

Wizerunek przedstawiciela handlowego w opinii badanych klientów

Wstęp.....4

Rozdział I.

Rola przedstawiciela handlowego w przedsiębiorstwie.

- 1.1. Zadania i znaczenie przedstawiciela handlowego w przedsiębiorstwie.....6
- 1.2. Klasyfikacja i etapy rekrutacji.....13
 - 1.2.1 Definiowanie stanowiska.....19
 - 1.2.2. Charakterystyka kandydata..... 20
- 1.3. Strategie procesu rekrutacji.....21
 - 1.3.1. Ogłoszenie o wolnym wakacie.....24
- 1.4. Planowanie procesu rekrutacji i selekcji dla kandydatów na stanowisko przedstawiciela handlowego26

Rozdział II.

Kompetencje wymagane od przedstawicieli handlowych.

- 2.1. Analiza zyciorysu kandydata na stanowisko pH29
- 2.2. Rozmowa kwalifikacyjna.....34
 - 2.2.1. Techniki selekcji dostępne dla psychologów39
- 2.3. Testy wiedzy i centra oceny.....41
- 2.4. Techniki symulacyjne.....45

Rozdział III.

Kształtowanie wizerunku przedsiębiorstwa i jego pracowników.

- 3.1. Sprawdzanie referencji kandydatów na stanowisko pH.....49
- 3.2. Problematyka decyzyjna w procesie rekrutacji.....52

Rozdział IV.

Ocena wizerunku i kompetencji przedstawiciela handlowego – wyniki badan.

4.1. Charakterystyka pola badawczego	57
4.2. Charakterystyka instrumentu badawczego.....	59
4.3. Wyniki badan	60

Wnioski.....68

Zakończenie.....70

Bibliografia72

Aneks.....77