



چگونه به عنوان تولیدکننده محتوا استخدام شویم؟

ظاهر شما، رفتار شما و گفتار شما در طول یک مصاحبه، روشن خواهد ساخت که آیا شغل دلخواه خود را به دست خواهید آورد؟ یک مصاحبه خوب در چگونگی استخدام شما بسیار موثر واقع می‌شود و برعکس، یک مصاحبه ضعیف از پیشرفت شما جلوگیری خواهد کرد.

رهنموده‌هایی برای معرفی هرچه بهتر شما در یک مصاحبه، بدین‌گونه ارائه می‌شوند:

۱. هشیار باشید

در مصاحبه، شما بایستی از تمرکز کافی برخوردار باشید؛ بنابراین حواس خود را کاملاً جمع کنید. برای این منظور بایستی شب قبل از مصاحبه، از خواب کافی و راحت برخوردار باشید و اگر خوردن غذای مفصل تمرکز شما را به هم می‌ریزد، تا انجام مصاحبه از خوردن خودداری کنید.

۲. موقع شناس باشید

هیچ چیز چون موقع شناسی، در دنیای تبلیغات پراهمیت نیست. اطمینان یابید که سر ساعت معین در محل مصاحبه حاضر شده‌اید. اگر نتوانید به موقع برای مصاحبه حاضر شوید، چگونه تکالیف خود را در موعد مقرر تحویل خواهید داد؟

خانه خود را خیلی پیش از زمان مصاحبه ترک کنید. اگر زود به آنجا رسیدید، در اتاق انتظار بنشینید و یا در همان حوالی قدم بزنید، تا زمان لازم فرا برسد. اگر باعجله خود را به محل مصاحبه برسانید، با ظاهر پریشان و به هم ریخته و خیس عرق وارد خواهید شد و آن طور که باید و شاید، موفق به نشان دادن خود نخواهید شد.

۳. با ظاهر یک نویسنده حرفه‌ای وارد شوید

با ظاهری آراسته و نظیف وارد شوید. موی کوتاه بر موی بلند رجحان دارد. چه بخواهید، چه نخواهید، ظاهر فرد، نخستین تاثیر نافذ را بر جای می‌گذارد و شما با بی‌توجهی به ظاهر خود، می‌توانید شانسی را از دست بدهید.

۴. نمونه کارهایتان را با خود ببرید

همواره مجموعه کار خود را به همراه داشته باشید و همچنین پرونده‌ای را که حاوی مواد دیگری است و می‌تواند مورد نیازتان واقع شود: نمونه‌های اضافی از آثارتان، کپی اضافی رزومه، نسخه متن آگهی‌ها و مقالاتی که نوشته‌اید، نامه‌های تاییدی که مشتریان و یا همکاران برایتان نوشته‌اند.

۵. گوش کنید

با مطالبی که از پیش حفظ کرده‌اید، وارد جلسه مصاحبه نشوید. بگذارید

مصاحبه‌کننده سوالات خود را مطرح سازد. گوش کنید و بهترین جواب‌های خود را به او تحویل دهید.

پاسخ‌های خود را با لحنی دوستانه، کوتاه و قاطع بیان کنید. اگر شروع به پرحرفی کنید، احتمال بر زبان آوردن مطالب غلط افزایش خواهد یافت و شما گرفتار آن خواهید شد که این نکته منجر به رهنمود بعدی می‌شود.

۶. بگذارید مصاحبه‌کننده بیش از شما حرف بزند

هرچه مصاحبه‌کننده بیشتر حرف بزند، مبین آن است که جریان مصاحبه به‌خوبی پیش می‌رود. این نشان می‌دهد که مصاحبه‌کننده در کنار شما راحت است و نیازی به شنیدن بیشتر خصوصیات و سابقه کاری شما ندارد.

یکی از موثرترین روش‌هایی که مصاحبه‌کننده را به حرف می‌آورد، طرح سوالات متعدد در مورد آژانس، مشتریان، محیط کار و حتی خود مصاحبه‌کننده است.

۷. با شهامت و قاطعیت حرف بزنید

در مورد ارائه مهارت‌های خود، خجالت نکشید. هیچ‌کس دیگری جز خودتان نمی‌تواند موجب ارتقای شما شود.

شما که خیال ندارید دروغ بگویید و یا تظاهر کنید. اما از «قانون ۱۰ درصد» استفاده کنید. خودتان را ۱۰ درصد بهتر از آنچه هستید، معرفی کنید.

مثلا اگر دو و یا سه مصاحبه مطبوعاتی برای مشتریان خود داشته‌اید، می‌توانید بگویید: «آه بله، من برای تعدادی از مشتریانم مسئولیت روابط عمومی را به عهده داشته‌ام.» لازم نیست «کاسه گرم‌تر از آتش شوید» و توضیح دهید که فقط دو مصاحبه مطبوعاتی نوشته‌اید.

۸. اگر مصاحبه‌کننده از شما تقاضای انجام تکلیفی را به عنوان نمونه کار بکند، آن را نپذیرید

برخی مصاحبه‌کنندگان از شما می‌خواهند که در همان جا وارد فعالیت شوید. مثلاً یک نسخه تبلیغاتی بنویسید و یا یک آگهی را نقد کنید و برای آن عنوان بهتری بیابید و یا یک مساله فرضی بازاریابی را حل کنید.

اگر بلافاصله توانایی انجام این کار را دارید که عالی است، مهارت خود را نشان دهید. اما اگر احساس راحتی نمی‌کنید، به آن‌ها بگویید: «خوشحال خواهم شد که این اوراق را به دفترم ببرم و یکی دو روز دیگر به شما جواب بدهم. این روش کار من است و فکر می‌کنم که موردپسند شما نیز واقع خواهد شد.» پس با یک آزمایش سریع، شانس خود را به خطر نیفتانید.

۹. عذرخواهی نکنید

هر مصاحبه‌کننده‌ای از شما سابقه چیزی را طلب خواهد کرد که معمولاً فاقد آن هستید. اکثریت نویسندگانی که فاقد اعتمادبه‌نفس لازم هستند، سرشان را خم می‌کنند و برای کمبودهایشان عذرخواهی کرده، تقاضای بخشش می‌کنند.

نه عذرخواهی کنید و نه طلب بخشش. در عوض، نقاط ضعف را به قوت برگردانید. به عنوان نمونه، مصاحبه‌کننده می‌گوید: «تصور می‌کنم که شما تجربه لازم را در زمینه بیمه ندارید. ما با شرکت بیمه خیلی سروکار داریم. چگونه می‌توانید از عهده چنین کاری برآیید؟»

شما پاسخ می‌دهید: «خوب، این حقیقتی است که من در زمینه بیمه تجربیات زیادی ندارم، اما در زمینه‌های مرتبط با بیمه، مدت‌ها کار کرده‌ام: بانکداری، معاملات املاک و نظیر آن. البته من در معرفی‌نامه خود این مطلب را قید نکرده‌ام، اما چند سال پیش، خبرنامه شرکت بیمه پرودنشیال را ویرایش کرده‌ام. پس تا اندازه‌ای با این صنعت آشنا هستم.» دید و یا فرض کنید که مصاحبه‌کننده می‌گوید: «شما یک نویسنده

تبلیغات محصولات پزشکی هستید، اما ما با بسیاری از محصولات کامپیوتری سروکار داریم که به شدت فنی هستند. شما در این مورد، هیچ تجربه و آموزشی ندارید، چگونه آن را فرا خواهید گرفت؟»

شما می‌گویید: «حق با شماست. من در گذشته بر روی کامپیوتر کار نکرده‌ام. اگرچه من یک پزشک نیستم؛ ولی کاملاً به امور پزشکی آشنا شده، بهترین متن‌های تبلیغاتی پزشکی را می‌نویسم. پس می‌بینید که برای نگارش تبلیغات فنی دارای کارایی لازم هستم. این موضوع که محصول ما چیست، اهمیتی ندارد، با بررسی و استفاده از مطالب جمع‌آوری‌شده در گذشته، من به سرعت آن را خواهم آموخت و موفق به نوشتن تبلیغات چشمگیر کامپیوتری خواهم شد.»

["message_box text_color="light]

منبع: کتاب «ادبیات تبلیغ»

نویسنده: رابرت دابلیو بلای

ناشر: سیته

ترجمه: منیژه بهزاد

[message_box/]