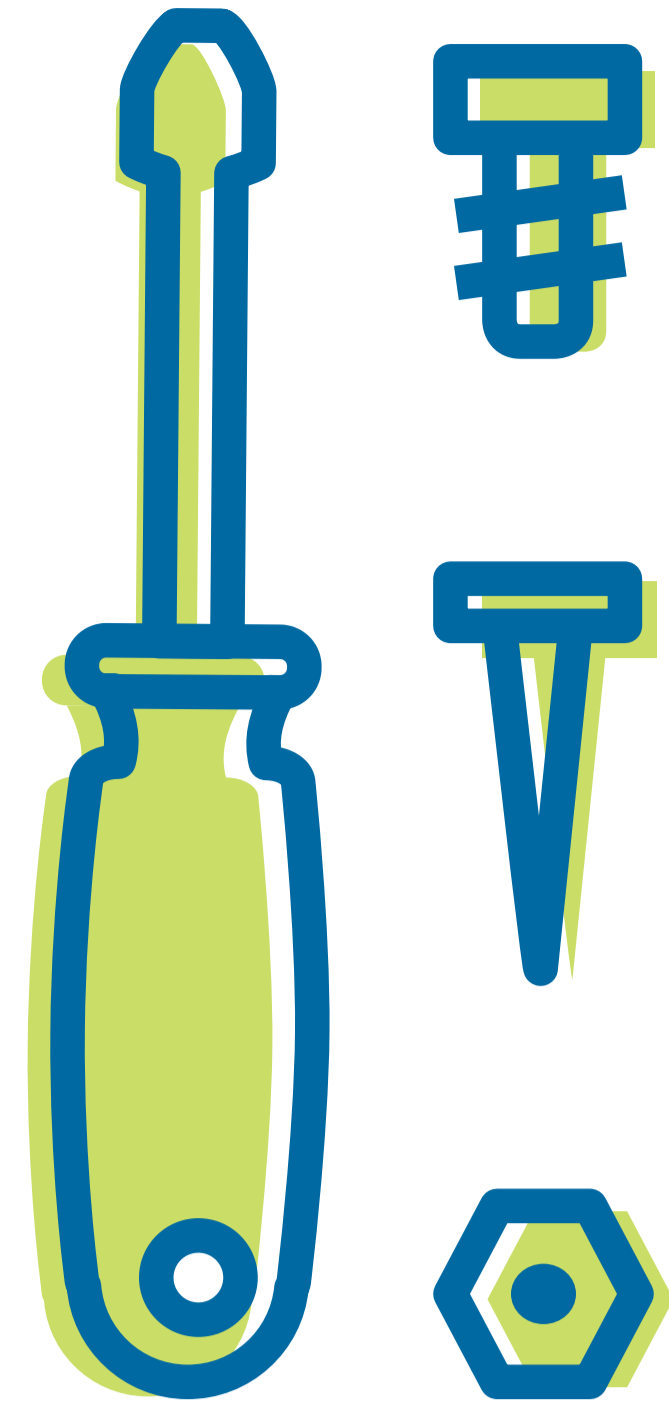


# פגישה עם מעסיק – פנים אל פנים



אחרי שכבר איתרתם מעסיק שנראה רלוונטי לתכנית התעסוקה שלכם, אספתם מידע עליו ועל העסק, וגם פניתם אליו בטלפון או בדוא"ל וקבעתם פגישה - מה עכשיו?

אתם עומדים לפני פגישה פנים אל פנים עם המעסיק. יש לכם בסביבות 3-6 דקות של תשומת לב. זוהי הזדמנות חד-פעמית. פגישה פנים אל פנים עם מעסיק היא **שיחת מכירה** לכל דבר.

## מהו תהליך מכירה?

תהליך שבו המוכר מזהה את צורכי הלקוח ומעורר אותם, לתועלתם המתמשכת של שני הצדדים. האתגר הוא לגרום ללקוח לקבל החלטות ולהניע אותו לפעולה, כלומר לגרום לשינוי בגישה, בתפיסה, ומכאן גם בהתנהגות.

## מה אנו מוכרים?

1. את המועמד לעבודה - המשתתף בתכנית התעסוקה
2. את תכנית התעסוקה שלנו
3. את עצמנו - כאנשי מקצוע מיומנים

## איך עושים זאת?

לשיחה כזו יש להיערך ולהתכונן. בואו נעשה זאת צעד-צעד.

## היערכות לפגישה

היערכות לפגישה כוללת איסוף ידע והכנה שלנו מבחינה טכנית וחיצונית.

## כיצד ניערך לפגישה עם מעסיק?

### נכיר לעומק את תכנית התעסוקה שלנו

- את כישוריהם של המועמדים לעבודה - המשתתפים אצלנו בתכנית
- את השירותים שתכנית התעסוקה שלנו נותנת למעסיקים
- ניסיון עבר, אם קיים, מהקשר בין המעסיק הזה לתכנית התעסוקה
- נכין מסרים שיתמקדו בתועלות שתכנית התעסוקה תביא למעסיק

### נאתר מידע על הארגון ועל האדם שאותו נפגוש (הלקוח)

#### המידע שחשוב לנו לאסוף:

- תחום הפעולה של הפירמה - מוצרים, מבנה ארגוני, מיקום וסניפים
- התפקידים השונים שזמינים אצל המעסיק
- מעורבות חברתית של הפירמה



18

תודה לצוות חברת יורוקום ולצוות קמפוס פועלים שליוו אותנו בהנחיית קורסים ובאימון תהליכי מכירה לרכזי השמה לאנשים עם מוגבלות, על התובנות שקיבלנו בעבודה המשותפת עמם.



## לבוש מוקפד והופעה חיצונית כללית מקצועית ומכובדת

אין הזדמנות שנייה ליצירת רושם ראשוני; כל מפגש פנים אל פנים מתחיל ממבט אחד מהיר. מקובל לומר שהתרשמותו של בן שיחנו מאתנו נקבעת בשניות הראשונות למפגש; ביתר הזמן מאשש בן השיח את התרשמותו הראשונית מאתנו. לכן בהחלט עלינו להקדיש מחשבה לנראות הכללית שלנו ולהופעתנו החיצונית ולהשקיע בכך.

## מה עושים?

### לובשים לבוש ייצוגי ומכובד

על בגדיו של רכז קשרי המעסיקים להיות נקיים ומסודרים ולשדר אמינות ומקצועיות. כדאי להתאים את הלבוש שלכם למקום העבודה שאליו אתם מגיעים; איש מקצוע לא יגיע למקום עבודה בלבוש חושפני כגון גופייה קצרה או כפכפי גומי. באותו אופן לא מומלץ להופיע בחליפה ובעניבה למפגש בחממה או במוסך. תשומת לב לפריטים נלווים חשובה אף היא; שימוש בשעון יד ישדר גישה אחראית ודיוק, ושימוש בתיק עבודה הולם עדיף אלף מונים על נשיאת חפצים בשקית ניילון מקרית.

### מגיעים בזמן

לא מאחרים! רצוי אף להגיע 15 דקות לפני השעה היעודה. פרק הזמן הזה מאפשר להתרשם מסביבת העבודה ומהתרבות הארגונית. הקירות של העסק מדברים: חפשות עודות הוקרה, תמונות של עובדים באירועי רוחה ותרבות, תיאור של חזון החברה. הביטו בעובדים שמסביב והרגישו את רוח המקום.

### מגלים מודעות לעצמנו

מדברים בצורה נעימה וברורה, יושבים זקוף, זוכרים לחייך, מישירים מבט לבן שיחנו. לוחצים יד בתחילת הפגישה. לחיצת יד היא חלק מתרבות של אנשי עסקים. בתחילתה של פגישה עסקית מקובל להושיט יד לבן השיח ללחיצה. אם לא נהוג בתרבות שלכם ללחוץ יד (בין גבר לאישה), ניתן לחייך, להנהן לחיוב ואף להסביר. בארץ נושא זה מוכר יחסית וסביר להניח שיובן.

### מכינים עזרים להצגה במפגש

הצטיידו בכרטיס ביקור שכולל פרטי התקשרות, בעט ובנייר לכתובה. חומרים שיווקיים, כמו דף מידע על הארגון, מקובל להשאיר לאחר המפגש. במצגת "פאוור פוינט" כדאי להשתמש רק במפגש רב משתתפים.

בפגישה אישית, אתם הדמויות המעניינות והמסקרנות! הבמה שלכם!

## ניהול פגישה עם מעסיק

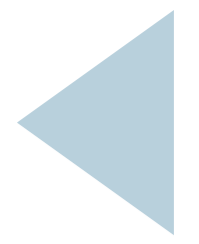
פגישה עם מעסיק כמוה כשיחת מכירה. נהוג לחלק שיחת מכירה עם לקוח לארבעה שלבים: שלב מקרב, שלב מברר, שלב מכוון ושלב מסכם. גם שיחת מכירה עם מעסיק תתחלק לאותם השלבים, והתכנים יותאמו לצרכים שלנו.

**שלב 1 < מקרב: מכירים!**

**שלב 2 < מברר: מבינים את צורכי הלקוח**

**שלב 3 < מכוון: מתאימים ומציגים את המוצר ללקוח**

**שלב 4 < מסכם: סגירה וליזוי**



## שלב 1 < המקור, שבו מכירים זה את זה

מהי המטרה? לייצר אווירה נעימה ואמון הדדי, קרבה וכימיה בין אישית. יש צורך בפתיחות לצורך איסוף מידע ראשוני עסקי ואישי על המעסיק, ובעיקר עלינו לקבל אישור להמשך תהליך המכירה.

איך עושים את זה? בשלב הזה משתמשים בהקשבה פעילה ויוצרים אינטראקציה טובה עם הלקוח, היינו בן שיחנו.

בשלב זה נגלה התעניינות כנה באדם שמולנו. נרצה "לשבור את הקרח", להכיר את המעסיק כאדם ולמצוא נקודות עניין ונושאים משותפים. נקדיש תשומת לב מיוחדת לזיהוי תחומים שחשובים לו, הן ברמה האישית הן בזו המקצועית. כדי ליצור אווירה נוחה ומאפשרת כבסיס להמשך הפגישה, עלינו למצוא מכנה משותף, לשתף במחשבה, בדעה אישית או בחוויה. כדאי להשתמש במילים חיוביות. אפשר להזכיר מכר משותף ואהוד. בסיום החלק הזה, חשים בני השיח נינוחות מסוימת ומוכנים להתקדם לשלב הבא.

חלק זה הוא שלב שמקרב בשיחה. הוא יכול להיות קצר יחסית או ארוך, אבל הוא הכרחי ואין לדלג עליו. רבים מאתנו אינם מורגלים לנהל שיחת חולין כזו, שממוקדת בלקוח, אך זוהי מיומנות נרכשת! רצוי מאוד שתתאמנו בניהול שיחות חולין שכאלה (אפשר, למשל, עם קרובי משפחה שלא ראיתם זמן רב או עם עמיתים), עד שתרגישו בהן בנוח.

**במהלך השיחה כולה, השתמשו תמיד בשפה עסקית שמוכרת למעסיק.** מומלץ להימנע משימוש במילים טיפוליות או כאלה שמקובלות בארגונים חברתיים ואין מובנות, בדרך כלל, למעסיקים ("משתתפים", "מתמודדים", "משוקמים"). במקום זאת מומלץ להשתמש במילים שמוכרות למעסיק מהעולם העסקי ("מועמדים לעבודה", "עובדים פוטנציאליים").

**דוגמה למשפטים בשיחת חולין מכוונת מטרה (Small Talk):**

"אני מאוד אוהבת את העיצוב של המשרד שלכם."  
"איזה נוף מדהים נשקף מהחלון שלך, זה מעורר השראה חיובית."

מאתרים תעודות הוקרה או גביעים/מדליות ומפתחים שיחה בנושא - בדרך כלל סביב תחביב שהמעסיק ישמח להרחיב עליו.



### עשר דוכים ליצירת כימיה בין אישית בתחילת קשר עם מעסיק:

1. Small Talk - שיחת חולין ממוקדת מטרה

2. חיוך

3. הזכרת עבר דומה/משותף ("גם אני למדתי באוניברסיטת תל אביב")

4. קוראים בשם המעסיק ("גדעון, אני רואה שאתה מתעניין ב...")

5. חוש הומור (בזהירות...!)

6. יוצרים נקודות הסכמה משותפות

7. מגלים התעניינות אמתית באדם שמולנו ("מה דעתך על...?")

8. הזכרת מכר משותף

9. זיהוי מטרה משותפת

10. משתמשים בנימה חיובית שתורמת לאווירה נעימה





## שלב 2 < המבור, שבו מבינים את צורכי המעסיק

לאחר שערכנו היכרות אישית עם המעסיק ויצרנו בסיס נוח להמשך השיחה, כעת עלינו להתמקד בהבנת הצרכים של הלקוח. נברר את המאפיינים של הלקוח ונתמקד בו, ברצונות שלו ובעיקר בצרכים שלו.

### כלי העבודה המרכזיים שלנו בשלב הזה הם:

1. הקשבה - לצרכים הגלויים והסמויים של המעסיק
2. שאילת שאלות אפקטיביות

שאילת שאלות היא הדרך האפקטיבית לבירור צרכים. שאלות גורמות למעסיק לחשוב ולהציף צרכים והתנגדויות ומייצרות דיאלוג. בשלב זה חשוב לגלות סקרנות אמיתית ולברר את הדברים באמצעות שאלות ושאלות המשך, אך כדאי להימנע מתחקור. שאילת שאלות היא מיומנות מרכזית בעבודתם של מקדמי תעסוקה. מידע מקיף על נושא זה תמצאו בחוברת "כלי עבודה למקדמי תעסוקה", אשר עומדת לצאת לאור בהוצאת ג'וינט ישראל-תבת.

**כעת נציין רק הבחנה בסיסית;** יש כמה סוגים של שאלות. בחרו את סגנון השאלה לפי התשובה שתרצו לקבל: תשובה קונקרטיבית תקבלו לשאלה סגורה, ופירוט והרחבה תקבלו אם תשאלו שאלה פתוחה. דוגמה לשאלות פתוחות:

"אילו עובדים אתה מחפש?"  
תשובה: "מה שחשוב לי זה.."

דוגמה לשאלות סגורות:

"אתה מחפש עובדים עם ניסיון או עובדים ללא ניסיון?"  
תשובה: "ללא ניסיון"

דוגמה לשאלות מגרות התייחסות:

"האם ניסית פעם להעסיק אנשים מהחברה החרדית?"  
תשובה: "לא. הם מעוניינים לעבוד?"

**לפני השיחה עם המעסיק, נתכונן ונעריך אילו נושאים חשוב לנו לברר ולקבל עליהם תשובות.**

### נדאי:

- להכין מבעוד מועד שאלות על הנושאים הללו, להתמקד בהן ולהעלות אותן בשיחה. בשלב זה אנו צפויים לקבל מידע רב
  - להצטייד בכלי כתיבה כדי לתעד את התשובות בזמן אמת
- מקובל להעלות בשיחה שאלות לאיסוף מידע על המעסיק ועל העסק שלו, כמו גם שאלות שיבהירו לנו את הקשר הרצוי בינינו לבין המעסיק.

### שאלות לאיסוף מידע על הנושאים הללו:

- היכרות עם מקום העבודה
- פרופיל המשרה המיועדת
- תהליך הגיוס וכלי המיון
- תנאי העסקה
- תרבות ארגונית

### שאלות לגבי הקשר של רכז קשרי המעסיקים עם המעסיק:

- הדרך שבה רכז התעסוקה יוכל לסייע למעסיק בתהליכי הגיוס והקליטה
- דרכי תקשורת מועדפות על המעסיק (דוא"ל/טלפון)