

Manager de conturi

FF03 Vânzări și gestionarea conturilor · ISCO-08 3322 · CBS 0311 Consultanți în marketing, relații publice și vânzări · vechime medior · Cunoscut și ca: Manager de relații cu clienții, Reprezentant de vânzări pe teren

Gestionează și dezvoltă un portofoliu propriu de clienți în teren, poartă discuții de vânzare la fața locului, elaborează oferte și lucrează pentru atingerea obiectivelor de venituri și marjă.

Managerul de cont lucrează sub coordonarea unui manager de vânzări și combină fidelizarea clienților existenți cu atragerea de noi clienți într-o anumită regiune sau un anumit segment. Diferența față de un reprezentant de vânzări intern constă în faptul că această funcție se ocupă de relația directă cu clientul și gestionează atât agenda, cât și volumul de vânzări. Procesul de selecție se bazează prea mult pe simpatia manifestată în cadrul interviului și prea puțin pe gestionarea sistematică și demonstrabilă a portofoliului de vânzări, astfel încât fiabilitatea previziunilor devine vizibilă abia după două trimestre.

Cifre cheie pentru acest profil

26 competențe · 8 competențe de evaluat · 6 competențe esențiale · centrul de greutate:
Operațiuni de afaceri, comerț și antreprenoriat 49%, Comunicare și influență 26%,
Autogestionare, motivație și reziliență 14%

1 Competențe de măsurat

Acestea sunt constructele de comportament și de aptitudine din acest profil. Fiecare arată ce chestionar hrmforce îl măsoară.

Competențe de măsurat	Nivel-țintă	Instrument hrnforce	Metodă de măsurare	Ancoră comportamentală la nivelul-țintă
Puterea de convingere Competență (cadrul 50): Puterea de convingere Eliminatoriu		Big Fifty, Competency Check, 360 Feedback	Centru de evaluare	Alege, pentru fiecare interlocutor, argumentul care corespunde interesului acestuia și verifică pe parcurs dacă acordul este sincer.
Orientarea către client Competență (cadrul 50): Orientarea către client Eliminatoriu		Big Fifty, Competency Check, 360 Feedback	Feedback la 360 de grade	Identifică nevoia reală care stă la baza întrebării unui client, formulează o propunere adecvată și verifică, după livrare, dacă aceasta funcționează.
Orientarea către rezultate Competență (cadrul 50): Orientarea către rezultate		Big Fifty, Competency Check, 360 Feedback	Chestionar de personalitate	Transformă o sarcină în obiective intermediare măsurabile, evaluează progresul și renunță la activitățile care nu contribuie la rezultat.
Capacitate comercială Competență (cadrul 50): Simț comercial Eliminatoriu		Big Fifty, Competency Check, 360 Feedback	Centru de evaluare	Discută din proprie inițiativă despre servicii suplimentare cu clienții existenți și înregistrează oportunitatea de venit în dosarul clientului.
Ascultarea activă și punerea de întrebări de aprofundare Competență (cadrul 50): Ascultați		Big Fifty, 360 Feedback	Feedback la 360 de grade	Rezumează atât conținutul, cât și sentimentul celeilalte părți și pune întrebări până când devine vizibil adevăratul interes din spatele cererii.
Perseverență Competență (cadrul 50): Perseverență		Big Fifty, 15PF, Mental Resilience (4C)	Chestionar de personalitate	Caută în permanență soluții alternative pentru un caz blocat și îi implică pe ceilalți în această căutare din proprie inițiativă.

Competențe de măsurat	Nivel-țintă	Instrument hrnforce	Metodă de măsurare	Ancoră comportamentală la nivelul-țintă
Orientarea către piață Competență (cadrul 50): Orientarea către piață		Big Fifty, Competency Check, 360 Feedback	Centru de evaluare	Face legătura între semnalele primite de la clienți și concurenți și propria ofertă și propune ajustări pe această bază.
Recuperarea după eșecuri Competență (cadrul 50): Rezistența la stres		Big Fifty, Mental Resilience (4C), 360 Feedback	Chestionar de personalitate	După eșecul unei inițiative, analizează ce a mers greșit, discută acest aspect cu persoanele implicate și pune în aplicare o abordare revizuită în decurs de o săptămână.

2 Profil complet al competențelor

Fiecare competență din acest profil, ordonată în funcție de pondere. Indicatorul comportamental de sub fiecare competență corespunde nivelului țintă.

T	Competență	Nivel-țintă	Pondere	Eliminatoriu	Metodă de măsurare	Instrument hrmforce
G	Puterea de convingere Alege, pentru fiecare interlocutor, argumentul care corespunde interesului acestuia și verifică pe parcurs dacă acordul este sincer.	 N4	5	da	Centru de evaluare	Big Fifty, Competency Check, 360 Feedback
G	Orientarea către client Identifică nevoia reală care stă la baza întrebării unui client, formulează o propunere adecvată și verifică, după livrare, dacă aceasta funcționează.	 N4	5	da	Feedback la 360 de grade	Big Fifty, Competency Check, 360 Feedback
G	Orientarea către rezultate Transformă o sarcină în obiective intermediare măsurabile, evaluează progresul și renunță la activitățile care nu contribuie la rezultat.	 N4	5	nu	Chestionar de personalitate	Big Fifty, Competency Check, 360 Feedback
G	Capacitate comercială Discută din proprie inițiativă despre servicii suplimentare cu clienții existenți și înregistrează oportunitatea de venit în dosarul clientului.	 N4	5	da	Centru de evaluare	Big Fifty, Competency Check, 360 Feedback

T	Competență	Nivel-țintă	Pondere	Eliminatoriu	Metodă de măsurare	Instrument hrmforce
V	Vânzarea consultativă Descoperă interesele ascunse ale mai multor interlocutori prin întrebări și adaptează propunerea la acestea pe parcursul conversației.	 N4	5	da	Centru de evaluare	Competency Check, 360 Feedback, Testul cu probe de lucru
V	Gestionarea conturilor Elaborează în mod independent un plan de conturi pentru propriul portofoliu de clienți și discută anual cu clientul rezultatele și planurile.	 N4	5	da	Interviu structurat	Competency Check, 360 Feedback
V	Previziuni de vânzări și gestionarea portofoliului de oportunități Își fundamentează propria previziune lunară pe etapele oportunităților și pe istoricul conversiilor și explică abaterile față de previziunea anterioară.	 N4	5	da	Testul cu probe de lucru	Testul cu probe de lucru, Test de cunoștințe (specific clientului)
V	Gestionarea conversațiilor Alege un tip de întrebare adecvat pentru fiecare etapă, face rezumate pe parcurs și readuce conversația la obiectivul inițial atunci când aceasta se abate de la subiect.	 N4	4	nu	Centru de evaluare	Communication Styles, Competency Check

T	Competență	Nivel-țintă	Pondere	Eliminatoriu	Metodă de măsurare	Instrument hrmforce
G	Ascultarea activă și punerea de întrebări de aprofundare Rezumează atât conținutul, cât și sentimentul celeilalte părți și pune întrebări până când devine vizibil adevăratul interes din spatele cererii.	■■■■■ N4	4	nu	Feedback la 360 de grade	Big Fifty, 360 Feedback
V	Negocierea Pregătește din timp o gamă de opțiuni și o opțiune de rezervă, negociază aspecte cu pondere diferită și încheie cu o confirmare scrisă.	■■■■■ N4	4	nu	Centru de evaluare	Conflict Styles, Competency Check
V	rețele de contacte Stabilește ce contacte sunt necesare pentru îndeplinirea sarcinilor de serviciu, le stabilește în mod activ și le menține la intervale regulate.	■■■■■ N4	4	nu	Interviu structurat	Big Fifty, Competency Check
V	managementul relațiilor Planifică momentele de contact pentru propriul portofoliu de relații, discută despre satisfacție și inițiază acțiuni de îmbunătățire atunci când apar semnale.	■■■■■ N4	4	nu	Interviu structurat	Competency Check, 360 Feedback
G	Perseverență Caută în permanență soluții alternative pentru un caz blocat și îi implică pe ceilalți în această căutare din proprie inițiativă.	■■■■■ N4	4	nu	Chestionar de personalitate	Big Fifty, 15PF, Mental Resilience (4C)

T	Competență	Nivel-țintă	Pondere	Eliminatoriu	Metodă de măsurare	Instrument hrmforce
V	Achiziție și generare de clienți potențiali Își creează propria listă de potențiali clienți pe baza informațiilor din piață și din rețeaua sa de contacte și programează săptămânal noi întâlniri inițiale cu aceștia.	■■■■■ N4	4	nu	Testul cu probe de lucru	Competency Check, Testul cu probe de lucru, 360 Feedback
V	Negocierea prețului Pregătește o gamă de oferte și elemente de negociere pentru fiecare negociere și se menține la limita inferioară convenită chiar și sub presiune.	■■■■■ N4	4	nu	Centru de evaluare	Big Fifty, Competency Check, 360 Feedback
G	Orientarea către piață Face legătura între semnalele primite de la clienți și concurenți și propria ofertă și propune ajustări pe această bază.	■■■■■ N4	4	nu	Centru de evaluare	Big Fifty, Competency Check, 360 Feedback
V	Prezentare Adaptează structura, exemplele și nivelul de detaliu în funcție de cunoștințele publicului și răspunde la întrebări critice fără pregătire prealabilă.	■■■■■ N3	3	nu	Centru de evaluare	Competency Check, 360 Feedback

T	Competență	Nivel-țintă	Pondere	Eliminatoriu	Metodă de măsurare	Instrument hrmforce
G	Recuperarea după eșecuri După eșecul unei inițiative, analizează ce a mers greșit, discută acest aspect cu persoanele implicate și pune în aplicare o abordare revizuită în decurs de o săptămână.	 N3	3	nu	Chestionar de personalitate	Big Fifty, Mental Resilience (4C), 360 Feedback
V	Încheierea și finalizarea contractelor Recunoaște semnalele de cumpărare, identifică obiecția rămasă și prezintă o propunere gata de semnare, în limita propriilor competențe.	 N3	3	nu	Testul cu probe de lucru	Competency Check, Testul cu probe de lucru
V	Segmentarea și țintirea clienților Realizează o segmentare pe baza datelor și comportamentului clienților și explică necesitatea și valoarea fiecărui segment.	 N3	3	nu	Testul cu probe de lucru	Testul cu probe de lucru
V	Elaborarea propunerii de valoare Elaborează o propunere pentru un grup țintă pe baza informațiilor despre clienți și o testează în cadrul discuțiilor cu clienții existenți.	 N3	3	nu	Testul cu probe de lucru	Testul cu probe de lucru, Competency Check

T	Competență	Nivel-țintă	Pondere	Eliminatoriu	Metodă de măsurare	Instrument hrmforce
V	Îmbunătățirea parcursului și a experienței clientului Analizează parcursul clientului în cadrul unui serviciu, identifică cele trei principale blocaje și implementează îmbunătățiri împreună cu părțile implicate.	 N3	3	nu	Testul cu probe de lucru	Testul cu probe de lucru, 360 Feedback
V	Gestionarea valorii și fidelizării clienților Analizează rata de abandon și valoarea clienților din propriul portofoliu și desfășoară acțiuni de fidelizare țintite, cu rezultate măsurabile.	 N3	3	nu	Testul cu probe de lucru	Testul cu probe de lucru, Test de cunoștințe (specific clientului)
V	Gestionarea timpului și stabilirea priorităților Leșirile: Își ierarhizează propriile sarcini în funcție de urgență și importanță, include un interval de timp de rezervă și le explică celorlalți de ce o sarcină va fi finalizată mai târziu.	 N3	2	nu	Testul cu probe de lucru	Competency Check, 360 Feedback
V	Raportare și crearea de tablouri de bord Completează un tablou de bord sau un șablon de raport existent cu cifre actuale și verifică afișarea pentru a depista eventualele erori.	 N2	2	nu	Testul cu probe de lucru	Testul cu probe de lucru, Portofoliu

T	Competență	Nivel-țintă	Pondere	Eliminatoriu	Metodă de măsurare	Instrument hrmforce
K	Cunoștințe de bază în domeniul dreptului contractual Utilizează acordul standard al organizației și trimite clauzele care se abat de la acesta către un consilier juridic.		1	nu	Test de cunoștințe	Test de cunoștințe (specific clientului)

3 Niveluri în funcție de vechime

Același profil cu ajustarea vechimii în cadrul familiei de posturi aplicată. Nivelurile țintă sunt limitate la 1-5.

Competență	junior	medior	senior
Puterea de convingere	N3	N4	N5
Orientarea către client	N3	N4	N5
Orientarea către rezultate	N3	N4	N5
Capacitate comercială	N3	N4	N5
Vânzarea consultativă	N3	N4	N5
Gestionarea conturilor	N3	N4	N5
Previziuni de vânzări și gestionarea portofoliului de oportunități	N4	N4	N4
Gestionarea conversațiilor	N3	N4	N5
Ascultarea activă și punerea de întrebări de aprofundare	N3	N4	N5
Negocierea	N3	N4	N5
rețele de contacte	N3	N4	N5
managementul relațiilor	N3	N4	N5
Perseverență	N3	N4	N5
Achiziție și generare de clienți potențiali	N4	N4	N4
Negocierea prețului	N3	N4	N5
Orientarea către piață	N3	N4	N5
Prezentare	N2	N3	N4
Recuperarea după eșecuri	N2	N3	N4
Încheierea și finalizarea contractelor	N2	N3	N4
Segmentarea și țintirea clienților	N2	N3	N4
Elaborarea propunerii de valoare	N2	N3	N4
Îmbunătățirea parcursului și a experienței clientului	N2	N3	N4
Gestionarea valorii și fidelizării clienților	N2	N3	N4

Competență	junior	medior	senior
Gestionarea timpului și stabilirea priorităților	N2	N3	N4
Raportare și crearea de tablouri de bord	N1	N2	N3
Cunoștințe de bază în domeniul dreptului contractual	N1	N2	N3

4 Scala de competență

Nivel	Etichetă	Autonomie	Complexitate	Domeniul de aplicare	Nivelul de cunoștințe
N1	Ghidat	lucrează sub supraveghere și respectă instrucțiunile	rutină, câte o variabilă pe rând	sarcină proprie	înțelegere de bază a terminologiei
N2	Aplicare	lucrează în mod independent în cadrul unor limite stabilite	situații familiare, cu variații limitate	propria funcție	cunoștințe practice, aplică o abordare standard
N3	Competență avansată	își stabilește propria abordare și solicită în mod proactiv opinii	mai multe variabile, o anumită ambiguitate	propria echipă sau propriul proces	cunoștințe aprofundate, evaluează alternativele
N4	Nivel avansat	coordonează activitatea altora și decide asupra abordării	complex, cu interese contradictorii	mai multe echipe sau un departament	cunoștințe aprofundate, oferă sfaturi altora
N5	Conducere	stabilește standardul și politica	strategic, în condiții de incertitudine ridicată	organizație, lanț valoric sau profesie	autoritate, contribuie la dezvoltarea profesiei

5 Repere comportamentale pentru fiecare competență

Punctele de referință se află la N1, N3 și N5. N2 și N4 nu sunt ancorate în mod deliberat: evaluatorii interpoolează între ele, urmând convenția O*NET.

Competență	N1	N3	N5
Puterea de convingere A-i determina pe ceilalți să adopte o poziție, o decizie sau un comportament la care inițial s-au opus, folosind argumente solide, exemple și prezența personală.	Prezintă o propunere proprie în cadrul unei ședințe și o susține cu un exemplu concret din practică.	Alege, pentru fiecare interlocutor, argumentul care corespunde interesului acestuia și verifică pe parcurs dacă acordul este sincer.	Convinge consiliul de administrație și părțile externe să accepte o schimbare de direcție de anvergură și menține acest sprijin atunci când rezistența crește.

Competență	N1	N3	N5
Orientarea către client Acționarea pornind de la întrebările și interesele clientului, respectarea angajamentelor asumate și orientarea vizibilă a propriei activități către a fi de folos pentru acel client.	Răspunde la întrebările clienților în termenul convenit și redirecționează întrebările atunci când răspunsul nu ține de atribuțiile proprii.	Identifică nevoia reală care stă la baza întrebării unui client, formulează o propunere adecvată și verifică, după livrare, dacă aceasta funcționează.	Transformă semnalele clienților în modificări ale serviciilor și politicilor și asigură responsabilitatea organizației pentru experiența promisă clienților.
Orientarea către rezultate Își orientează acțiunile către rezultatele convenite, urmărește progresul în direcția atingerii acestor rezultate și alege activități care contribuie la atingerea obiectivului.	Îndeplinește sarcina atribuită în conformitate cu standardele stabilite și raportează superiorului ce a fost realizat.	Transformă o sarcină în obiective intermediare măsurabile, evaluează progresul și renunță la activitățile care nu contribuie la rezultat.	Stabilește obiectivele privind rezultatele și indicatorii de performanță pentru organizație și le respectă atunci când interesele implicate sunt conflictuale.
Capacitate comercială Identifică oportunitățile de venituri și marjă în interacțiunile cu clienții și piața și acționează în consecință, prin oferte și acorduri.	Raportează managerului de cont care dintre dorințele clienților ar putea duce la o misiune suplimentară.	Discută din proprie inițiativă despre servicii suplimentare cu clienții existenți și înregistrează oportunitatea de venit în dosarul clientului.	Stabilește strategia comercială a organizației, alege piețele pe care să activeze și prezintă aceste alegeri consiliului de administrație.
Vânzarea consultativă Analizează problema care stă la baza întrebării unui client, o corelează cu o soluție adecvată și susține propunerea evidențiind beneficiile pentru client.	Pune întrebările deschise pregătite în cadrul unei conversații de vânzare și rezumă cu voce tare nevoile clientului.	Descoperă interesele ascunse ale mai multor interlocutori prin întrebări și adaptează propunerea la acestea pe parcursul conversației.	Coordonează procese complexe de vânzare care implică mai mulți factori de decizie, elaborează strategia de comunicare și îi instruește pe colegi în aplicarea acesteia.
Gestionarea conturilor Menține relația cu clienții alocați, planifică momentele de contact, asigură urmărirea acordurilor și se asigură că interesele clienților sunt luate în considerare în cadrul organizației.	Menține la zi în sistem datele de contact ale clienților și acordurile încheiate și îi reamintește managerului de cont acțiunile în curs.	Elaborează în mod independent un plan de conturi pentru propriul portofoliu de clienți și discută anual cu clientul rezultatele și planurile.	Stabilește strategia privind clienții strategici ai organizației și participă la ședințele consiliului de administrație pentru a discuta cooperarea pe termen lung.

Competență	N1	N3	N5
Previziuni de vânzări și gestionarea portofoliului de oportunități Inregistrează oportunitățile de vânzări în curs pe etape, estimează probabilitatea și veniturile și transformă aceste date într-o prognoză pentru perioada următoare.	Actualizează starea propriilor oportunități de vânzare în sistemul de gestionare a clienților și raportează oportunitățile care au expirat.	Își fundamentează propria previziune lunară pe etapele oportunităților și pe istoricul conversiilor și explică abaterile față de previziunea anterioară.	Stabilește metoda de prognoză pentru întreaga organizație de vânzări și utilizează rezultatele pentru a lua decizii privind capacitatea și investițiile.
Gestionarea conversațiilor Inițierea, orientarea și încheierea unei conversații în mod intenționat, prin adresarea de întrebări, sintetizarea discuției și stabilirea unor acorduri concrete cu privire la pașii următori.	Urmează o listă pregătită de întrebări, le pune în ordinea indicată și consemnează acordurile la care s-a ajuns.	Alege un tip de întrebare adecvat pentru fiecare etapă, face rezumate pe parcurs și readuce conversația la obiectivul inițial atunci când aceasta se abate de la subiect.	Conduce discuții cu părți cu interese opuse la nivel de consiliu de administrație, elaborează modele de dialog pentru organizație și le testează în practică.
Ascultarea activă și punerea de întrebări de aprofundare Înțelegerea pe deplin a mesajului celeilalte părți, verificarea dacă acesta a fost înțeles corect și utilizarea unor întrebări specifice pentru a scoate la iveală interesele și presupunerile subiacente.	Îi permite interlocutorului să-și termine ideea, ia notițe și, ulterior, întreabă despre orice aspect care a rămas neclar.	Rezumează atât conținutul, cât și sentimentul celeilalte părți și pune întrebări până când devine vizibil adevăratul interes din spatele cererii.	Detectează semnale subtile în conversațiile cu directorii și supervizorii și le utilizează pentru a ajusta politica organizațională în timp util.
Negocierea Ajungerea la un acord cu una sau mai multe părți prin explorarea intereselor, utilizarea compromisurilor și respectarea conștientă a limitelor convenite.	Negociază termenul de livrare sau prețul în cadrul unor marje fixe și raportează orice abatere managerului.	Pregătește din timp o gamă de opțiuni și o opțiune de rezervă, negociază aspecte cu pondere diferită și încheie cu o confirmare scrisă.	Conduce negocierile privind contractele pe mai mulți ani sau condițiile de angajare, stabilește mandatul și definește linia de negociere pentru organizație.

Competență	N1	N3	N5
rețele de contacte Stabilirea de noi contacte în interiorul și în afara organizației, evidențierea beneficiilor reciproce și menținerea activă a legăturii după aceea.	Se prezintă participanților necunoscuți la un eveniment și notează cu cine au discutat.	Stabilește ce contacte sunt necesare pentru îndeplinirea sarcinilor de serviciu, le stabilește în mod activ și le menține la intervale regulate.	Construiește o rețea la nivelul profesiei și al lanțului valoric, reunește părțile implicate și o utilizează în beneficiul organizației.
managementul relațiilor Menținerea relațiilor existente cu clienții, colegii sau partenerii prin planificarea momentelor de contact, respectarea acordurilor și sesizarea semnalelor în timp util.	Menține la zi datele de contact și acordurile cu partenerii și răspunde la întrebări în termenul convenit.	Planifică momentele de contact pentru propriul portofoliu de relații, discută despre satisfacție și inițiază acțiuni de îmbunătățire atunci când apar semnale.	Stabilește modul în care organizația menține relațiile strategice, atribuie responsabilitățile și evaluează valoarea portofoliului de relații.
Perseverență Continuă să lucreze în vederea atingerii unui obiectiv chiar și atunci când munca întâmpină rezistență, implică repetiții sau duce la rezultate intermediare dezamăgitoare și caută o altă cale către același obiectiv.	Reia o sarcină după o încercare eșuată, odată ce supervisorul îi arată cum poate fi realizată în mod diferit.	Caută în permanență soluții alternative pentru un caz blocat și îi implică pe ceilalți în această căutare din proprie inițiativă.	Menține programele multianuale pe drumul cel bun, în ciuda opoziției susținute, și asigură menținerea organizației pe direcția aleasă chiar și după eșecuri.
Achiziție și generare de clienți potențiali Identifică și abordează clienți noi prin intermediul rețelei de contacte, al telefonului, al e-mailului și al canalelor online și transformă interesul manifestat într-o conversație concretă.	Contactează o listă furnizată de clienți potențiali, urmând un scenariu de conversație prestabilit, și înregistrează rezultatul fiecărui contact.	Își creează propria listă de potențiali clienți pe baza informațiilor din piață și din rețeaua sa de contacte și programează săptămânal noi întâlniri inițiale cu aceștia.	Elaborează strategia de recrutare pentru întreaga organizație, alege canalele și mesajele și le evaluează în funcție de rata de conversie obținută.
Negocierea prețului Stabilește dinainte marja de manevră și limitele privind prețul și condițiile, face concesii pe parcursul discuției și încheie tranzacția în cadrul marjei proprii.	Respectă lista de prețuri și regulile de reduceri stabilite și transmite solicitările clienților care se abat de la acestea către manager.	Pregătește o gamă de oferte și elemente de negociere pentru fiecare negociere și se menține la limita inferioară convenită chiar și sub presiune.	Stabilește politica de prețuri și reduceri a organizației și negociază personal contractele-cadru cu cei mai mari parteneri.

Competență	N1	N3	N5
Orientarea către piață Urmărește evoluțiile de pe piață, ale clienților și ale concurenților și include aceste informații în propriile alegeri și propuneri.	Citește buletinul informativ destinat clienților și știrile din sector și semnalează aspectele semnificative în cadrul ședinței de echipă.	Face legătura între semnalele primite de la clienți și concurenți și propria ofertă și propune ajustări pe această bază.	Transpune evoluțiile pieței în agenda strategică a organizației și re poziționează oferta pe termen lung.
Prezentare Elaborarea și transmiterea unui mesaj către un grup, cu o linie clară de argumentare, materiale adecvate și atenție acordată reacțiilor și întrebărilor publicului.	Prezintă un set de diapozitive pregătit în prealabil despre propria activitate și răspunde la întrebări concrete cu ajutorul unui coleg cu experiență.	Adaptează structura, exemplele și nivelul de detaliu în funcție de cunoștințele publicului și răspunde la întrebări critice fără pregătire prealabilă.	Reprezintă organizația la conferințe externe, stabilește mesajul-cheie pentru domeniu și îi îndrumă pe ceilalți în transmiterea acestuia.
Recuperarea după eșecuri Se reia activitatea la scurt timp după un refuz, o greșală sau un proiect eșuat, se identifică lecția învățată din acel eșec și se ajustează abordarea în consecință.	Procesul reîncepe după un rezultat respins, imediat ce supervisorul a indicat ce trebuie modificat.	După eșecul unei inițiative, analizează ce a mers greșit, discută acest aspect cu persoanele implicate și pune în aplicare o abordare revizuită în decurs de o săptămână.	Repune organizația pe picioare după o pierdere majoră și se asigură că lecțiile învățate din eșecuri sunt puse în practică la nivel structural.
Încheierea și finalizarea contractelor Transformă o înțelegere verbală într-o ofertă și un contract valabile, elimină obiecțiile rămase și convinge clientul să semneze.	Completează un contract standard cu detaliile convenite și verifică dacă toate anexele sunt prezente.	Recunoaște semnalele de cumpărare, identifică obiecția rămasă și prezintă o propunere gata de semnare, în limita propriilor competențe.	Elaborează formularele de contract și mandatele pentru organizație și ia decizii cu privire la excepții în tranzacțiile cu impact financiar major.
Segmentarea și țintirea clienților Împarte clienții și potențialii clienți în grupuri cu nevoi și valoare comparabile și alege grupurile pe care organizația le va viza.	Alocă clienții către segmentele existente pe baza caracteristicilor înregistrate și raportează cazurile îndoielnice.	Realizează o segmentare pe baza datelor și comportamentului clienților și explică necesitatea și valoarea fiecărui segment.	Stabilește modelul de segmentare pentru organizație, îl corelează cu oferta și canalele de distribuție și îl revizuieste atunci când piețele se schimbă.

Competență	N1	N3	N5
Elaborarea propunerii de valoare Formulează, pentru un grup țintă, problema pe care oferta o rezolvă, ce oferă aceasta și în ce fel se deosebește de alternativele existente.	Describe caracteristicile și avantajele unui produs existent într-un limbaj simplu, accesibil clienților, respectând un format prestabilit.	Elaborează o propunere pentru un grup țintă pe baza informațiilor despre clienți și o testează în cadrul discuțiilor cu clienții existenți.	Stabilește portofoliul de oferte al organizației, selectează ofertele care vor fi eliminate și le corelează cu strategia multianuală.
Îmbunătățirea parcursului și a experienței clientului Cartografiază etapele parcurse de un client, identifică punctele de fricțiune și implementează îmbunătățiri la nivel de proces și de interacțiune.	Înregistrează reclamațiile și observațiile clienților în formatul convenit și le transmite responsabilului de proces.	Analizează parcursul clientului în cadrul unui serviciu, identifică cele trei principale blocaje și implementează îmbunătățiri împreună cu părțile implicate.	Stabilește standardul pentru experiența clienților în cadrul organizației și coordonează programele de îmbunătățire la nivelul tuturor departamentelor.
Gestionarea valorii și fidelizării clienților Măsoară veniturile, marja și rata de pierdere a clienților pe grupuri de clienți și implementează măsuri pentru a-i păstra pe clienții valoroși și a le permite să se dezvolte.	Semnalează clienții care cumpără mai puțin decât de obicei și raportează acest lucru colegului responsabil.	Analizează rata de abandon și valoarea clienților din propriul portofoliu și desfășoară acțiuni de fidelizare țintite, cu rezultate măsurabile.	Stabilește politica de fidelizare a organizației, definește standardele privind valoarea pentru client și ia decizii privind investițiile în fidelizare.
Gestionarea timpului și stabilirea priorităților Alocă timpul disponibil între sarcini în funcție de urgență și importanță, stabilește o ordine de execuție și o ajustează atunci când apar sarcini noi în cursul perioadei respective.	Urmează o listă de sarcini furnizată de alții și întreabă care sarcină are prioritate ori de câte ori apar cereri noi.	Ieșirile: Își ierarhizează propriile sarcini în funcție de urgență și importanță, include un interval de timp de rezervă și le explică celorlalți de ce o sarcină va fi finalizată mai târziu.	Stabilește acorduri privind stabilirea priorităților și standarde de planificare la nivelul întregii organizații și decide care fluxuri de lucru beneficiază de timp și resurse atunci când ambele sunt limitate.

Competență	N1	N3	N5
Raportare și crearea de tablouri de bord Creează rapoarte și tablouri de bord recurente care prezintă indicatorii relevanți pentru un public țintă stabilit și menține definițiile acestora actualizate.	Completează un tablou de bord sau un șablon de raport existent cu cifre actuale și verifică afișarea pentru a depista eventualele erori.	Proiectează un tablou de bord împreună cu utilizatorul, alege indicatorii și definițiile și integrează feedback-ul utilizatorilor în versiunile noi.	Stabilește ce informații de management utilizează organizația și asigură claritatea definițiilor în toate rapoartele.
Cunoștințe de bază în domeniul dreptului contractual Cunoaște principalele norme privind oferta, acceptarea, încălcarea contractului și clauzele generale și recunoaște momentele în care este necesară consultarea juridică.	Utilizează acordul standard al organizației și trimite clauzele care se abat de la acesta către un consilier juridic.	Evaluează contractele din perspectiva răspunderii, a rezilierii și a plăților și propune modificări în limita propriului mandat.	Stabilește modelele de contract și cadrele juridice ale organizației și ia decizii cu privire la abaterile care implică riscuri majore.

6 Metode de evaluare și validitate

Validitățile sunt estimările meta-analitice corectate ale lui Sackett, Zhang, Berry și Lievens (2022) din Journal of Applied Psychology, care înlocuiesc cifrele mai vechi ale lui Schmidt și Hunter (1998). Dispersia este la fel de importantă ca media: cu o deviație standard ridicată, validitatea variază puternic în funcție de context.

Metodă de măsurare	rho	SD	Ce este
Centru de evaluare	0.29	0.09	Exerciții multiple, evaluatori multipli, notare pe dimensiuni.
Feedback la 360 de grade	-	-	Mai mulți evaluatori din anturajul persoanei respective evaluează comportamentul în raport cu repere comportamentale.
Chestionar de personalitate	0.40	0.15	Autoevaluarea preferințelor comportamentale. La adresa hrnforce se găsesc testele „Big Fifty” și „15PF”.
Interviu structurat	0.42	0.19	Interviu bazat pe comportament, cu întrebări fixe și o scală de evaluare pentru fiecare întrebare.
Testul cu probe de lucru	0.33	0.09	Candidatul realizează o probă de lucru reprezentativă în condiții standardizate.
Test de cunoștințe	0.40	0.13	Test de cunoștințe declarative privind posturile, elaborat de obicei pentru fiecare client în parte.

7 Instrumente de evaluare pentru acest post

Instrument hrnforce	Competențe	Ce măsoară
Competency Check	17	Evaluarea competențelor la nivel comportamental
360 Feedback	15	Evaluări multiple bazate pe repere comportamentale
Big Fifty	10	Chestionar de personalitate, 150 de itemi, 25 de factori
Testul cu probe de lucru	9	Eșantion reprezentativ de muncă în condiții standardizate
Test de cunoștințe (specific clientului)	3	Test de cunoștințe profesionale, personalizat pentru fiecare client
Mental Resilience (4C)	2	Reziliența mentală conform modelului 4C
Communication Styles	1	Stilul preferat de comunicare

Instrument hrmforce	Competențe	Ce măsoară
Conflict Styles	1	Stilul preferat în situații de conflict
15PF	1	Profilul de personalitate, o alternativă mai succintă la Big Fifty
Portofoliu	1	Evaluarea activității anterioare în raport cu criterii prestabilite

8 Cum se utilizează acest profil

1. Conveniți asupra profilului cu managerul de recrutare înainte de evaluarea primului candidat. Modificările de ponderare efectuate ulterior fac ca rezultatul să fie de nejustificat.
2. Alegeți metoda de evaluare pentru fiecare competență din coloana „Metoda de evaluare”. Combinați cel mult trei metode pentru fiecare candidat.
3. Calibrați evaluatorii într-o sesiune de două ore, utilizând punctele de referință din capitolul 5. Punctele de referință fără instruirea evaluatorilor au un efect redus.
4. Completați calculatorul de compatibilitate și discutați lacunele în cadrul conversației privind dezvoltarea profesională. Tipurile A și G sunt criterii de selecție, nu obiective de dezvoltare trimestriale.

Sursă: hrmforce Skills Framework 2.0, versiunea 2.0.0, creată la 2026-09-08. Corelații cu ESCO v1.2.1, O*NET 31.0, Lightcast Open Skills, SFIA 9, DigComp 3.0, EntreComp, LifeComp, GreenComp, ALLit, WEF Future of Jobs 2025, ISCO-08 și clasificarea ocupațională olandeză CBS BRC 2014, ediția 2025. Acest profil reprezintă un punct de plecare, nu un standard: adaptați-l la propria organizație înainte de a-l utiliza ca bază pentru selecție.