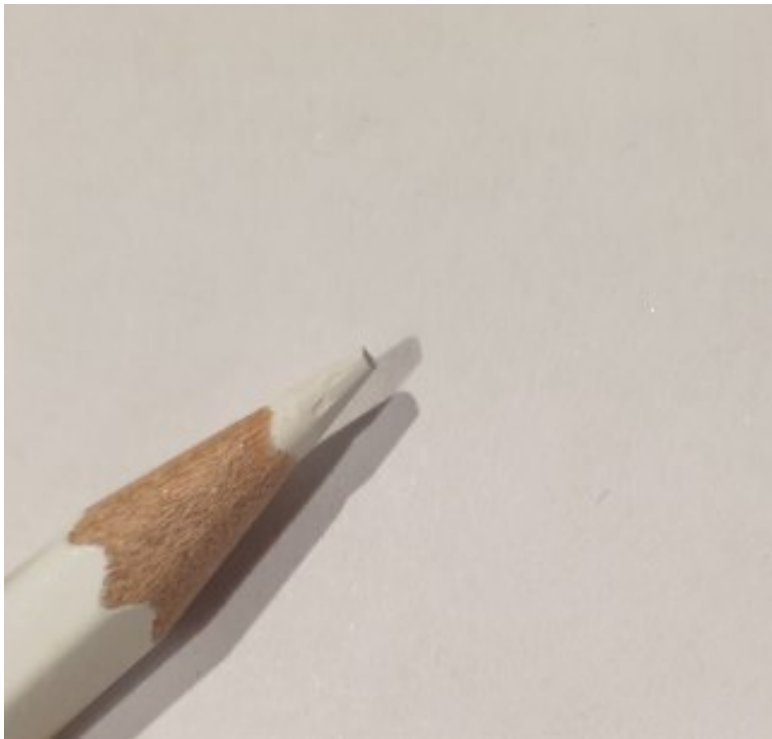
убрать эмоции, получается ситуация».

У каждого найдется вещь, да и не одна, которая была куплена «пробегая мимо распродажи», «за компанию с подругой», просто «для улучшения настроения» и т.д. А потом «не мой цвет», «как могла такое выбрать», «темный рисунок» и др. Но мы не всегда от них избавляемся, хотя и не можем одеть.

Приведу пример. Однажды ко мне пришла близкая подруга, разговор не получался приятным, она была грустной, отстраненной. Я предложила ей снять ее темно-фиолетовую кофту, под ней была нежно голубая футболка, в квартире тепло. Она согласилась и не заметила, как через некоторое время смеялась от души над курьезными ситуациями, которые происходят в последнее время с ней. А вы замечали, как цвет одежды влияет на ваше самочувствие или настроение?

Цвет настроения, такой важный момент!

Давайте теперь рассмотрим, как оценить кандидата по цвету одежды и аксессуаров. Мы с вами рассмотрим 72 + цвета. Итак, начнем.



Белый цвет.

Это символ чистоты и легкости. Белый цвет символизирует торжественность. Он одновременно передает и блеск света, и холод зимы. Он ни когда не отталкивает. Цвет предпочитают люди с разными характерами, при этом наблюдаются общие черты, которые осознанно или неосознанно демон-

стрируются.

Кто же перед вами? Перечислим качества:

1. организованный (умеет организовать не только себя, но и окружающих людей);
2. аккуратный;
3. искренний;
4. ответственный;
5. честный;
6. добрый;
7. открытый;
8. пунктуальный;
9. серьезный;
10. показывает, что готов к новым знаниям;
11. надежный;
12. порядочный.

Даже если вы были негативно настроены к кандидату, одежда и аксессуары белого цвета вас расслабят и разрядят наколенную обстановку при собеседовании. При этом очень яркий белый цвет может у вас вызвать чувство тревоги и дискомфорта. В психологии он означает свободу, решение проблем, добро, принятие ситуации.

Если перед вами кандидат, который полностью оделся в одежду белого цвета и даже аксессуары этого же цвета, то уточните у него на собеседовании, какое значение для него имеет место работы. Возможно, он мечтает работать на данной должности и поэтому нарядно оделся в белый цвет.



Персиковый цвет.

Данный цвет имеет свойство успокаивать, дарить ощущение безопасности и уюта. Поэтому, когда перед вами соискатель в одежде персикового цвета, будьте внимательны, так как вы можете ошибиться в оценке его компетенций. Ведь

не просто так политики и влиятельные люди часто используют данный цвет в своем гардеробе. Данный цвет одежды предпочитают, как темпераментные, так и уравновешенные люди.

Кто же перед вами? Перечислим качества, которые ассоциативно преобладают при коммуникациях с собеседником, одетым с преобладанием персикового цвета:

1. открытый к общению;
2. умеет концентрировать свое внимание;
3. искренний и благородный;
4. дружелюбный;
5. нежный и милый человек;
6. всегда в хорошем настроении, не зависимо от ситуации;
7. обладает хорошим здоровьем.

Обращайте внимание на оттенок персикового цвета. Если оттенок более яркий и насыщенный, то таким образом соискатель настраивает себя на действия, то есть хочет быть более активным на собеседовании, чем в повседневной жизни. А, например, пастельный оттенок вызывает у собеседника нежность, и оценка кандидата происходит менее придирчиво.

Персиковый цвет больше всего предпочитают романтические натуры. Здесь в процессе собеседования акцентируем внимание на «пошаговость» выполнение задачи до результата и наличие творческой составляющей.



Желтый цвет.

Цвет солнца, лета, песка и радости. У него есть мощные положительные значения: радость, богатство, власть, надежда.

Кто же перед вами? Перечислим качества, которые возникают ассоциативно:

1. любит внимание к себе;
2. позитивный, любит поднимать настроение себе и окружающим людям;
3. интеллеktуал;
4. любит быть бодрым;
5. у него повышенная концентрация внимания;
6. радостный;
7. любопытный;
8. уверенный в себе кандидат с деловой хваткой.

Сангвиников желтый цвет привлекает. Иногда соискатель, одетый в одежду данного цвета может показаться нам полным. Это специфика цвета, он визуальнo увеличивает объем тела.

Если соискатель полностью отвергает желтый цвет, он, вероятно, находится в состоянии пустоты, изоляции или крайнего раздражения.

Помните, что желтый цвет быстро утомляет! Поэтому соискатель может начать вас раздражать, постарайтесь сдерживать свои эмоции и провести полноценное собеседование, а не подвергаться первому впечатлению.

Желтый цвет говорит еще, что соискатель – творческая личность. Вы наверняка замечали, что в гардеробе творческих людей данный цвет часто присутствует.

При этом грязно-желтый цвет часто ассоциируется с желчностью. Яркие тона присущи уверенным в себе, успешным соискателям. Тусклые оттенки чаще характеризуют

неуверенных и ранимых людей, избегающих ответственности.

Когда вы увидели перед собой соискателя в желтой одежде, то обязательно возьмите на собеседование ручку и блокнот для записи, ведь после собеседования вы запомните только одежду и с большой вероятностью забудете, как отвечал на вопросы соискатель и что рассказывал о своем опыте работы. В интервью будут полезны вопросы по работе в команде и личному вкладу кандидата в общий результат.



Лимонный цвет.

Чистый желтый цвет, которые вызывает приятные эмоции и делает образ по-настоящему сочным и вкусным. Он ассоциируется у нас с таинственностью и загадочностью.

Кто же перед вами? Перечислим качества:

1. энергичный человек;

2. стремится выделиться из массы других людей;
3. позитивный;
4. разумный;
5. доброжелательный;
6. духовный;
7. жизнелюбивый;
8. романтический;
9. интеллектуальный.

Это цвет с ароматом чая с лимоном кто-то любит, а других он может сильно раздражать. Вам будет очень комфортно общаться с соискателем, если у него цвет одежды лимонный, особенно в конце рабочего дня, так как этот цвет освежает и улучшает настроение. При этом, если вы сильно устали, то соискатель, одетый с преобладанием лимонного цвета, вероятно, будет раздражать.

Обычно данный цвет популярен летом. Цвет, который подходит и женщинам и мужчинам, поэтому не удивляйтесь, если на собеседовании увидите мужчину в рубашке или с галстуком лимонного цвета. В процессе собеседования будут полезны вопросы по коммуникациям с коллегами, кейсы.



Мандариновый цвет.

Цвет – яркий оранжевый, обладает привлекательностью, которая элегантна и экзотическая одновременно. Одежда мандаринового цвета привлекает к себе внимание. У меня

сразу ассоциация с Новым годом, запахом мандаринов, детскими воспоминаниями.

Кто же перед вами? Перечислим качества:

1. жизнерадостный человек;
2. имеет игривый характер;
3. энергичный;
4. позитивный;
5. оптимистичный;
6. эмоциональный;
7. активный;
8. имеет гармоничный характер.

Данный цвет обычно не выбирают уставшие или депрессивные люди. Это некий маркер, что перед вами жизнерадостный и активный соискатель. Этот цвет подходит и женщинам, и мужчинам. Соискатели могут его использовать как летом, так и зимой. На собеседовании уточняем, как кандидат обычно планирует выполнение задачи самостоятельно и с участием команды.

Небольшой совет: если вы переутомились или не выспались, съешьте мандарин, и вы почувствуете бодрость не только от вкуса, но и от его цвета и запаха.



Оранжевый цвет.

Цвет радости и оптимизма, теплоты и блаженства, свободы и силы. Он символизирует постоянное развитие, которое приводит к успеху. Данный цвет провоцирует у нас эмоции: веселья, дружелюбия и оптимизма. В отличие от красного

цвета он не передает ощущения срочности.

Кто же перед вами? Ассоциативно возникающие качества:

1. позитивный;
2. в жизни все благополучно;
3. энергичный;
4. активный;
5. всегда с хорошим настроением, такого же ждет от окружающих;
6. имеет свою внутреннюю уникальность;
7. мечтательный человек;
8. обладает хорошей интуицией;
9. творческая личность;
10. имеет склонность к рискованным поступкам.

Оранжевый цвет не рекомендуется использовать на бизнес встречах. В связи с этим, если у вас в компании принят классический дресс-код, то соискатель, предпочитающий оранжевый цвет, вероятно, не будет его соблюдать. Если кандидат вам подходит по компетенциям, сделайте акцент на то, что у вас строго относятся к данному вопросу.

Данный цвет помогает решить конфликтные ситуации, поэтому если вам поставили задачу разрешить межличностный конфликт на работе, обязательно используете силу оранжевого цвета. Большинство людей положительно относятся к нему.



у

Тыквенный цвет.

Цвет символизирует изобилие и благополучие. Часто этот цвет ассоциируется с простотой и силой природы. Цвет зрелых овощей и опавшей листвы. По цветовой гамме – это оранжево-желтый цвет с теплым и мягким оттенком. Данный цвет относится к природным цветам.

Кто же перед вами? Перечислим качества:

1. спокойный человек;
2. не подвергается депрессии;
3. общительный;
4. честолюбивый;
5. имеет позитивный настрой;
6. хочет постоянного развития.

Тыквенный цвет расслабляет и успокаивает, в связи с этим проводить собеседование с кандидатом будет очень комфортно. Но при этом данный цвет несет для вас опасность: вы можете забыть задать кандидату важные для вас вопросы. Поэтому на собеседовании поможет перечень вопросов перед глазами.



Морковный цвет.

Цвет заманчивый, один из немногих цветов доступных в природе. Он точно может поспорить по своей энергетике с мандариновым и коралловым цветами. Помните, что данный цвет вызывает множество эмоций.

Кто же перед вами? Перечислим качества:

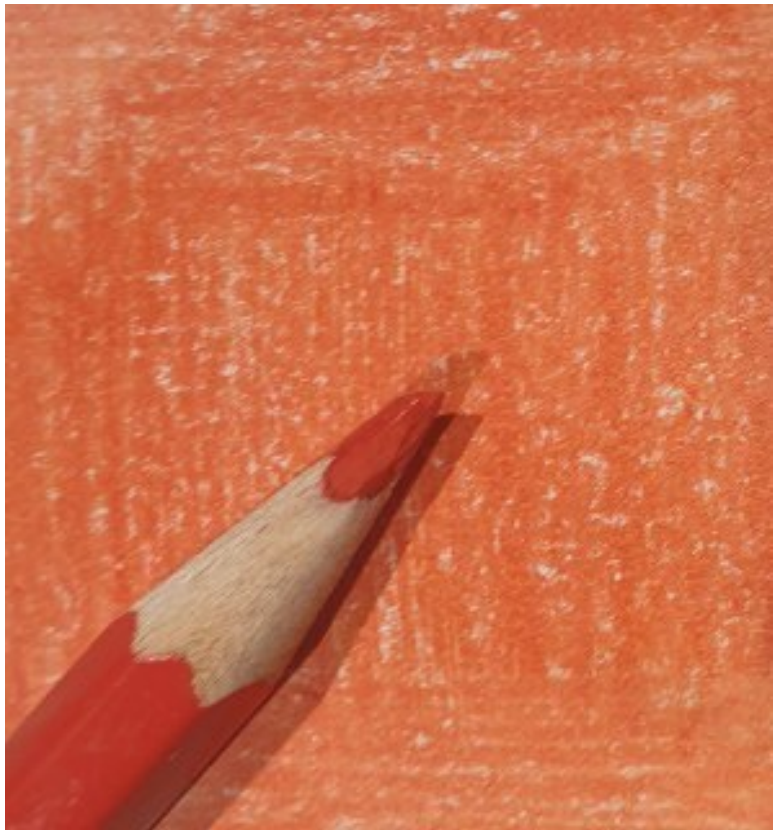
1. экспрессивный кандидат;

2. решительный;
3. энергичный;
4. в характере есть акценты завоевателя;
5. эмоциональный;
6. позитивный;
7. бодрый;
8. любит здоровый образ жизни.

В повседневной жизни данный цвет встречается не часто, он больше подходит для занятий спортом, свиданий и вечеринок. Обратите внимание при проведении собеседования, на сбалансированность этого цвета в одежде и аксессуарах. Так же данный цвет полнит, поэтому может исказить пропорции кандидата.

На практике морковный цвет чаще встречается у молодых соискателей, старшее поколение старается им не злоупотреблять – наблюдали умеренно в аксессуарах.

Когда вы идете на собеседование к соискателю, в одежде которого присутствует морковный цвет, помните, что он привлекает большое внимание, и вы ненамеренно, вероятно, будете пристально рассматривать кандидата, чем можете его смутить. Здесь также поможет список вопросов перед глазами и уточняющие вопросы по коммуникациям.



Красный цвет.

Это динамика и страсть. Это очень авторитарный цвет. С одной стороны красный символизирует любовь, страсть, желание, с другой – агрессию, напор, борьбу. Он повышает ди-

наличие жизни, побуждает эмоции: желание, действие, страсть, энергия, воодушевление.

Кто же перед вами? Перечислим качества:

1. любит внимание;
2. всегда хочет быть в центре внимания;
3. считает себя солидным человеком;
4. смелый;
5. энергичный;
6. энтузиаст;
7. интересуется всем в жизни;
8. волевой;
9. властный;
10. вспыльчивый;
11. общительный;
12. агрессивный;
13. жесткий;
14. бескомпромиссный.

Одежду красного цвета в основном носят холерики. В коммуникациях данный цвет может привести к неровному диалогу и даже конфликту. Данный цвет больше присущ руководителям, поэтому, если на собеседование на линейную позицию пришел кандидат в красном, обязательно задайте уточняющие вопросы о его видении карьеры и совместном выполнении задач с коллегами.

Если вы набираете сотрудников в отделы продаж или юристов, то смело берите на работу кандидата, у которого пре-

обладает в одежде красный цвет, так как в этих направлениях напористость и упорство необходимы.

Женщины, которые выбирают красный цвет в одежде, хотят подчеркнуть свои доминирующие качества.



Алый цвет.

Огненный цвет. Цвет, который:

– помогает чувствовать себя уверенно;

- повышает настроение;
- вызывает беззаботность.

Он менее насыщен, чем красный и воспринимается чуть мягче.

Кто же перед вами? Основные качества:

1. волевой;
2. сильный;
3. властный;
4. общительный;
5. активный;
6. амбициозный.

Данный цвет одежды обычно не используется в повседневной жизни. Поэтому обратите внимание на это при собеседовании, так как одежда больше подходит для вечерних нарядов. Также алый цвет полнит и подчеркивает недостатки тела, поэтому если при отборе важна фигура, то возможна уступка к выбору соискателем цвета одежды для собеседования. На собеседовании будут полезны вопросы по коммуникациям в команде и предоставлении обратной связи коллегам.



Бордовый цвет.

Он благороден, элегантен, сдержан и аристократичен. Получил свое название от французского вина «Бордо», цветом которого и является. Он символизирует королевскую роскошь и богатство.

Кто же перед вами? Перечислим качества:

1. спокойный;
2. консервативный;
3. солидный;
4. вызывающий доверие;
5. волевой;
6. энергичный;
7. властный;
8. стабильный;
9. умеренный;
10. целеустремленный.

Соискатели, которые предпочитают данный цвет, мало подвержены ярким эмоциям. Поэтому не обращайте внимание на то, что соискатель ни как не реагирует на все ваши попытки вызвать у него улыбку или хоть какие-то эмоции на лице. Здесь помогут конструктивные вопросы: в процессе рассказа о выполнении задачи вы увидите динамику голоса и, возможно, «яркую кульминацию» при описании результатов.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.