PBS - Primo Bonacina Services *Talent* (www.primobonacina.com/talent)

TUTORIAL: Il **social (marketing applicato al) recruiting** risolve le esigenze delle aziende: ***individuare le persone giuste*** *con* ***costi, certezze, tempi rivoluzionari!***

Aggiornato: ***novembre 2018***

PBS Talent

1. **Chi è PBS**
2. Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti
3. PBS Talent: una metodologia basata su Social Marketing che porta risultati in 12 giorni. Garantito!
4. Costi e modalità di attivazione
5. Ricapitolando (e Appendici)

Primo Bonacina: IT e Digital dal 1984

Successful in **large international** organizations, **local companies** and **own consultancy firm (2014)**

Top roles at **Magirus** (now part of Tech Data), **Acer, Microsoft, Tech Data, Anixter, 3Com**

Managed **BUs, companies, regional organizations:** sales, channels, marketing, services, support teams

A long-standing protagonist in the IT and Digital sectors

Broad **international** experience: Italy, Southern Europe (Paris), EMEA (London)

Columnist, blogger, speaker, passionate about **IT** and **Digital**

PBS – Primo Bonacina Services: the **Digital, Actio** **able** consultancy firm

www.primobonacina.com

PBS nasce nel 2014

PBS – Primo Bonacina Services: the **Digital, Actionable, Measurable** consultancy firm

www.primobonacina.com

Il portafoglio servizi: 7 aree tutte digitali, tra cui l'HR (www.primobonacina.com/services)

Business Summary

2014
Founded

100%
Digital Consultancy

70
Events

550
Transactions

€254k
2017 revenue

€850k
Revenue since foundation

1.2M
Top WWW site ranking

140
Customers

12
Countries of business

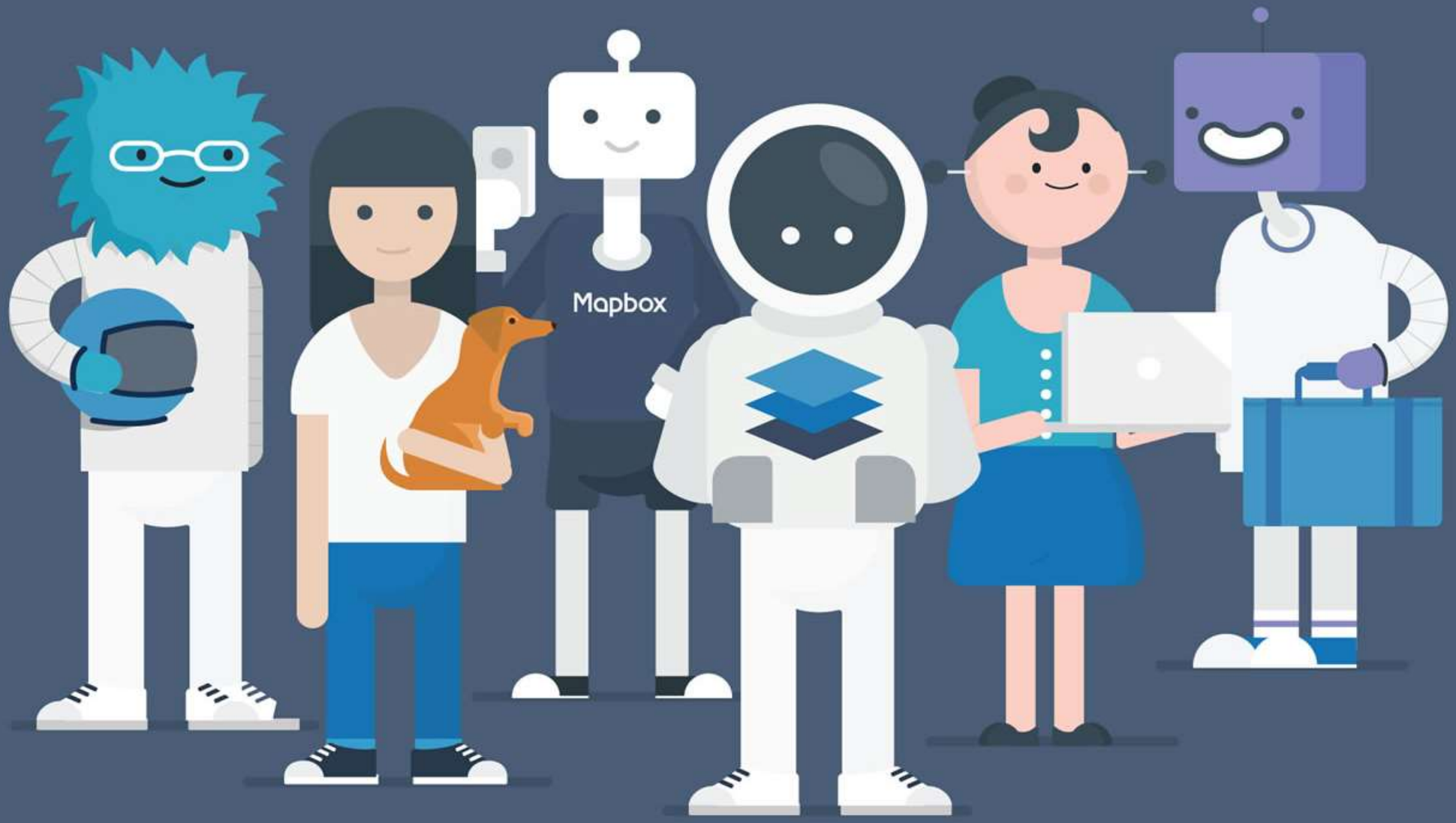
17
Managed companies (Social Media)

150
Jobs posts (Social Marketing & Recruiting)

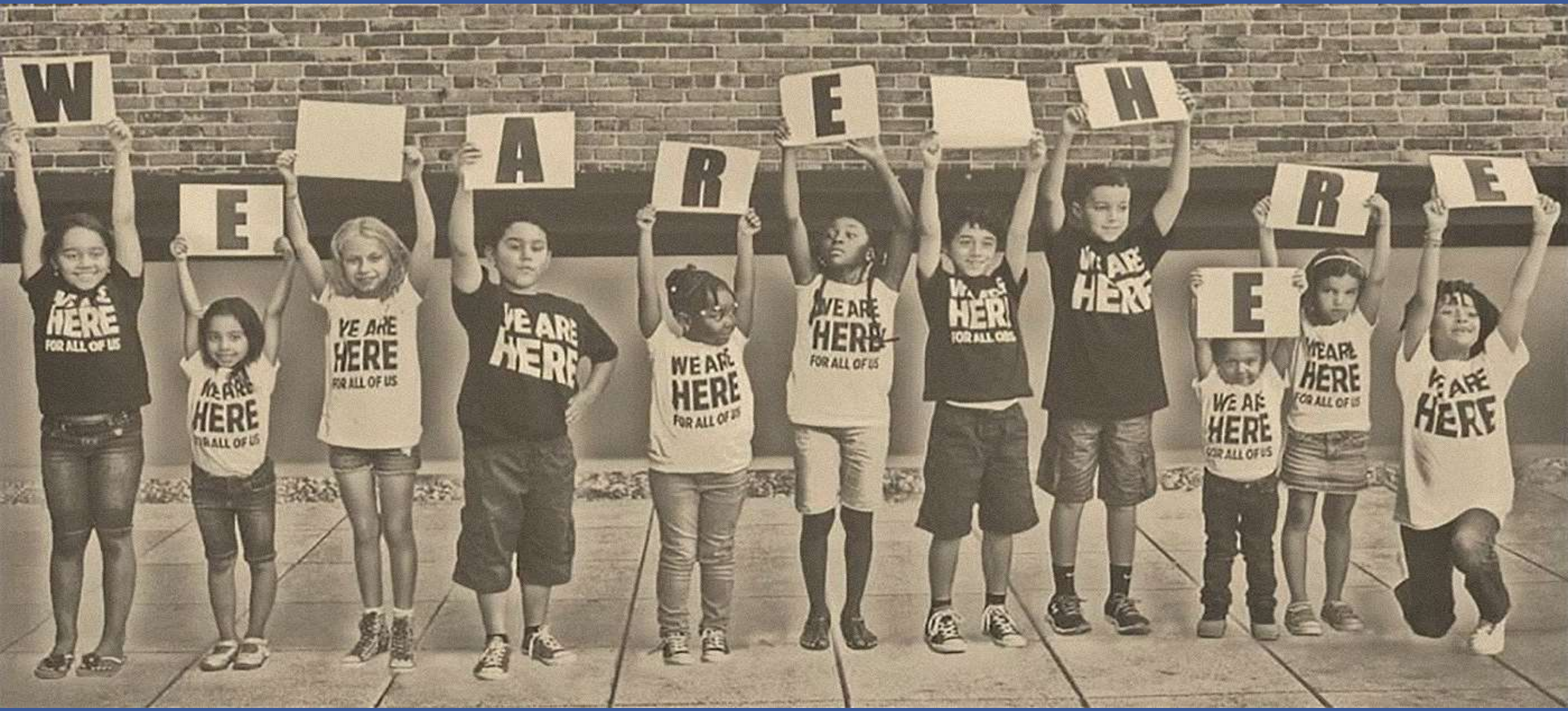
18
Managed brands/customers (Google Ads)

Una regola base: diamoci del tu!

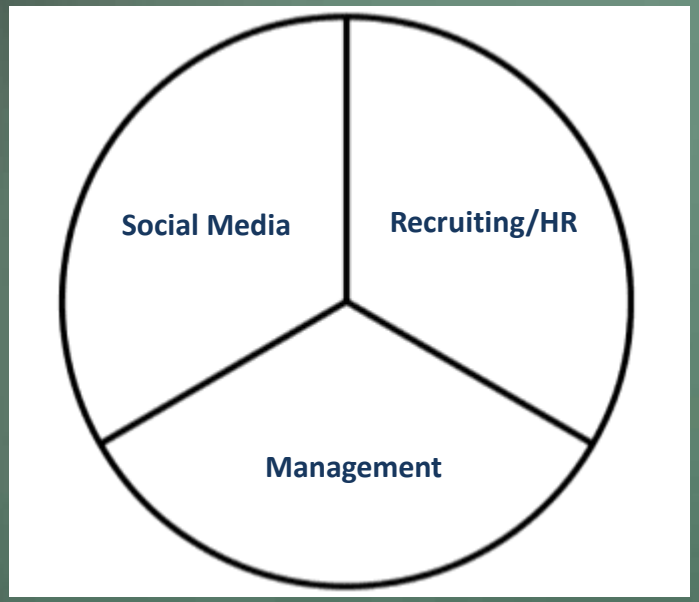
Adesso tocca a voi



Perché siamo qui?



Questo NON è un workshop su come usare LinkedIn



3 obiettivi

MANAGEMENT
THE AGE OF
SOCIAL
RECRUITING
PBS TALENT
Digital • Actionable • Measurable
1
2
3

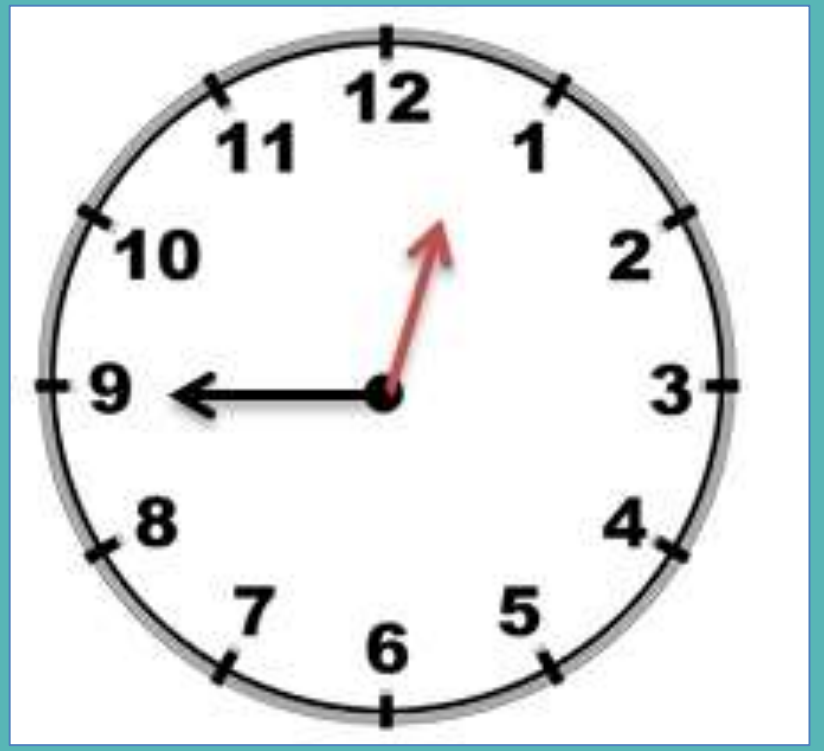
Conoscete la ricetta del «tonno vitellato»?

Cucineremo oggi assieme il «tonno vitellato»

E, se vorrete, tornerete al nostro ristorante. Oppure lo cucinerete a casa vostra e vi ricorderete di noi. O magari ne parlerete ai vostri amici

E’ un workshop interattivo!

Non abuseremo del vostro tempo



Per ricevere copia della presentazione

PBS Talent

1. Chi è PBS
2. **Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti**
3. PBS Talent: una metodologia basata su Social Marketing che porta risultati in 12 giorni. Garantito!
4. Costi e modalità di attivazione
5. Ricapitolando (e Appendici)

Il recruiting è un problema davvero sentito. Anche tu hai pronunciato una di queste frasi?

- *Non troviamo mai il **tempo** di metterci a cercare le persone*
- *Assumiamo, ma con **tempi** **lunghi** e **senza continuità***
- *I nostri Business Manager non hanno mai **tempo** **di esaminare i CV***
- *Cercando le persone con persone interne, spendiamo troppo **tempo** e **risorse** preziose*
- *Talvolta il team HR fa fatica a **parlare la stessa lingua «tecnica» delle BU***
- *Le agenzie di ricerca e selezione sono **costose,** impegnano troppo del nostro **tempo**, **non** sono **specializzate**, non conoscono il **nostro business** e le **nostre competenze***
- *Mi affiderei a un'agenzia di selezione solo se fossi certo che il lavoro lo facesse la «**persona» giusta***
- *Un collaboratore ha dato le dimissioni. Dobbiamo **rimpiazzarlo in** **tempo** per non creare **discontinuità.** O, per non doverlo sostituire, gli daremo un forte **aumento di stipendio!***
- ***Ho chiesto in giro** se conoscono qualcuno: spero mi arrivino segnalazioni, ma **non ci conto,** e soprattutto non in **tempo** utile*
- *Abbiamo **pubblicato un annuncio** sul nostro sito, ma **senza grande e** **immediato** **successo***
- ***Non sappiamo ben pubblicizzare** il fatto che cerchiamo continuamente persone e che siamo in crescita: ci serve una campagna di **marketing indirizzata alle risorse umane***
- *Vogliamo assumere persone in linea con la nostra **cultura aziendale**, vogliamo i giusti **«soft skill»***
- ***LinkedIn e i Social Media sono "mare magnum":** non abbiamo il **tempo** e le competenze per cercare e scremare le candidature*
- *Alla fine abbiamo assunto qualcuno, ma **non siamo certi che fosse la scelta ottimale***

Se sì, non sei il solo

According to PwC, **finding the right talent is one of the top concerns of CEOs,** so offer executives a high level overview of how your recruiting efforts are doing. Where possible, make it known just how valuable and impactful your talent acquisition efforts have been to the company's success and how valuable they could be with additional support.

93% of CEOs find that they need to change their strategy for attracting and retaining talent. However, 61% don't know where to start.[12]

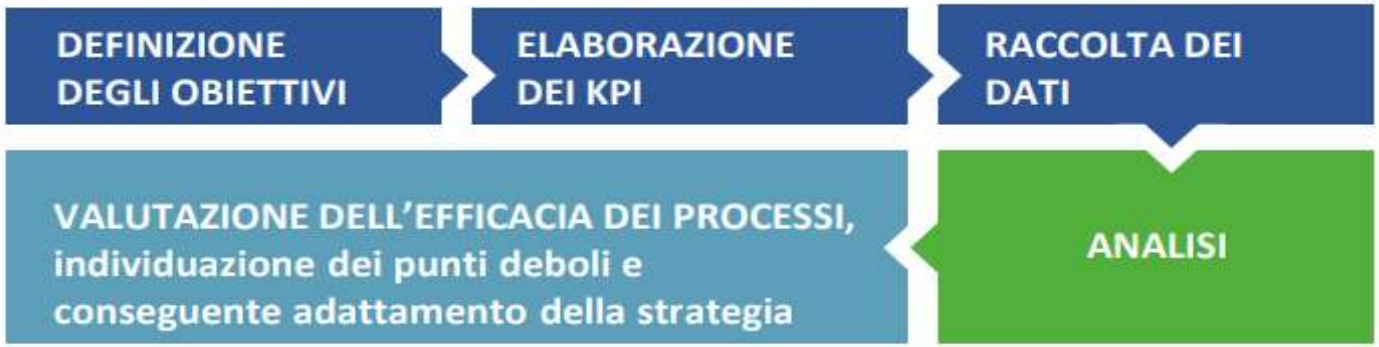
Per sapere se un'attività funziona occorre misurarla: i KPI (Key Performance Indicator)

CHE COSA SONO I KPI?

Un indicatore chiave della performance è un dato numerico che ha la particolarità di essere:

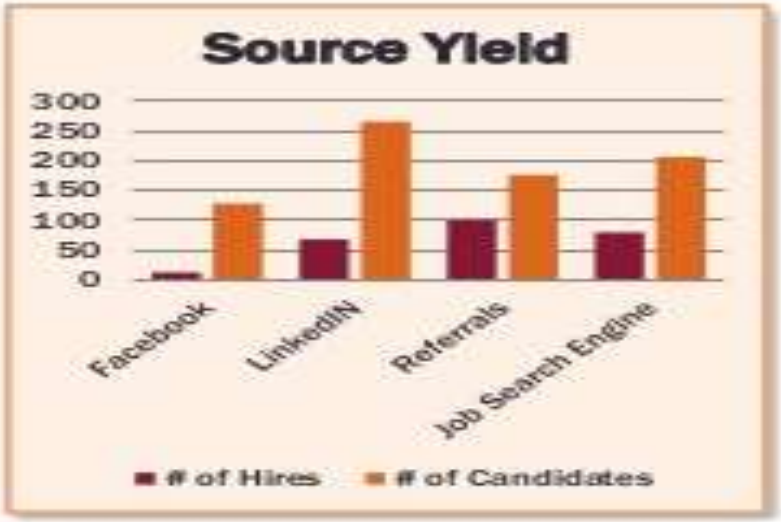
1. Preciso
2. Personalizzabile
3. Misurabile
4. In evoluzione

I KPI si stanno rivelando molto rapidamente indispensabili in molteplici settori: management, pubblicità, marketing, reti sociali, recruitment, ecc. Questi indicatori diventano strumenti di riferimento che permettono ai team che li utilizzano di inserirli in un processo di miglioramento continuo.



Definisci quale *Recruiting KPI* misurare

Dashboard View



La prima metrica: il tempo

Slow Hiring Is Damaging Your Firm and Here Are 20 Reasons Why

By Dr. John Sullivan April 23, 2018

Few realize that increasing your hiring speed often has the second-largest impact on hiring results (after referral hires). Most track time to fill, but few recruiting leaders calculate the high correlation between your hiring speed for top talent and their resulting on-the-job performance after they become a new hire. To put the relationship simply, slow hiring decisions mean that most of your top applicants will lose interest or accept a faster "bird in hand" offer long before your firm gets around to a decision. And that slowness means that you'll have to select from the remaining "not-in-demand candidates" which unavoidably, will result in a large number of mediocre hires.

Time to fill now averages 44 calendar days, an increase of 50 percent since 2010 (Source:

Non è un banale “fare in fretta”, è una questione di ritmo dell’azienda e dell’attività

1

TIME-TO-HIRE

62% OF TA AND HR LEADERS RATE AN IMPROVED TIME-TO-HIRE AS THE TOP MEASUREMENT OF SUCCESS.[2]

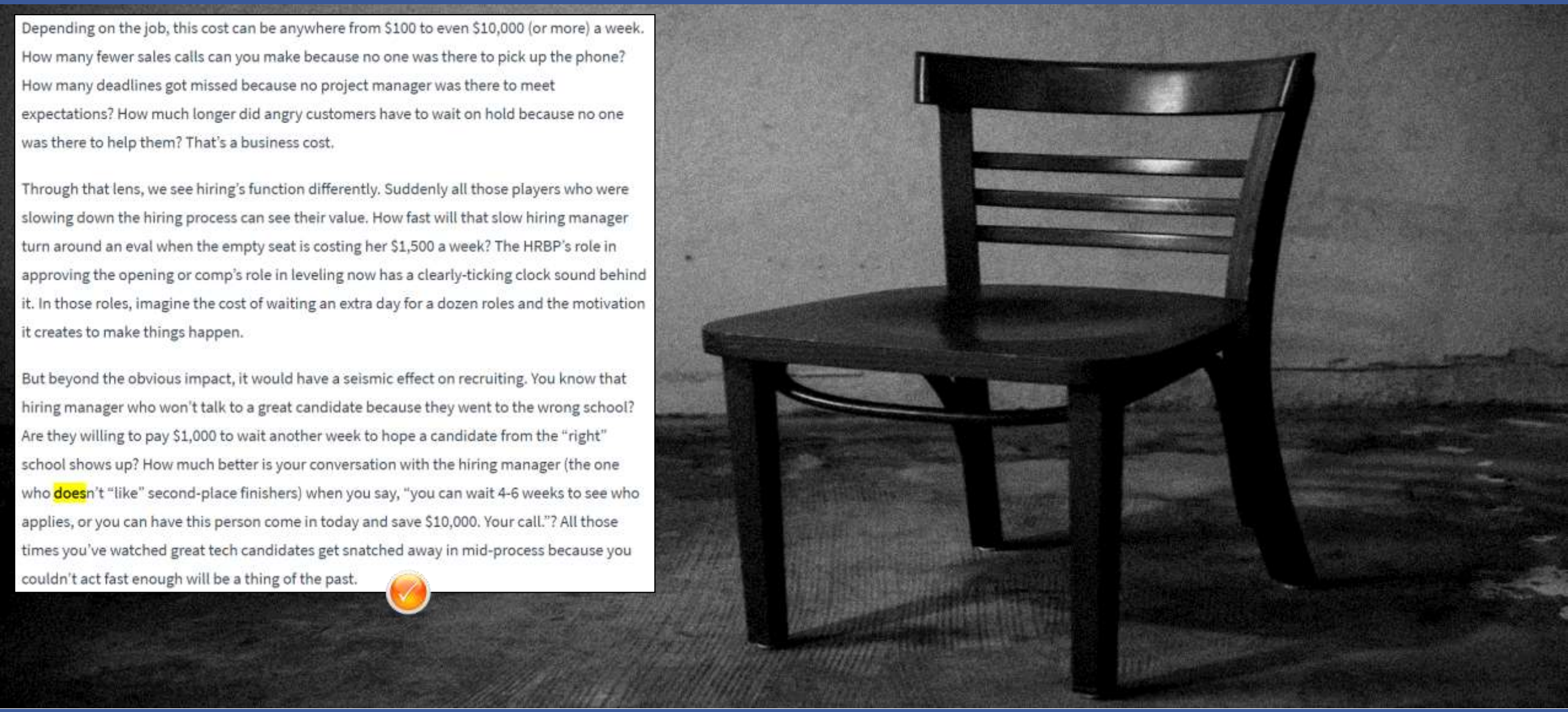
The **time-to-hire** KPI allows recruiters to see how long the process takes for good candidates and provides a view to management of how the recruitment process is performing.

Una metrica sempre più importante:
DoES (Duration of an Empty Seat)

Depending on the job, this cost can be anywhere from $100 to even $10,000 (or more) a week. How many fewer sales calls can you make because no one was there to pick up the phone? How many deadlines got missed because no project manager was there to meet expectations? How much longer did angry customers have to wait on hold because no one was there to help them? That's a business cost.

Through that lens, we see hiring's function differently. Suddenly all those players who were slowing down the hiring process can see their value. How fast will that slow hiring manager turn around an eval when the empty seat is costing her $1,500 a week? The HRBP's role in approving the opening or comp's role in leveling now has a clearly-ticking clock sound behind it. In those roles, imagine the cost of waiting an extra day for a dozen roles and the motivation it creates to make things happen.

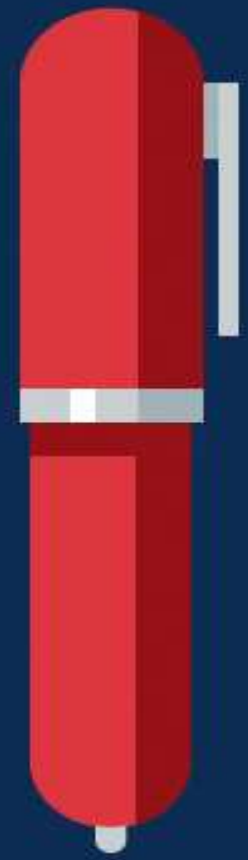
But beyond the obvious impact, it would have a seismic effect on recruiting. You know that hiring manager who won't talk to a great candidate because they went to the wrong school? Are they willing to pay $1,000 to wait another week to hope a candidate from the "right" school shows up? How much better is your conversation with the hiring manager (the one who doesn't "like" second-place finishers) when you say, "you can wait 4-6 weeks to see who applies, or you can have this person come in today and save $10,000. Your call."? All those times you've watched great tech candidates get snatched away in mid-process because you couldn't act fast enough will be a thing of the past.



Una definizione di Social Recruiting

- L'utilizzo ***smart*** delle **informazioni** presenti su (o reperibili tramite) **i Social Network B2B** per supportare le **aziende** nel **recruiting** di **personale qualificato**
  - Un'attività di ***intelligence*** *(prima, durante, dopo)*
  - **Competenze**, **processi, procedure, software**
  - Si appoggia LinkedIn e Social, ma è **molto più di LinkedIn**
    - LinkedIn è solo una parte della *cassetta degli attrezzi*

Un obiettivo concreto tramite il Social Recruiting: il 90% delle posizioni coperte (lettera assunzione accettata) entro 30 giorni dalla pubblicazione!



Recruiting: una necessità, tante alternative

La ricerca di personale qualificato

- Head Hunter
- Agenzie di Ricerca e Selezione
- Social Network
- Job board (Portali di Annunci Lavoro)
- Conoscenze, Passaparola, Referenze
- Sito web aziendale
- Annunci su siti specializzati
- ***Social (Marketing applicato al) Recruiting***

Recruiting: è un momento di discontinuità

The Recruitment Industry to die in 2018

Published on November 1, 2016

Simon Young | Follow
Based in Yorkshire - Let me help you generate new bu...

633 235 168

As one of the first people to create an online job board back in the late 1990's and having worked in online recruitment for some of the biggest players I'm confident we can see now predict the end of recruitment ... well in the traditional sense anyway.

This very site - LinkedIn was built for networking and job hunting, yes today it is inhabited by every recruiter on the planet near as dam it, but as technology takes over and digital marketing empowers HR teams the world is getting smaller by the second, and that is putting a limit on the time that the recruitment industry can survive in its present form.

I sat recently in a meeting where some very clever developers demonstrated a platform which pretty much automated everything a recruiter can do, except it did it more quickly, more efficiently and it even had a 'human touch' (one of the phrases used was 'it's a numbers game with a touch of personality - a robot could do it') .... so what

Recruiting: dobbiamo pensare in modo nuovo?

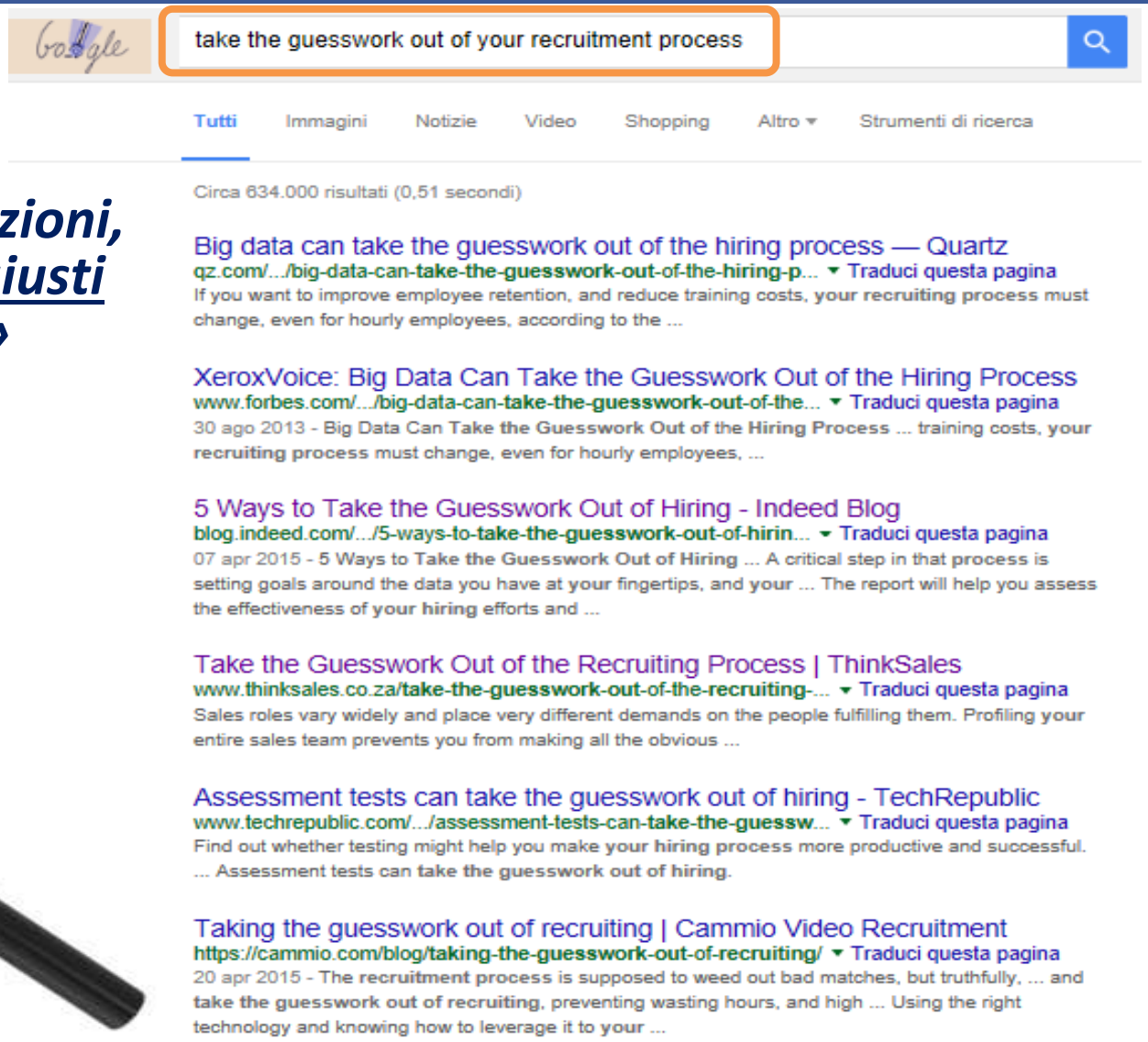
If I asked people what they **wanted**

they would have said **“faster horses”**

— Henry Ford

Il nuovo mantra:
Take the guesswork out of your recruitment process

In Italiano: ***«diamoci un metodo!»*** *e soprattutto:*
«facciamo emergere i candidati più giusti e interessanti (a partire da un ampio set di candidature), prendiamo tutte le giuste informazioni, assumiamo le persone giuste con tempi e costi giusti e certi (e che poi restino e crescano in azienda!)»



Le Job Board (Portali di Annunci di Lavoro) sono la soluzione?

JOB SEARCH May 5, 2016 Don Goodman 0

5 Reasons Why Job Boards Aren't As Effective Anymore

1. Your resume is falling into a black hole.

More than 85% of companies are now using Applicant Tracking Systems (ATS) to review and rank resumes according to skills, experience, and keywords. The simple fact is that companies use internal algorithms, so ensuring a strong ranking is extremely difficult.

A recent HR manager told me that they get an average of 400 resumes for each position and only look at the top 10-20 – meaning 380 resumes are not even reviewed!

2. Hundreds of others have already applied to the job by the time it makes it to the job board.

In many instances, before a job posting goes up on the job board, it's already been shared around internally at the employer and by trusted sources. So you are buried under hundreds of others who applied before you when you go through a job board.

3. You're wasting time because you're not getting to the decision maker directly.

Job postings through job boards generally indicate generic contact information. You have a much better chance when you get to the decision maker directly, and that's something you can do through social media networking sites, not job boards.

4. Many job openings never make it to the job boards.

Big job boards are overwhelming with job postings (both relevant and irrelevant) to you. This is a similar perspective for the employer when they get an overwhelming number of applicants to the job opening posted to a job board.

It's also reason why some may prefer to work solely with recruiters to source the right talent. If you're not networking with the right contacts, you're missing out on opportunities that will never be found on job boards.

5. Hiring managers and recruiters are sourcing talent through LinkedIn.

Ask any hiring manager or recruiter where they are going to find talent. Most will tell you they are looking on LinkedIn. Resumes that get posted to job boards are still viewed, but there's a good chance the information is outdated, which is one reason why hiring managers and recruiters are relying more on LinkedIn where information is generally more current.

The message is not that job boards are dead because there are plenty of niche job boards worth going to as a job seeker, but that your job search results will be more productive if you tie in direct networking through the right contacts.

Job Board? *No, grazie!*
Passaparola («Referrals»)? *Forse si, ma **come**?*

Job Boards are 👎 — Referrals are 👍

60% of job seekers have referred someone to work at their company.

35% Almost 35% of job seekers applied to their current or most recent position via referral — especially millennials.

5x Luckily, Jobvite data shows that referred applicants are **5 times more likely** than average to be hired, and **15 times more likely** to be hired than applicants from a job board.

13x According to Jobvite data, Job boards have a **.4%** effectiveness and employee referrals have **5.2%** effectiveness. In other words, an applicant has over **13X a better chance** of getting the job than applying through a job board.

Quality control.

34%

of recruiters consider referrals their best source of hires, according to Jobvite's Recruiter Nation Study.

Il recruiter: un mestiere che sta cambiando velocemente (e si avvicina al *social marketing*)

Il futuro del recruiting: intervista a Silvia Zanella (Adecco)

Recruiting tips

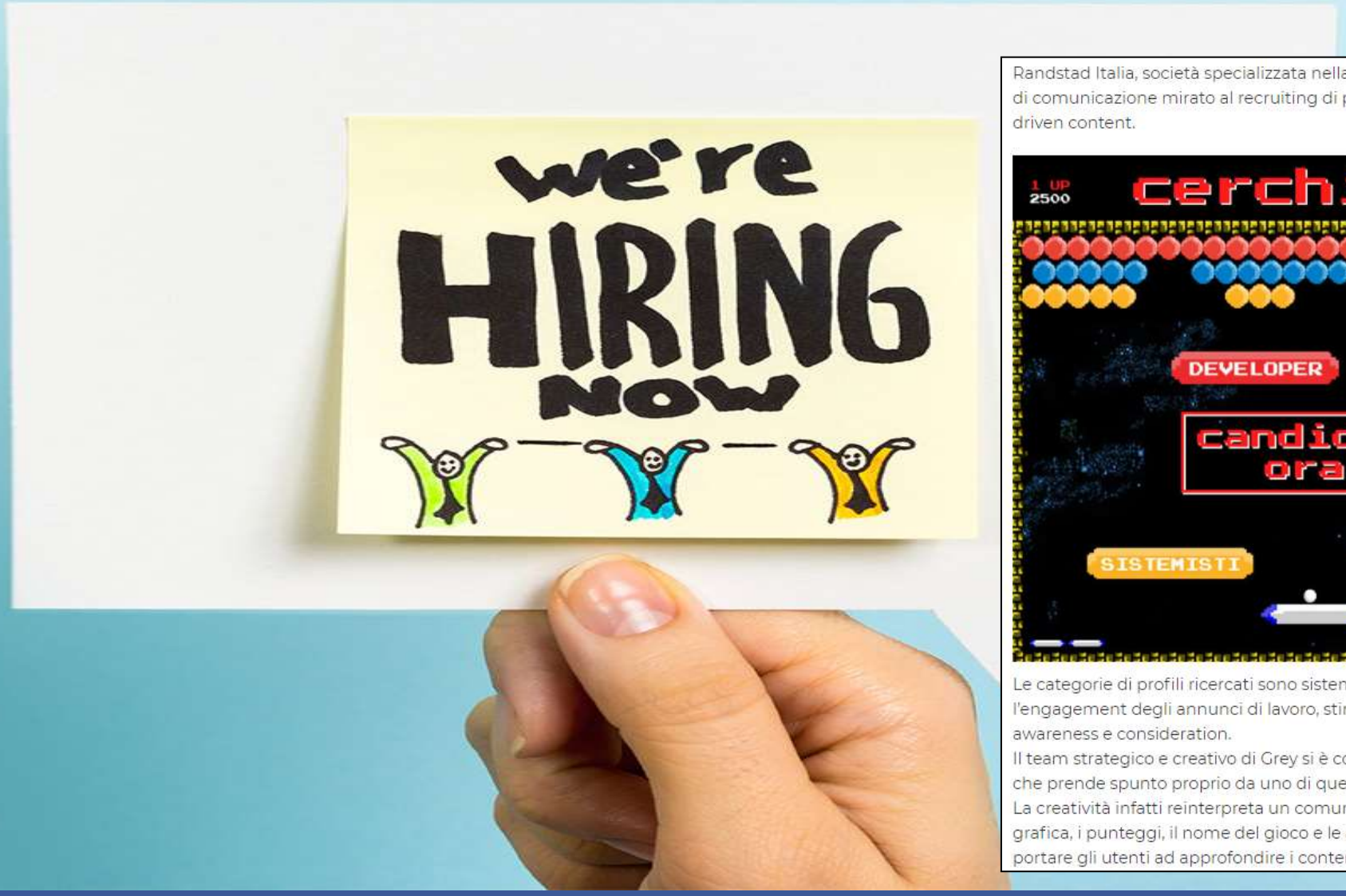
Il settore del recruiting sta cambiando velocemente in questi anni. **Per comprendere questa trasformazione abbiamo deciso di intervistare diversi professionisti** che, a vario titolo, si occupano quotidianamente di Ricerca e Selezione. Loro sono i **#RecruitingGuru**, e hanno deciso di condividere con i lettori del blog di In-recruiting (Recruiting Italia) la loro personale visione e i loro consigli di recruiting.

Il nostro primo ospite è **Silvia Zanella**, Global Social Media & Online Marketing Director per il gruppo Adecco.

Come è cambiato il profilo ideale del recruiter in questi ultimi anni?

Una volta il profilo ideale di un recruiter era quello di uno psicologo del lavoro, con forti competenze soft, come l'ascolto e l'empatia. Oggi invece il profilo di molti recruiter è più vicino al mondo del marketing e della comunicazione, dato che ogni campagna di recruiting richiede di fissare degli obiettivi, impostare una strategia di marketing, delineare un piano operativo e scegliere tra le diverse tattiche di recruiting, spesso mutuate dal marketing digitale.

E se non è marketing questo …



Randstad Italia, società specializzata nella ricerca, selezione e formazione di risorse umane, lancia con Grey un progetto di comunicazione mirato al recruiting di profili professionali IT molto specifici, con un format che punta tutto su insight driven content.

Le categorie di profili ricercati sono sistemisti, sviluppatori e consulenti ERP, gli obiettivi di Randstad incrementare l'engagement degli annunci di lavoro, stimolare registrazioni al sito e candidature di profili IT, aumentare brand awareness e consideration.
Il team strategico e creativo di Grey si è concentrato fin da subito sugli interessi del target, ideando così una campagna che prende spunto proprio da uno di questi: la passione per i videogame.
La creatività infatti reinterpreta un comune annuncio di recruiting 'travestendolo' da un videogame degli anni ottanta: la grafica, i punteggi, il nome del gioco e le animazioni sono un pretesto per mostrare i profili professionali ricercati e portare gli utenti ad approfondire i contenuti sulla landing page dedicata.

Il parere degli esperti:
Social Marketing + Recruiting = Social Recruiting

Il parere degli esperti:
Social Marketing + Recruiting = Social Recruiting

Fare recruiting sta diventando più complicato. il 69% dei recruiter prevede che la competizione per reclutare talenti aumenterà nei prossimi 12 mesi
Fonte: Social Recruiting Survey.

La tecnologia semplificherà il lavoro di molti recruiter. - L'81% dei recruiter è convinto che nei prossimi 3-5 anni sarà più facile fare recruiting grazie alle moderne tecnologie.
Fonte: Hiring Manager Survey

Gli investimenti in Social Recruiting aumentano. - Il 73% dei recruiter prevede di effettuare degli investimenti in questo ambito nel corso di quest'anno
Fonte: Social Recruiting Survey

Quali sono i canali preferiti dai candidati? - La Career page aziendale è ancora il mezzo preferito per inoltrare la propria candidatura (76%). Questo canale è seguito dall'e-mail (56%), i Portali di annunci di lavoro (46%), contatto di persona (45%).
Fonte: PotentialPark

I recruiter credono nel Recruiting marketing. - L'86% dei recruiter pensano che il Recruiting Marketing sia una strategia efficace per attrarre, coinvolgere e rimanere in contatto con i candidati.
Fonte: Recruitment Marketing: fad or future?

8 ragioni a favore del *Social Recruiting*

1. Reaching Mass-Volume of Candidates

In traditional recruitment,newspapers were the most popular way to let people know about vacancies. It has been serving the recruiters for centuries. While newspapers are still read by a large number of people, internet as a medium of reaching people is gaining popularity. Social media has more reach than the traditional methods, especially for the young crowd. Social Media is also a quicker mode of reaching larger masses and faster way of talent acquisition.

2. Reaching The Right Candidate Easily

Traditional recruiting required you to go through all the submitted CVs/Resumes, and so much more paperwork to select appropriate candidates for interviews. However, social recruiting gives you the luxury of taking a good glance at the personalities of the candidates and judging their aptness for through social media sites like Facebook, twitter, and LinkedIn. Background verification also becomes easier. Through social recruiting,you can connect with the candidates directly and pick the right personality for the right job.

3. Letting People Recognise Your Brand

The online branding has a very significant role to play in the 21st century. Social media helps to make your brand viral. This helps your business to grow and reach more people. While social recruiting helps the candidates to have a better insight about your company and the job role before deciding that whether they are fit for the job or not. This helps to recruit the right person for the right post. Studies suggest that a lot of candidates decide to join a company based on their social media presence and popularity. Social media actually helps you create an impression in the minds of people that you can use to your advantage. This is not an advantage that traditional recruitment method offers.

4. Getting In Touch With Passive Candidates

From the beginning, you have to make a list of what qualities are you looking for in your potential candidates. There is a high chance that qualified candidates may not have applied for the job you're hiring for.

You'll find tonnes of active job seekers on a job offering portal, but passive job seekers are hard to find. Passive job seekers do not look for new jobs actively. They're mostly found on different social media sites, such as Facebook, Twitter and LinkedIn, conversing with people, trying to figure out what is best for them.

Now here lies the beauty of social recruiting. You can connect with passive job seekers. When your job advertisement comes on the screen of their system, they will come across your ad and they may apply for your job. or, you can email them directly to let them know about your job vacancies. This way you can tap the passive job seekers along with the active ones. This increases your pool of talent to select from.

5. Better Candidate Experience

Social Media helps you reach masses and it makes sure the job seekers applying for your job vacancy have a better experience with you. Social media facilitates you to connect to the job seeker at a personal level. If you have a Facebook or Twitter presence, potential candidates will be able to know more about you either from the information you've posted or by conversing with you through your social media pages. By interacting with you directly, their comfort level will increase and they will have a better candidate experience. If potential candidates have a good experience and a friendly perception, they are more likely to apply for the job you have to offer.

6. Better Referral Traffic

Building relationships personally with people will pay you very positively and profitably in the long run. Social media won't just limit your presence to your own website, your social media page or profile, but people like your happy clients and happy employees will circulate your brand name all over social media. This will, in fact, lead to more people becoming aware of your company or brand and lead to higher referral traffic. Better and faster referral traffic is an advantage that social hiring holds over traditional hiring.

Things like ratings and reviews can enhance your reputation as a company. In case you are social recruiting this level of online reputation will attract the interest of good candidates for your job postings.

7. It Is A Quick Process

We're living in a generation where information travels the whole world within a matter of few seconds, thanks to the excessive popularity of social media sites such as Facebook, twitter, and Instagram. If you circulate your job offer on multiple popular social media sites, your word will quickly circulate and more people will come across your job vacancies within a short period of time.

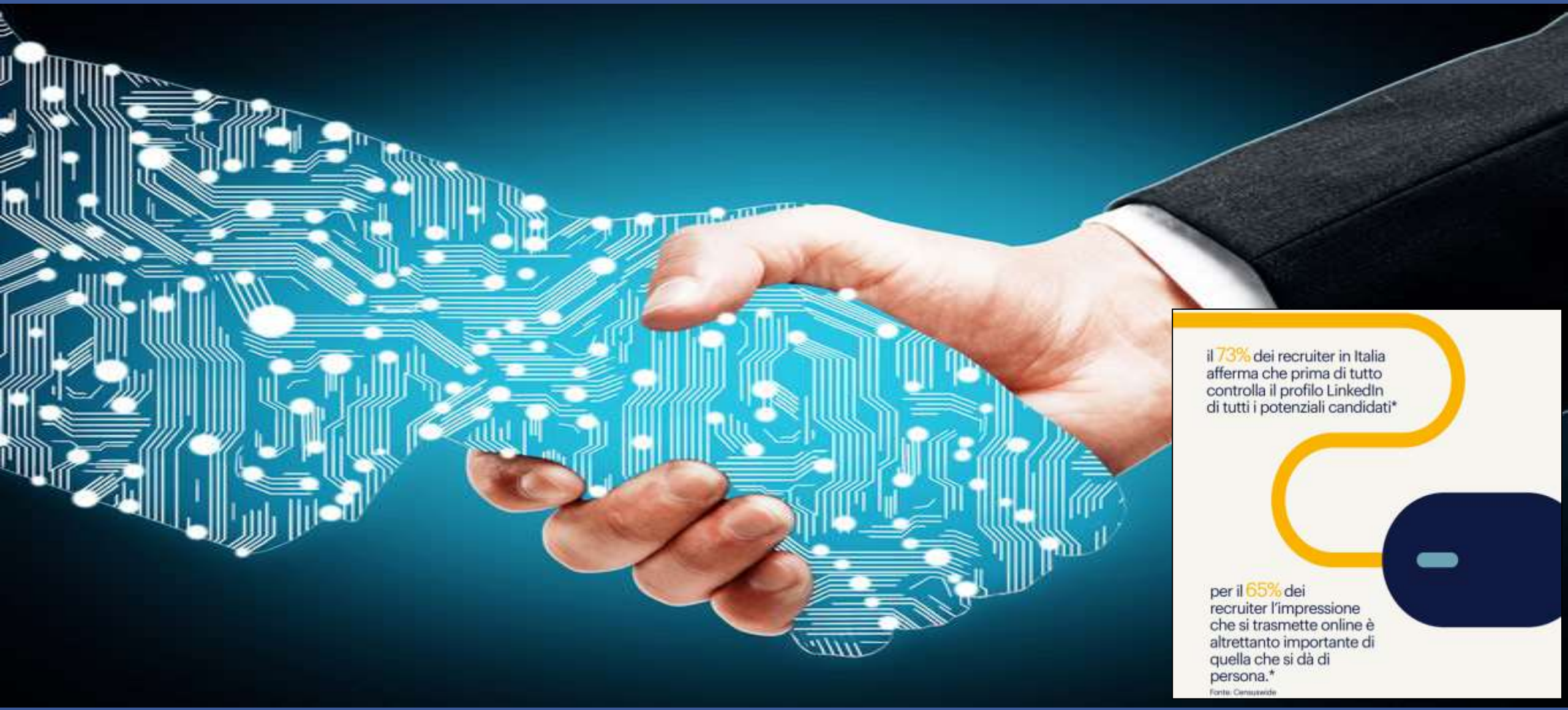
Whereas printing of an advertisement in a newspaper, candidates coming across it, and then applying in a traditional way can be time-consuming.The recruitment process with social media has become more effective, faster, convenient and easier in comparison to the traditional recruitment.

8. It is Budget Friendly

Recruiting in a traditional way is still popular. But, let's just be very honest that the traditional method of recruiting is effective but also very expensive at the same time. Television ads and banners are effective but they are expensive as well. Social recruiting, on the other hand, is very cost effective. Most of the options are free of cost and yet reach masses which pretty much solve the purpose. In a cost-cutting era, social recruitment holds an upper hand, especially for small and medium business types.

Il Social Recruiting è realtà

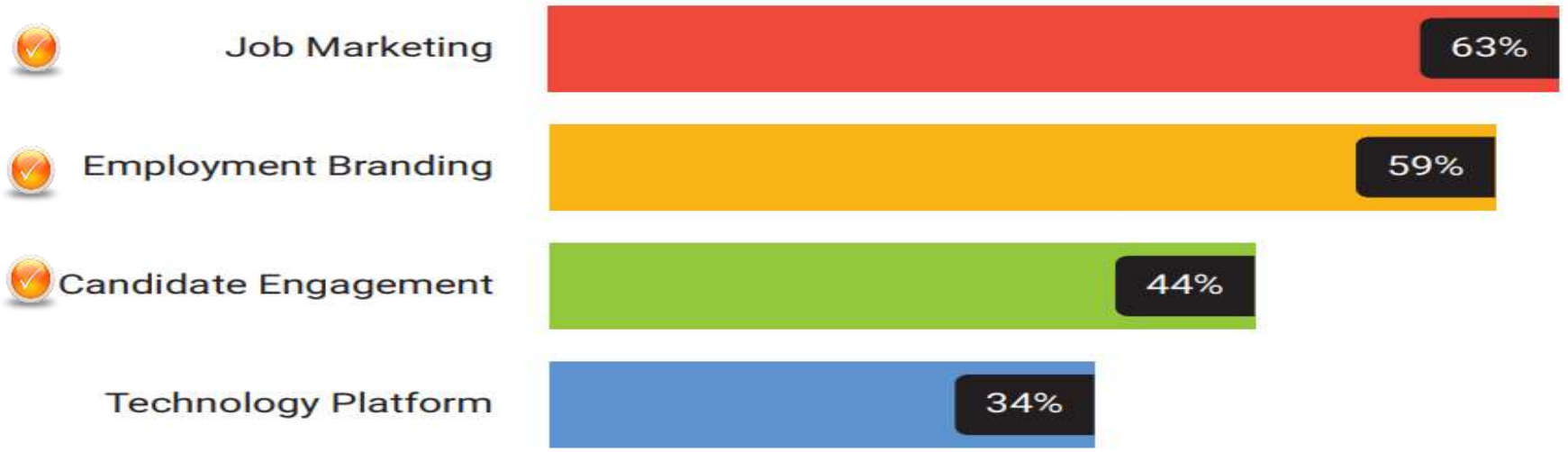
Real-life & Digital Self coerenti e coordinati: è la vostra (candidato e azienda) *Digital Hygiene*



Il Social Recruiting è realtà

Il Social Recruiting è realtà

Survey Question: Which of the following broad areas are included in your organization's recruitment marketing process? (select all that apply)



Only a third include a technology platform in their RM process

www.hr.com | 877-472-6648

copyright © HR.com 2018

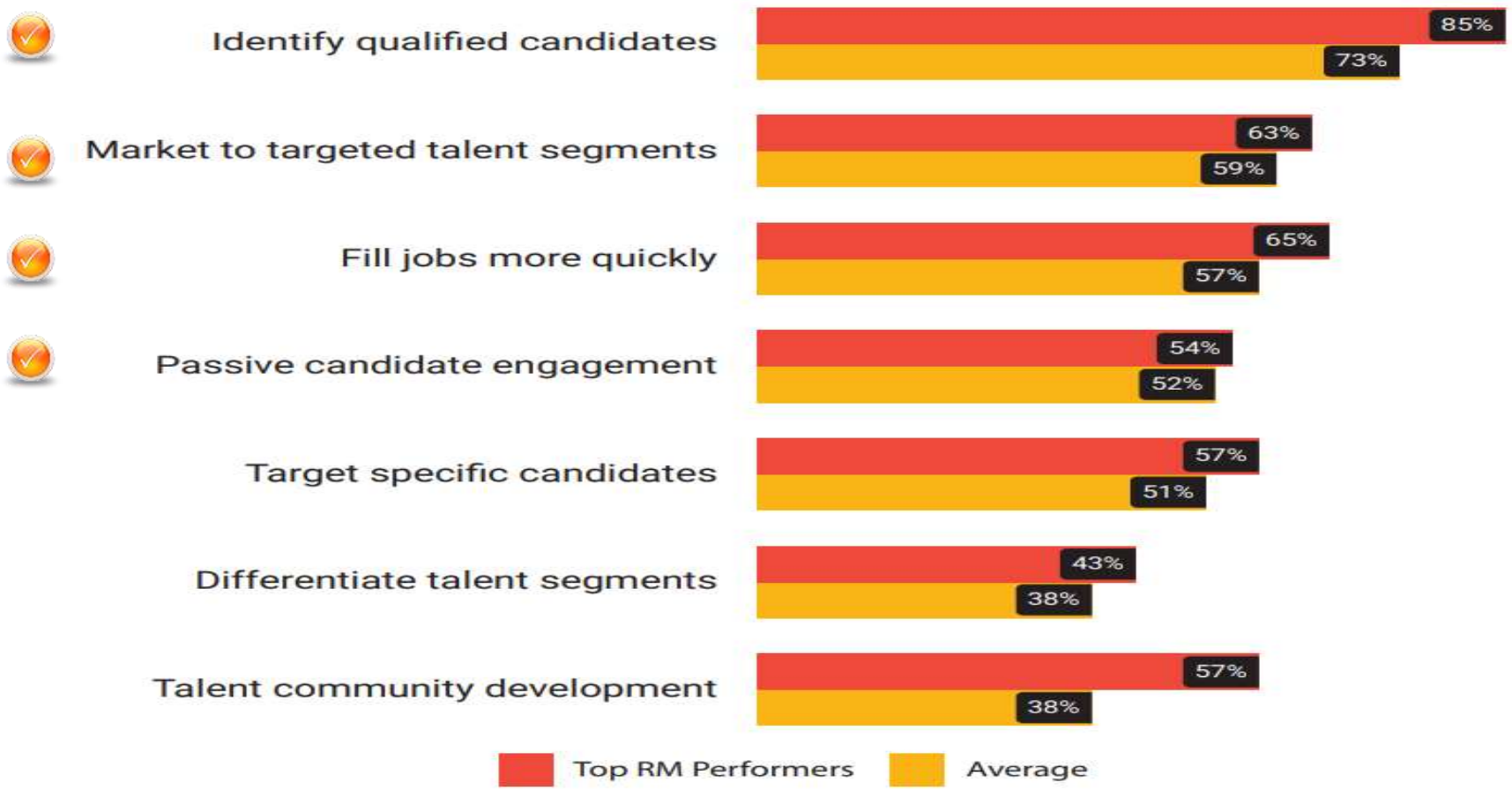
HR.com

PBS – Primo Bonacina Services: the **Digital, Actionable, Measurable** consultancy firm

www.primobonacina.com

Il Social Recruiting è realtà

Survey Question: What do you view as the primary benefits of recruitment marketing? (select all that apply)



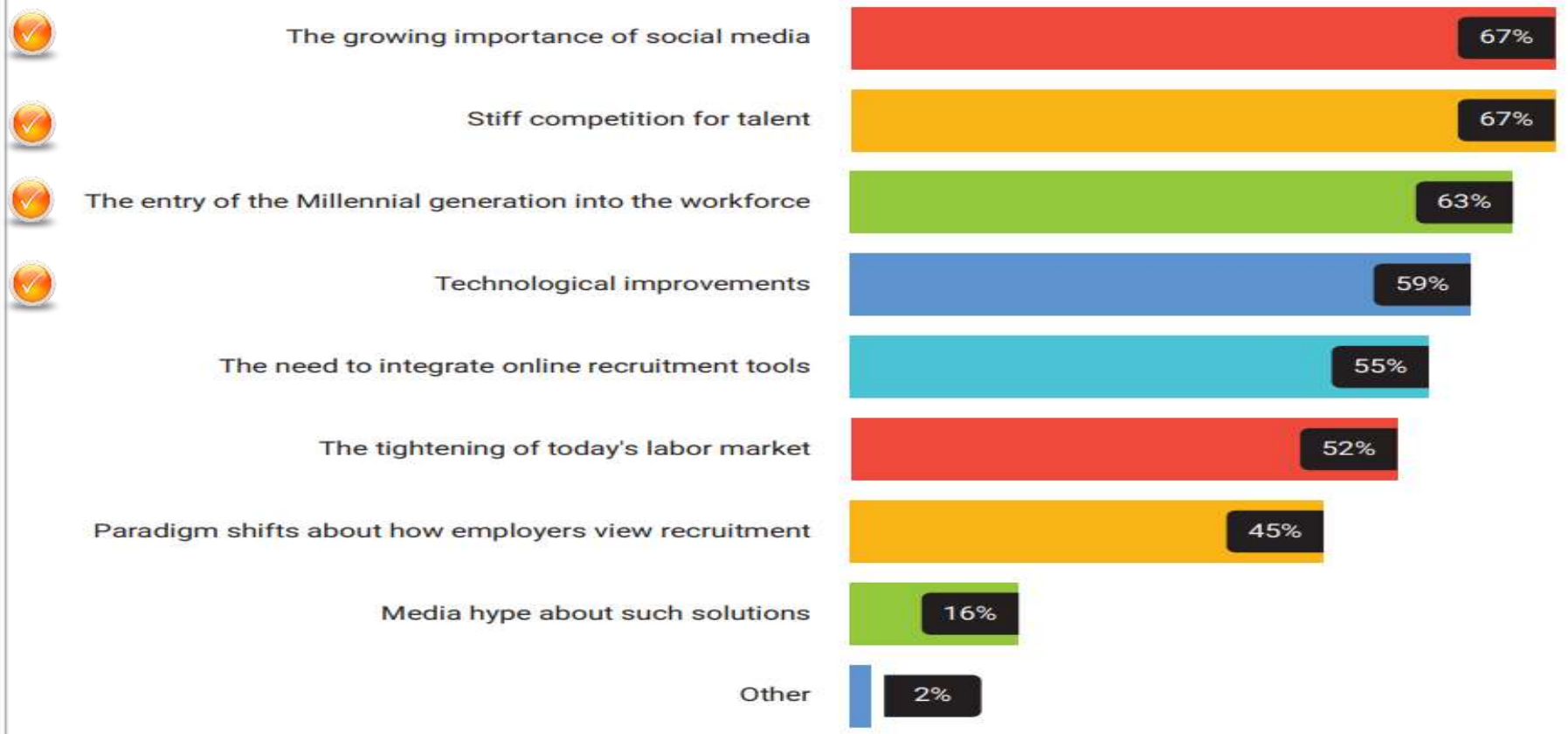
Talent community development is the benefit that best distinguishes average performers from high performers

copyright © HR.com 2018

PBS – Primo Bonacina Services: the **Digital, Actionable, Measurable** consultancy firm
www.primobonacina.com

Il Social Recruiting è realtà

Survey Question: What trends do you think are primarily behind the growth of recruitment marketing? (select all that apply)



Very few respondents indicated that media hype is driving the growth of recruitment marketing

www.hr.com | 877-472-6648

copyright © HR.com 2018

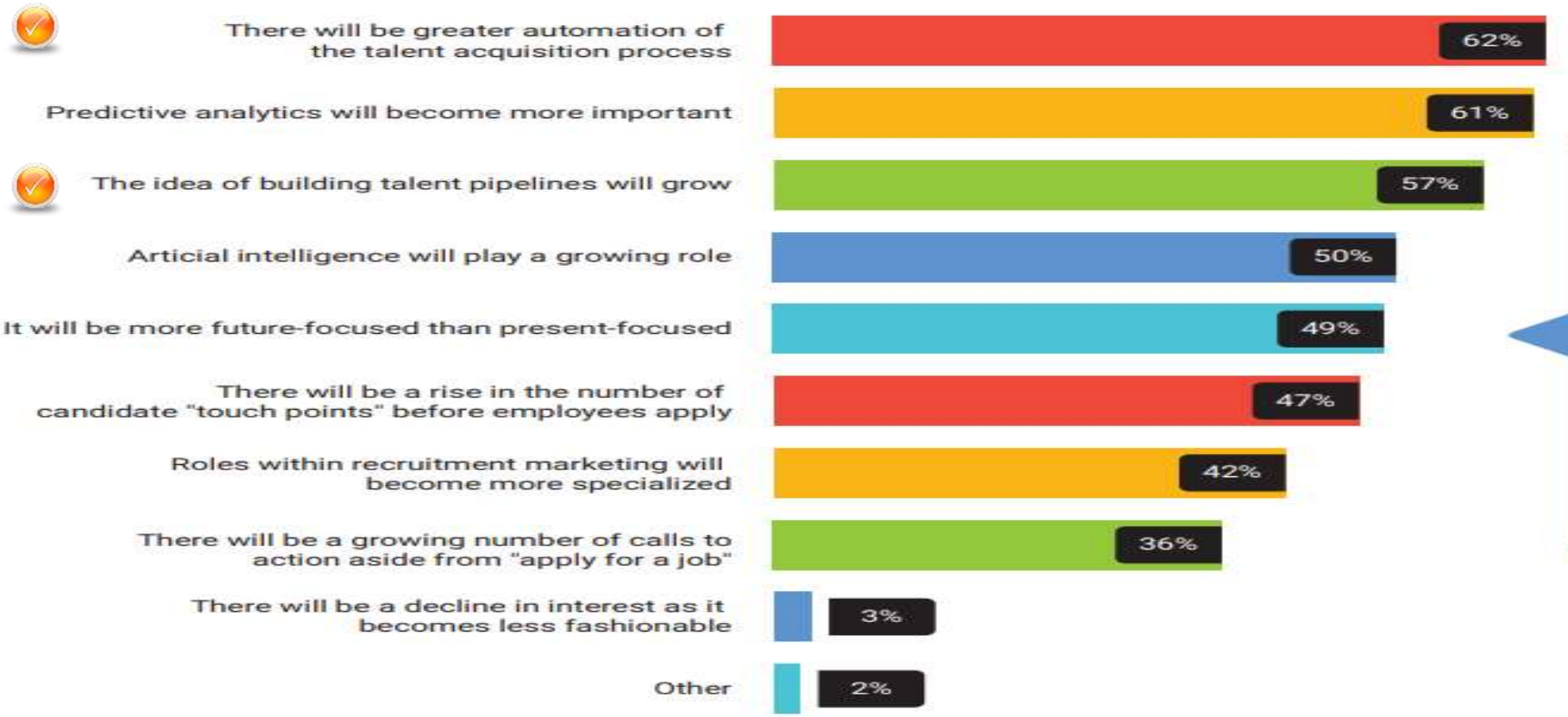
HR.com

PBS – Primo Bonacina Services: the **Digital, Actionable, Measurable** consultancy firm

www.primobonacina.com

Il Social Recruiting è realtà

Survey Question: In what ways do you expect recruitment marketing to evolve in the next several years? (select all that apply)



Automation, predictive analytics and artificial intelligence are among the top ways RM will evolve over the next several years

www.hr.com | 877-472-6648

copyright © HR.com 2018

HR.com

PBS – Primo Bonacina Services: the **Digital, Actionable, Measurable** consultancy firm
www.primobonacina.com

Il Social Recruiting è realtà

Year after year, recruiters see high ROI with social

Uptick in candidate quality? Check. Referrals, time to hire and cost of hire? **Check, check and check.**

Categories in which tech recruiters say social is improving or greatly improving their results.

Verbatims

"Social makes it easier to bring in high quality applicants that stay in their positions longer."

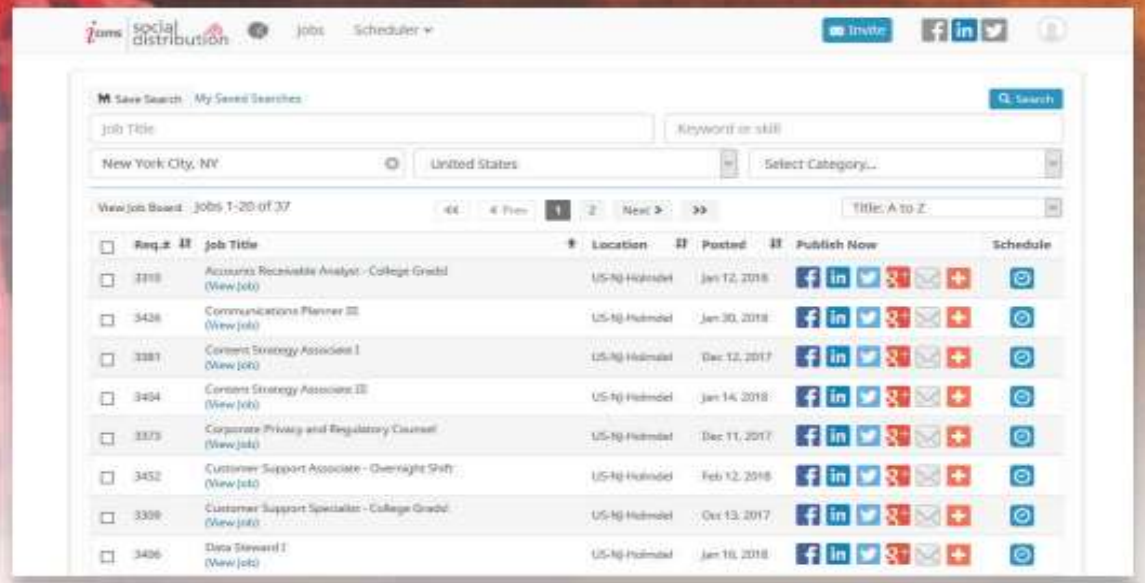
Le aziende sono pronte per il Social Recruiting?

… Your candidates certainly are.

Today's candidates are posting, tweeting, and pinning their ways into new positions. In fact, job seekers agree that social and professional networks are the most useful resources in their job search compared to job boards, job ads, recruiting agencies, and recruiting events.[6]

If you want to win top talent, you need to become a social butterfly. Here's how:

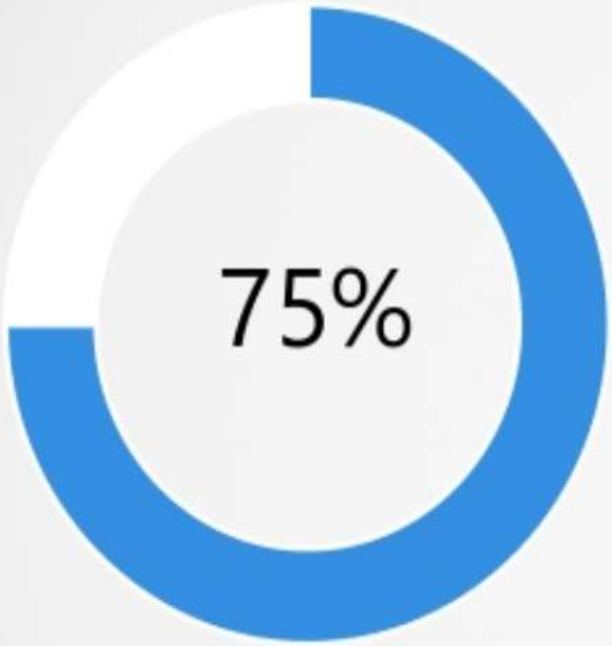
- Post open roles to your corporate social profiles to encourage followers to apply.
- Use an ATS that allows candidates to apply directly from their social profiles.
- Access social recruiting tools that are also mobile-friendly, during the entire TA lifecycle.



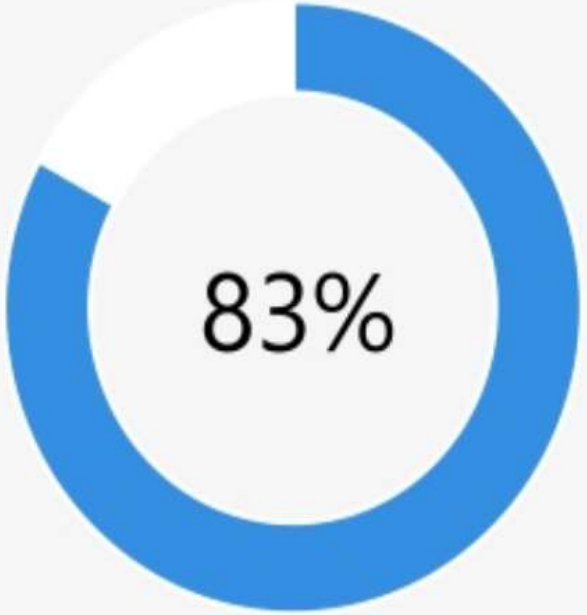
Empower Your Employees

32% *of companies report employee referral programs serve as their top source of quality hire.*[7]

Focus: “Employer Branding”



...of **candidates research** about company's **reputation** and **Employer Brand** before applying



...of employers say that Employer Brand **has a big influence** on their **ability to hire talented people**

...of candidates **wouldn't accept** an offer from a firm with a **bad reputation** even if they didn't have a job

Source: LinkedIn

Oltre l’Employer Brand: verso la “Radical Transparency”

Transparency is the New Standard

With social media, review sites, and news articles, job seekers can weed out potential employers even before the first conversation.

59%

Candidates head straight to the company website

Most job seekers head straight to the company website when researching a company.

46%

Chat up personal connections

34%

Do some social media stalking

Candidates don't hesitate to rule out a poorly reviewed company.

22%

Preemptively rejected a potential employer due to reviews on Glassdoor or other public company reviews.

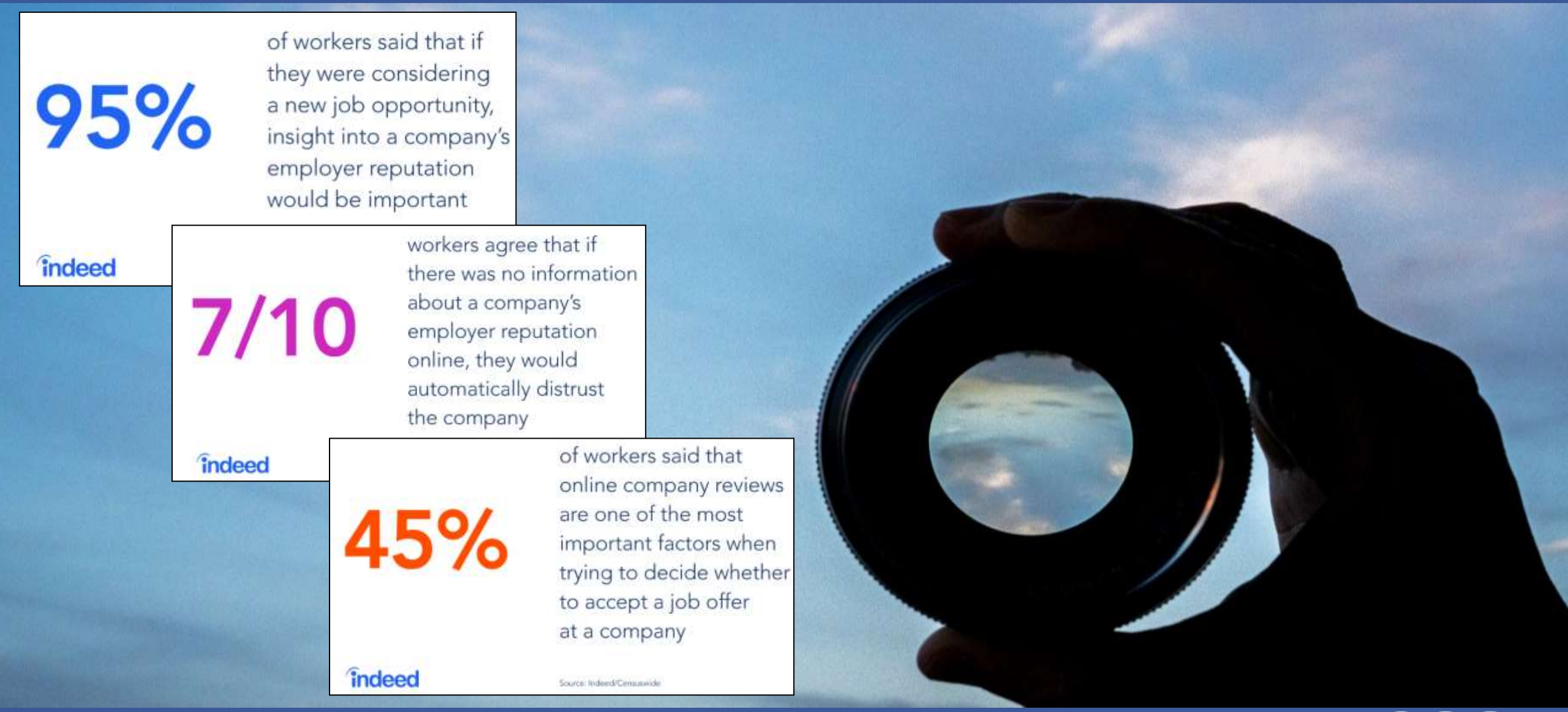
Especially younger workers

Younger workers	31%
Older workers	14%

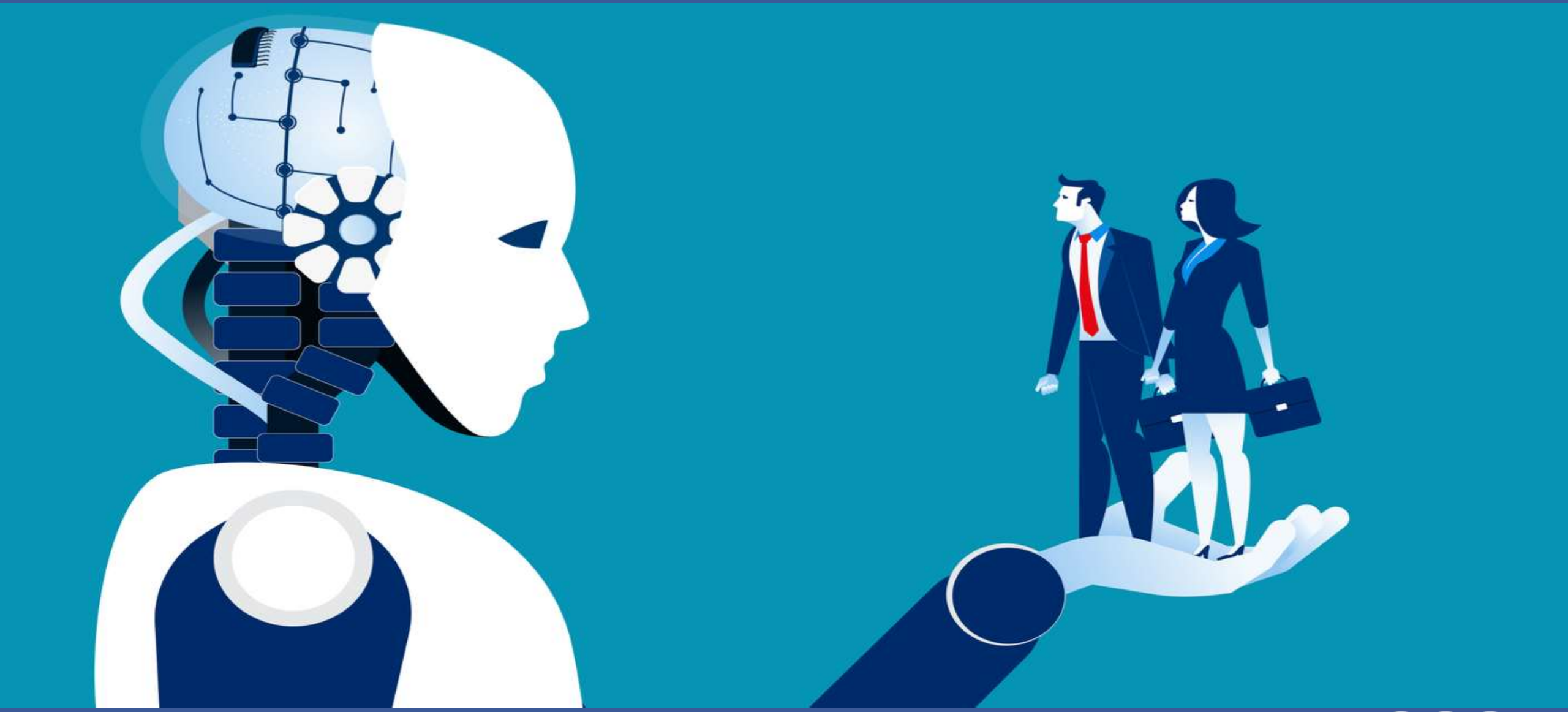
14

Jobvite

Perchè “Radical Transparency”



Siamo pronti per l’Intelligenza Artificiale nell’HR?



L’intelligenza artificiale (AI) applicata al recruiting è una realtà ormai prossima

Gianluigi Bonanomi intervista Primo Bonacina: Il social recruiting al tempo dell’intelligenza artificiale

December 20, 2017 / Artificial Intelligence, Innovation, Interviews, Management, PBS, Recruiting, Top News

Like 2 Share 2 Share Tweet

I robot conquisteranno il mondo! Da sempre gli “apocalittici” fanno più notizia e rumore degli “integrati”, per dirla con Umberto Eco, ma il fatto che una certa preoccupazione stia serpeggiando tra chi vede l’intelligenza artificiale (Artificial Intelligence o AI) come una minaccia al proprio lavoro o al futuro dei propri figli è sotto gli occhi di tutti. Peccato che i robot e l’intelligenza artificiale, invece, siano oggettivamente una risorsa: basti pensare che, come ha rilevato recentemente il manager di Microsoft Carlo Purassanta in un’intervista Rai, due bambini su tre, che sono oggi alle elementari, tra vent’anni faranno lavori che al momento non esistono. E che, molto probabilmente, avranno a che fare con tecnologia, robotica e intelligenza artificiale.

L’AI sta entrando prepotentemente nelle nostre vite: basti pensare ai chatbot su Facebook, a Siri, alla prevenzione delle frodi o agli articoli finanziari o sportivi già scritti da algoritmi: e l’AI ora si affaccia anche al mondo del lavoro. Anzi, al mondo della ricerca del lavoro. Per parlare di “AI for recruiting” ho contattato uno dei maggiori esperti di “social recruiting”, Primo Bonacina (nella foto).

L’intelligenza artificiale per il recruiting rappresenta la nuova frontiera dei software progettati per migliorare o automatizzare alcune delle fasi tipiche nei processi di assunzione. Quali sono le tendenze in atto?

L’interesse nei confronti di AI for recruiting è nato da tre principali tendenze. Innanzitutto la crescita economica in atto in molti mercati: ciò ha dato vita a un mercato professionale in cui la competizione per i migliori talenti è più accesa che mai. Tale competizione è destinata a crescere: secondo un sondaggio di LinkedIn il 56% dei talent acquisition leader crede che il loro volume di assunzioni crescerà nel 2017.

E il secondo trend?

Il bisogno di miglioramento tecnologico in area recruiting. Per quanto sia prevista una crescita delle assunzioni, il 66% dei talent acquisition leader afferma che il numero dei propri collaboratori per il recruiting resterà invariato o addirittura diminuirà.

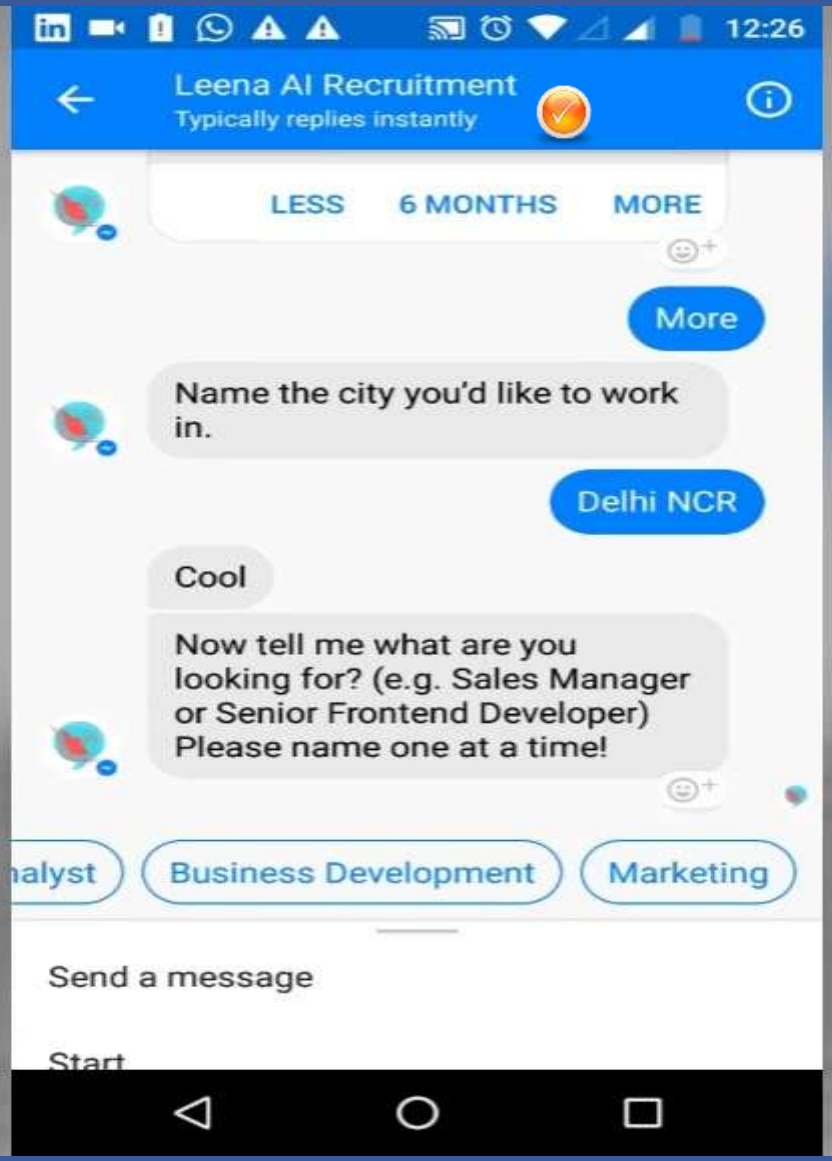
In parole povere?

I recruiter, pressati da tempi assai stretti e aspettative elevate, avranno bisogno di strumenti di maggior efficacia per semplificare o automatizzare parte del proprio processo, soprattutto per quelle attività che implicano maggiore investimento e ripetitività in termini di tempo.

E i big data?

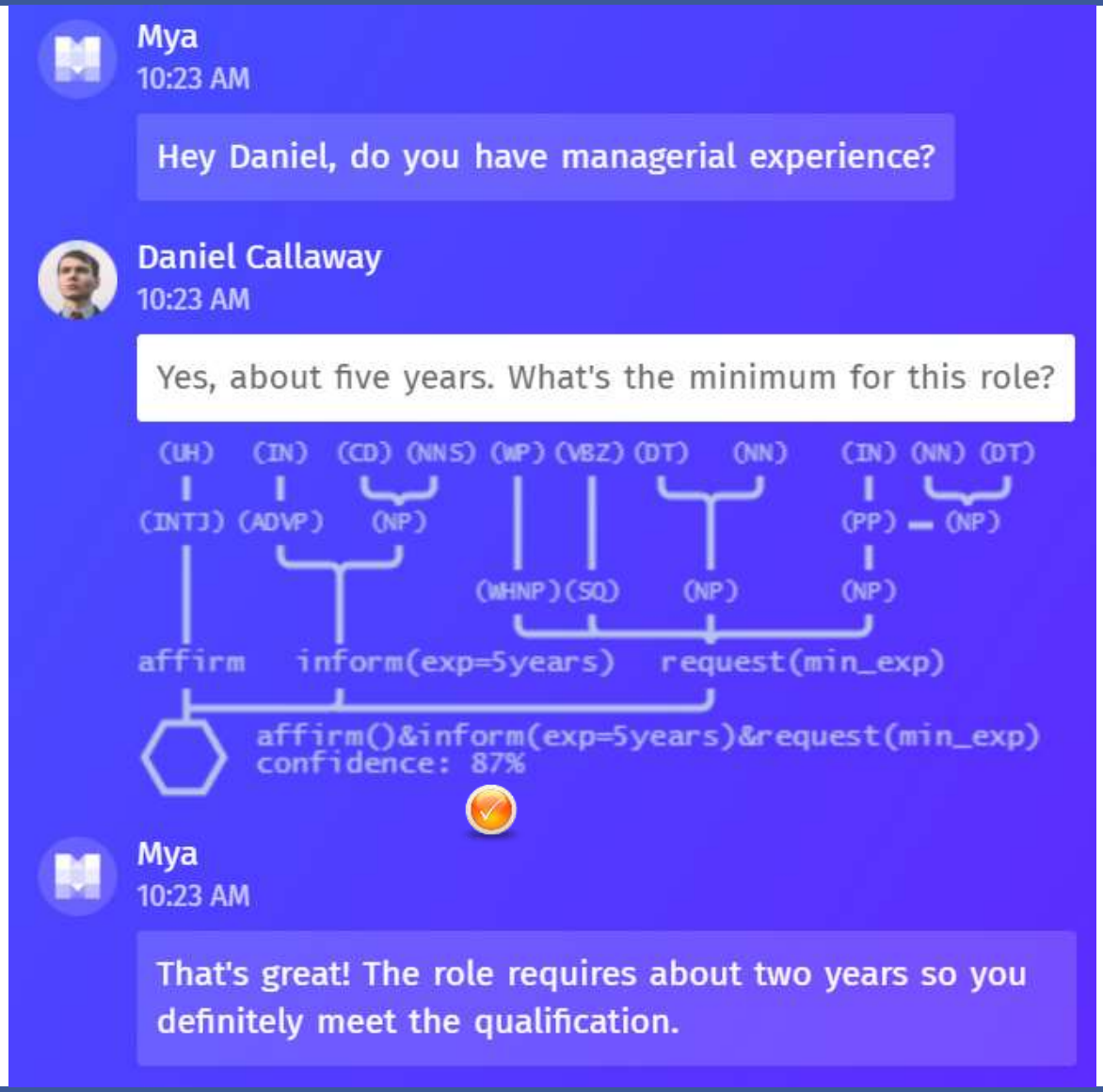
Sì, il terzo trend riguarda proprio l’analisi dei dati. Se da un lato la tecnologia diventa sempre più veloce ed efficiente in termini economici nella raccolta e analisi di un ampio numero di dati, dall’altro i talent acquisition leader sono sempre più portati a richiedere ai propri recruiter una prova della qualità delle metriche di assunzione, e questo sulla base di dati concreti, come per esempio le performance dei recenti nuovi assunti.

Siamo pronti per le *Chatbot Interview*?



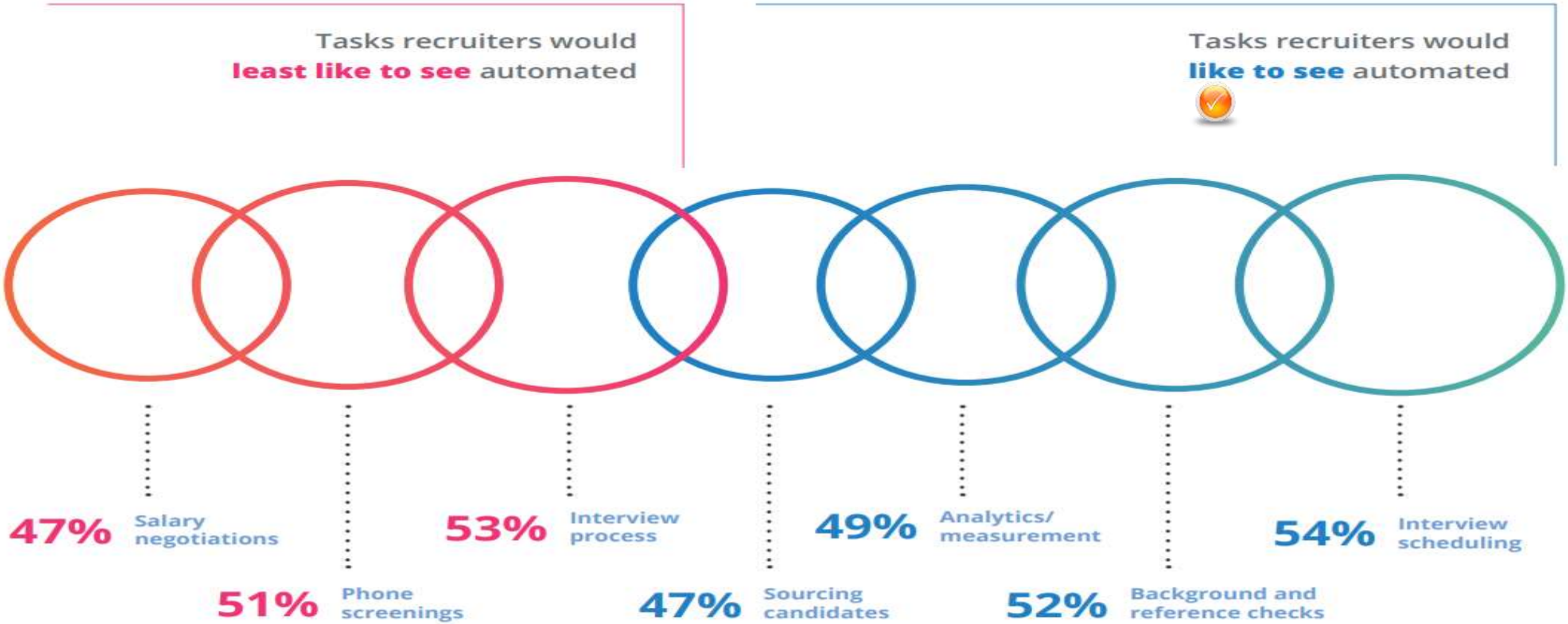
Come funzionano le *Chatbot Interview*

HireMya.com



Quando servono le *Chatbot Interview?*

Quali task HR vogliamo automatizzare?

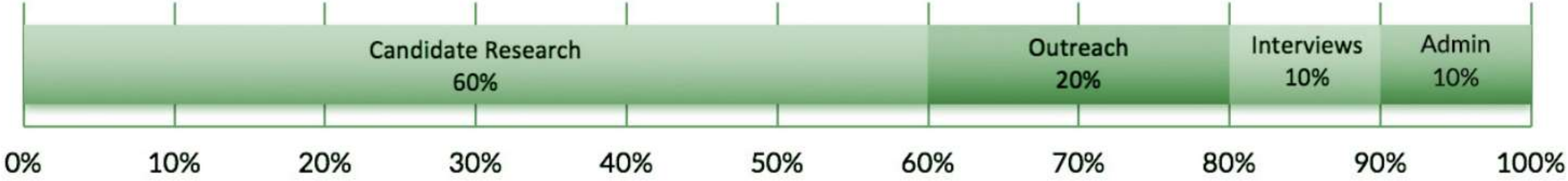


PBS – Primo Bonacina Services: the **Digital, Actionable, Measurable** consultancy firm
www.primobonacina.com

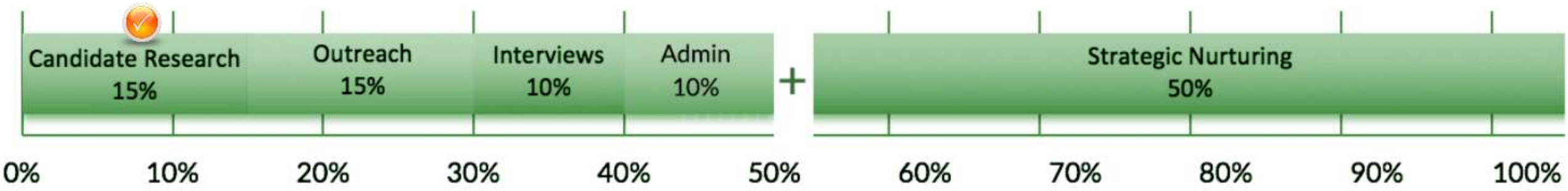
L’AI/IT ci aiuterà ad automatizzare il recruiting

Come cambia il mestiere del Recruiter

Traditional time distribution



AI based time distribution



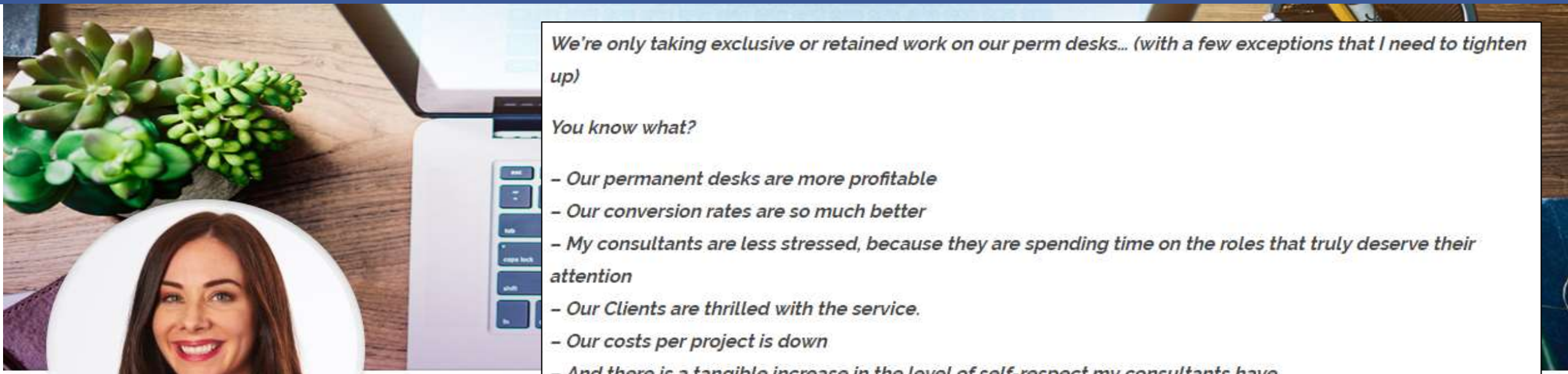
UPSIDER

Più in generale: come cambia il mestiere dell'HR

PBS – Primo Bonacina Services: the **Digital, Actionable, Measurable** consultancy firm
www.primobonacina.com

Il Social recruiting può essere usato in parallelo ad altre tecniche?

Il parere degli esperti



We're only taking exclusive or retained work on our perm desks... (with a few exceptions that I need to tighten up)

You know what?

– Our permanent desks are more profitable
– Our conversion rates are so much better
– My consultants are less stressed, because they are spending time on the roles that truly deserve their attention
– Our Clients are thrilled with the service.
– Our costs per project is down
– And there is a tangible increase in the level of self-respect my consultants have.

So, thanks for the light bulb moment.

After all, you don't ask three accountants to do your BAS do you?

Elizabeth Kingston (MRCSA) • 3rd

Helping great leaders recruit great teams

Brisbane, Australia

Kingston Human Capital

See contact info

500+ connections

Secondo noi, è una pessima idea!

- In Italia si usa spesso attivare più Agenzie di Selezione in parallelo, pagate a «Success Fee»
- Il Social Recruiting invece è **«Social Marketing», è far sapere a tutti cosa si sta cercando e perché, è ingaggio diretto col candidato**
  - Multipli messaggi/contatti da multiple fonti confondono il candidato
  - Solo focalizzando su una strada ben precisa, si possono ottenere risultati interessanti
    - Soprattutto in caso di ricerche difficili
- **Il Social Recruiting utilizza tempi rapidi**
  - C'è tempo per un «Piano B»

Con il Social Recruiting in 2-3 giorni hai già capito l'aria che tira

Concludendo: cosa è/NON è il social recruiting

Il (social) recruiting moderno è un'attività organizzata, informata, consapevole, misurata, automatizzata, gestita in modo "strategico"

Melanie HACHE • 2nd
HR Innovation and Strategy at Oracle

1. **Ritornare ad assumere in base alle competenze e meno in base a come "si presenta" un candidato**

Il tema dello skill gap è ancora particolarmente sentito in ogni area del mercato, e quando c'è così tanta difficoltà a trovare lavoratori con le giuste competenze è il momento di ripensare al recruitment: a iniziare dal modo in cui si scelgono i candidati, che spesso è condizionato da bias inconsci che vanno scoperti ed eliminati.

Il processo stesso del colloquio tradizionale ha dei difetti. Spesso succede che le persone siano scelte per il loro atteggiamento invece che per le loro competenze. Non ha molto senso chiedere a una persona che si candida per una posizione impiegatizia di contabilità di fare una presentazione o giudicarla per il modo in cui ha saputo gestire il colloquio, considerando che un ruolo di questo tipo non richiede particolare autonomia – ma si tende a farlo, dando valore a fattori che sono di importanza secondaria.

Chi lavora nelle risorse umane è cosciente dei difetti dei processi di ricerca di personale: per ridurne l'impatto, è necessario iniziare a usare un insieme più vasto di dati e di informazioni. La buona notizia è che con le tecnologie oggi disponibili questo è assolutamente possibile: sfruttandole al meglio si potranno sviluppare approcci nuovi al recruiting per trovare davvero la persona giusta per ogni posto di lavoro.

Conoscete l’espressione “Scoiattolo viola” (“Purple Squirrel”)?

E’ il candidato così raro che, nella pratica, NON esiste

- E’ il «candidato perfetto», con la giusta formazione, qualifiche ed esperienza per corrispondere perfettamente ai desideri aziendali
- Potrebbe immediatamente gestire con successo compiti e responsabilità di un ruolo, senza necessità di formazione e affiancamento
- Il concetto fa riferimento implicito al fatto che un candidato perfetto è raro quanto uno «scoiattolo viola»

Il Social Recruiting NON serve a cercare il *mitico candidato perfetto*, bensì il *migliore possibile "in quelle condizioni"*

Scegliere consapevolmente la persona più giusta a partire da un ampio set di candidati motivati, confrontando …

- *Pregi/difetti*
- *Costi/benefici*
- *Fatti/impressioni*
- *Motivazioni/competenze*
- *«Fit» a breve/lungo termine*

Alla fine deve vincere uno!

PBS Talent

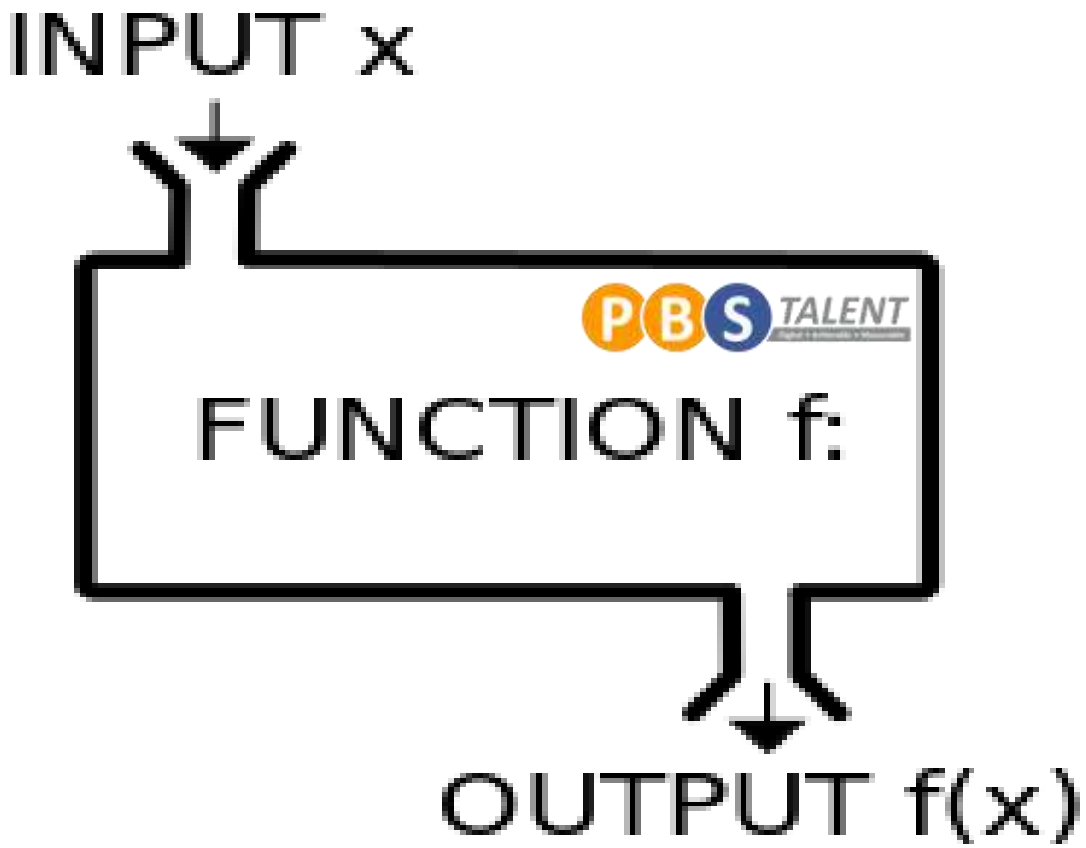
1. Chi è PBS
2. Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti
3. **PBS Talent: una metodologia basata su Social Marketing che porta risultati in 12 giorni. Garantito!**
4. Costi e modalità di attivazione
5. Ricapitolando

Cosa serve davvero alle aziende?

- Una concreta soluzione al problema del recruiting di professionisti e manager con
  - qualità
  - risultati
  - tempi
  - costi
  - impegni di risorse interne
- … garantiti e soddisfacenti!

2015: nasce PBS *Talent*

Descrizione dell'esigenza da parte dell'azienda



Affiancamento alle attività di recruiting dell'azienda per un **massimo di 12 giorni** lavorativi

Social (Marketing applicato al) Recruiting

Un **numero** adeguato di ***DOSSIER*** di **candidati di qualità pronti a essere intervistati** ed entrare in azienda. ***Soddisfatti o rimborsati!***

Cosa è un DOSSIER?

Un Insieme di Informazioni che descrive compiutamente un Candidato:

- Application Form
- CV
- Profilo LinkedIn
- *LinkedIn Skill Match*
- Intervista scritta da parte del candidato
- (opzionale) Auto-Presentazione audio/video, altre evidenze

Cosa NON è PBS Talent, #1

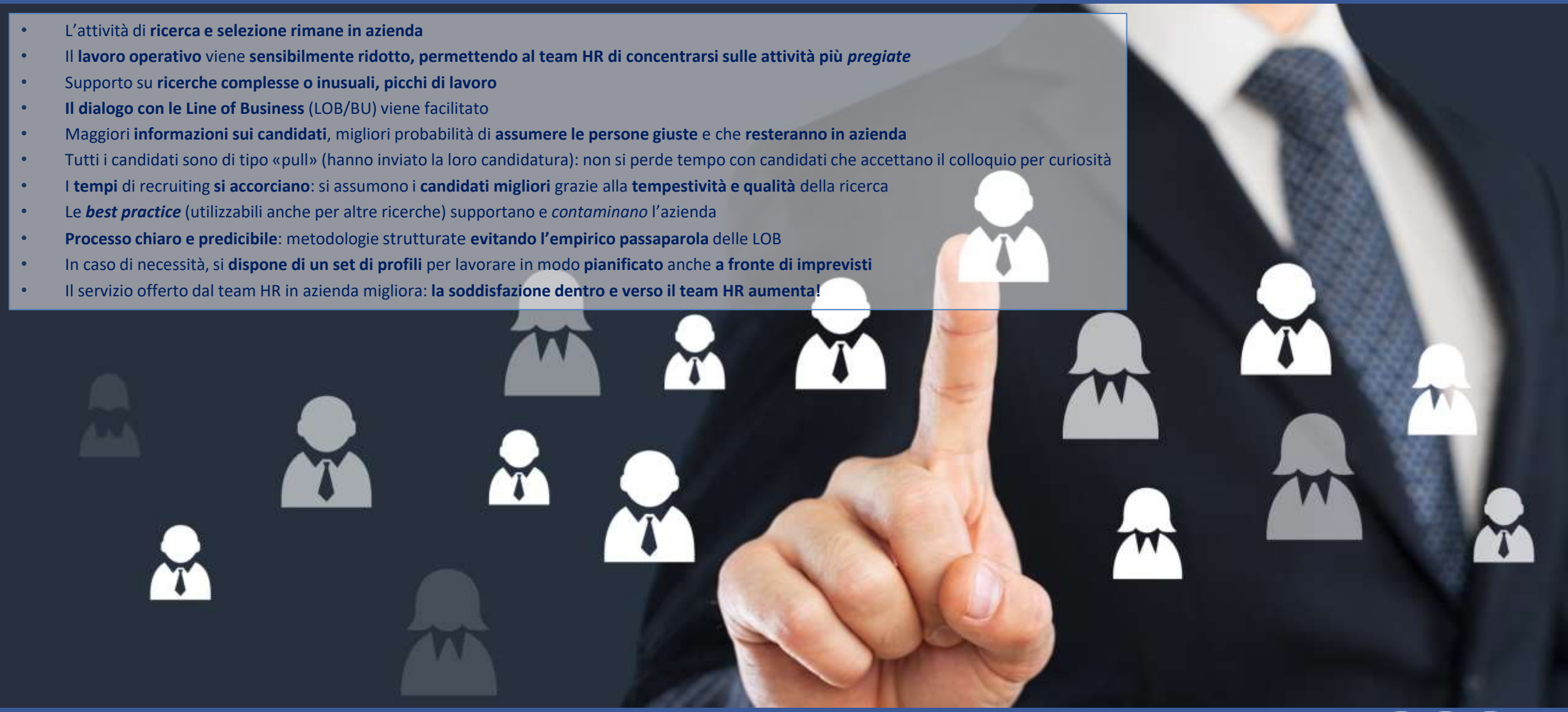
- **NON è una società di ricerca e selezione (anche ai sensi di legge) e NON si presenta come tale; NON incontra o chiama i candidati**
- **NON è un *generalista*:** solo i settori Digital, B2B
- **NON pubblica ricerche anonime:** affianca la *tua azienda* per trovare i candidati giusti che vogliono entrare nella *tua azienda*
- **NON utilizza metodologie tradizionali:** solo *Social Marketing applicato al Recruiting*
- **NON usa le job board o i database, NON va a cercare i profili in rete:** ti aiuta facendo sì che i profili più interessanti, interessati, motivati emergano autonomamente
- **NON ha un costo indeterminato, NON si fa pagare in % del salario della persona assunta, NON cerca di far assumere il candidato più costoso**: costo di consulenza fisso omnicomprensivo modulato a seconda dell'incarico
- **NON si fa pagare proporzionalmente al numero di persone assunte:** costo fisso per il supporto alla produzione di una lista di candidature qualitativamente/quantitativamente adeguata

Cosa NON è PBS Talent, #2

- **NON usa tempi «a piacere» per assolvere l'incarico:** una *best practice* di 12 giorni lavorativi (garantiti, salvo diversi accordi) per iniziative dove la rapidità di esecuzione può fare la differenza
- **NON lavora sulla base di «criteri soggettivi»:** criteri oggettivi forniti dall'azienda che è l'unica responsabile del percorso di selezione
- **NON pone limiti temporali all'utilizzo delle informazioni:** le informazioni rimangono di proprietà dell'azienda
- **NON fa perdere tempo al cliente, NON necessita di briefing estesi e complessi**: supporta il cliente per accelerare le iniziative di recruiting con template, processi e strumenti software preconfezionati *(«entro poche ore sarai online!»)*
- **NON richiede esclusiva:** semplicemente raccomanda che non si emettano più annunci contemporanei *a nome dell'azienda* per la stessa posizione
- **NON sfugge alle responsabilità:** quello che promette, mantiene *or your money back! (fatturazione consulenza solo dopo validazione del lavoro a **insindacabile giudizio del cliente**)*

Il *Social Recruiting* è al servizio del team HR in azienda

- L'attività di **ricerca e selezione rimane in azienda**
- Il **lavoro operativo** viene **sensibilmente ridotto, permettendo al team HR di concentrarsi sulle attività più *pregiate***
- Supporto su **ricerche complesse o inusuali, picchi di lavoro**
- **Il dialogo con le Line of Business** (LOB/BU) viene facilitato
- Maggiori **informazioni sui candidati**, migliori probabilità di **assumere le persone giuste** e che **resteranno in azienda**
- Tutti i candidati sono di tipo «pull» (hanno inviato la loro candidatura): non si perde tempo con candidati che accettano il colloquio per curiosità
- I **tempi** di recruiting **si accorciano**: si assumono i **candidati migliori** grazie alla **tempestività e qualità** della ricerca
- Le ***best practice*** (utilizzabili anche per altre ricerche) supportano e *contaminano* l'azienda
- **Processo chiaro e predicibile**: metodologie strutturate **evitando l'empirico passaparola** delle LOB
- In caso di necessità, si **dispone di un set di profili** per lavorare in modo **pianificato** anche **a fronte di imprevisti**
- Il servizio offerto dal team HR in azienda migliora: **la soddisfazione dentro e verso il team HR aumenta!**



Le aziende che possono beneficiare del Social Recruiting

Aziende non strutturate lato HR: necessità di risultati certi in tempi brevi e certi, senza ingaggiarsi in queste attività

Aziende complesse (internazionali, più sedi, più dipartimenti): supportare il dialogo interno (BU/HR, locale/internazionale)

Start-up: non ancora strutturate, devono crescere rapidamente

Aziende che talvolta cercano profili particolari fuori dal loro *mainstream,* che vogliono delegare ricerche inusuali o complesse

Aziende con un piano di rapida crescita, necessitano supporto su **picchi di lavoro**

Aziende che vogliono delegare alcune attività per **concentrarsi sul core business**

Aziende che ricercano spesso lo stesso tipo di profilo, vogliono avere sempre pronto un set di candidati

Aziende con diverse sedi (locali, internazionali) o che vogliono **delegare le ricerche su specifici territori**

I clienti di PBS Talent (www.primobonacina.com/jobs)

IT VARs, System Integrators				IT Distributors	IT Vendors, Cloud Service Providers, E-Commerce	Software Factories	Manufacturing, Finance	Other
AD Consulting	Adelante Dolmen	aditinet	advnet	DB Tech group	Appian	ARXivar	Antaresvision	arkigest
bcloud	Consys.it	DEDAGROUP	DI.GI. International	esprinet	arkadin		AZIMUT	DBI Information
Errevi System	Gruppo Venco	informatica system s.r.l.	iRway	EXCLUSIVE NETWORKS	F-Secure	Gruppo Euris	Banca Generali Private	MSA
LAN & WAN	LOGOS	MATIKA	mauden	nuvias	fastERA	IdroLAB	sweden&martina	PLT puregreen
NETCOM	NextEra	PCS Group	PROCLESIS	TIP	netalia	itattitude		RE/MAX Valori
Proxy	SINERGY	SINTHERA.COM	team memores computer		ProfumeriaWeb	OSITALIA		SCS
Teleconsys	TEST	TT TECNOSISTEMI	Wellcomm engineering		SELTA	Real Comm		
zerouno						ZERO9		
						ZIRAK		

PBS – Primo Bonacina Services: the **Digital, Actionable, Measurable** consultancy firm

www.primobonacina.com

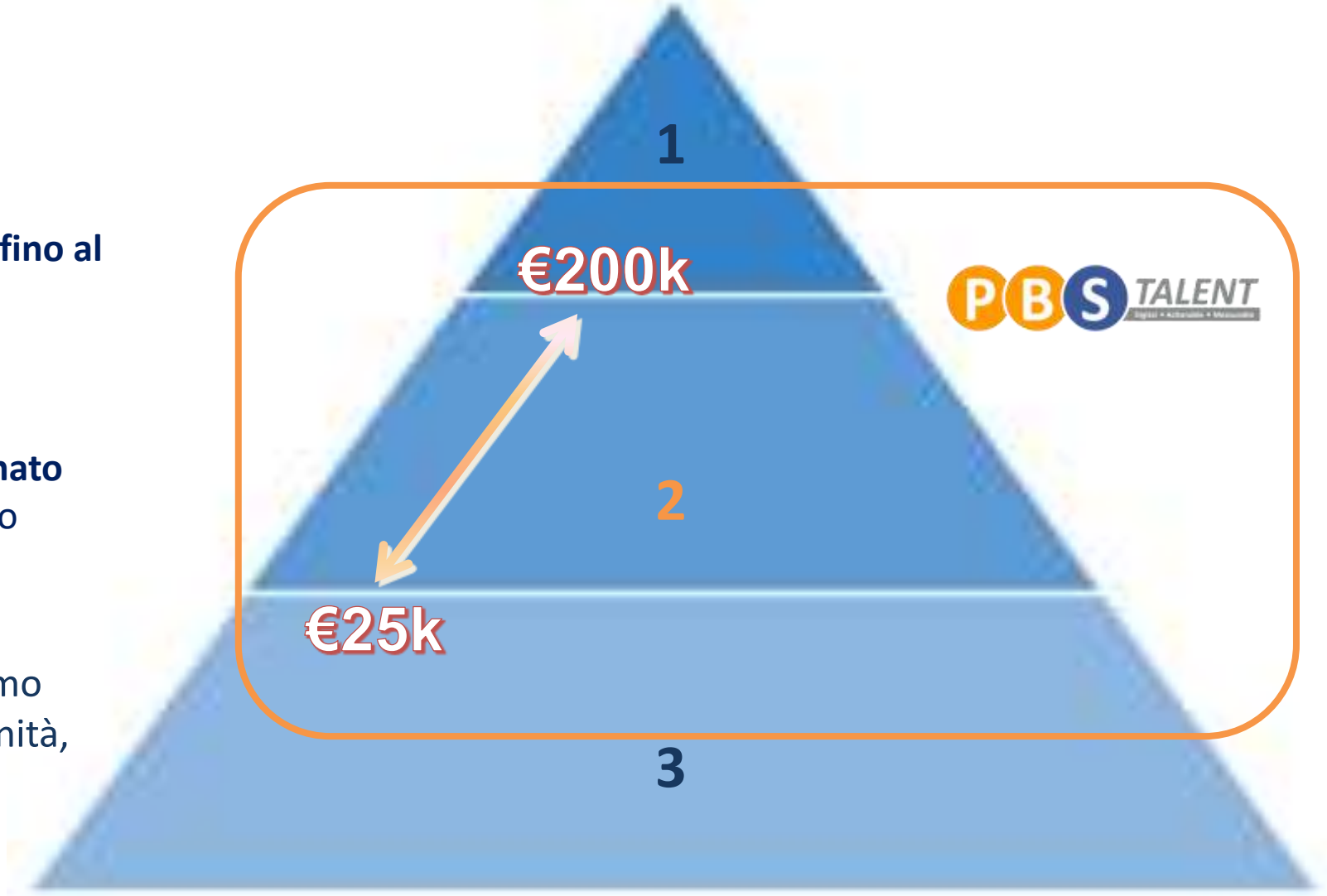
L’area indirizzata:
fascia da medio-bassa ad alta (RAL: €25k-€200k)

1. **Fascia «top»:** ricerche confidenziali

2. Fascia «da medio-bassa ad alta»:

- **Specialist, professional, manager, director (fino al managing director)**
- Hanno un impiego o lo cercano
- Sono su **LinkedIn**
- Prediligono un ingaggio a **tempo indeterminato** (talvolta a tempo determinato o Partita IVA o **agente**)

3. Fascia «bassa»: risorse somministrate, primo impiego, apprendistato, sostituzioni di maternità, studenti, profili/competenze/mercati non su LinkedIn



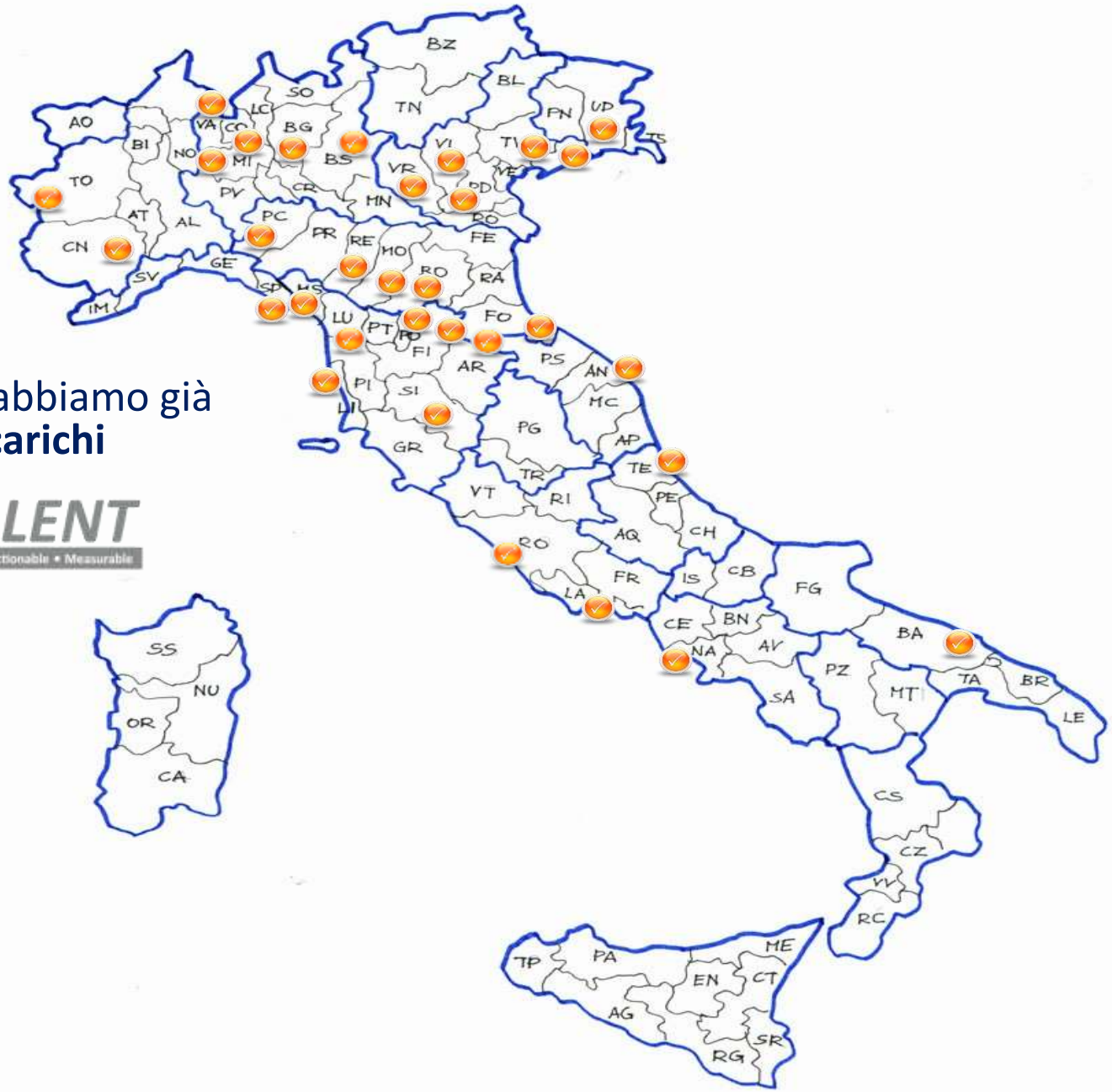
Quali professionalità?

- (Managing) Director
- Middle Management
- Field/Inside Sales
- Sales Agent (Agenti di Commercio)
- Project Management, Software Asset Mgmt
- Product Manager
- Marketing & Communications
- Online, Digital, eCommerce
- Pre-/Post-Sales Technical Support
- Sales BackOffice, Customer Care
- Software Developer
- IT Staff, Help Desk Service Management
- Financial Promoter, Private Banker
- Testing, Quality Assurance
- Purchasing
- Engineering
- Manufacturing
- Legal
- Credit Management, F&A
- HR

In tutta Italia

1. *Torino*
2. *Cuneo*
3. *La Spezia*
4. *Varese*
5. *Milano*
6. *Monza e Brianza*
7. *Bergamo*
8. *Brescia*
9. *Verona*
10. *Vicenza*
11. *Padova*
12. *Treviso*
13. *Pordenone*
14. *Udine*
15. *Piacenza*
16. *Reggio Emilia*
17. *Modena*
18. *Bologna*
19. *Forlì Cesena*
20. *Rimini*
21. *Massa Carrara*
22. *Lucca*
23. *Pisa*
24. *Livorno*
25. *Prato*
26. *Firenze*
27. *Siena*
28. *Ancona*
29. *Roma*
30. *Latina*
31. *Teramo*
32. *Napoli*
33. *Bari*

Province dove abbiamo già **svolto incarichi**



Nel mondo

- Italia e Ticino: Italiano
- Paesi di lingua Francese o Spagnola: Inglese, Francese o Spagnolo
- Altro: Inglese

Social Recruiting: il tour guidato

Da dove partiamo? Dall'universo LinkedIn

LinkedIn

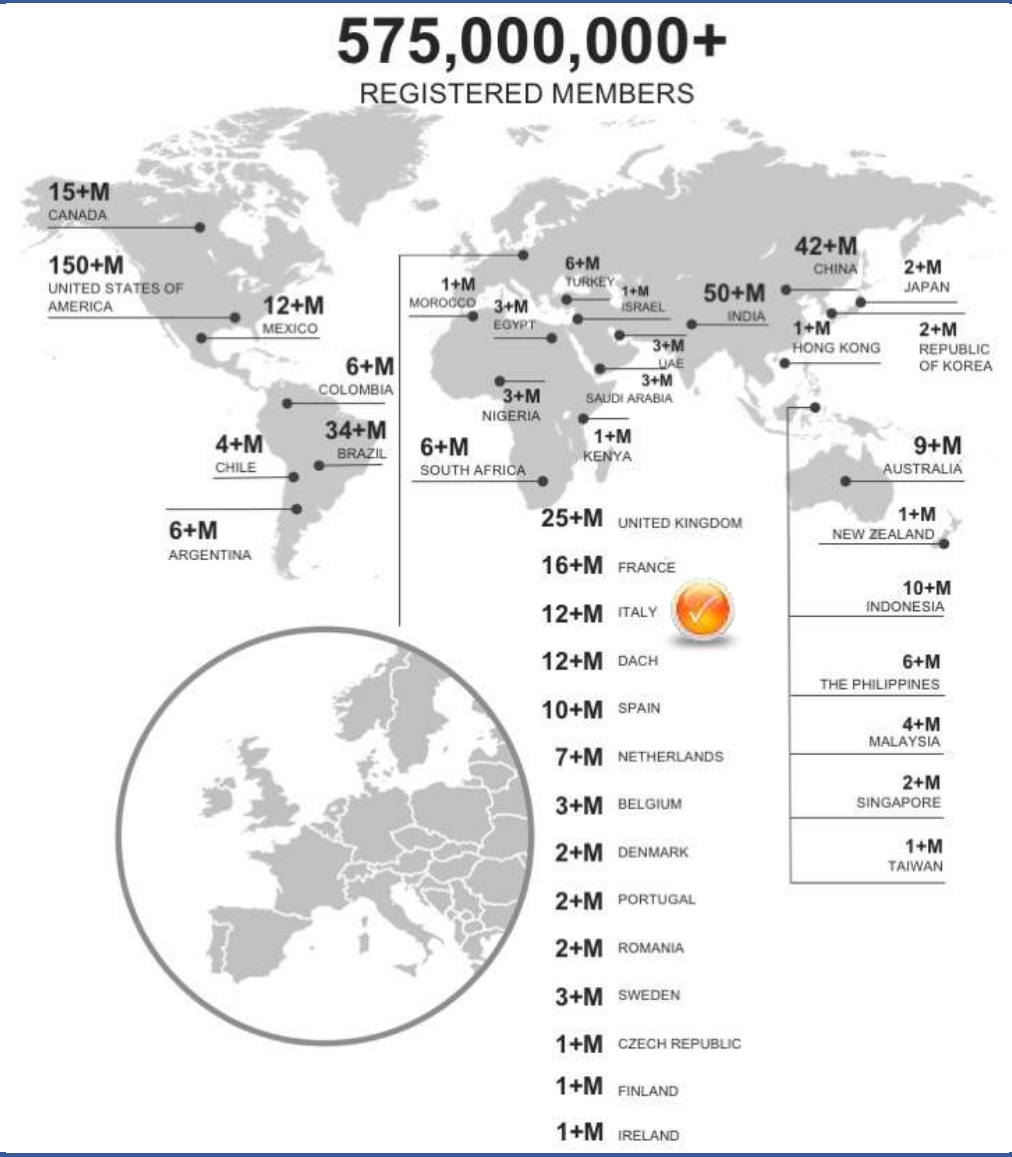
Our Core Value Proposition

Connect talent with opportunity at massive scale

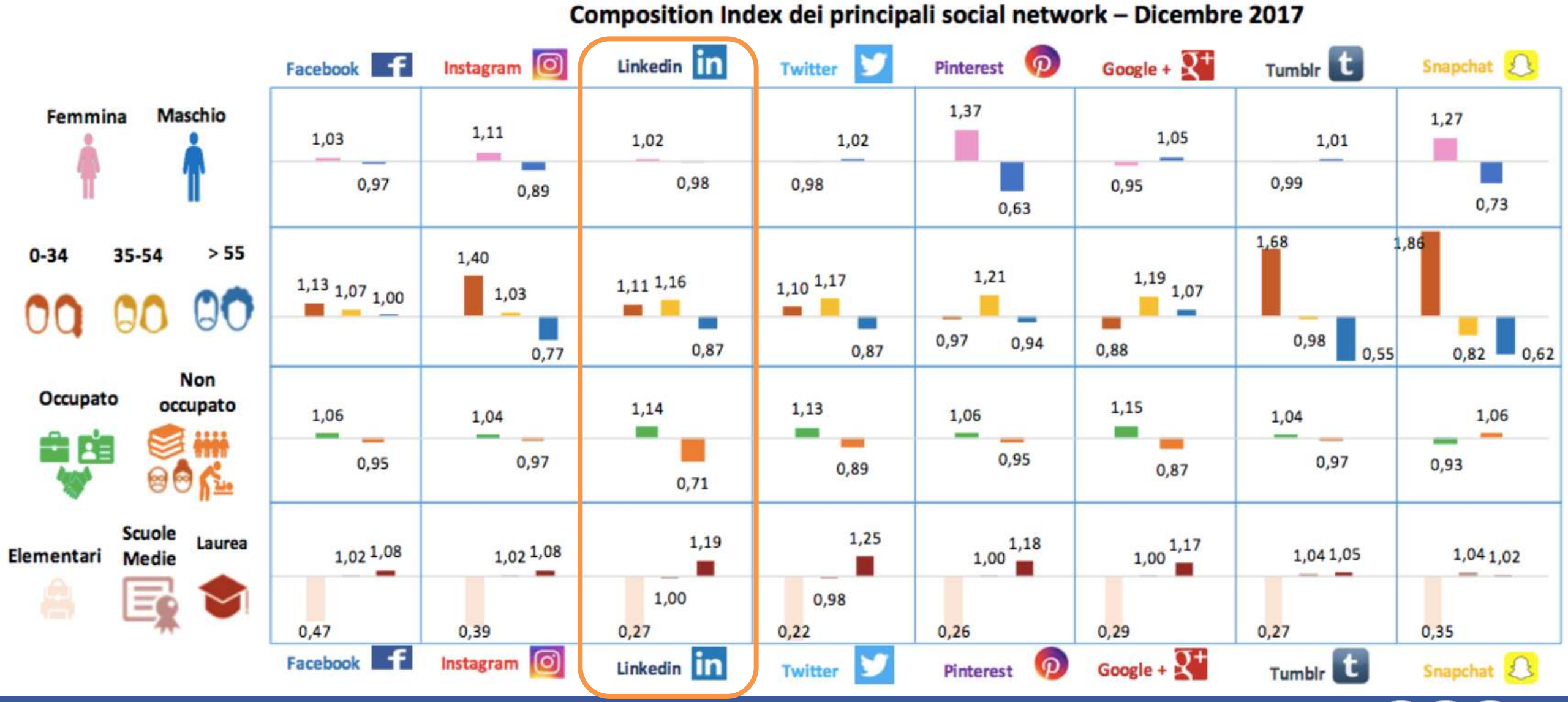
"You have this **insane reach** with each job posting now."

Elena Kalova

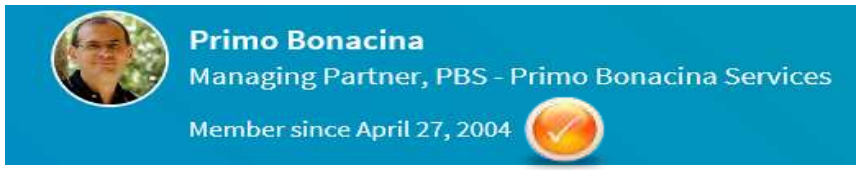
Insightly, VP of People Operations, SMB



L'*Audience Mix* può variare significativamente

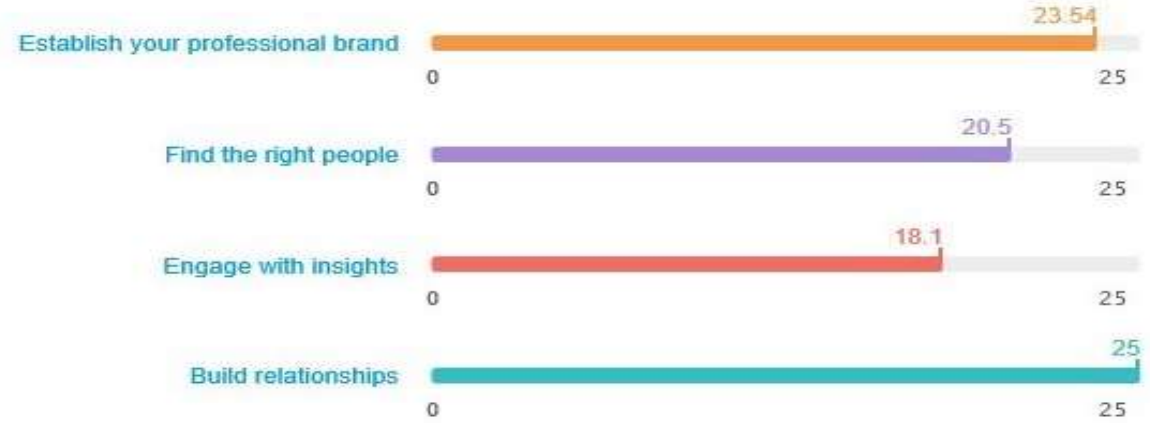


… incrociato con un network e competenze costruite giornalmente dal 2004 (top 1% mondiale)

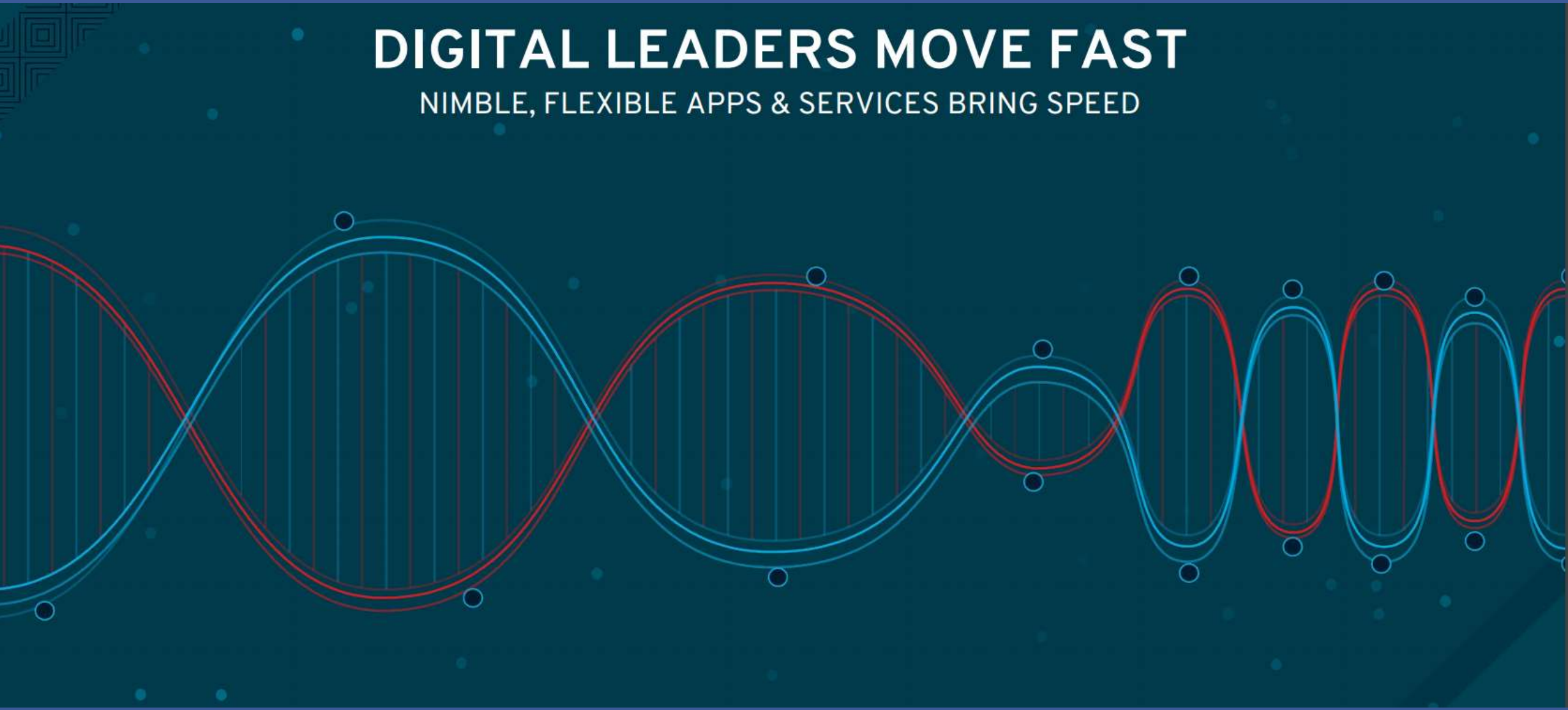


Social Selling Index – Today

Your Social Selling Index (SSI) measures how effective you are at establishing your professional brand, finding the right people, engaging with insights, and building relationships. It is updated daily. Learn more

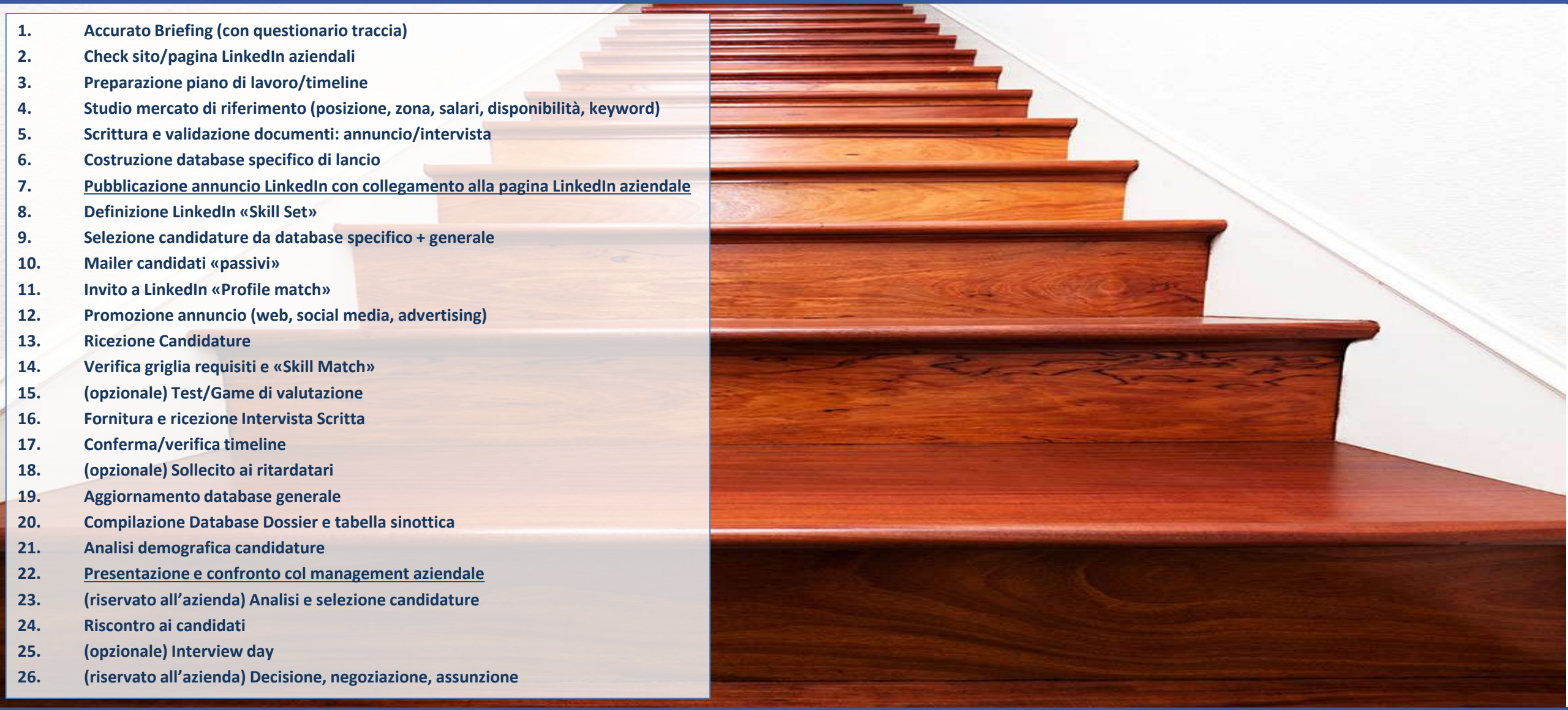


L’importanza di un sistema veloce, digitale, con tempi e modalità garantite

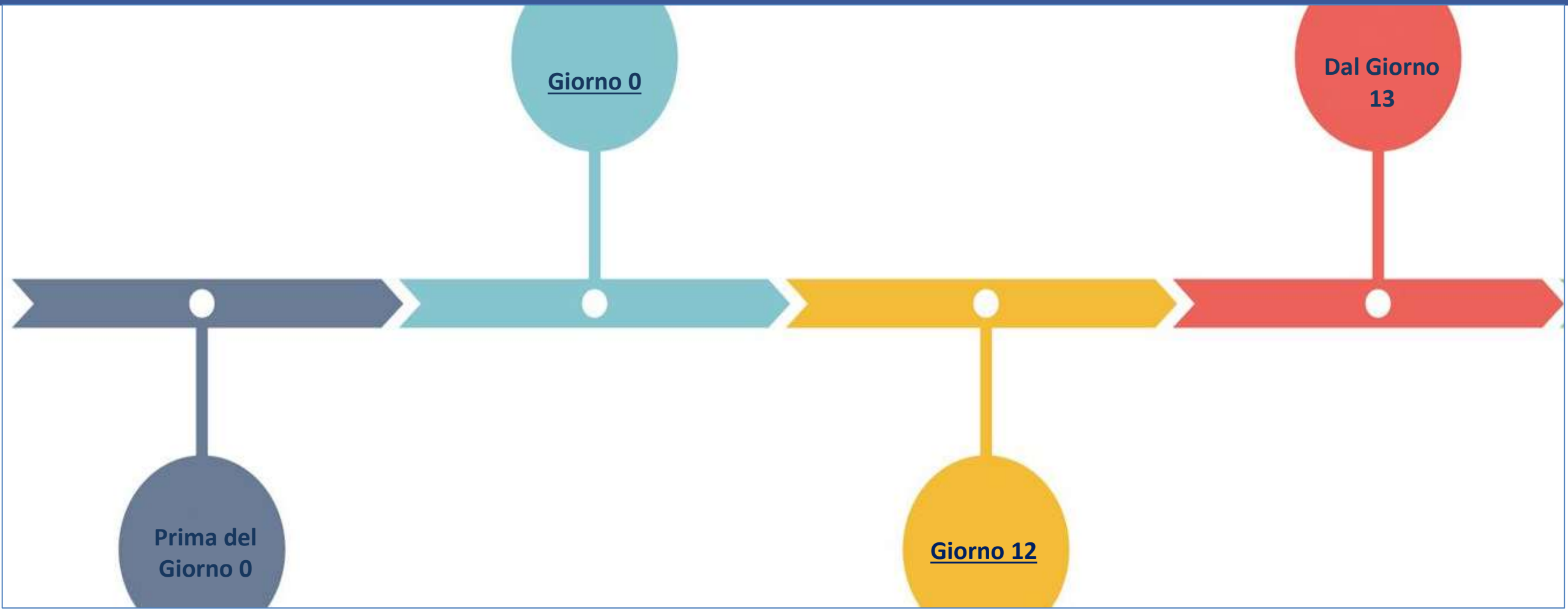


Social Recruiting by PBS in 26 passi

1. Accurato Briefing (con questionario traccia)
2. Check sito/pagina LinkedIn aziendali
3. Preparazione piano di lavoro/timeline
4. Studio mercato di riferimento (posizione, zona, salari, disponibilità, keyword)
5. Scrittura e validazione documenti: annuncio/intervista
6. Costruzione database specifico di lancio
7. Pubblicazione annuncio LinkedIn con collegamento alla pagina LinkedIn aziendale
8. Definizione LinkedIn «Skill Set»
9. Selezione candidature da database specifico + generale
10. Mailer candidati «passivi»
11. Invito a LinkedIn «Profile match»
12. Promozione annuncio (web, social media, advertising)
13. Ricezione Candidature
14. Verifica griglia requisiti e «Skill Match»
15. (opzionale) Test/Game di valutazione
16. Fornitura e ricezione Intervista Scritta
17. Conferma/verifica timeline
18. (opzionale) Sollecito ai ritardatari
19. Aggiornamento database generale
20. Compilazione Database Dossier e tabella sinottica
21. Analisi demografica candidature
22. Presentazione e confronto col management aziendale
23. (riservato all'azienda) Analisi e selezione candidature
24. Riscontro ai candidati
25. (opzionale) Interview day
26. (riservato all'azienda) Decisione, negoziazione, assunzione



Un sistema in 12 giorni lavorativi, garantito!



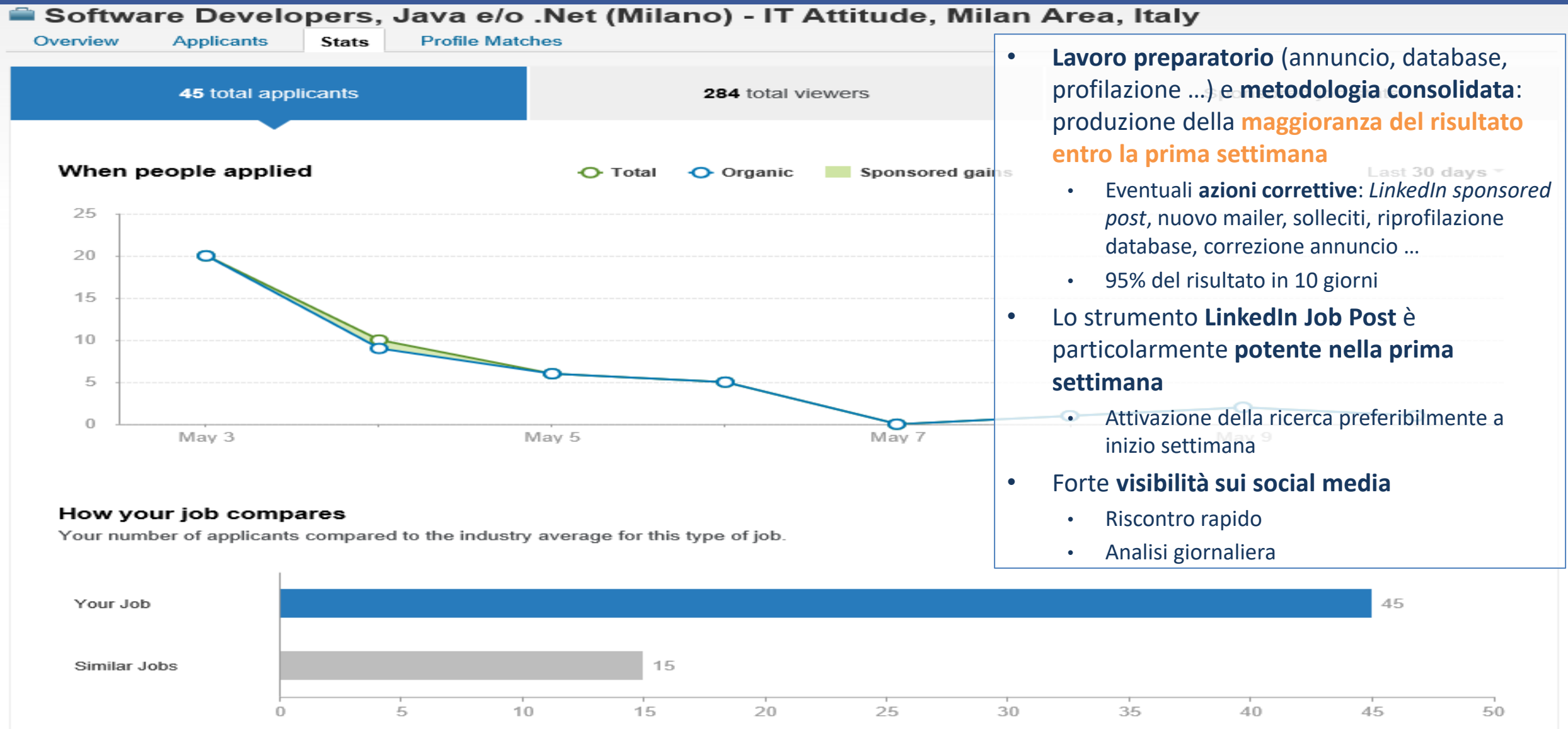
Preparazione

Lancio (Job post)

Appuntamento col management aziendale per la consegna dei lavori

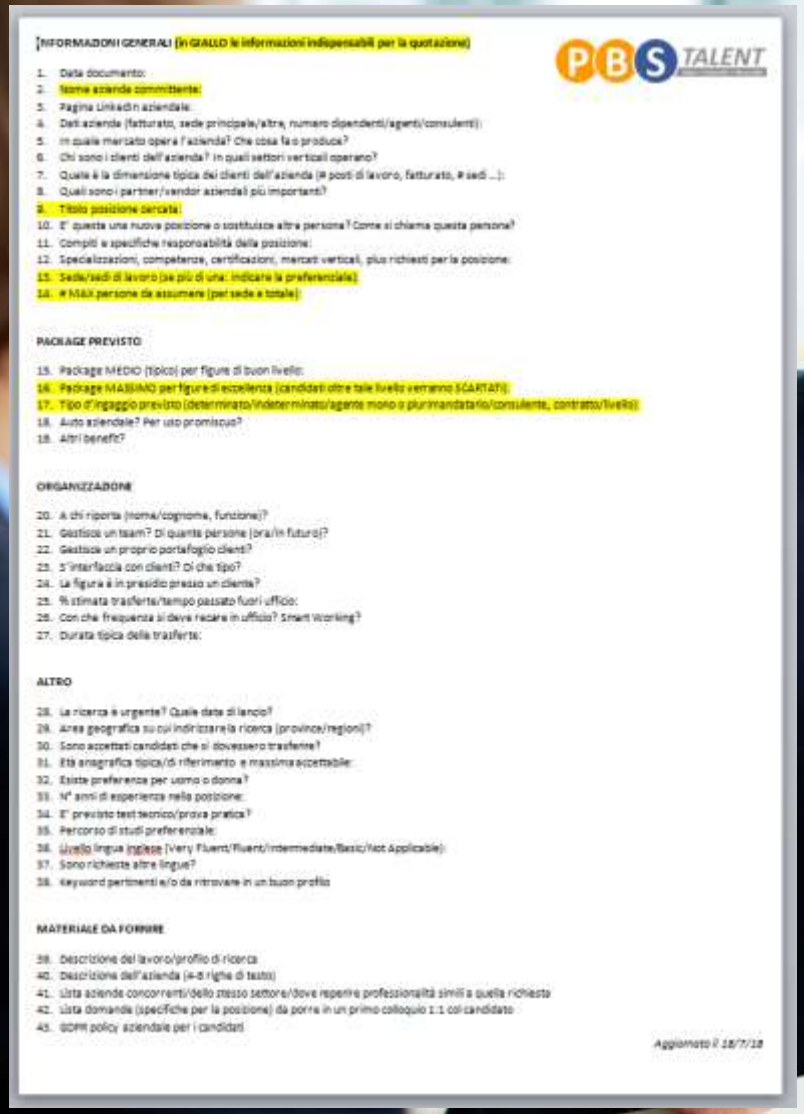
Selezione a cura dell'azienda

Perché proprio una *best practice* di 12 giorni?



- **Lavoro preparatorio** (annuncio, database, profilazione …) e **metodologia consolidata**: produzione della **maggioranza del risultato entro la prima settimana**
  - Eventuali **azioni correttive**: *LinkedIn sponsored post*, nuovo mailer, solleciti, riprofilazione database, correzione annuncio …
  - 95% del risultato in 10 giorni
- Lo strumento **LinkedIn Job Post** è particolarmente **potente nella prima settimana**
  - Attivazione della ricerca preferibilmente a inizio settimana
- Forte **visibilità sui social media**
  - Riscontro rapido
  - Analisi giornaliera

Le attività preparatorie:
un attento brief porta a descrivere i profili *best fit*



INFORMAZIONI GENERALI (in GIALLO le informazioni indispensabili per la quotazione)

PBS TALENT

1. Data documento:
2. Nome azienda committente:
3. Pagina LinkedIn aziendale:
4. Dati azienda (fatturato, sede principale/altre, numero dipendenti/agenti/consulenti):
5. In quale mercato opera l'azienda? Che cosa fa o produce?
6. Chi sono i clienti dell'azienda? In quali settori verticali operano?
7. Quale è la dimensione tipica dei clienti dell'azienda (# posti di lavoro, fatturato, # sedi ...):
8. Quali sono i partner/vendor aziendali più importanti?
9. Titolo posizione cercata:
10. E' questa una nuova posizione o sostituisce altra persona? Come si chiama questa persona?
11. Compiti e specifiche responsabilità della posizione:
12. Specializzazioni, competenze, certificazioni, mercati verticali, plus richiesti per la posizione:
13. Sede/sedi di lavoro (se più di una: indicare la preferenziale):
14. # MAX persone da assumere (per sede e totale):

PACKAGE PREVISTO

15. Package MEDIO (tipico) per figure di buon livello:
16. Package MASSIMO per figure di eccellenza (candidati oltre tale livello verranno SCARTATI):
17. Tipo d'ingaggio previsto (determinato/indeterminato/agente mono o plurimandatario/consulente, contratto/livello):
18. Auto aziendale? Per uso promiscuo?
19. Altri benefit?

ORGANIZZAZIONE

20. A chi riporta (nome/cognome, funzione)?
21. Gestisce un team? Di quante persone (ora/in futuro)?
22. Gestisce un proprio portafoglio clienti?
23. E' interfaccia con clienti? Di che tipo?
24. La figura è in presidio presso un cliente?
25. % stimata trasferta/tempo passato fuori ufficio:
26. Con che frequenza si deve recare in ufficio? Smart Working?
27. Durata tipica della trasferta:

ALTRO

28. La ricerca è urgente? Quale data di lancio?
29. Area geografica su cui indirizzare la ricerca (province/regioni)?
30. Sono accettati candidati che si dovessero trasferire?
31. Età anagrafica tipica/di riferimento e massima accettabile:
32. Esiste preferenza per uomo o donna?
33. N° anni di esperienza nella posizione:
34. E' previsto test tecnico/prova pratica?
35. Percorso di studi preferenziale:
36. Livello lingua inglese (Very Fluent/Fluent/Intermediate/Basic/Not Applicable):
37. Sono richieste altre lingue?
38. Keyword pertinenti e/o da ritrovare in un buon profilo

MATERIALE DA FORNIRE

39. Descrizione del lavoro/profilo di ricerca
40. Descrizione dell'azienda (4-8 righe di testo)
41. Lista aziende concorrenti/dello stesso settore/dove reperire professionalità simili a quella richiesta
42. Lista domande (specifiche per la posizione) da porre in un primo colloquio 1:1 col candidato
43. GDPR policy aziendale per i candidati

Aggiornato il 18/7/18

Esercitazione (15’): quali sono le domande da porre al manager per scrivere un buon annuncio?

Le attività preparatorie: studiare il mercato dei candidati

«Buongiorno, cosa avete per €5mila?»

Le attività preparatorie: studiare il mercato dei candidati

While a popular job, software development skills are facing a shortage. In an increasingly digital jobs landscape, digital skills are critical to continued growth, and the U.S. short 472K professionals with software development skills like software, performance tuning, and SQL. That gap is gradually getting larger, and as this shortage grows we'll start to run out of workers to fill these jobs. To give you a sense for how dire this shortage could potentially be, there are nearly 850K open roles in the U.S. looking for professionals with these skills right now.

Research suggests cybersecurity skills shortage is getting worse

New data from reveals growing skills gaps that represent an existential threat. What should organizations do?

- **2014:** 23 percent of respondents claimed their organization had a problematic shortage of cybersecurity skills
- **2015:** 25 percent of respondents claimed their organization had a problematic shortage of cybersecurity skills
- **2016:** 46 percent of respondents claimed their organization had a problematic shortage of cybersecurity skills
- **2017:** 45 percent of respondents claimed their organization had a problematic shortage of cybersecurity skills
- **2018:** 51 percent of respondents claimed their organization had a problematic shortage of cybersecurity skills

Oh, and in each of those years, cybersecurity was consistently the largest problematic skills shortage area.

Recruiting = *People looking for People*

Koel Ganguly • 1st

Talent Acquisition Partner at frog

Munich, Bavaria, Germany

Message | More... | Find email

frog

Sikkim Manipal University of Health, Medical and...

See contact info

See connections (500+)

"Whether it's a candidate looking for a job, or a company seeking a candidate, at the end its People looking for People."

Recruiting = *People looking for People, #2*

Candidate Experience

- Best **Candidate Experience** should be provided at every touchpoint with candidates through engaging career sites, structured interviews, testing and evaluation, timely communication and relevant feedback, useful content creation and distribution.

- Improving **Candidate Experience** throughout the process of selection and hiring will help you build stronger Employer Brand, reduce time and cost to hire and improve quality of hire.

TALENTLYFT

La priorità: evitare il «buco nero» della comunicazione

COMMUNICATE EFFICIENTLY AND OFTEN...

...Keep applicants in the loop.

Talent Board states that 61% of candidates can view their progress or status of their application. Although this is an 18% increase from 2015, it should be a basic component and unfortunately, is still not standardized throughout all application processes.

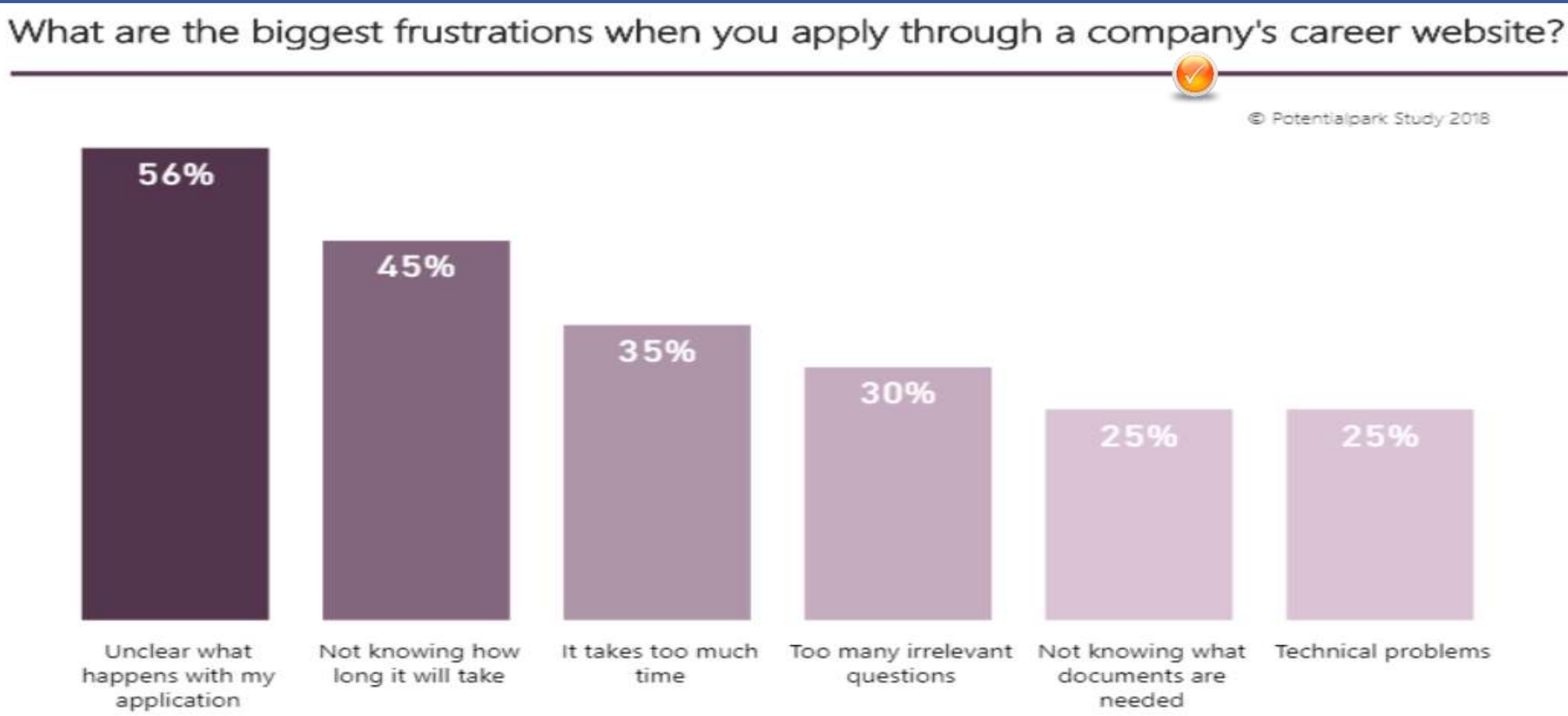
Recruitment technology can help manage high volumes of candidate applications and automate time-sensitive follow-up messages to send once they've applied. This assures their application will be reviewed and helps to avoid the "candidate black hole."

Be Proactive

Not all your candidates might be ready to apply for a job—that's okay. A robust candidate relationship software (CRM), like iCIMS Connect, can empower your recruitment marketing strategy.

By harnessing the power of email marketing, you can stay in touch with a talent pool of interested candidates, so when they are ready for a change, they'll know where to apply.

La priorità: evitare il «buco nero» della comunicazione, essere chiari. Sempre



Recruiting = *People looking for People, #3*

Bad recruitment experiences cost brands millions

Giving job seekers a poor experience could turn them off a brand from a consumer perspective too.

By Mindi Chahal 14 Oct 2016 11:28 am

Interviewees may feel like they are in the spotlight during the recruitment process but the brands conducting the interview are under just as much scrutiny, as new research suggests a poor recruitment experience could turn candidates off that brand for life.

The report by employer branding agency Ph.Attraction reveals that one in four British jobseekers have either entirely stopped purchasing (12%) or purchased less (11.5%) from a brand because of a negative candidate experience.

Poor candidate experience cost Virgin Media £4.4m in 2014, the study claims. More than 130,000 candidates applied to work at Virgin Media that year, 18% of which were existing Virgin Media customers. However, as a direct result of poor candidate experience more than 7,500 candidates cancelled their subscriptions and switched to a competitor, resulting in millions of pounds in lost revenue, according to the analysis.

Inviato: martedì 10/04/2018 10:42
A: Primo Bonacina

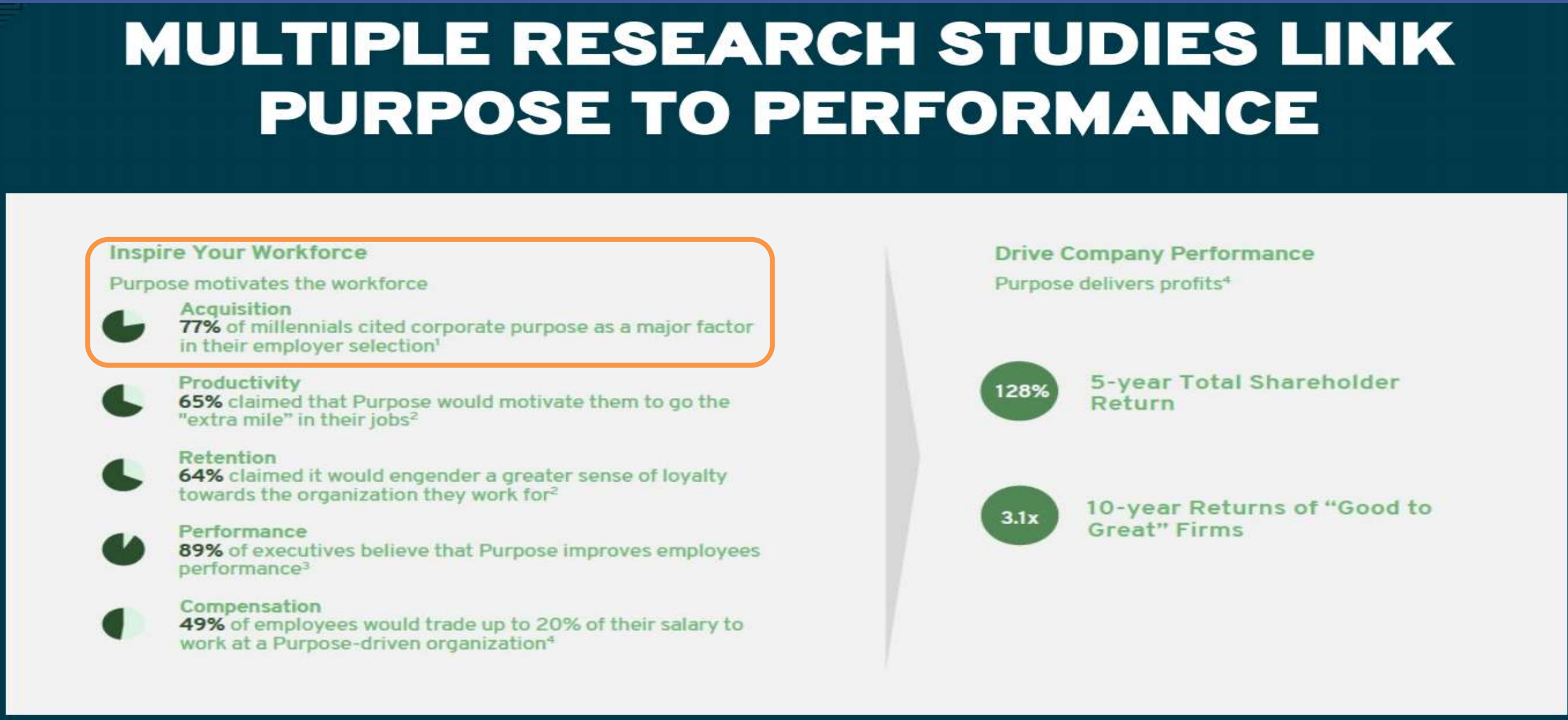
Buongiorno Primo.

Non avendo ricevuto alcun riscontro, com'era stato promesso nella precedente mail, in oltre un mese, ho deciso di ritirare la mia candidatura.

Non desidero, infatti, collaborare con un'azienda che prima chiede "urgenza" (rispondere entro 3 giorni), e poi sparisce per oltre un mese. Neppure con una che manchi di ottemperare a una promessa semplice, "dimenticandosi" di rispondere: se fa fatica a rispondere una mail, si ricorderà di pagare gli stipendi? Non biasimo, in questo caso l'ipotetica fallacia del recruiter esterno, in quanto essa riflette soltanto le priorità aziendali.

Un candidato su due non ti conosce (o ha comunque bisogno di approfondire prima dell'Application)

Lo Storytelling aziendale serve a trasmettere al candidato le giuste motivazioni



Lo Storytelling aziendale serve a trasmettere al candidato le giuste motivazioni

- Assumere una persona vuol dire **competere con la sua attuale azienda**

- L'importanza di proporre un ***percorso*** al candidato; Il candidato è un ***cliente***

Q: How do you standout in a candidate-driven market?

With more positions available, job seekers are now looking for opportunities that offer them something special. In fact, 86% of recruiters and 62% of employers felt the 2016 labor market was candidate-driven, and that's not changing anytime soon.

We asked our contributors how they attract skilled talent:

Norbert Janzen, IBM

3. Offer something the competition can't - get creative!

"Actively approaching interesting candidates means, of course, competing with their current employer. We have to ask ourselves again and again: How attractive are we as an employer? How can we continue to work on us? We then build our offer with this idea in mind."

Julia Farshi, Europcar

4. Talk about where your company is headed at every touchpoint

"It is just as important to live the corporate culture, values and guidelines, as it is to know there the company is going in the future. You also have to present this in a targeted and authentic way in your messaging, in the interview, and onboarding."

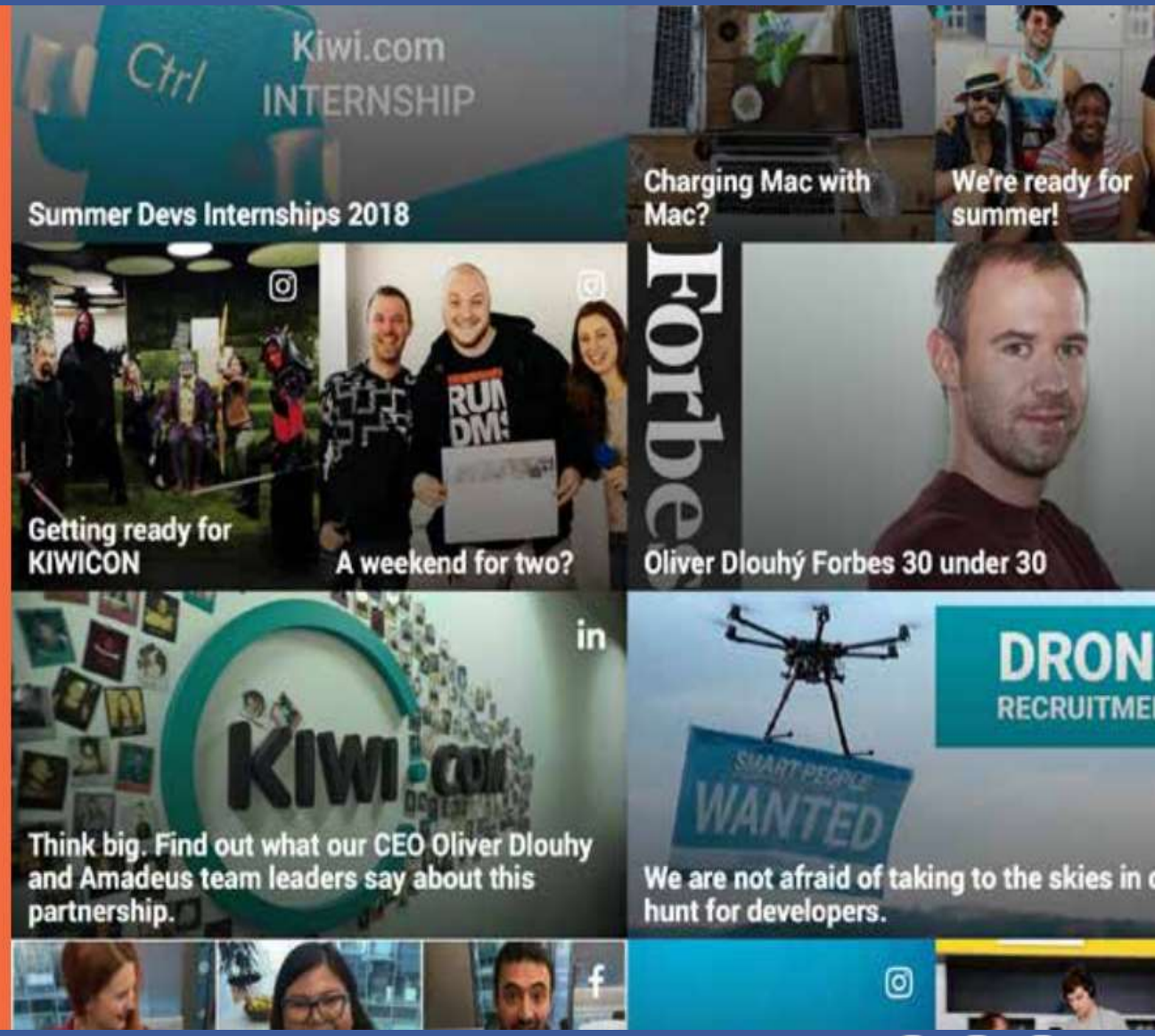
Lo Storytelling aziendale serve a trasmettere al candidato le giuste motivazioni

Authenticity *Matters*

Stock photos and jargon-filled phrases don't fool anyone—least of all today's highly selective job seekers. If your company has specific values and a unique culture, bring it all to life on the page. Use images that reflect your company's reality, including actual employees at work... or at play! Make sure these are high-quality photos, and craft text that is authentic to your brand. Check out how Kiwi.com's career site now paints a clear picture of its innovative and fun-loving culture.

46% of job seekers believe company culture is very important—and 32% would even be willing to take a sizeable pay cut for a job they're more interested in or passionate about.

— Jobvite, 2018 Job Seeker Nation Study



Il *buon annuncio*

Una storia di tutti i giorni

Esercitazione (10'): le caratteristiche del *buon annuncio*

- Un buon annuncio deve essere …
  -
  -
  -
  -

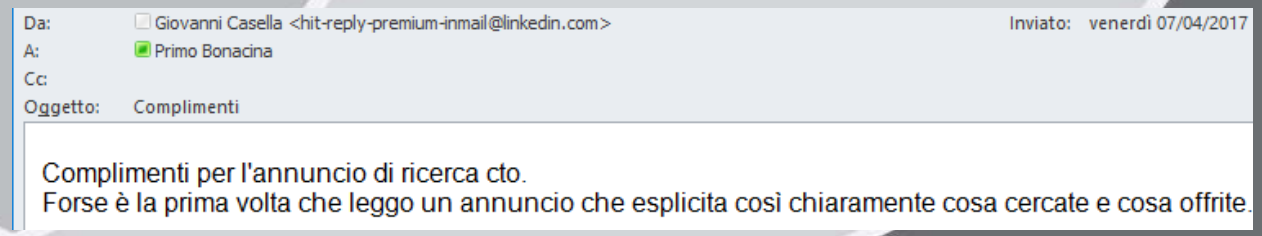
Le attività preparatorie: il *buon annuncio*

- Un buon annuncio deve essere **chiaro e congruo** con …
  - Lo **stile dell'azienda**
  - La **ricerca** in oggetto
  - Il **mercato** di riferimento

Le attività preparatorie: il *buon annuncio*

- Un annuncio dovrebbe essere …
  - In **lingua italiana** (anche per le multinazionali)
  - Invitante e preciso nel **titolo**
  - Descrittivo, dettagliato, chiaro, strutturato, accattivante nel **testo**
  - NON esagerato e velleitario nelle richieste: *«se cerchi un idraulico, non serve davvero che sappia anche fare il tappezziere»*
  - Non troppo conciso, ne' troppo lungo; *Best practice:* ***500 (400-600) parole***
- Un annuncio deve invitare le persone **interessanti** a rispondere subito, NON **interessanti** a NON (far) sprecare tempo
- Un **buon annuncio** aumenta davvero le probabilità di successo; Un buon annuncio con un **buon titolo** ancora di più!

Consistent **Coherent** Connected

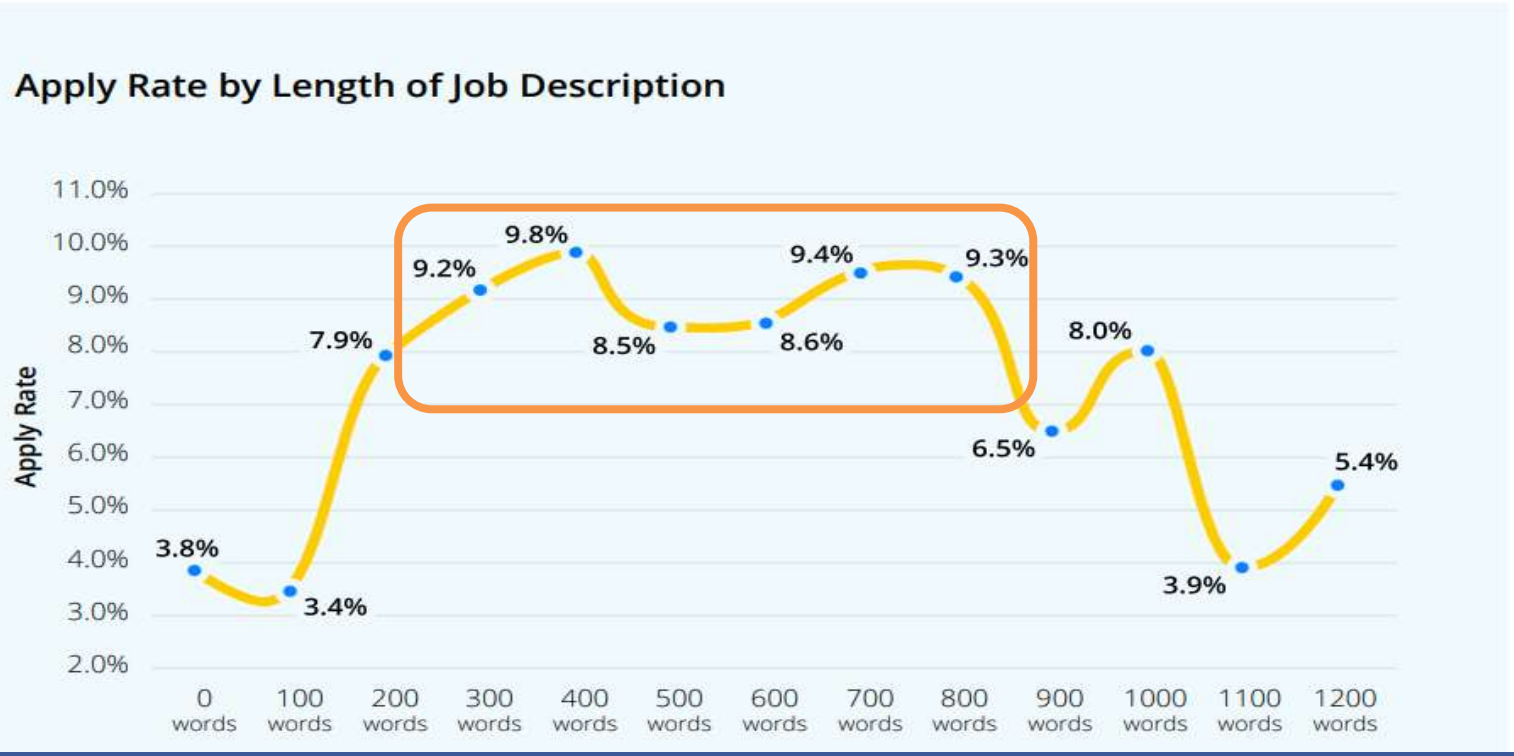

Da: Giovanni Casella <hit-reply-premium-inmail@linkedin.com> Inviato: venerdì 07/04/2017
A: Primo Bonacina
Cc:
Oggetto: Complimenti

Complimenti per l'annuncio di ricerca cto.
Forse è la prima volta che leggo un annuncio che esplicita così chiaramente cosa cercate e cosa offrite.

La best practice di 500 parole ha un fondamento statistico

Job descriptions with 300-800 words performed best, with an 8-9% apply rate.

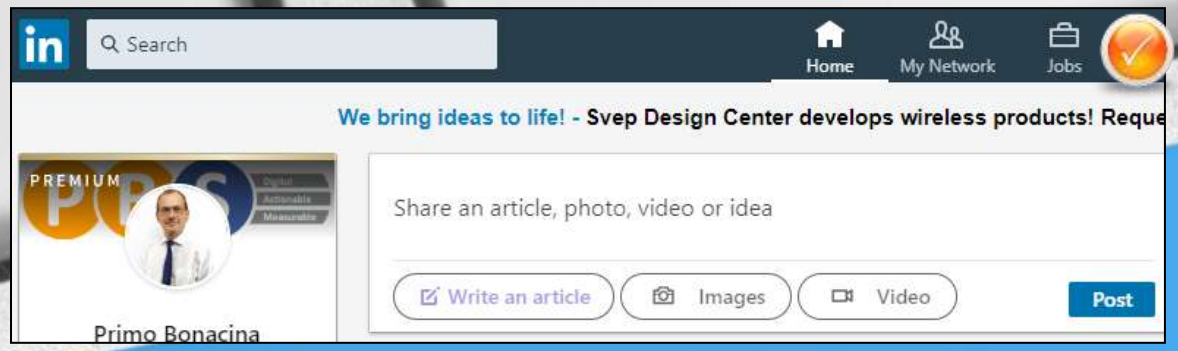
We observed a slight bell curve in 2017, as the highest performing job descriptions were between 300-800 words. Job descriptions less than or greater than that range saw lower apply rates.

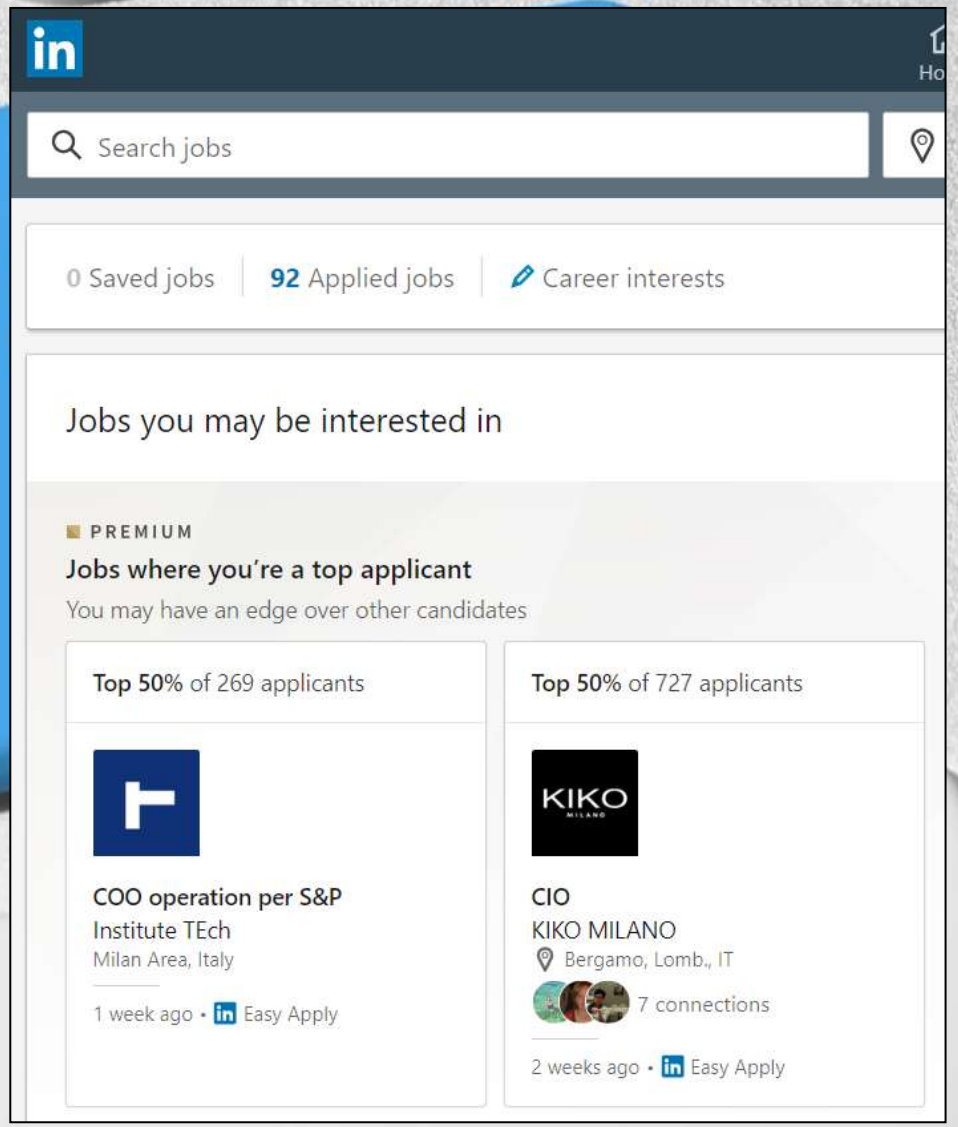


Key Tip:

Keep your job descriptions concise, while still offering enough information about the position. Emphasize exciting benefits offered and provide honest detail about what it's like to work at your company.

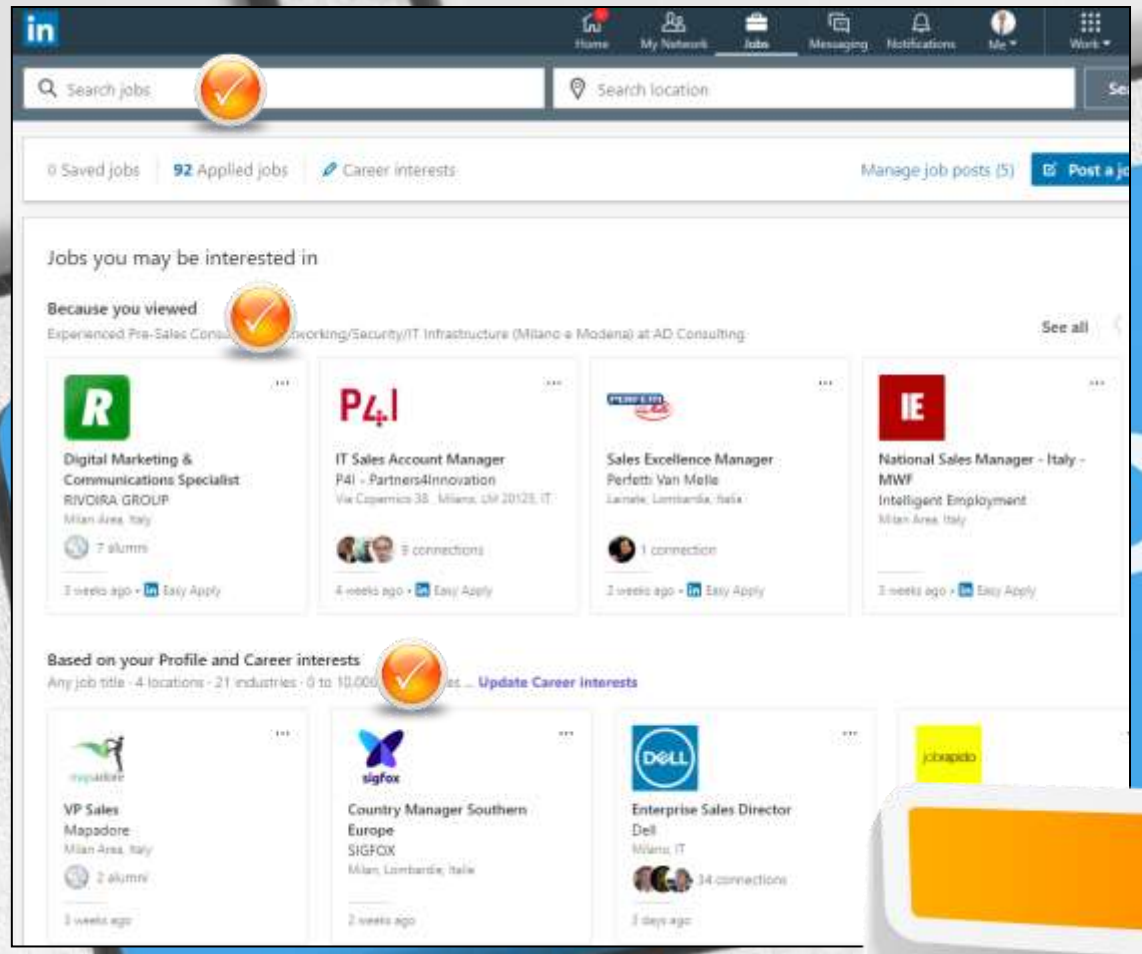
LinkedIn Jobs: come i candidati vedono le opportunità

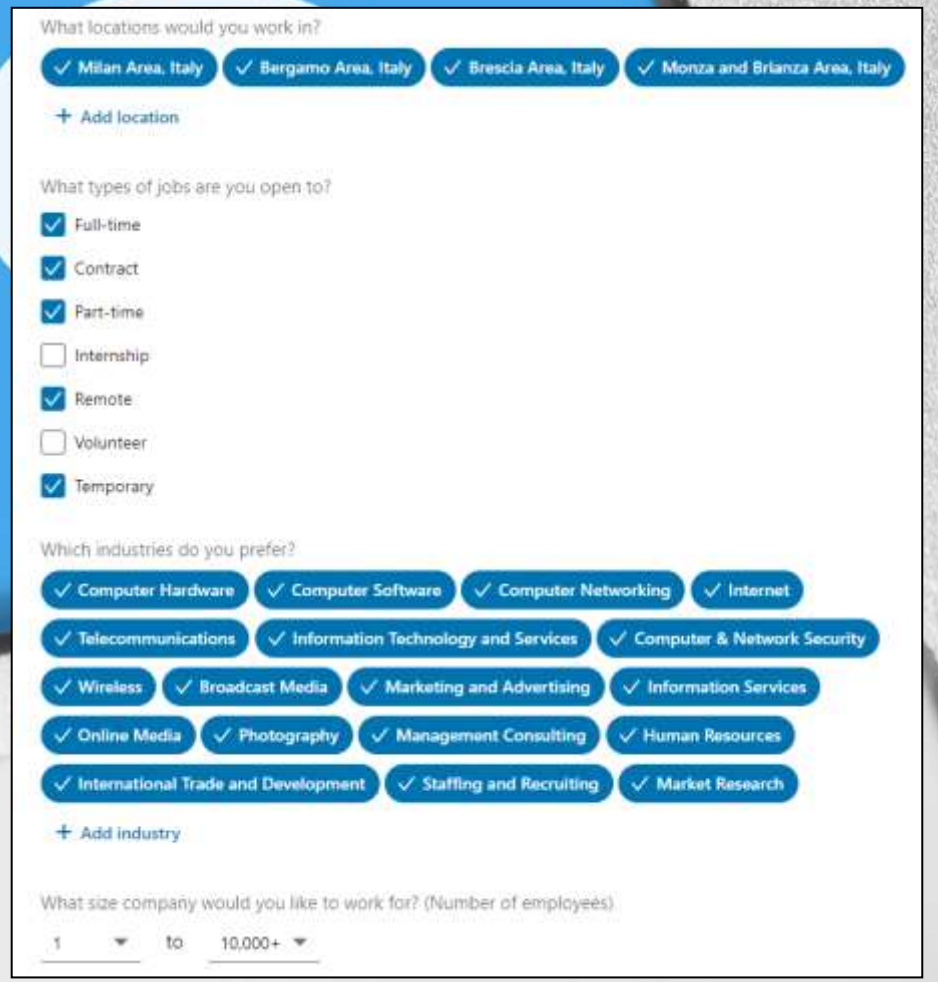




- (opzionale) Skill Match: «job fit»
- Numero candidature
- Logo azienda
- Titolo job
- Nome azienda
- Location (principale)
- Connessioni LinkedIn in azienda
- Data annuncio

LinkedIn Jobs: come i candidati trovano le opportunità





Il *buon annuncio*: 9 sezioni

Il *buon annuncio*: 9 sezioni

1. Titolo in 3 segmenti: *ruolo, qualifica (sede)*
2. Breve e motivante descrizione azienda (storytelling)
3. Breve e motivante descrizione ruolo (storytelling)
4. Linee di riporto e dettaglio sede
5. Compiti
6. Competenze
7. Soft Skill
8. Livelli retributivi e benefit
9. Contatto e riscontro

"Top-level" Sales Executive, Enterprise Software Solutions - Milano (o Roma)

Appian Corporation è un indiscusso vendor leader (secondo il Gartner Magic Quadrant) nelle soluzioni software di Business Process Management (BPM) e Case Management e propone una piattaforma software "low-code" capace di modernizzare l'enterprise e di integrarne i dati e processi aziendali.

Per potenziare il proprio organico, **Appian Software Italy** ricerca per **assunzione a tempo indeterminato** un **"Top-level" Sales Executive** per la **vendita diretta** di soluzioni software a **clienti Finance e Large Enterprise** in **Italia** (con prevalenza su **Milano e Roma**).

La figura cercata riporterà al **Country Manager.** La sede di lavoro è **Milano (o Roma)**.

I **compiti** principali:

- Presidio di un portafoglio di clienti Finance e Large Enterprise (€100M+ di fatturato)
- Ricerca, ingaggio e sviluppo commerciale in autonomia di nuovi clienti
- Comprensione e proposizione dell'intero portafoglio di soluzioni (prodotti e servizi)
- Approccio consulenziale lungo tutta la durata dell'impegnativo ciclo di vendita con produzione e gestione di offerte, in affiancamento al team tecnico
- Interazione con le altre funzioni aziendali in logica di team working

Le **competenze** più importanti:

- Profonda conoscenza, forte relazione e presidio di un proprio portafoglio clienti Finance e Large Enterprise
- Pluriennale esperienza nella vendita di soluzioni software enterprise, spesso in situazioni complesse: introduzione di nuove piattaforme e processi, lunghi cicli di vendita, coinvolgimento di diversi interlocutori a più livelli
- Approccio consulenziale alla vendita
- Capacità d'ingaggio e dialogo con CIO e CxO
- Esperienza nella partecipazione a grandi tender
- Competenze su una o più delle seguenti tecnologie (e conoscenza dei relativi player): BPM, Case Management, CRM, SOA, ERP e business application, soluzioni software enterprise in modalità SaaS/PaaS

Le **caratteristiche** vincenti:

- Questo è un ruolo "100% commerciale" ai massimi livelli che richiede vera passione per la vendita diretta, dedicando la quasi totalità del tempo ad attività fuori sede e continui contatti per lo sviluppo di nuove opportunità con clienti e prospect
- Capacità di eccellere in ambienti dinamici e mercati in evoluzione
- Approccio vincente e orientato al risultato, capacità di lavorare in modo "smart" e per obiettivi, perseveranza, energia, autonomia
- Volontà di accrescere continuamente competenze e capacità
- Ottimi presentation skill
- Ottimo livello nella lingua inglese **(il processo di selezione avverrà in lingua inglese)**

Il pacchetto (**fisso + variabile + benefit**) è ai massimi livelli di mercato e può **attrarre autentici fuoriclasse.**

La ricerca e selezione è condotta direttamente dall'azienda con il supporto di PBS per il social marketing e la comunicazione.

Si prega di rispondere via **LinkedIn,** allegando il **CV in lingua inglese** in formato **PDF**. Le candidature più interessanti saranno contattate **entro 48 ore.**

Motivare i candidati indicando livelli retributivi e benefit

8. Livelli retributivi e benefit

Mentioning benefits in job ads radically motivated candidates to apply.

There was a direct correlation between apply rate and the number of benefits listed in a job description. Benefit types assessed for this study included medical insurance, employee discounts, travel perks, and office benefits.

Apply Rate by Number of Benefits Mentioned in a Job Ad

Study Details: This analysis was driven from 552,743 sponsored jobs with unique job titles from Appcast's database.

Key Tip:

In today's ultra-competitive job market, it is important to emphasize what benefits you offer; it helps motivate candidates to apply.

Il *buon annuncio*: un NON esempio, #1

Mansione:

La figura si occuperà dello progettazione, della creazione e dello sviluppo di un sito aziendale e della relativa applicazione, in tutte le sue fasi, riguardanti sia la programmazione che l'interfaccia grafica.

Profilo:

Formazione: laurea in ingegneria informatica o titolo equiparato;

Conoscenze Linguistiche: ottimo inglese sia scritto che parlato.

Competenze tecnologiche:

C++, C#, Perl/Mason, Active Android, Adobe Flash, Akka, Amazon (CloudSearch, EC2, RDS, S3), Android Wear SDK, Apache (Hadoop, HBase, Subversion, Thrift, Tomcat), AspectJ, The Official Microsoft ASP.NET Site, Bootstrap, BouncyCastle Crypto, CSC Domain Registration, DataTables, DbVisualizer, Elasticsearch, Git, GitHub, Git Tower, Invision, jQuery, JUnit, Mashape, Appboy, Gengo, Good Audience, Signal, Adjust, Concurrent, Looker, Google Analytics, Culture Amp, Jobvite, Workday, Working Not Working, AnyPerk, PayPal, Workday, Worldpay, Google Apps for Work, Superfeedr, Vidyo

Altre conoscenze specifiche gradite: conoscenza degli standard di qualità emanate dal W3C, del funzionamento dei motori di ricerca, dei sistemi di Information Retrieval, oltre ad una conoscenza generale del settore informatico.

Seniority Level
Entry level

Industry
Consumer Goods

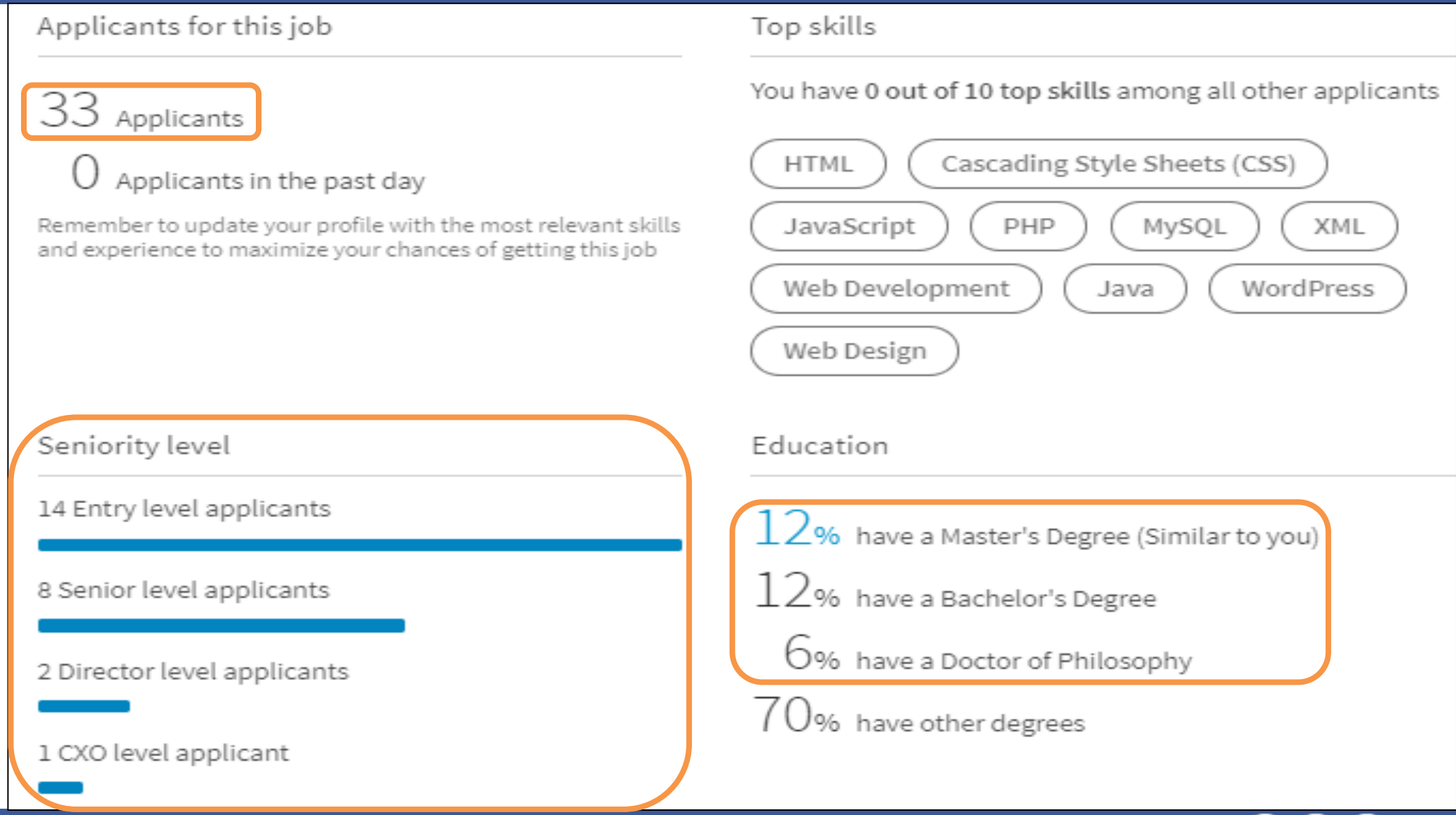
Employment Type
Full-time

Job Functions
Information Technology, Marketing

- Una «secchiata» di competenze tra loro incoerenti e messe lì senza ordine logico (e poi come le verifichi?)
  - Include Jobvite (recruitment?), PayPal (pagamenti?), Vidyo (videoconferenza?), «the Official Microsoft ASP.NET» (che competenza è?)
- Ovviamente con «ottimo inglese scritto e parlato» e «entry level seniority» (e verosimilmente anche salario)
- Non dice cosa offre, non spiega in che ambiente si inserisce: zero «storytelling»

Il *buon annuncio*: un NON esempio, #1

- Alla fine arriva poco e un po' di tutto:
  quelli che non hanno niente da perdere,
  quelli che tanto basta un click,
  i disperati …



Il *buon annuncio*: un NON esempio, #2

Sicuro | https://offerte-di-lavoro.monster.it/hr-director-milano-iom-italia-osm-network-srl/11/200279100

IMPROVIA SRL società di consulenza aziendale e selezione del personale con sede a Roma (Autorizzazione provvisoria del Ministero del Lavoro 39/0006092 del 5 maggio 2016) ricerca per azienda cliente :

FIVE GUYS burgers and fries catena di FAST FOOD con il marchio USA che dopo una grande espansione in America, ha aperto il suo primo punto vendita a MILANO CENTRO seleziona:

HR DIRECTOR

La risorsa interviene in tutti i processi che riguardano la gestione del personale:

inserimenti e dimissioni, contrattualistica, payroll, politiche retributive, e la gestione vera e propria delle risorse fornendo supporto specializzato (coaching, counseling ecc..) a tutti i colleghi al fine di raggiungere gli obiettivi strategici di business.

Offerta
Assunzione con CCNL V LIVELLO TURISMO E PUBBLICI ESERCIZI con un sistema premiante di sicuro interesse a raggiungimento degli obiettivi.

Requisiti
Laurea in discipline economiche e/o giuridiche, preferibilmente con master di specializzazione in risorse umane, domicilio a Milano o zone limitrofe, ottima conoscenza della lingua inglese ed esperienza di almeno 5 anni nella mansione maturata preferibilmente nel settore turismo/ catene di retail / catene di ristorazione/fast food

Mario Sassi
Direttore Generale CFMT- Centro di Formazione Management del Terziario

Capisco il disorientamento per un titolo senz'altro esagerato (HR director) evidenziato forse per compensare la modestia del livello proposto e la relativa RAL. Ma per un solo punto vendita aperto a Milano quel livello basta e avanza. Trovo invece ridicole le competenze richieste perché impossibili da trovare in una persona a cui si propone quel livello di inquadramento. Se invece la domanda da te posta sottintende la necessità di riflettere sul declino del ruolo HR in molte organizzazioni condivido assolutamente la tua preoccupazione.

Like Reply | 3 Likes · 8 Replies

Load previous replies

Ilenia Cozzi
HR Recruiter - Head Hunter - HR Talent Acquisition for Fashion an...

Mario Sassi, mi perdoni, so perfettamente a quale annuncio si riferisce l'autore del post, conosco la società che se ne sta occupando e so anche per quale azienda del settore food stanno cercando e, mi creda, vogliono un HR Director così come è scritto nell'annuncio.

Like Reply

Mario Sassi
Direttore Generale CFMT- Centro di Formazione Management del...

Ilenia Cozzi mi sembra che siamo d'accordo che non è possibile un DHR in 5 livello. Non discuto la tua buona fede. Però l'annuncio non è serio. Mi piacerebbe conoscere quel recruiter che lo ha scritto perché non è in grado né di interloquire seriamente con l'azienda committente né, credo, di guardare in faccia il candidato a cui dovrà fare quell'offerta ridicola. :-)

Inquadramento	Retribuzione
Quadri	1.940,72
Primo livello	1.742,94
Secondo livello	1.593,04
Terzo livello	1.502,43
Quarto livello	1.417,69
Quinto livello	1.329,56

€18k

Il *buon annuncio*: un NON esempio, #3

ANNUNCIO

Lo Stagista avrà il compito di:

- Supportare le attività di definizione strategica del cliente, partendo dall'analisi di scenario su Brand, Mercato e Target di riferimento
- Intuire e anticipare i nuovi trend
- Creare piani editoriali settimanali per campagne digital integrate
- Gestire con professionalità, velocità, creatività ed efficacia le attività tattiche

REQUISITI

- Neolaureato in Marketing e comunicazione o titolo equipollente
- Ottime capacità di copywriting, soprattutto di scrittura creativa
- Ottima conoscenza delle dinamiche proprie delle communities online
- Conoscenza dei principali strumenti di analisi, pubblicazione e ascolto sui social media
- Aggiornamento costante sulle novità del settore on-line
- Buone capacità relazionali, predisposizione al lavoro in team e puntualità
- Tra i 22 e i 29 anni
- Conoscenza base dei programmi di grafica

SEDE DI LAVORO – Roma

CONTRATTO DI LAVORO – Stage con Garanzia Giovani

IMPEGNO – 7 ore al giorno

Puoi inviare la tua candidatura mandando una mail a marketing@kirweb.it allegando il tuo *Curriculum Vitae* (NON in formato europeo) e scrivendo nell'oggetto della mail: **STAGE SOCIAL MEDIA MANAGER SOTTOPAGATO**

Il buon annuncio: un NON esempio, #4

L'azienda nostra cliente, leader internazionale

nel settore energetico e movimentazione di materiali,

ci ha incaricato di ricercare e selezionare un

HR MANAGER

personali) collegandosi al sito [redacted] e candidandosi nella pagina delle **Job Opportunities** all'annuncio con **Rif. 1002**. I Curriculum eventualmente inviati tramite altre modalità non saranno valutati ai fini della selezione. M.P.A. entrerà in contatto entro 35 gg.

Esercitazione (20'): scriviamo un «buon annuncio»

1. Titolo in 3 segmenti*: ruolo, qualifica (sede)*
2. Breve e motivante descrizione azienda (storytelling)
3. Breve e motivante descrizione ruolo (storytelling)
4. Linee di riporto e dettaglio sede
5. Compiti
6. Competenze
7. Soft Skill
8. Livelli retributivi e benefit
9. Contatto e riscontro

A «mobile first world»

MAKE IT MOBILE

Meet your candidates on-the-go.

Today's job seekers are more mobile than ever, with 78% of millennials, 73% of Gen Xers, and 57% of baby boomers across the globe actively searching for jobs from their mobile devices.[3]

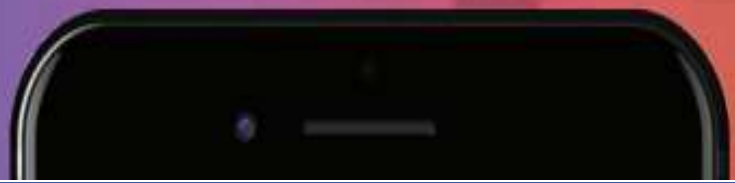
The candidate job search is on-the-go—so it's vital you go with them. Among those who currently use an ATS, 100% agreed that their company needs to do a better job of integrating mobile recruitment technology.[4]

Did you know?

Over **83%** ***of millennials report opening a text within 90 seconds of receiving it?***[5]

TextRecruit, an iCIMS company, is the leading text message live chat and artificial intelligence platform.

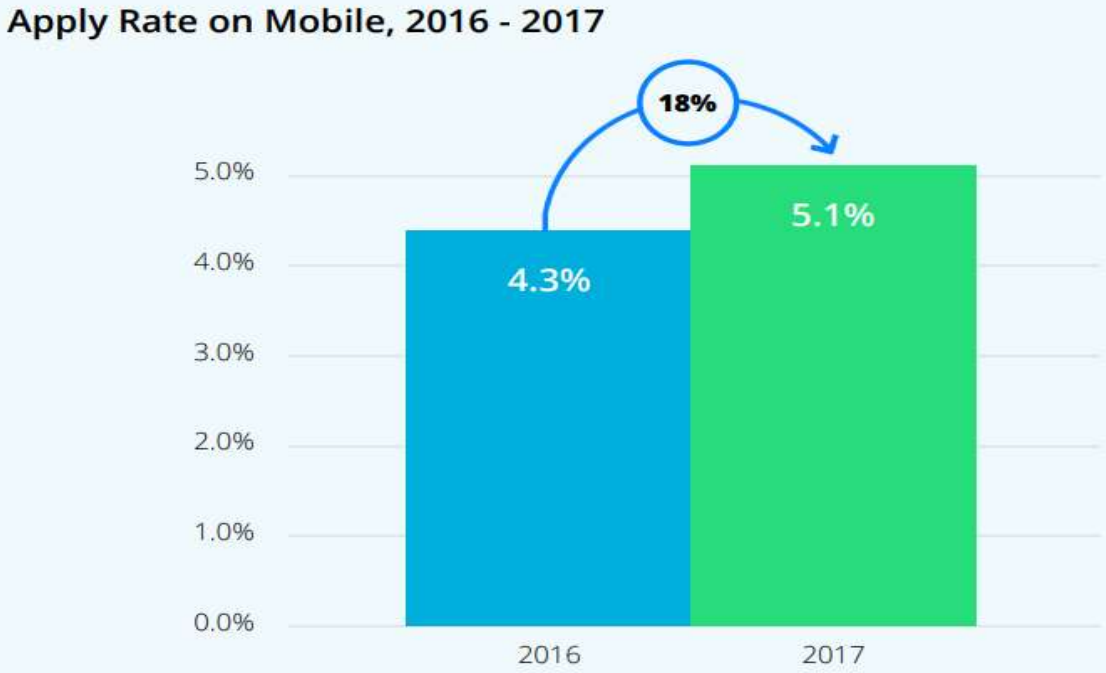
This powerful integration will allow job seekers to apply for jobs and engage with company recruiters directly over text message and live chat for an even better candidate experience.

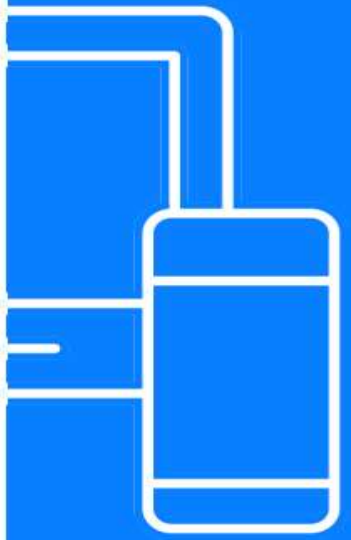


Le aziende sono pronte per il Mobile Recruiting?

Mobile apply rate increased 18% as candidates applied more on mobile.

The mobile apply rate increased from 4.3% in 2016 to 5.1% in 2017. As the percent of applications being completed on mobile is increasing, candidates are more willing and able to apply for jobs from their phones or tablets.





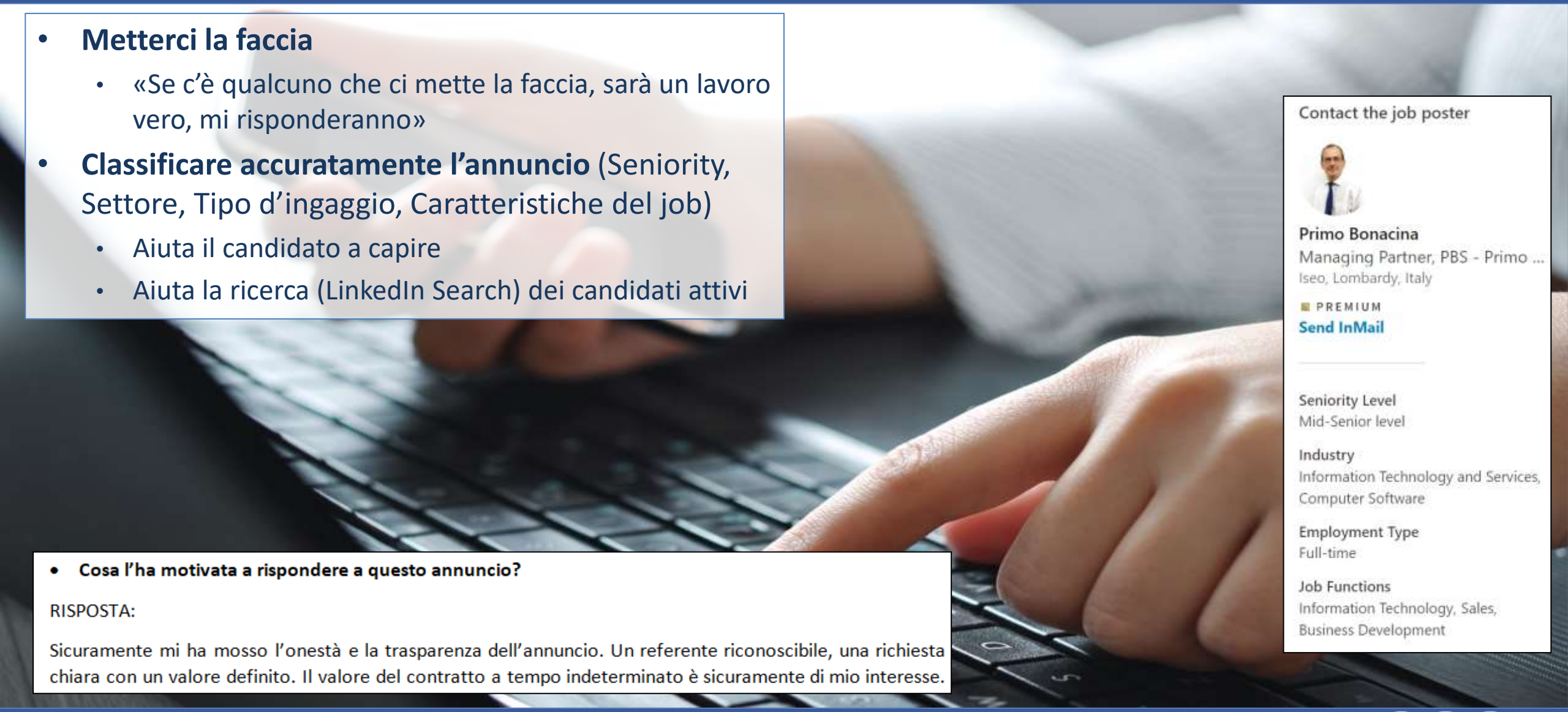
Key Tip:

Improve your mobile apply rate to convert more candidates by i) reducing the number of questions in your mobile application, ii) enabling candidates to upload a resume from their phone, and iii) ensuring the average apply time is 5 minutes or less.

PBS – Primo Bonacina Services: the **Digital, Actionable, Measurable** consultancy firm
www.primobonacina.com

Come migliorare il *click-rate*

- **Metterci la faccia**
  - «Se c'è qualcuno che ci mette la faccia, sarà un lavoro vero, mi risponderanno»
- **Classificare accuratamente l'annuncio** (Seniority, Settore, Tipo d'ingaggio, Caratteristiche del job)
  - Aiuta il candidato a capire
  - Aiuta la ricerca (LinkedIn Search) dei candidati attivi



Contact the job poster

Primo Bonacina
Managing Partner, PBS - Primo ...
Iseo, Lombardy, Italy

PREMIUM
Send InMail

Seniority Level
Mid-Senior level

Industry
Information Technology and Services, Computer Software

Employment Type
Full-time

Job Functions
Information Technology, Sales, Business Development

- **Cosa l'ha motivata a rispondere a questo annuncio?**

RISPOSTA:

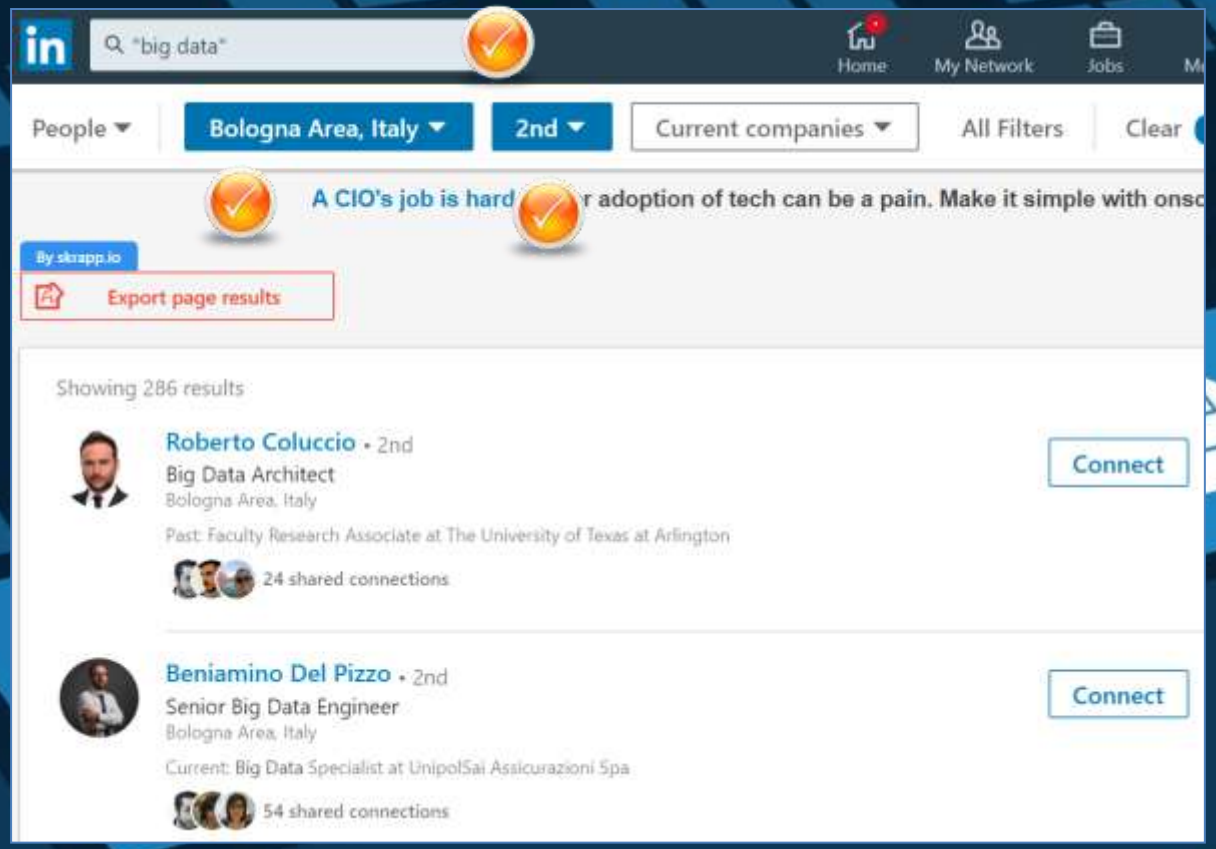
Sicuramente mi ha mosso l'onestà e la trasparenza dell'annuncio. Un referente riconoscibile, una richiesta chiara con un valore definito. Il valore del contratto a tempo indeterminato è sicuramente di mio interesse.

La costruzione del database di lancio

Stimolare i «candidati passivi»: dal 25% all’85% dell’audience

La costruzione a hoc, ricerca per ricerca, di database di profili potenzialmente interessati/interessanti

Esempio: ***Esperti di «Big Data» a Bologna***



L’accurata costruzione del database di profili papabili tramite keyword rilevanti e stringenti

1. Restringere la ricerca ai **contatti di 2° livello** (da invitare al proprio network) e **all’area geografica** di interesse
2. Scegliere con cura **10-15 combinazioni di keyword** per ricerca
   - ✓ Ogni (combinazione di) keyword dovrebbe portare fino a **200 nomi aggiuntivi**
3. Inviare richiesta di contatto ai nominativi più interessanti
4. Attendere alcuni giorni per permettere loro di accettare la richiesta di connessione
5. **Acquisire la mail dei contatti di 1° livello più interessanti**

Nelle keyword inseriamo anche i nomi dei concorrenti diretti

Il tuo database è aggiornato?

https://www.youtube.com/watch?v=Cye66mHY_ks

Selezioniamo il database: (area e ultima application/lancio)

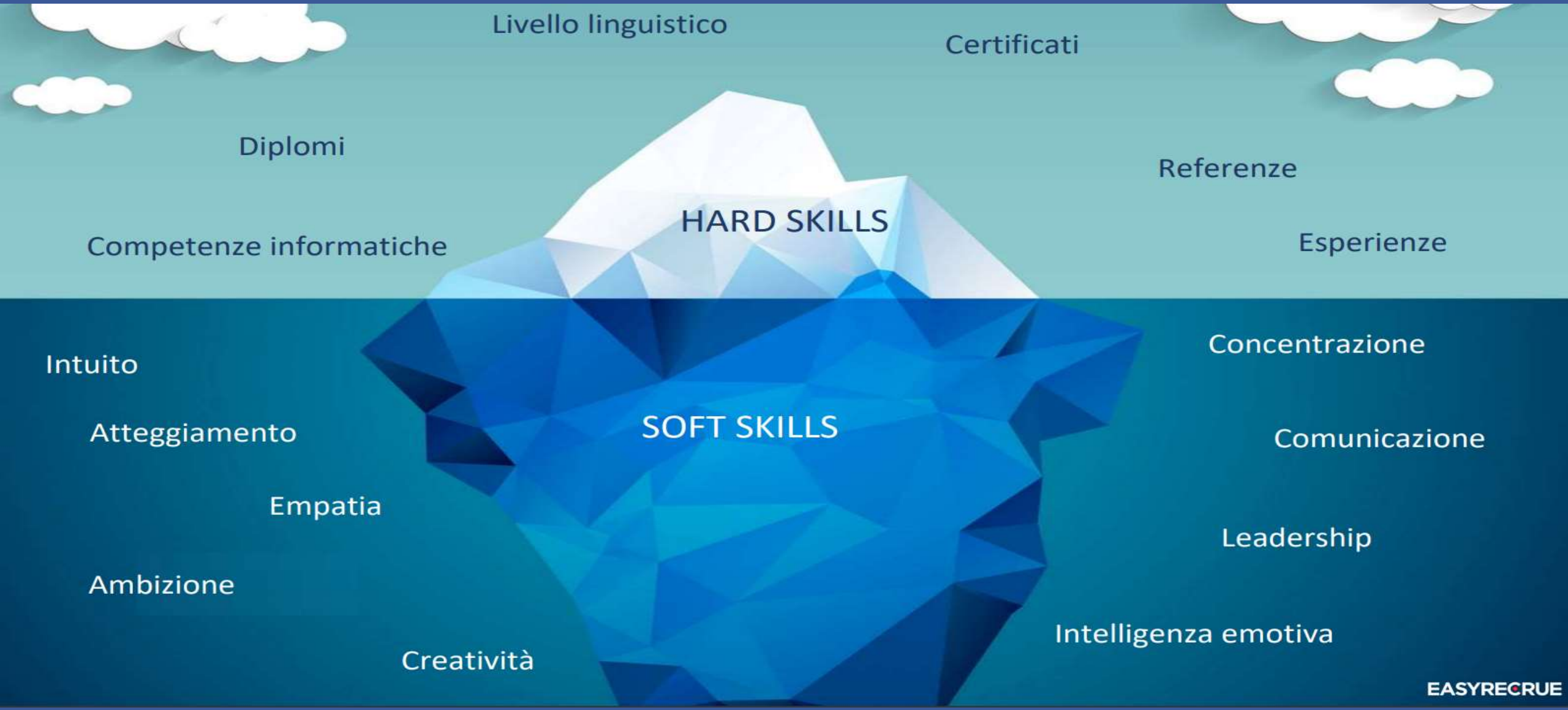
	Provincia	#
1	Milano	3357
2	Roma	792
3	Padova	756
4	Torino	445
5	Bologna	417
6	Brescia	400
7	Napoli	337
8	Vicenza	305
9	Treviso	304
10	Venezia	258
11	Verona	231
12	Bergamo	210
13	Firenze	190
14	Monza	149
15	Varese	133
16	Udine	128
17	Forlì Cesena	127
18	Genova	117
19	Reggio Emilia	115
20	Modena	102
21	Bari	97
22	Ancona	91

	Regione	#	%	Cum.
1	Lombardia	4.500	41%	41%
2	Veneto	1.902	17%	59%
3	Emilia Romagna	1.054	10%	68%
4	Lazio	837	8%	76%
5	Piemonte	584	5%	82%
6	Campania	482	4%	86%
7	Toscana	406	4%	90%
8	Friuli Venezia Giulia	219	2%	
9	Marche	175	2%	
10	Puglia	174	2%	
11	Liguria	151	1%	
12	Sicilia	150	1%	
13	Calabria	61	1%	
14	Abruzzo	54	0%	
15	Umbria	37	0%	
16	Svizzera	32	0%	
17	Trentino Alto Adige	23	0%	
18	Sardegna	22	0%	
19	Basilicata	19	0%	
20	Molise	8	0%	
21	(vuoto)			
	Totale complessivo	**10.890**		

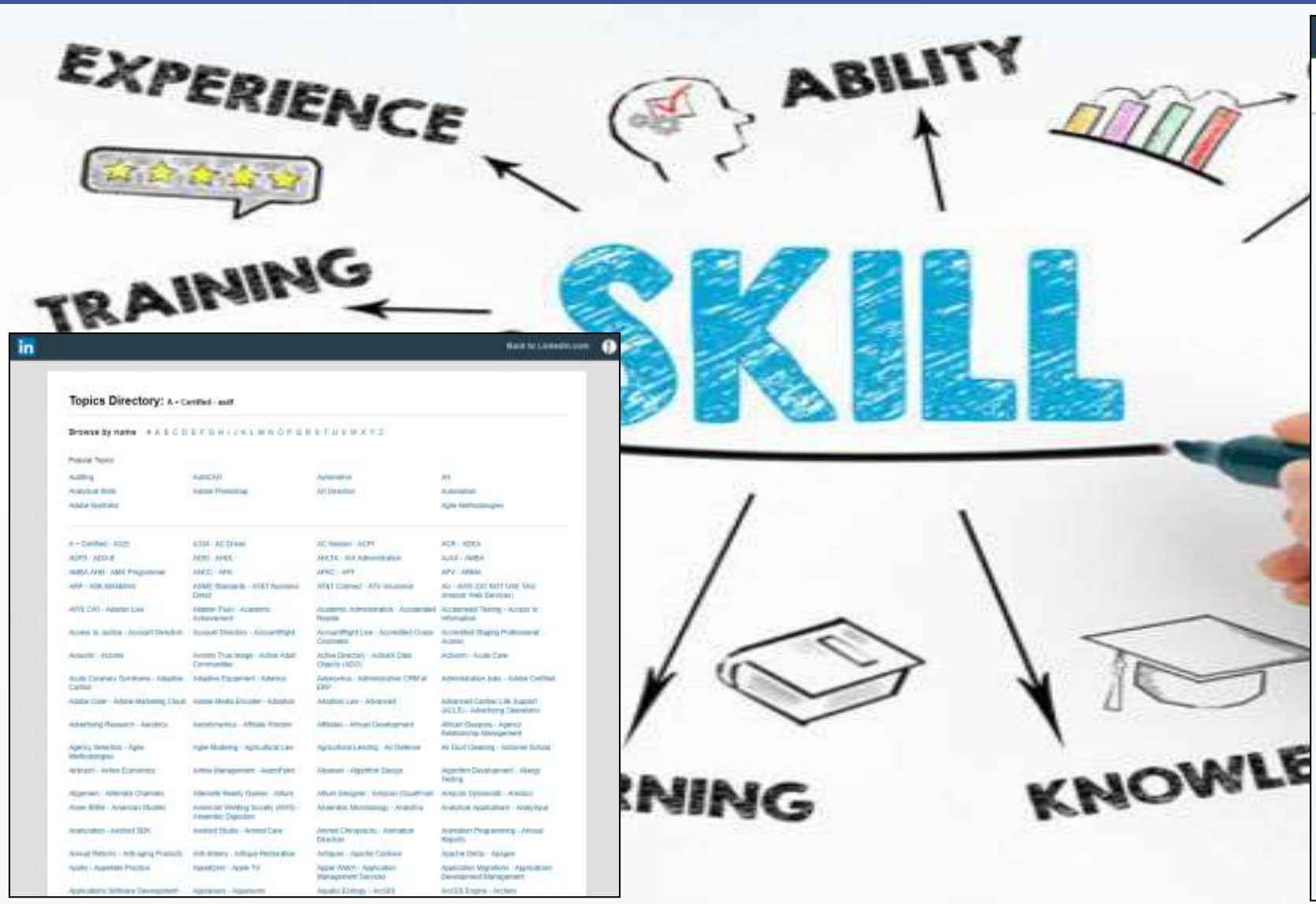
Iniziativa	#
Apply - Azimut Private (MI/FI/RM/NA)	1032
Apply - ProfumeriaWeb Digital Marketing (MI)	657
Apply - ProfumeriaWeb Purchasing (MI)	464
Apply - Exclusive Networks MD Sales (MI/TO)	448
Apply - Mauden Sales (MI/RM)	344
Lancio - DBInformation Java (MI)	336
Apply - Zycko Marketing (MB)	299
Apply - Informatica System CTO (CN)	294
Apply - Azimut Private (RE/BO/RN/AN)	291
Apply - Antares Vision Materials/Customer Service (Brescia)	291
Lancio - Matika Tech (VI)	253
Apply - Banca Generali Private (Toscana/Emilia)	236
Lancio - Banca Generali Private (Toscana/Emilia)	177
Apply - Netcom Marketing Manager (PD)	149
Apply - F-Secure Security Sales Manager (MI)	147
Lancio - Euris/YNAP .Net Developer (BO)	146
Lancio - Test SPA Tech (PD/UD)	143
Apply - Ipway CTO e 2 tecnici (VI)	139
Lancio - Idrolab PHP (FC/RN)	139
Apply - Netcom Sales (PD/RM)	139
Lancio - Netcom SAM (PD)	139
Apply - PLT Energia Fatturazione Gas/Energia (FC)	131

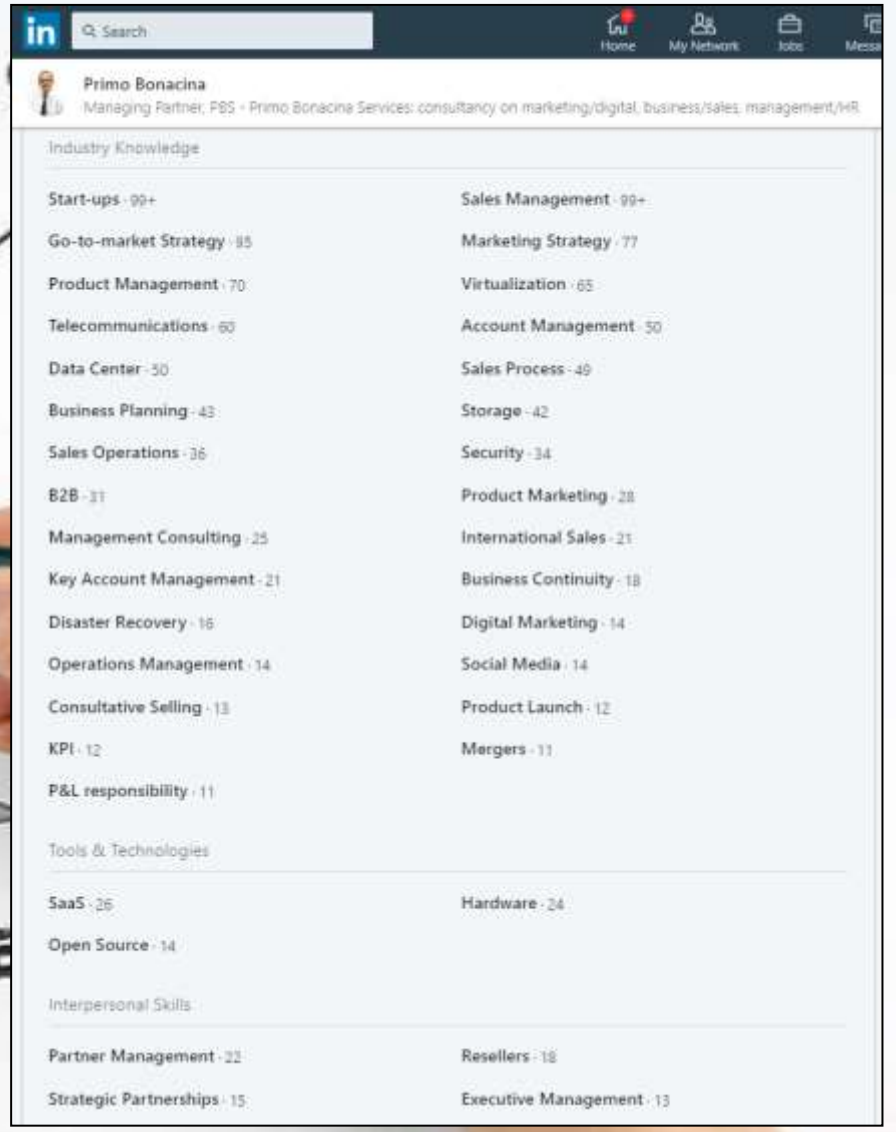
Lo *Skill Match*

Soft vs. Hard Skill



Il database degli (Hard/Soft) Skill in LinkedIn





L'annuncio deve venire classificato per titolo e skill *(best practice: 30-60 skill per ruoli mid-senior)* per favorire la selezione di candidati compatibili

Profilo del Manager della posizione

Annuncio: *Top Application Consultant (futuro Team Leader), IT Service Management Solutions*

Select the closest title to your job

- (●) Application Consultant
- ( ) Information Technology Services
- ( ) Information Technology Management
- ( ) Consultant Team Lead
- ( ) Service Management
- ( ) Information Technology Solutions
- ( ) Lead Solutions Consultant
- ( ) None of these match

Select the required skills for your job

✓ Agile Application Development | ✓ AJAX | ✓ PRINCE2 | ✓ MySQL | ✓ ITIL
✓ Web Development | ✓ Software Lifecycle Management | ✓ COBIT | ✓ jQuery
✓ Team Leadership | ✓ IT Service Management | ✓ HTML5 | ✓ Software
✓ Enterprise Software | + Add skill

Featured Skills & Endorsements

IT Service Manag... · 51 (+)
Endorsed by Danilo Luzi, who is highly skilled at this
Endorsed by Michele Taje and 2 other mutual connections

ITIL · 46 (+)
Endorsed by Marco Mozzi (mutual connection)
Endorsed by 2 of Francesco's colleagues at Università degli Studi di Padova

Service Desk · 10 (+)
Francesco Grante and 9 connections have given endorsements for this skill

Francesco is also good at...

Software Asset M... · 3 (+)	Team Management · 3 (+)	Pre-sales · 4 (+)
Management · 16 (+)	Integration · 20 (+)	Network Adminis... · 14 (+)
System Administr... · 15 (+)	Windows Server · 13 (+)	IT Management · 16 (+)
Network Security · 11 (+)	Technical Support · 4 (+)	Windows · 7 (+)
Disaster Recovery · 2 (+)	Microsoft SQL Ser... · 5 (+)	Active Directory · 5 (+)
Requirements An... · 2 (+)	Data Center · 5 (+)	Servers · 4 (+)
DNS · 2 (+)	Operating Systems · 2 (+)	Firewalls · 2 (+)
Microsoft Certifie... · 7 (+)	Red Hat Linux · 2 (+)	VMware ESX · 1 (+)
Business Develop... · 1 (+)	Project Managem... · 4 (+)	Gestione servizi IT · 7 (+)
Gestione IT · 4 (+)	Sicurezza delle reti · 3 (+)	Amministrazione ... · 2 (+)
Amministrazione ... · 2 (+)	Integrazione · 4 (+)	Project managem... · 4 (+)
Server Windows · 2 (+)		

Esercitazione (10'): troviamo gli skill in questo annuncio

Per potenziare il proprio team commerciale, **Proxy** ricerca per **assunzione (a tempo determinato per 12 mesi, seguita da contratto a tempo indeterminato) un Enterprise Sales Account** per **la vendita di soluzioni** di **Hi-end/Networking/Network Security/Big Data** ad aziende di taglio **Enterprise** del **Nord Italia.**

Le figure riporteranno al **Direttore Commerciale.** La sede di lavoro è **Sesto San Giovanni/MM1 Marelli (Milano).**

I **compiti** principali:

- Presidio e sviluppo di un portafoglio di clienti Enterprise (500+ posti di lavoro)
- Ricerca, ingaggio e sviluppo di nuovi clienti
- Conoscenza del portafoglio prodotti/servizi dell'azienda con conseguimento delle certificazioni commerciali dei principali vendor
- Proposizione dell'intero portafoglio di soluzioni, cross-selling, up-selling
- Approccio consulenziale lungo il ciclo di vendita con produzione e gestione di offerte, in affiancamento al team tecnico, e in partnership con i vendor
- Pianificazione visite, generazione pipeline, mappatura/qualificazione opportunità, gestione database clienti, forecasting
- Conduzione della vendita: negoziazione, ordine, fatturazione, interfacciamento con il team di delivery
- Interazione con le altre funzioni aziendali in logica di team working

Le **competenze** più importanti:

- Approccio consulenziale ed esperienza nella vendita di progetti e soluzioni IT enterprise, spesso in situazioni complesse: introduzione di nuove piattaforme, lunghi cicli di vendita, coinvolgimento di diversi interlocutori a più livelli
- Conoscenza, relazione e presidio di un portafoglio clienti Enterprise, con capacità d'ingaggio e dialogo con le figure chiave del cliente
- Competenze su alcune delle seguenti tecnologie: Hi-end IP Infrastructure (Switching, Routing, Wi-Fi, Video Surveillance, Video caching, Network Management, Network Security), Unified Communications (VoIP, IVR, Contact Center), Network Traffic Control (DPI, Business Intelligence, Policy Management, Web application deployment, Cloud computing), Big Data
- Conoscenza di alcuni noti marchi: Cisco, Red Hat, Oracle Cloud, VMware NSX, Palo Alto Networks, SentinelOne, Radware, Gigamon (o comparabili)
- Costituirà titolo preferenziale la competenza su più ambiti e la presenza di certificazioni commerciali

Gli Skill li trovate nel «buon annuncio»

Per potenziare il proprio team commerciale, **Proxy** ricerca per **assunzione (a tempo determinato per 12 mesi, seguita da contratto a tempo indeterminato) un Enterprise Sales Account** per **la vendita di soluzioni** di **Hi-end Networking/Network Security/Big Data** ad aziende di taglio **Enterprise** del **Nord Italia.**

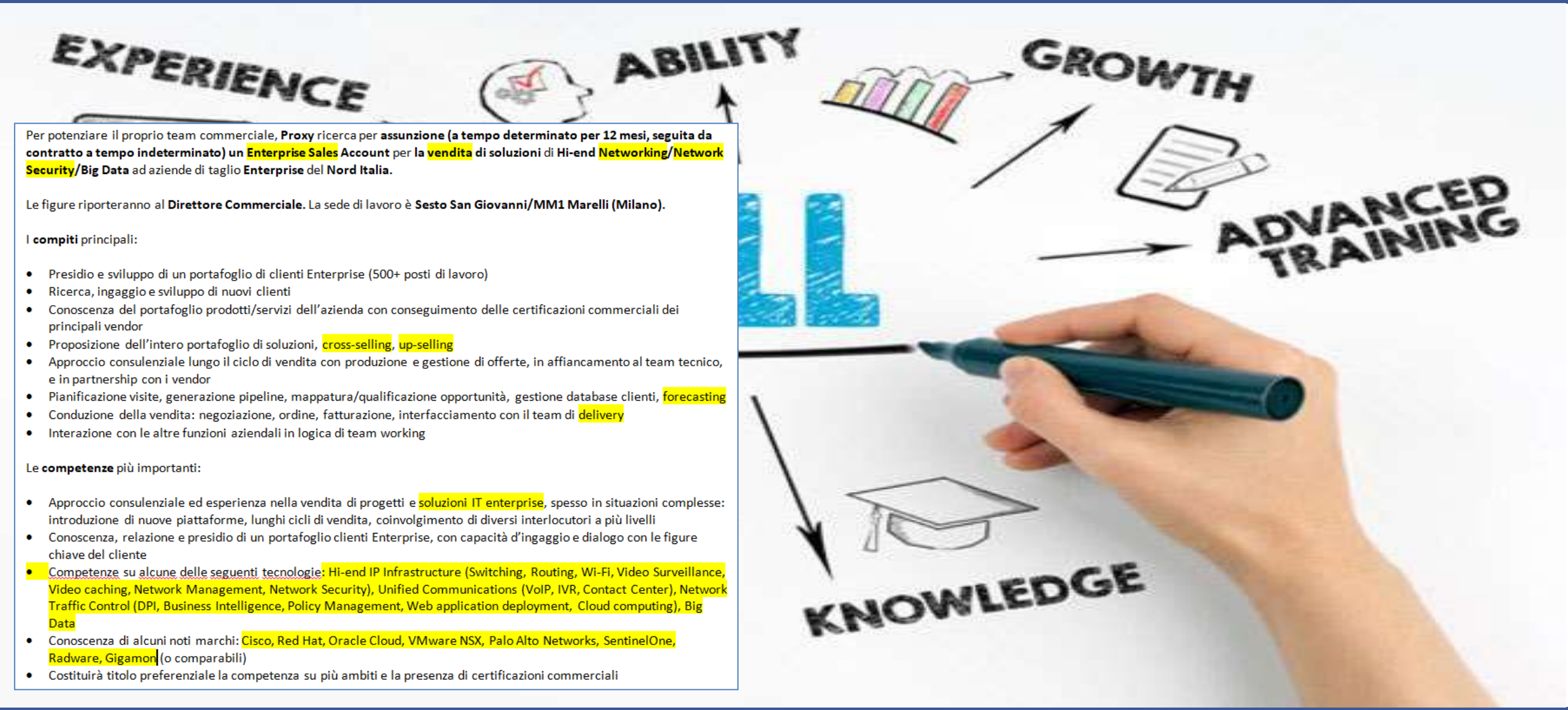
Le figure riporteranno al **Direttore Commerciale.** La sede di lavoro è **Sesto San Giovanni/MM1 Marelli (Milano).**

I **compiti** principali:

- Presidio e sviluppo di un portafoglio di clienti Enterprise (500+ posti di lavoro)
- Ricerca, ingaggio e sviluppo di nuovi clienti
- Conoscenza del portafoglio prodotti/servizi dell'azienda con conseguimento delle certificazioni commerciali dei principali vendor
- Proposizione dell'intero portafoglio di soluzioni, cross-selling, up-selling
- Approccio consulenziale lungo il ciclo di vendita con produzione e gestione di offerte, in affiancamento al team tecnico, e in partnership con i vendor
- Pianificazione visite, generazione pipeline, mappatura/qualificazione opportunità, gestione database clienti, forecasting
- Conduzione della vendita: negoziazione, ordine, fatturazione, interfacciamento con il team di delivery
- Interazione con le altre funzioni aziendali in logica di team working

Le **competenze** più importanti:

- Approccio consulenziale ed esperienza nella vendita di progetti e soluzioni IT enterprise, spesso in situazioni complesse: introduzione di nuove piattaforme, lunghi cicli di vendita, coinvolgimento di diversi interlocutori a più livelli
- Conoscenza, relazione e presidio di un portafoglio clienti Enterprise, con capacità d'ingaggio e dialogo con le figure chiave del cliente
- Competenze su alcune delle seguenti tecnologie: Hi-end IP Infrastructure (Switching, Routing, Wi-Fi, Video Surveillance, Video caching, Network Management, Network Security), Unified Communications (VoIP, IVR, Contact Center), Network Traffic Control (DPI, Business Intelligence, Policy Management, Web application deployment, Cloud computing), Big Data
- Conoscenza di alcuni noti marchi: Cisco, Red Hat, Oracle Cloud, VMware NSX, Palo Alto Networks, SentinelOne, Radware, Gigamon (o comparabili)
- Costituirà titolo preferenziale la competenza su più ambiti e la presenza di certificazioni commerciali



La classificazione dei LinkedIn Skill per l'annuncio (ordine alfabetico, vista parziale)

68 4/9/18 Able Tech .Net	69 4/9/18 Able Tech Help Desk	63 13/9/18 AD Consulting SQL DBA
.NET Framework	.NET Compact Framework	.NET Framework
Active Server Pages (ASP)	.NET Core	ASP.NET
Agile Application Development	.NET Framework	ASP.NET MVC
Agile Methodologies	Active Server Pages (ASP)	Consulting
Agile Testing	Agile Testing	Database Administration
Agile Web Development	ASP.NET	Database Applications
AngularJS	ASP.NET AJAX	Database Design
ASP.NET	ASP.NET Core	Database Development
ASP.NET AJAX	ASP.NET MVC	Database Maintenance
ASP.NET Core	ASP.NET Web API	Database Management System (DBMS)
ASP.NET MVC	C#	Database Modeling
ASP.NET Web API	C++	Database Queries
Automated Software Testing	Document Management	Database Security
Back-End Web Development	Enterprise Resource Planning (ERP)	Database Systems
C#	Enterprise Software	Database Testing
C++	ERP Software	Databases
Cascading Style Sheets (CSS)	Front-end Coding	Embedded SQL
Document Management	Front-end Design	Microsoft Azure
ElasticSearch	Front-end Development	Microsoft Certified Systems Engineer
Enterprise JavaBeans (EJB)	Front-end Engineering	Microsoft Office
Enterprise Software	Help Desk Implementation	Microsoft PowerPoint
ERP Software	HTML	Microsoft Products
Front-end Coding	HTML Scripting	Microsoft Project
Front-end Design	HTML5	Microsoft SQL Server
Front-end Development	Internet Information Services (IIS)	MySQL
Front-end Engineering	Java	MySQL Cluster
Functional Testing	Manual Testing	MySQLi
HTML	Microsoft Office	NoSQL
HTML Scripting	Microsoft Products	Open Database Connectivity (ODBC)
HTML5	Microsoft SQL Server	Oracle Database
Java	MySQL	Oracle Database Administration
Java Database Connectivity (JDBC)	MySQL Cluster	Oracle SQL Developer
Java Enterprise Edition	Office Automation Software	PL/SQL
JavaScript	Open Source Software	Powershell
JavaScript Libraries	Oracle Database	RDBMS
JavaScriptMVC	Oracle SQL Developer	Software Development

Lo *Skill Match* in azione: *prima di candidarsi*

IT Manager

CLERPREM S.p.a · Via Bianche, 10, Carrè, VN 36010, IT

Posted 7 days ago · 931 views

Save | Easy Apply

Job description

Per il nostro ufficio IT stiamo ricercando un esperto informatico con esperienza di 10 anni
nella gestione sistemi informatici.

Si richiedono:

- laurea in Ing. Elettronica, Informatica e Scienze delle Telecomunicazioni o affini;
- esperienza professionale in società di servizi ICT, o di consulenza e progettazione di sistemi e servizi informatici o in realtà produttive di medie/grandi dimensioni;
- ottima conoscenza dei sistemi informativi: networking, server e applicativi;
- ottima conoscenza su architetture e protocolli di reti (Wi-fi, LAN, WAN, TCP/IP, DNS, DHCP);
- ottima conoscenza dei dispositivi di protezione perimetrale (Firewall, ect);
- ottima conoscenza applicativi end user Microsoft e di cloud storage

How you match

Criteria provided by job poster

Skills

- Information Technology
- Networking
- Computer Hardware
- Problem Solving
- Wide Area Network (WAN)
- Internet Protocol Suite (TCP/IP)
- SIA
- Domain Name System (DNS)
- Enterprise Resource Planning (ERP)
- Dynamic Host Configuration Protocol (DHCP)

Level of education

- Master's Degree

Lo *Skill Match* in azione: *Application Form*

LinkedIn <jobs-listings@linkedin.com>
Primo Bonacina

Inviato: martedì 18/09/2018

New application: SQL Server DBA (Modena) from Giovanni Maccarrone

gio CV Maccarrone Giovanni_Agg.pdf

1. Data candidatura
2. Job a cui si è candidato
3. Nome e cognome
4. CV (allegato)
5. Foto profilo LinkedIn
6. Provincia indicata in LinkedIn
7. (se >0) Skill Match
8. *(opzionale) Seniority in relazione alla posizione ricercata*
9. *Bottone application (NON CLICCABILE)*
10. *(se impiegato)* Attuale impiego
11. Ultimi precedenti impieghi
12. (opzionale) collegamenti LinkedIn in azienda
13. (opzionale) Ultima istruzione scolastica

Giovanni [redacted] 2nd
Milan Area, Italy
14 relevant skills
4 years of relevant experience

See full application

Current experience
DB Analyst - DWH Specialist (Oracle/SQL) at Fides Consulting Srl 2017 - Present
Libero Professionista - DBA/DWH, B.I. on SQL Server Platform and other Database, Sys admin at Libero Professionista - DB Admininistrator, System administrator, External IT Consultant 2015 - Present

Past experience
Senior SQL Server DBA & DB Developer at External Consultant 2016 - 2016
Senior SQL Server DBA - SQL Server Developer e BI at F2Informatica Srl 2015 - 2015
Performance and Tuning on Microsoft SQL Server at Consultant at Trilance on behalf of Ericson/Silicondev 2014 - 2014
External Consultant at Lombardia Informatica Spa 2014 - 2014
Senior SQL Server DBA at Consultant at Eni on behalf of HP / SpA Mediatica 2013 - 2014
IT Specialist at Forcontact Europe SA 2013 - 2013
Developer DWH Teradata at Unicredit Global Information Services 2012 - 2013
SQL Server DBA at Wincor Nixdorf 2012 - 2012
Developer ASP.Net/VB.net at Reply 2011 - 2011
Software Developer/Systems Analyst at Qè s.r.l. 2011 - 2011
Help desk e data writer at Pfizer 2011 - 2011
System analyst and DBA and Software developer at Contact word - Eurocall network 2008 - 2010
+ See all

Education
ITIS G. Ferraris
, Business Course 2003 - 2003
ITIS Galielo Ferraris
, 1998 - 2003

180930 Merano ProvaglioTorb
180930 455.JPG

ATTENZIONE: Ogni candidatura dovrebbe essere vista da occhio umano (sebbene supportato da algoritmi)

Mark Stevenson (We're Hiring)

Manager - Data Science, Big Data, Data Analytics, Digital Analytics - London & New Y…

23h

"Recruitment is dead and AI will make you redundant" says someone gleefully on Linkedin daily.

Algorithms are better at judging a candidates suitability than a human could be due to the huge amount of data they are able to consider. Goes the theory.

This morning I read a very worrying statistic on the bias inherent within ATS systems:

*** "72% of all CV's submitted directly to corporate ATS systems are NEVER seen by human eyes." (Cathy O'Neil : Weapons of Math Destruction) ***

This is not cool.

La pubblicazione dell'annuncio

La pubblicazione dell'annuncio a nome dell'azienda per 30 giorni su LinkedIn Jobs

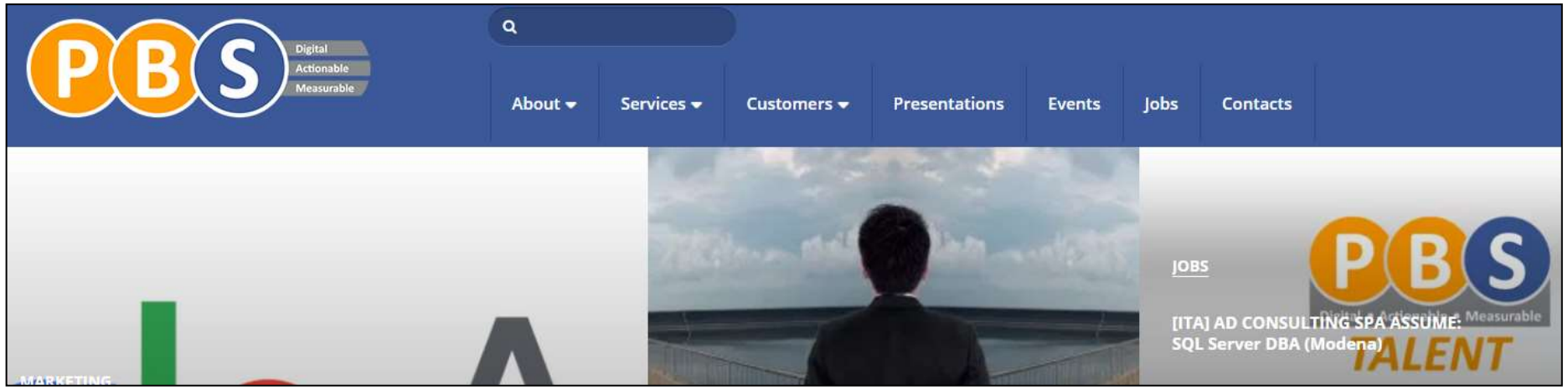
L’annuncio (*LinkedIn Job Post*) viene pubblicato nella pagina LinkedIn dell’azienda (JOBS)

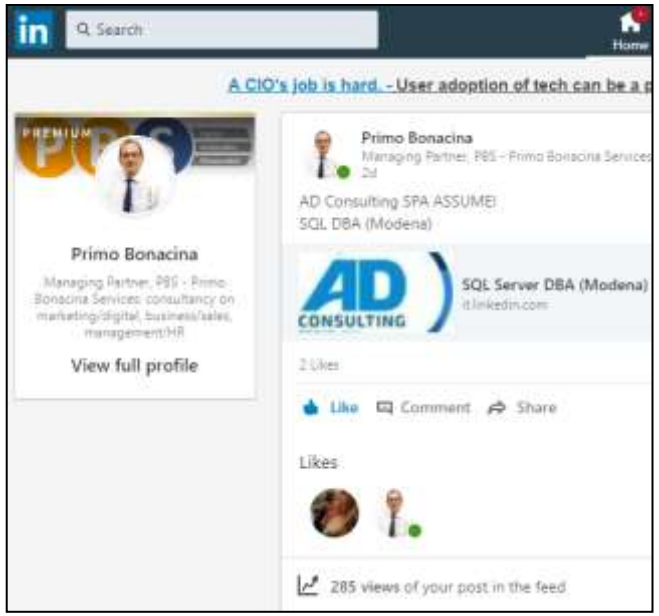
YOUR LINKEDIN COMPANY PAGE

La sinergia col marketing aziendale

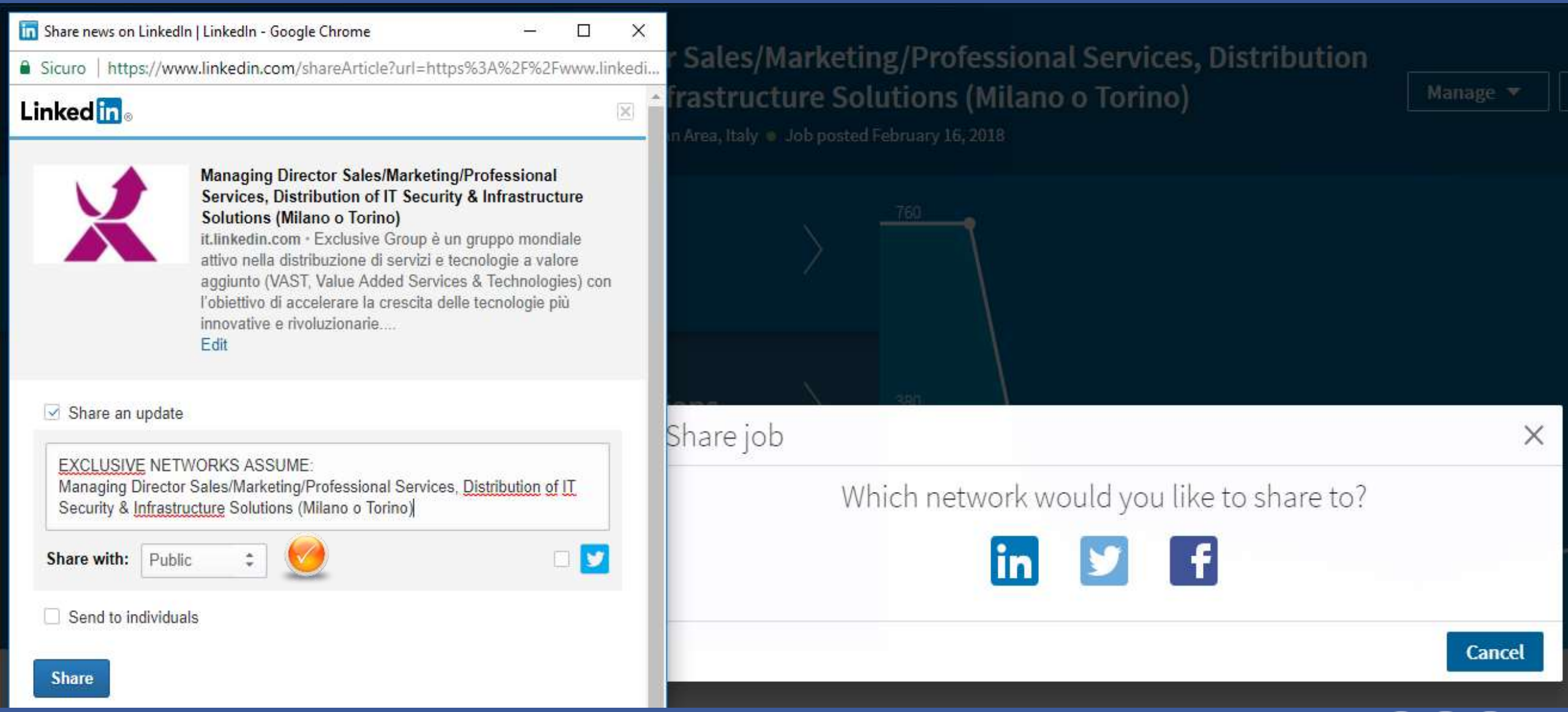
- Il testo dell'annuncio può essere validato dal marketing aziendale
- La pubblicazione sulla pagina LinkedIn aziendale (sezione Jobs) NON richiede password o autorizzazioni da amministratore LinkedIn
- Il marketing può supportare l'azione di Recruiting con rilanci dei messaggi sui social e linkando gli annunci dal sito aziendale

30 rilanci social (LinkedIn, Facebook, Twitter) + web





Condivisione con l’universo LinkedIn



Facebook è parte integrante della campagna

in-recruiting

Buongiorno,

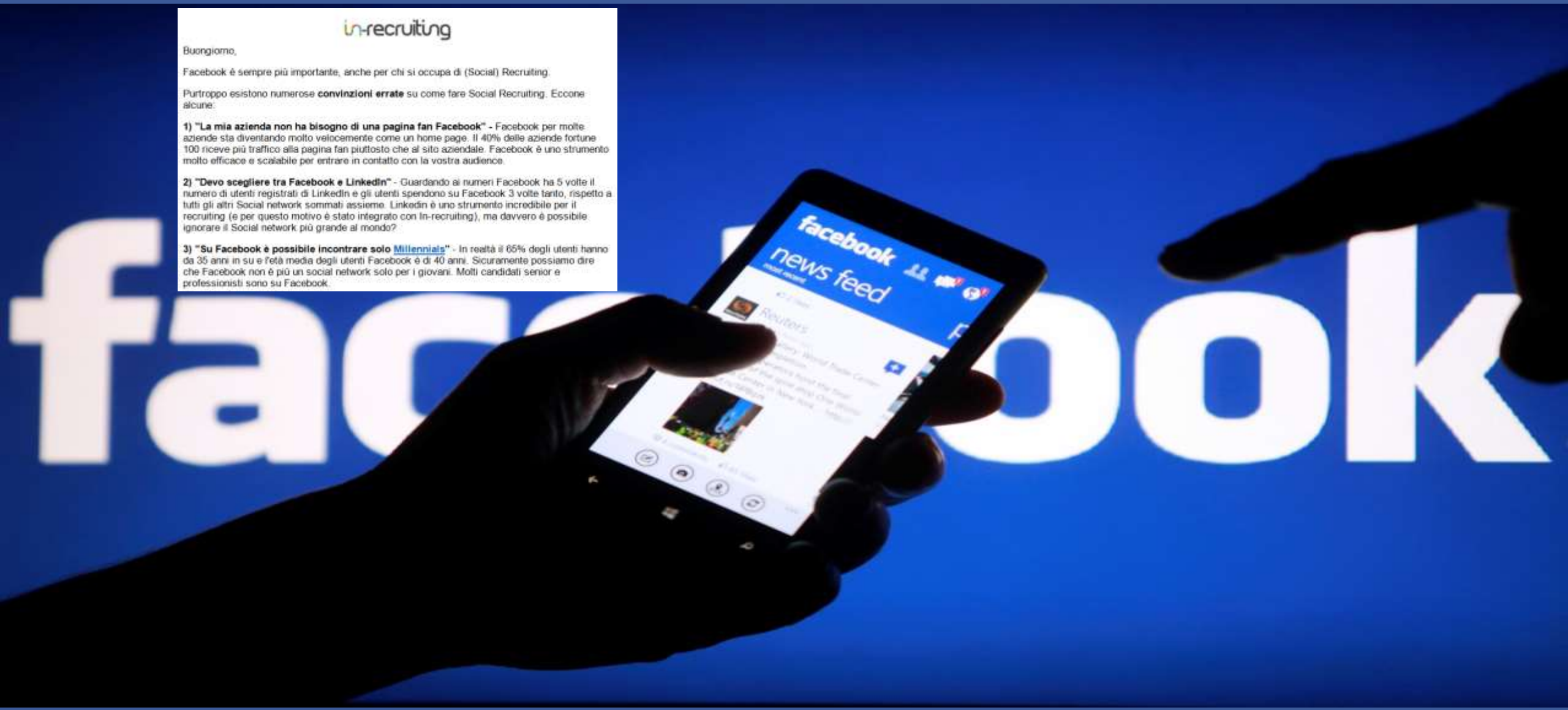
Facebook è sempre più importante, anche per chi si occupa di (Social) Recruiting.

Purtroppo esistono numerose **convinzioni errate** su come fare Social Recruiting. Eccone alcune:

1) "La mia azienda non ha bisogno di una pagina fan Facebook" - Facebook per molte aziende sta diventando molto velocemente come un home page. Il 40% delle aziende fortune 100 riceve più traffico alla pagina fan piuttosto che al sito aziendale. Facebook è uno strumento molto efficace e scalabile per entrare in contatto con la vostra audience.

2) "Devo scegliere tra Facebook e LinkedIn" - Guardando ai numeri Facebook ha 5 volte il numero di utenti registrati di LinkedIn e gli utenti spendono su Facebook 3 volte tanto, rispetto a tutti gli altri Social network sommati assieme. Linkedin è uno strumento incredibile per il recruiting (e per questo motivo è stato integrato con In-recruiting), ma davvero è possibile ignorare il Social network più grande al mondo?

3) "Su Facebook è possibile incontrare solo Millennials" - In realtà il 65% degli utenti hanno da 35 anni in su e l'età media degli utenti Facebook è di 40 anni. Sicuramente possiamo dire che Facebook non è più un social network solo per i giovani. Molti candidati senior e professionisti sono su Facebook.



Gli #hashtag giusti aiutano a dare visibilità al job (su Twitter e non solo)

78% of Fortune 500

recruiting tweets contain **hashtags**.

46% of those tweets have **branded terms** related to job opportunities.[5]

Using hashtags appropriately can extend reach beyond your followers while encouraging relevant conversations to begin.

E-mail ai *Candidati Passivi*

Da: Primo Bonacina <primo.bonacina@primobonacina.com>
A: Primo Bonacina
Cc:
Oggetto: AD CONSULTING ASSUME: Experienced Pre-Sales Consultants, Networking/Security/IT Infrastructure (Milano e Modena)

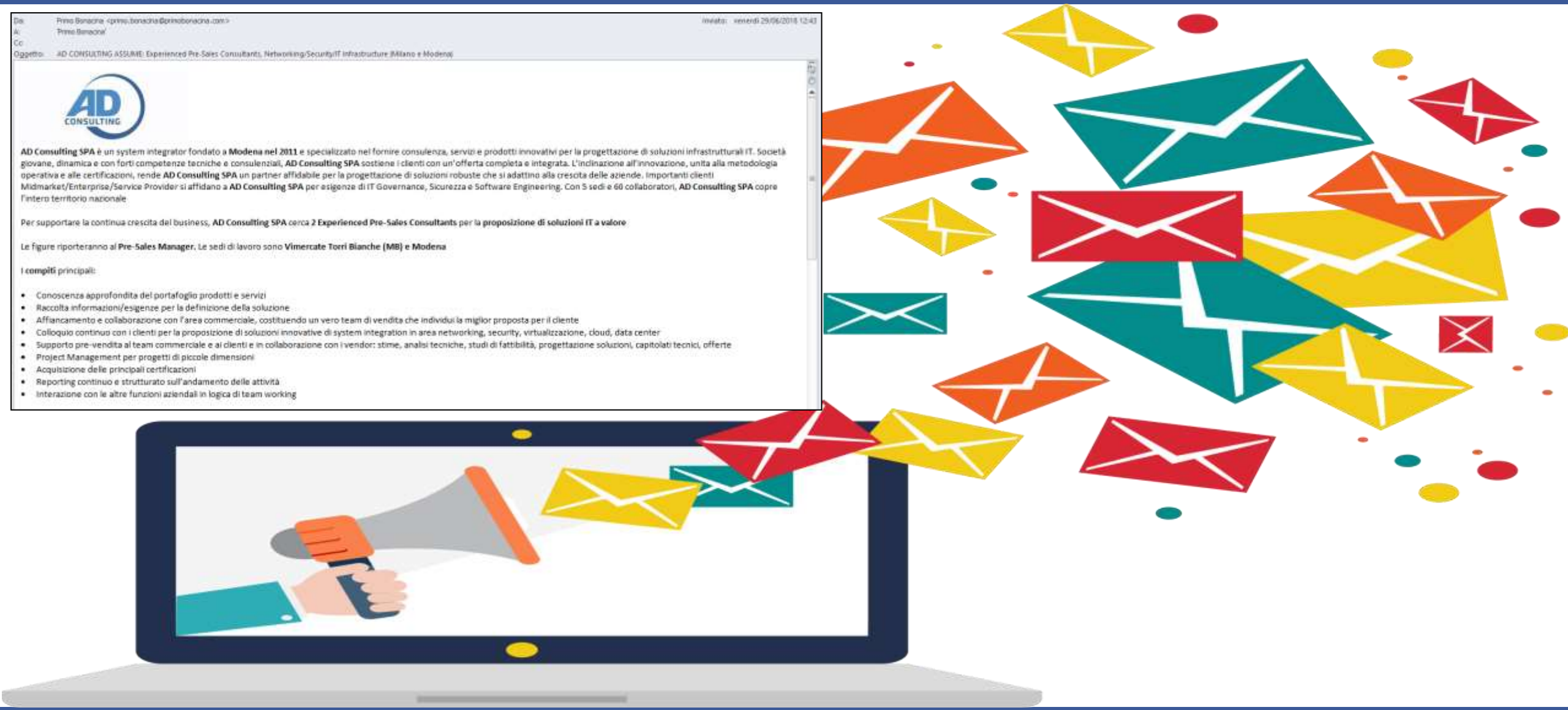
AD Consulting SPA è un system integrator fondato a **Modena nel 2011** e specializzato nel fornire consulenza, servizi e prodotti innovativi per la progettazione di soluzioni infrastrutturali IT. Società giovane, dinamica e con forti competenze tecniche e consulenziali, **AD Consulting SPA** sostiene i clienti con un'offerta completa e integrata. L'inclinazione all'innovazione, unita alla metodologia operativa e alle certificazioni, rende **AD Consulting SPA** un partner affidabile per la progettazione di soluzioni robuste che si adattino alla crescita delle aziende. Importanti clienti Midmarket/Enterprise/Service Provider si affidano a **AD Consulting SPA** per esigenze di IT Governance, Sicurezza e Software Engineering. Con 5 sedi e 60 collaboratori, **AD Consulting SPA** copre l'intero territorio nazionale

Per supportare la continua crescita del business, **AD Consulting SPA** cerca **2 Experienced Pre-Sales Consultants** per la **proposizione di soluzioni IT a valore**

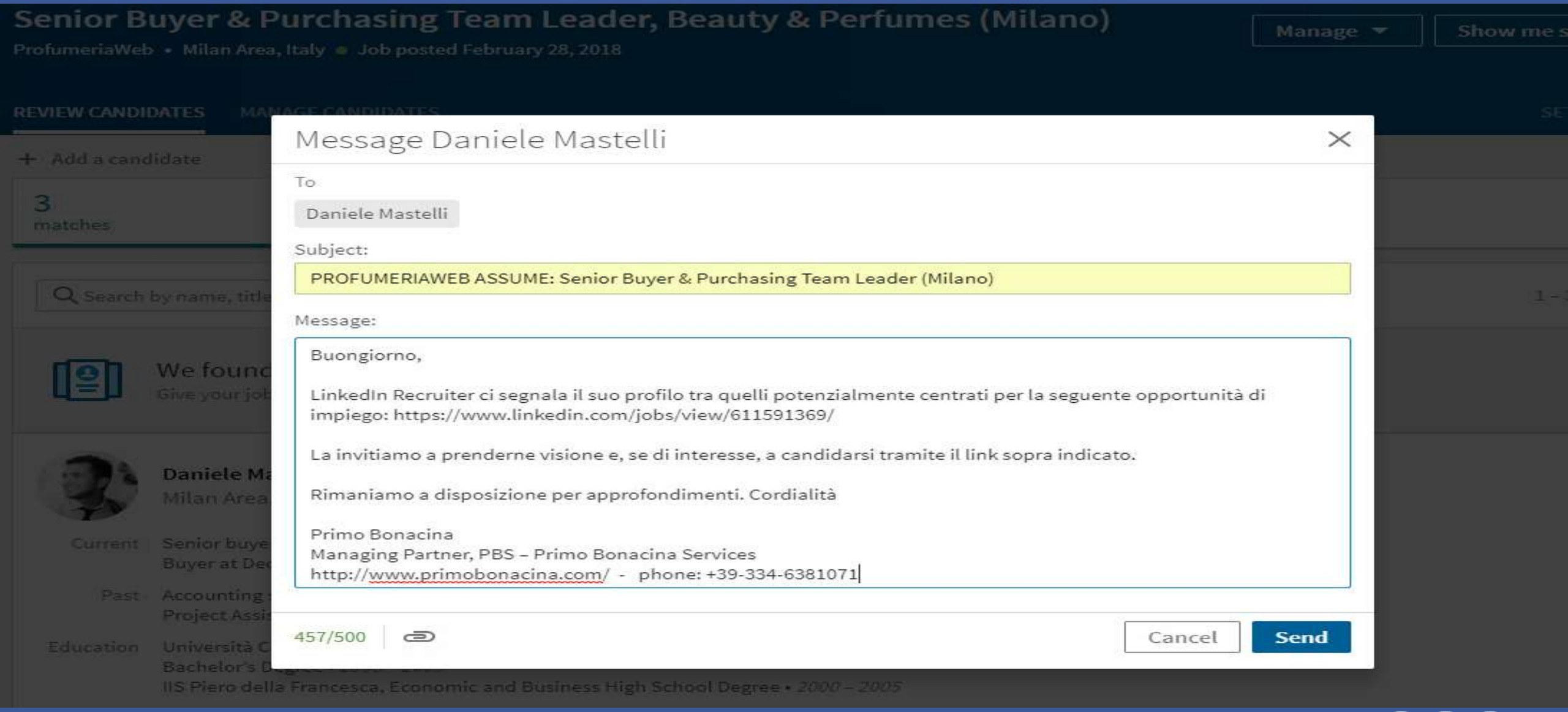
Le figure riporteranno al **Pre-Sales Manager.** Le sedi di lavoro sono **Vimercate Torri Bianche (MB) e Modena**

I **compiti** principali:

- Conoscenza approfondita del portafoglio prodotti e servizi
- Raccolta informazioni/esigenze per la definizione della soluzione
- Affiancamento e collaborazione con l'area commerciale, costituendo un vero team di vendita che individui la miglior proposta per il cliente
- Colloquio continuo con i clienti per la proposizione di soluzioni innovative di system integration in area networking, security, virtualizzazione, cloud, data center
- Supporto pre-vendita al team commerciale e ai clienti e in collaborazione con i vendor: stime, analisi tecniche, studi di fattibilità, progettazione soluzioni, capitolati tecnici, offerte
- Project Management per progetti di piccole dimensioni
- Acquisizione delle principali certificazioni
- Reporting continuo e strutturato sull'andamento delle attività
- Interazione con le altre funzioni aziendali in logica di team working



E-mail ai «Profile Match» suggeriti da LinkedIn



Analisi continua di andamento

Managing Director Sales/Marketing/Professional Services, Distribution of IT Security & Infrastructure Solutions (Milano o Torino)

Exclusive Networks Italia • Milan Area, Italy • Job posted February 16, 2018

Manage ▾ | Show me candidates

Evidenziare il Job Post («Sponsored Jobs»)

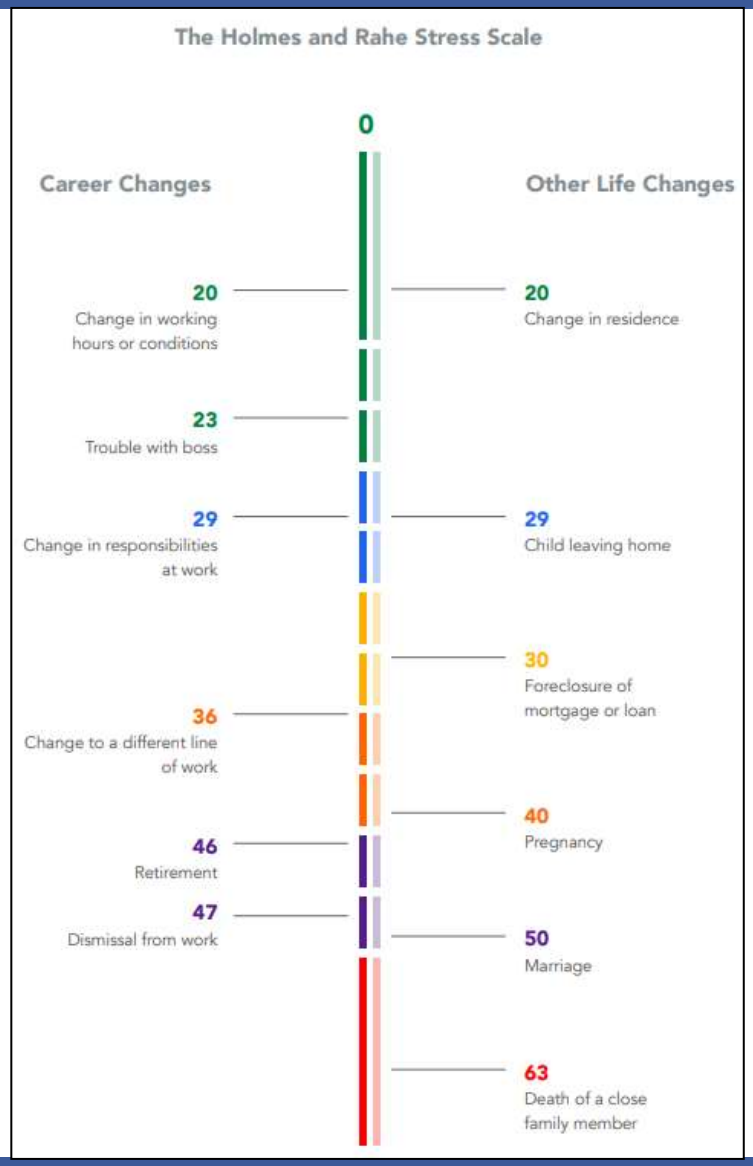
1. Click the **Jobs** icon at the top of your homepage.
2. Click **Manage job postings (number of jobs)** on the right. This will take you to the **Manage Jobs** page.
3. Find the job you want to sponsor. Check the box next to it.
4. Click the **Sponsor** button on top.
5. Enter the desired amount in the **Cost per click** field.
6. Enter the desired amount in the **Total budget** field.
7. Click **Start Campaign**.
8. Complete the billing information.

Note: You will not be billed until people start clicking on your sponsored job. Your campaign will expire after the total maximum budget is reached, but the job will still be listed on the site until its expiration date (which is 30 days from the day it was posted).

Dalla parte del candidato

Cambiare lavoro è un percorso

Cambiare lavoro comnporta un forte «stress»



Cambiare lavoro avviene più facilmente in certi momenti

La soluzione: un approccio «Candidate-Centric»

Consider a Candidate-Centric Approach to Recruiting

The rise of texting, video, social media and chat platforms has opened up new lines of communication with candidates. Candidates expect to engage where they "live" – on their mobile devices and through their social media networks. And they expect speed. Immediate gratification is important, especially when it comes to engaging with today's Millennial and Gen Z candidates.

In our current hiring environment – where unemployment is at a 17-year low and candidate expectations are high – candidates pick companies, not vice versa. And it's virtually impossible to win the talent war with outdated tactics that are more transactional than relational.

Put yourself in your candidates' shoes: How do they communicate? Make decisions? Evaluate fit with a company?

Today's market pressures call for a candidate-centric approach to recruiting: one that's fast (even real time) and that reaches candidates on their own turf, and on their own terms.

We call this **Continuous Candidate Engagement** – a strategy that flips the traditional administrative-centric model to one where candidates are at the center of the process; where instead of managing requisitions you're serving up remarkable candidate experiences; and where you're engaging with candidates on an ongoing basis, in a personal way, from the first time they land on your career website to their first day on the job.

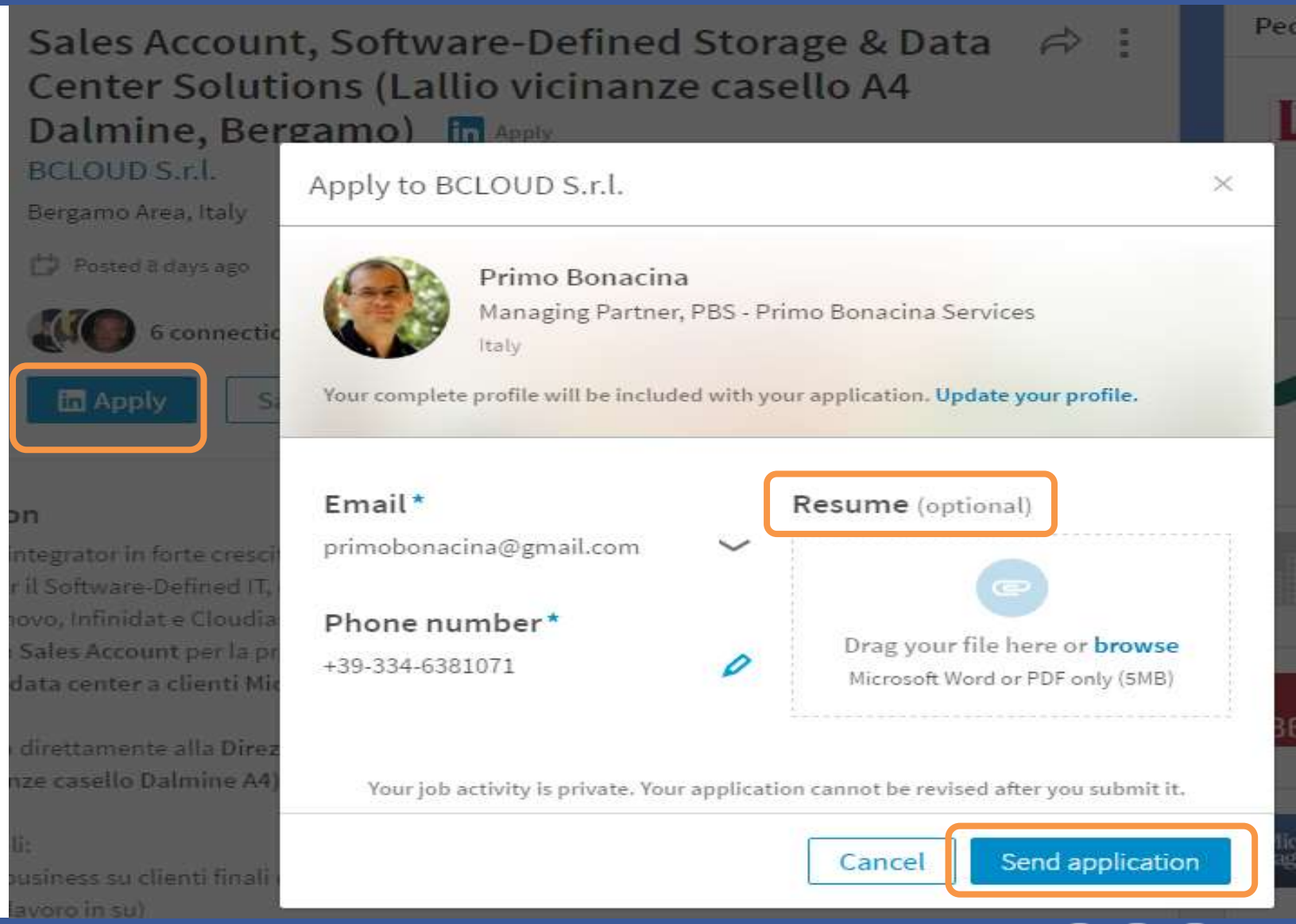
Conversational Recruiting: Putting the Conversation Back into Recruiting

A way to initiate and maintain a one-on-one dialogue with candidates through any channel, conversational recruiting creates an unbeatable experience that can decrease overall time to hire. Here's how:

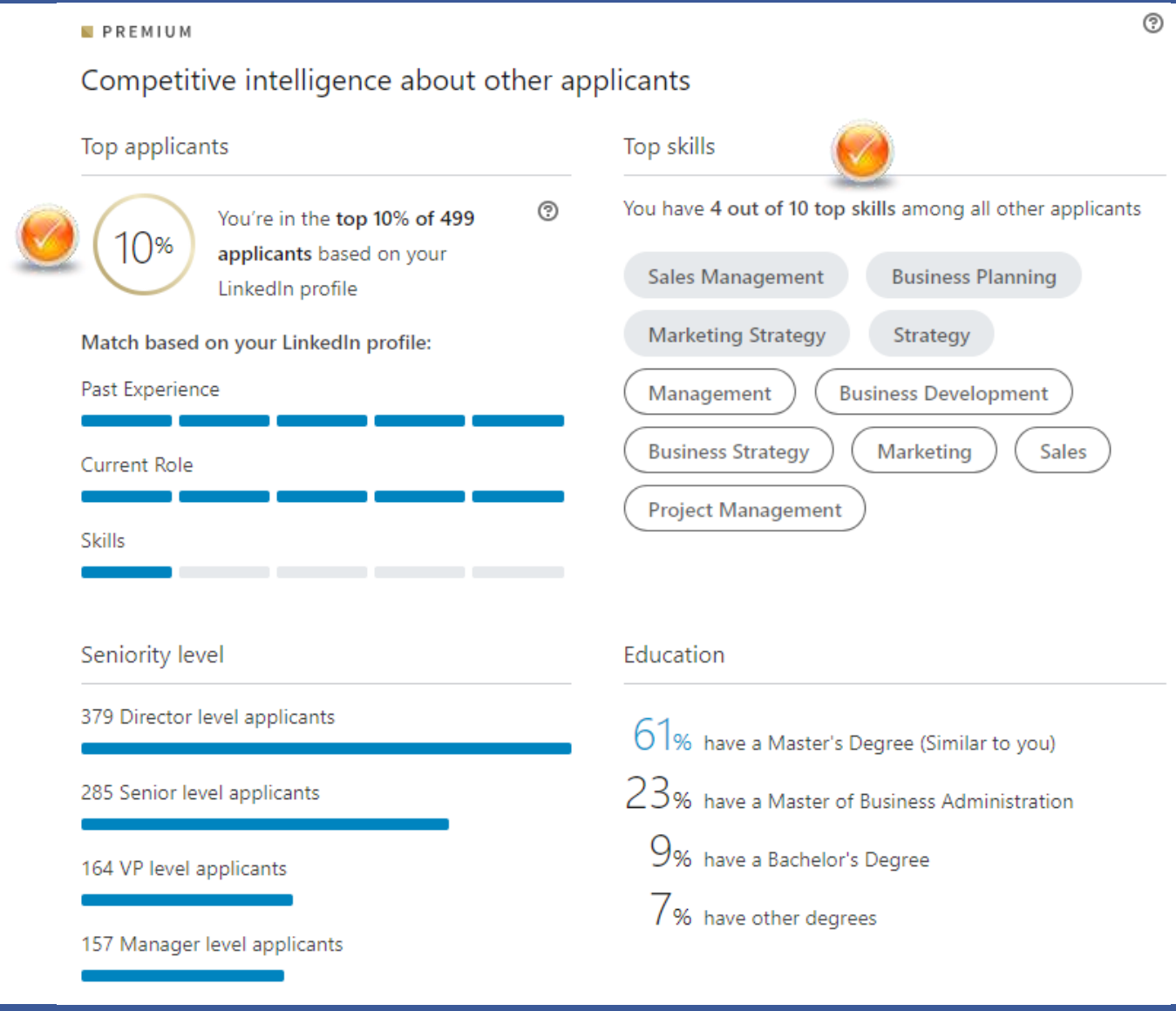
- Communicate with candidates through all channels: text, video, social media, chat, etc.
- Use a casual, unscripted tone more suited to these channels.
- Encourage two-way, personalized engagement and an open feedback loop.

Il contatto col potenziale candidato parte dalla *sua* pressione del tasto APPLY

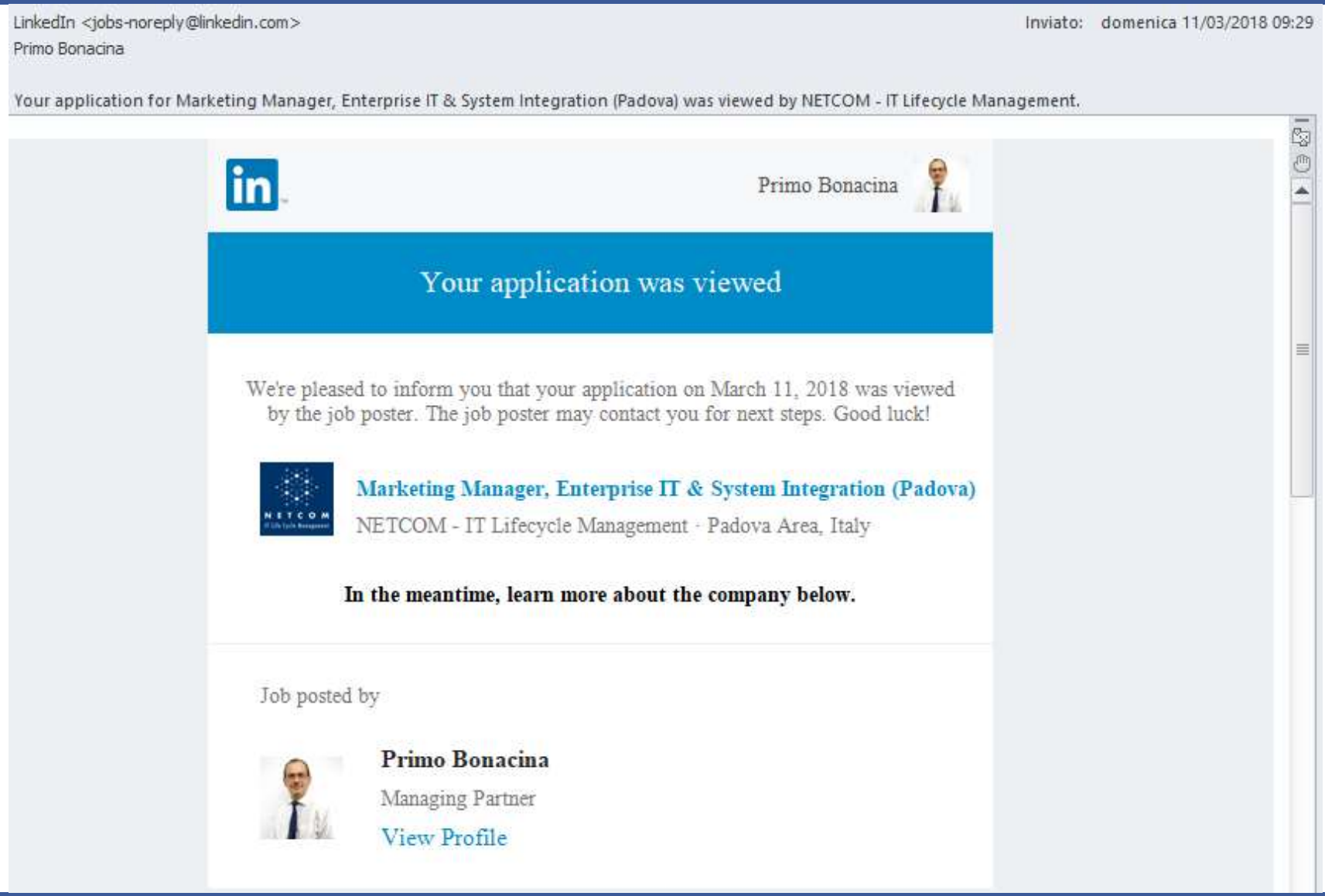
- Portare l'annuncio all'attenzione dei profili più **interessanti**
- Stimolare i candidati **interessati** a **fare la prima mossa**
- **Non siamo *cacciatori*** (*head hunter*): ***il social recruiting è un pescatore*** che usa le reti (i *social network*) per **far emergere** i profili **interessati e interessanti**



Con LinkedIn Premium, il candidato vede quanti e quali profili hanno fatto APPLY e come si posiziona nel ranking



Il candidato vede se l'APPLICATION è stata vista, quando, da chi



LinkedIn <jobs-noreply@linkedin.com> Inviato: domenica 11/03/2018 09:29
Primo Bonacina

Your application for Marketing Manager, Enterprise IT & System Integration (Padova) was viewed by NETCOM - IT Lifecycle Management.

Primo Bonacina

Your application was viewed

We're pleased to inform you that your application on March 11, 2018 was viewed by the job poster. The job poster may contact you for next steps. Good luck!

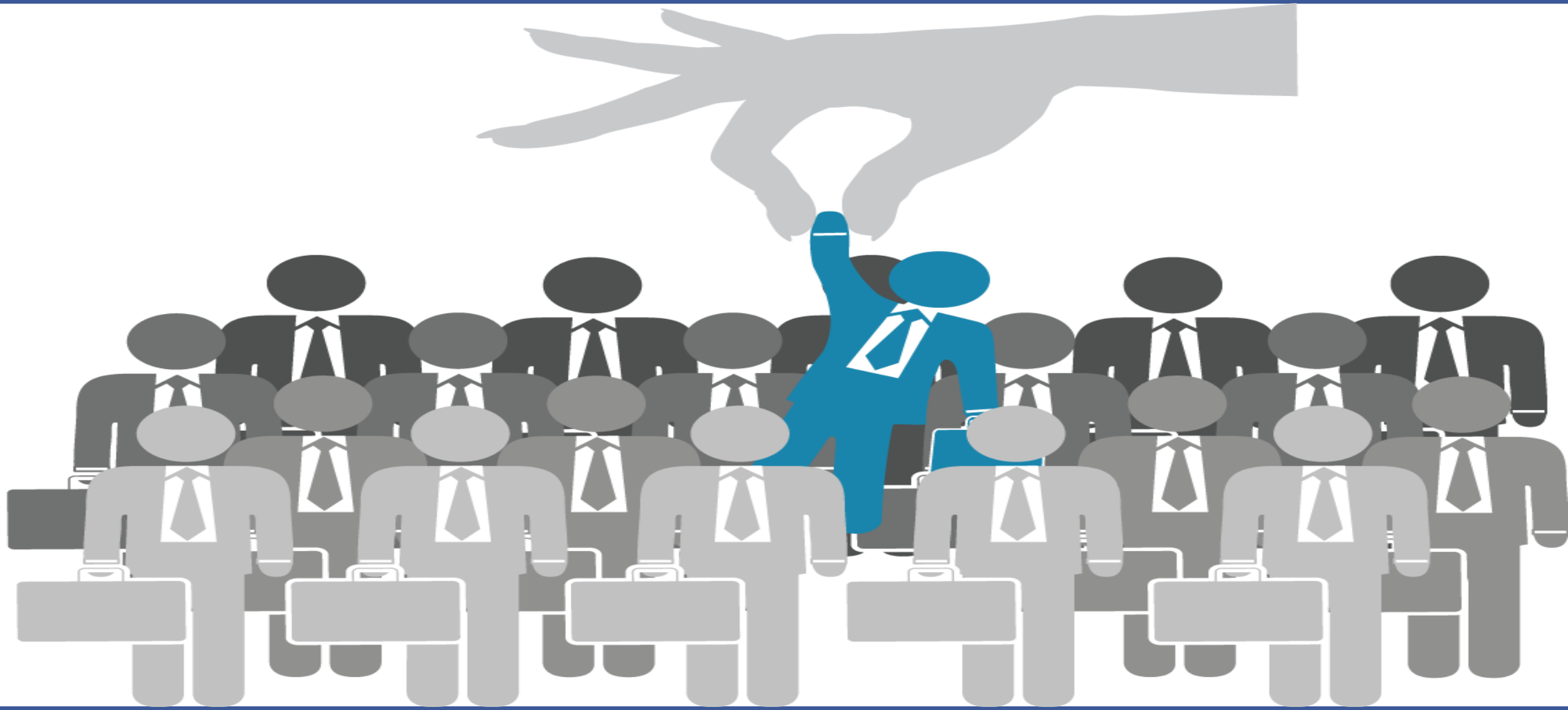
Marketing Manager, Enterprise IT & System Integration (Padova)
NETCOM - IT Lifecycle Management · Padova Area, Italy

In the meantime, learn more about the company below.

Job posted by

Primo Bonacina
Managing Partner
View Profile

Dalla parte dell’azienda: da tanti candidati a 1 assunzione



A volte arriva troppa roba …

Junior Accountant

Bonatti S.p.A. · Parma, Emilia Romagna, Italia

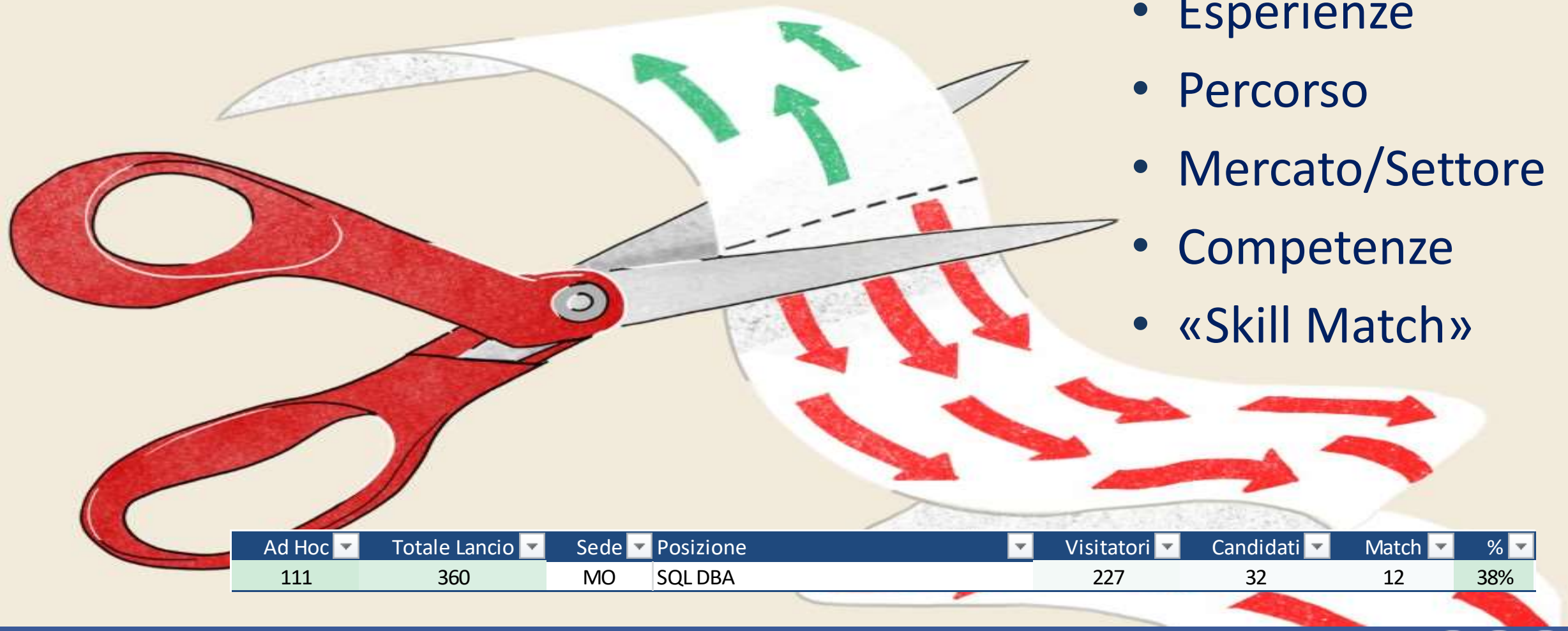
New · Posted 5 hours ago · 1,489 views

Save | Easy Apply

Job	Company	Connec
• 1/10 skills match	• 5001-10000 employees	2 c
• 294 applicants	• Oil & Energy	1 al

I criteri di prosecuzione e «Match»

- Residenza
- Esperienze
- Percorso
- Mercato/Settore
- Competenze
- «Skill Match»



Ad Hoc	Totale Lancio	Sede	Posizione	Visitatori	Candidati	Match	%
111	360	MO	SQL DBA	227	32	12	38%

(opzionale) Test/Game di pre-/post-valutazione

CTO (Chief Technology Officer)

Reference	1478
Location	Milano, Italy
Sector	Consultancy
Salary	35,000.00 EU to 70,000.00 EU per annum

In order to be interviewed by Open Search and move on with the process, you need first to complete the Business Game on Mathesia: www.mathesia.com/projects/call-for-talent/

Business game description: https://www.linkedin.com/pulse/call-talent-youcom-chief-technology-officer-aldo-razzino?trk=pulse_spock-articles

Our client, a game changing Advanced Analytics start up, based in Milan, we are looking for a:

Come avere più informazioni oggettive e soggettive sui candidati? La 1° intervista (scritta)

Come avere più informazioni oggettive e soggettive sui candidati? La 1° intervista (scritta)

Oggetto: AD CONSULTING: prosecuzione della sua candidatura "Experienced Pre-Sales Consultants, Networking/Security/IT Infrastructure (Milano e Modena)"

Messaggio | AD Consulting - Privacy GDPR.pdf (147 KB) | 1807 Intervista - AD Consulting - Pre-Sales - Modena e Vimercate.docx (55 KB)

Buongiorno,

l'Azienda mi prega di informarla che il suo profilo è stato identificato tra quelli di interesse. Trova in **allegato #1** l'informativa sul Trattamento dei Suoi dati personali (GDPR) da parte dell'Azienda, che vorrà cortesemente visionare e conservare.

La **prima fase** della selezione consiste in **un'intervista scritta (allegato #2).** La preghiamo di rispondere (idealmente entro **3 giorni,** ma ci avvisi se le serve più tempo) fornendo un documento in **PDF.**
ATTENZIONE: quanto in allegato è da intendersi come un **vero e proprio primo incontro con l'Azienda**, che avviene per iscritto e "senza filtri" per reciproca comodità, rapidità, convenienza.

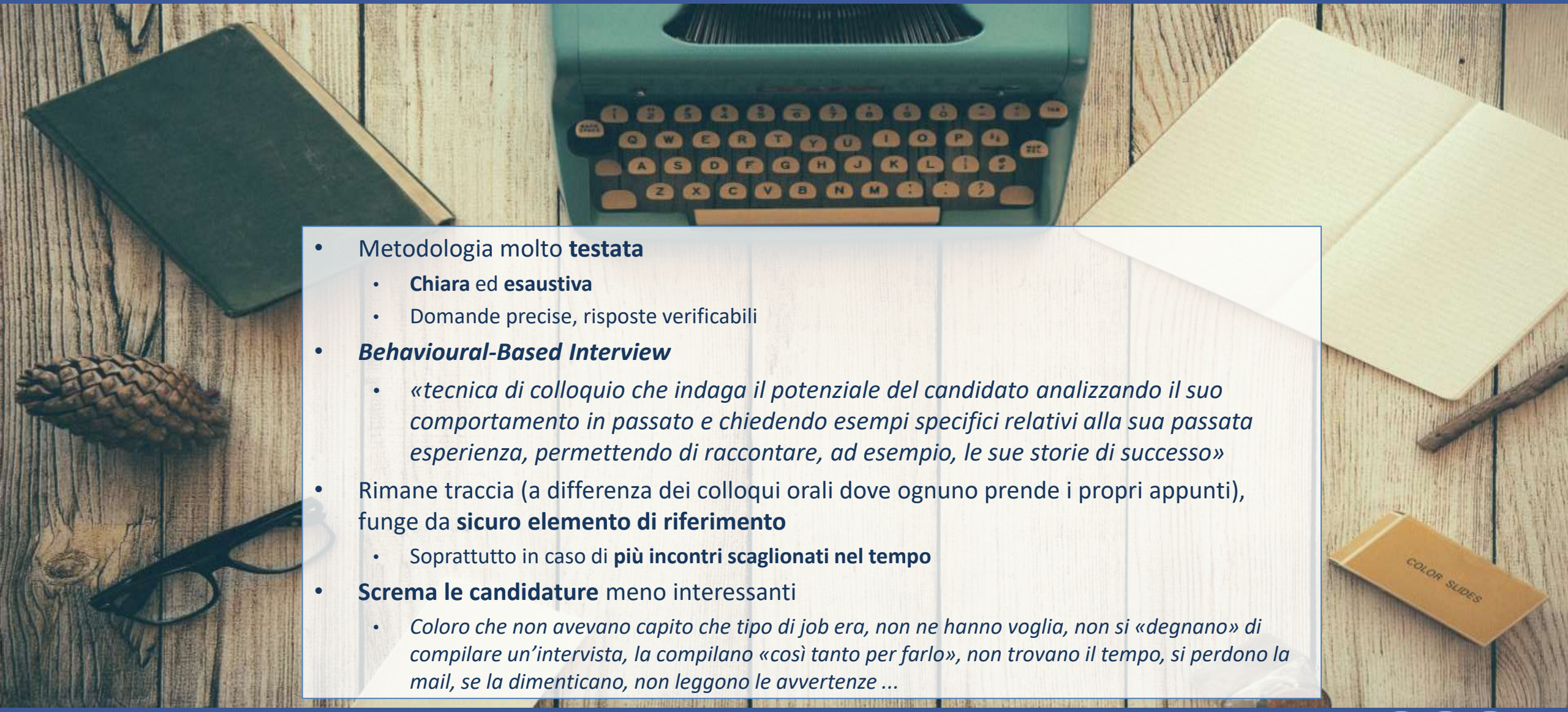
Alcune indicazioni:

- Qualora non già fornito tramite LinkedIn, si prega di **allegare il CV in PDF** alla risposta
- E' possibile allegare altri documenti (anche materiale e autopresentazioni audio/video) per meglio qualificare la propria candidatura
- Si prega di controllare la dimensione degli allegati (max 5 MB in totale): in caso di file corposi, è opportuno convertirli in ZIP o fornirli come link

Come indicato in annuncio, il compito di PBS è limitato alla comunicazione mentre *"la ricerca e selezione è condotta direttamente dall'Azienda"*:

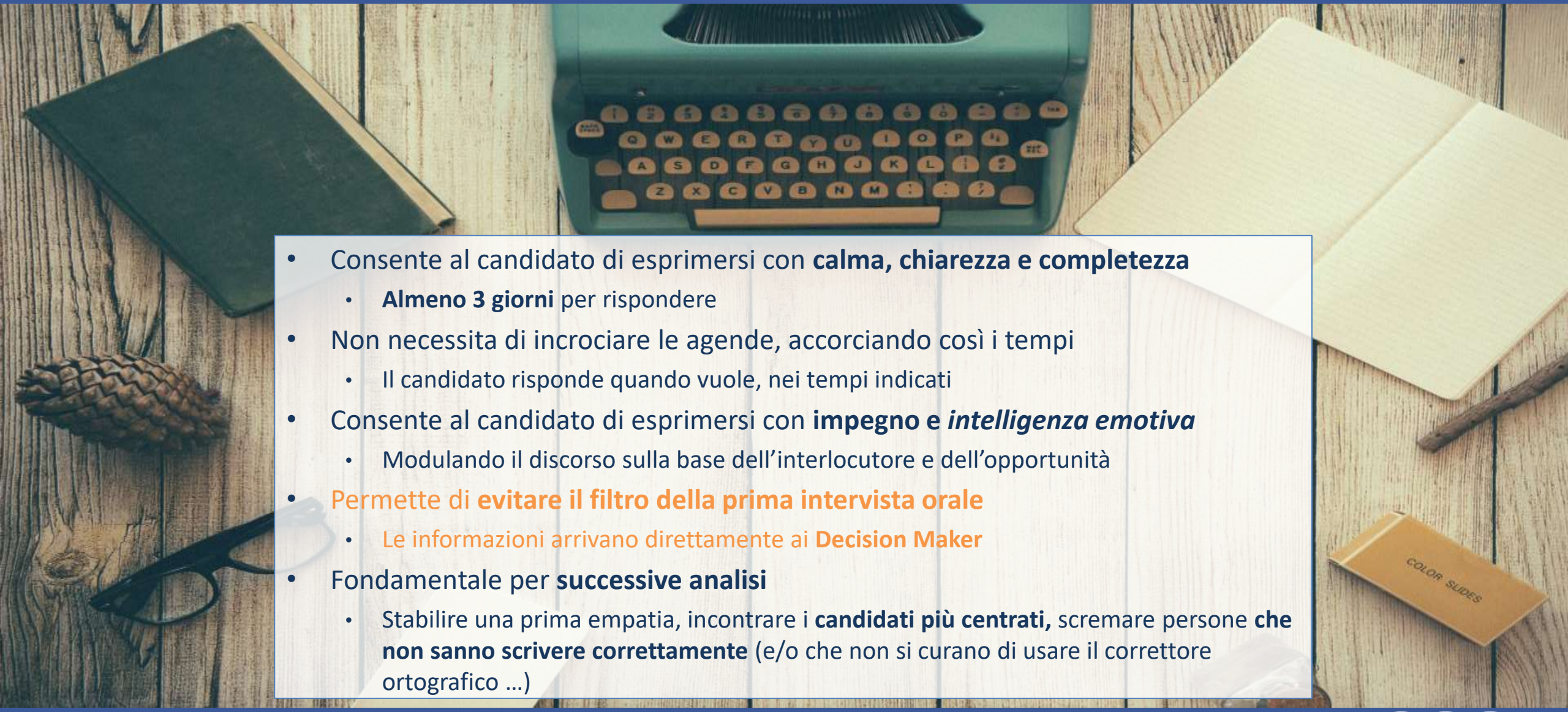
- Tutte le informazioni fornite verranno inoltrate al management aziendale
- Una volta che la Direzione dell'Azienda avrà ricevuto ed esaminato tutte le candidature, **i profili "short list" verranno contattati dall'Azienda per un incontro in sede**
- **A tutte le interviste verrà dato riscontro**

L’intervista scritta da parte del candidato è uno strumento formidabile, #1



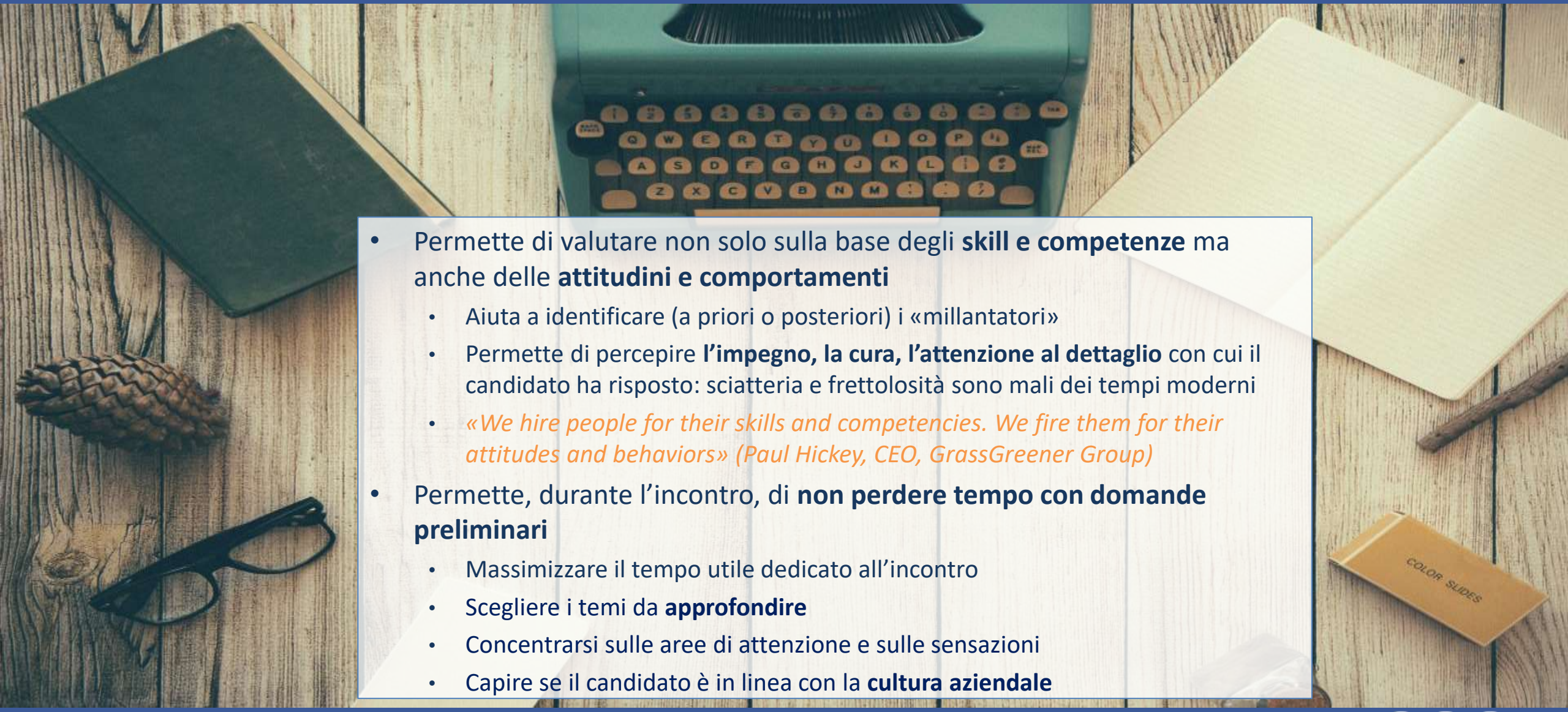
- Metodologia molto **testata**
  - **Chiara** ed **esaustiva**
  - Domande precise, risposte verificabili
- ***Behavioural-Based Interview***
  - *«tecnica di colloquio che indaga il potenziale del candidato analizzando il suo comportamento in passato e chiedendo esempi specifici relativi alla sua passata esperienza, permettendo di raccontare, ad esempio, le sue storie di successo»*
- Rimane traccia (a differenza dei colloqui orali dove ognuno prende i propri appunti), funge da **sicuro elemento di riferimento**
  - Soprattutto in caso di **più incontri scaglionati nel tempo**
- **Screma le candidature** meno interessanti
  - *Coloro che non avevano capito che tipo di job era, non ne hanno voglia, non si «degnano» di compilare un’intervista, la compilano «così tanto per farlo», non trovano il tempo, si perdono la mail, se la dimenticano, non leggono le avvertenze ...*

L’intervista scritta da parte del candidato è uno strumento formidabile, #2



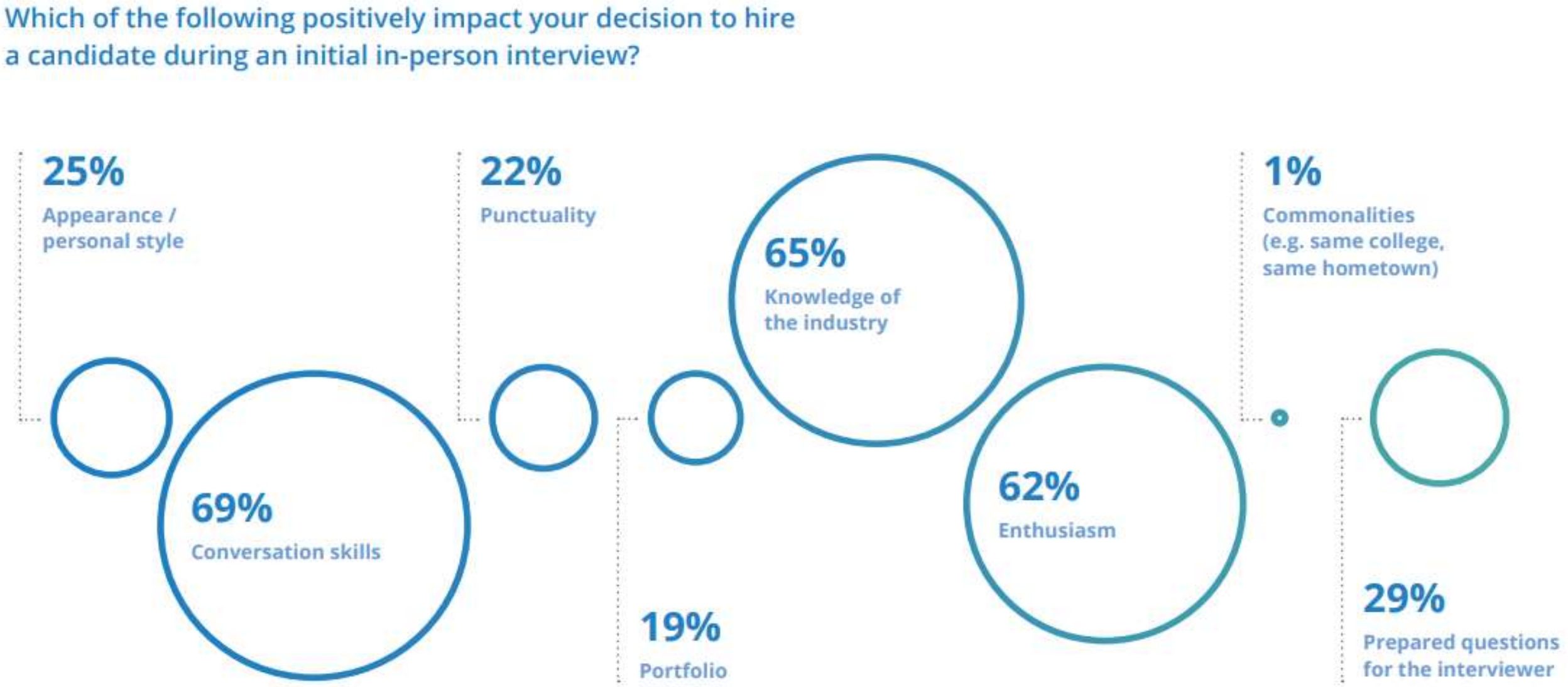
- Consente al candidato di esprimersi con **calma, chiarezza e completezza**
  - **Almeno 3 giorni** per rispondere
- Non necessita di incrociare le agende, accorciando così i tempi
  - Il candidato risponde quando vuole, nei tempi indicati
- Consente al candidato di esprimersi con **impegno e *intelligenza emotiva***
  - Modulando il discorso sulla base dell’interlocutore e dell’opportunità
- Permette di **evitare il filtro della prima intervista orale**
  - Le informazioni arrivano direttamente ai **Decision Maker**
- Fondamentale per **successive analisi**
  - Stabilire una prima empatia, incontrare i **candidati più centrati,** scremare persone **che non sanno scrivere correttamente** (e/o che non si curano di usare il correttore ortografico …)

L’intervista scritta da parte del candidato è uno strumento formidabile, #3



- Permette di valutare non solo sulla base degli **skill e competenze** ma anche delle **attitudini e comportamenti**
  - Aiuta a identificare (a priori o posteriori) i «millantatori»
  - Permette di percepire **l’impegno, la cura, l’attenzione al dettaglio** con cui il candidato ha risposto: sciatteria e frettolosità sono mali dei tempi moderni
  - *«We hire people for their skills and competencies. We fire them for their attitudes and behaviors» (Paul Hickey, CEO, GrassGreener Group)*
- Permette, durante l’incontro, di **non perdere tempo con domande preliminari**
  - Massimizzare il tempo utile dedicato all’incontro
  - Scegliere i temi da **approfondire**
  - Concentrarsi sulle aree di attenzione e sulle sensazioni
  - Capire se il candidato è in linea con la **cultura aziendale**

L'intervista scritta da parte del candidato è uno strumento formidabile, #4 *(Fonte: Jobvide Recruiter Nation):* traspaiono entusiasmo, competenze, capacità espressive



L'intervista scritta da parte del candidato è uno strumento formidabile, #5 *(Fonte: Jobvide Recruiter Nation):* evitiamo i malintesi, favoriamo i controlli

Esercitazione (20'): scriviamo la traccia dell'intervista

L’intervista scritta: una «best practice» di circa 15 domande (in buona parte indipendenti dalla specifica ricerca)

Experienced Pre-Sales Consultants, Networking/Security/IT Infrastructure (Milano e Modena): Intervista

*[NOTA: Come indicato in annuncio "la ricerca e selezione è condotta direttamente dall'azienda": le informazioni fornite rimarranno di sua esclusiva proprietà e saranno utilizzate solamente per selezionare i candidati;. **I profili più centrati verranno contattati dal management aziendale per un incontro 1:1. A tutti coloro che risponderanno all'intervista verrà dato riscontro]***

- **Nome e Cognome, ruolo e azienda** (se attualmente impiegato)

RISPOSTA:

- Quali ritiene siano le sue **competenze** rilevanti per la posizione? A quale livello? Descriva indicando tecnologie, prodotti, soluzioni ed esperienze

RISPOSTA:

- Indichi **studi o certificazioni** rilevanti per la posizione

RISPOSTA:

- Quale è la sua esperienza nella gestione o proposizione o implementazione di **progetti di infrastruttura in ambito Enterprise/Midmarket/Service Provider**? Descriva situazioni

RISPOSTA:

- Ci consenta alcune **simulazioni**:
  - In un incontro con il responsabile IT del cliente, che cosa chiederebbe per far emergere l'attuale situazione tecnologica e i punti di miglioramento?
  - Il cliente è di dimensioni interessanti ma ha un dipartimento IT ridotto e si avvale di outsourcer esterni. Come approccerebbe il tema di un eventuale rinnovo tecnologico?
  - Riceve un'interessante richiesta da un cliente orientato verso un vendor che non fa parte della proposta aziendale. Come approccerebbe la richiesta?

RISPOSTA:

- Lei è OGGI impiegato oppure è in cerca di lavoro? Se impiegato, quali sono i suoi principali **compiti e responsabilità**?

RISPOSTA:

- Quale è stato il massimo livello di responsabilità **(progetti o team o ruoli)** che ha avuto nella sua **carriera**? Dove? Quando?

RISPOSTA:

- Descriva **storie di successo** nella sua carriera e momenti in cui ha pensato di aver fatto un ottimo lavoro. Quale è stato il **progetto o attività più importante** che ha personalmente seguito o guidato? Cosa è andato bene e cosa, col senno di poi, sarebbe stato opportuno fare diversamente?

RISPOSTA:

- Cosa l'ha **motivata** a rispondere a questo annuncio?

RISPOSTA:

- Quale è il suo **attuale pacchetto retributivo** (RAL/Retribuzione Annua Lorda, benefit) e inquadramento (forma d'ingaggio, livello, contratto)?

RISPOSTA:

- Quale è il suo attuale livello nell'utilizzo della lingua **inglese**? Sarebbe disposto a sostenere un breve colloquio in lingua?

RISPOSTA:

- Può citare **referenze**, cioè nomi e funzioni di persone che potrebbero testimoniare le sue competenze e professionalità? [NOTA: **non prenderemo contatto** con queste persone senza preavvisarla]

RISPOSTA:

- Per favore indichi **luogo e data di nascita, domicilio** [NOTA: se la sede di lavoro costituisse un problema o comportasse un trasferimento, per favore, lo indichi]

RISPOSTA:

- Lei ha un *sogno nel cassetto*? Un **obiettivo** personale o professionale a medio/lungo termine (2-5 anni)?

RISPOSTA:

- Infine, ecco uno **spazio** per lei dove aggiungere considerazioni utili a meglio caratterizzare il suo profilo

RISPOSTA:

- La preghiamo di inserire qui una sua **foto** recente

IMPORTANTE: PER POTER DARE SEGUITO CON LA SUA CANDIDATURA E' INDISPENSABILE RICEVERE IL SUO CONSENSO INFORMATO AL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI. Le candidature che non acconsentiranno verranno necessariamente cestinate

Preso atto dell'INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI DEI CANDIDATI ricevuta ai sensi dell'art. 13 del D.lgs. n. 196 del 30 giugno 2003 "Codice in materia di protezione dei dati personali" ("Codice Privacy"), nonché in conformità alle disposizioni del Regolamento UE 2016/679 ("GDPR"),

dichiaro di essere stato/a previamente informato/a

delle finalità del trattamento nonché della base giuridica del medesimo, dell'entità dei dati personali trattati, dei destinatari o categorie di destinatari a cui i dati personali sono o saranno comunicati, del periodo di conservazione previsto, dell'esistenza del diritto di richiedere la rettifica, la cancellazione o la limitazione del trattamento, del diritto di proporre reclamo a un'autorità di controllo, del diritto alla portabilità dei dati, dell'eventuale esistenza o meno di un processo decisionale automatizzato; di tutti i diritti così come espressi dall'art. 7 del D. Lgs. n. 196/03 e dall'art. 13 e ss. del Reg. UE 2016/679.

☐ SI ☐ NO

Andiamo alla ricerca dell'Intelligenza Emotiva

Questo candidato è stato scartato dall'azienda; Qualcuno sa dirmi come mai?

IT System Engineers (Mestre): Intervista

*[NOTA: Come indicato in annuncio "la ricerca e selezione è condotta direttamente dall'azienda": le informazioni fornite rimarranno di sua proprietà e saranno utilizzate esclusivamente per selezionare i candidati;. **I profili ritenuti più centrati verranno contattati dal management aziendale per un incontro 1:1. A tutti coloro che risponderanno all'intervista verrà dato riscontro]***

- **Nome e Cognome, ruolo e azienda** (se attualmente impiegato)

RISPOSTA: SI

- Quali ritiene siano le sue **competenze** rilevanti per la posizione? A quale livello? Descriva indicando tecnologie, prodotti, soluzioni

RISPOSTA: allego CV dettagliato

- Indichi **studi o certificazioni** rilevanti per la posizione

RISPOSTA: allego CV dettagliato

- Quale è la sua concreta **esperienza** per quanto riguarda le soluzioni indicate in annuncio? Sarebbe disponibile a una **"prova sul campo"**?

RISPOSTA: allego CV dettagliato

- Quale è la sua concreta esperienza per quanto riguarda la **gestione o proposizione o implementazione di progetti di infrastruttura in ambito Enterprise?**

RISPOSTA: allego CV dettagliato

- Lei è OGGI impiegato oppure è in cerca di lavoro? Se impiegato, quali sono i suoi principali **compiti e responsabilità**?

RISPOSTA: allego CV dettagliato

- Quale è stato il massimo livello di responsabilità **(progetti o team o ruoli)** che ha avuto nella sua **carriera**? Dove? Quando?

RISPOSTA: allego CV dettagliato

- Descriva storie di successo nella sua carriera e momenti in cui ha pensato di aver fatto un ottimo lavoro. Quale è stato il **progetto più importante** che ha personalmente seguito o guidato? Cosa è andato bene e di cosa, col senno di poi, sarebbe stato meglio fare diversamente?

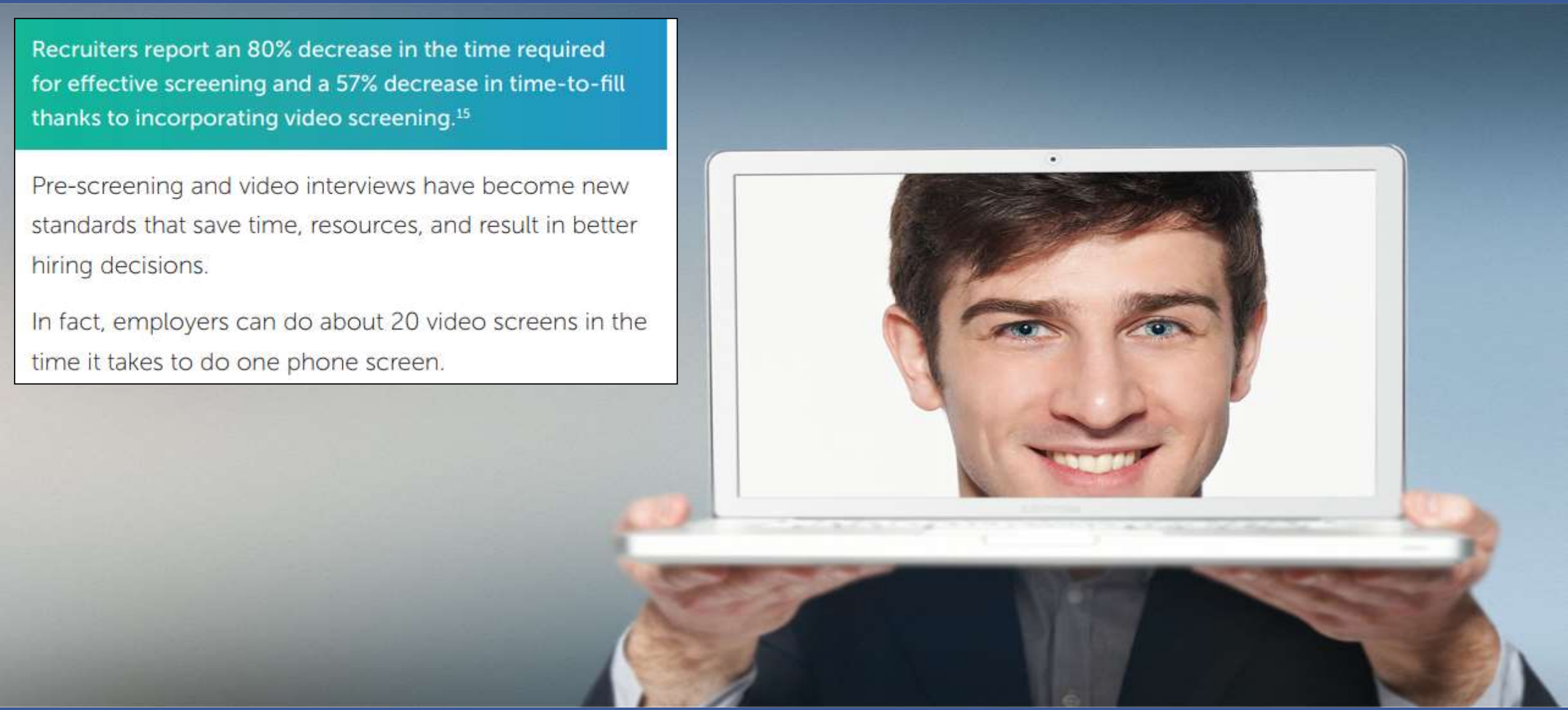
RISPOSTA: allego CV dettagliato

L’auto-presentazione audio o video (in Italiano o Inglese) è il tocco in più!

Recruiters report an 80% decrease in the time required for effective screening and a 57% decrease in time-to-fill thanks to incorporating video screening.[15]

Pre-screening and video interviews have become new standards that save time, resources, and result in better hiring decisions.

In fact, employers can do about 20 video screens in the time it takes to do one phone screen.



E’ confermato: la prima intervista è comunque remota!

Il primo colloquio? A casa davanti al computer. Anche Generali si affida alla francese Visiotalent

l gigante assicurativo stringe un accordo in Italia con la startup che permette di registrare dei brevi video a accompagnare alla propria candidatura. Così possono emergere più facilmente soft skills articolarmente apprezzate dai datori di lavoro

FLAVIO BINI

Lo leggo dopo 27 giugno 2018

MILANO - La candidatura per un nuovo lavoro? Ora basta accendere la webcam: la prima fase della selezione si fa direttamente in video, da casa. L'ultima ad esplorare questa soluzione è **Generali Italia**, che dopo un periodo di sperimentazione ha scelto di adottare la soluzione tecnologica ideata dalla startup francese **Visiotalent** per la propria selezione del personale. Il tool ideato dall'azienda non sostituisce il tradizionale colloquio, ma consente all'impresa di fare una migliore scrematura preliminare delle candidature arrivate, permettendo di cogliere meglio le soft skills dei possibili futuri dipendenti. La compagnia assicurativa ha cominciato a servirsi dello strumento a partire dall'inizio dell'anno ma ora la piattaforma Visiotalent verrà integrata all'interno del processo di recruitment, diventando una componente strutturale sia per la selezione di profili junior sia per i profili più senior

Offerte della settimana

ANALISTA CAE
AZIENDA LEADER NEL SETTORE AUTOMOTIVE PER IL POTENZIAMENTO DELLA PROPRIA STRUTTURA, RICERCAANALISTA...

AGENTE ELETTRONICA DI CONSUMO
AURIGA (www.auriga.it) importante azienda presente da oltre 35 anni in...

MANUTENTORE PER REPARTO STAMPAGGIO
AZIENDA LEADER NEL SETTORE AUTOMOTIVE PER IL POTENZIAMENTO DELLA PROPRIA STRUTTURA, RICERCAMANUTENTORE...

RESPONSABILE ANALISI DEL VALORE
AZIENDA LEADER NEL SETTORE AUTOMOTIVE PER IL POTENZIAMENTO DELLA PROPRIA STRUTTURA, RICERCARESPONSABILE...

ANALISTA FUNZIONALE SENIOR

Avete mai sentito parlare di «Blind Recruitment»?

Avete mai sentito parlare di «Blind Recruitment»?

Il blind recruitment per superare le distorsioni cognitive

Può capitare che gli HR Manager nei colloqui di selezione **inconsciamente subiscano l'influenza di sottili pregiudizi.** Il nome del candidato, per esempio, può indicarne l'origine etnica. Il modo in cui si veste, l'indirizzo di casa o l'università in cui ha studiato possono rivelarne l'estrazione sociale. Sono le cosiddette "distorsioni cognitive", ovvero fattori che, pur non avendo a che fare con competenze e soft skills, **possono incidere sulla scelta finale**

Come funziona

Si tratta di **eliminare dal processo di selezione del personale tutti gli elementi soggettivi** che influenzano la scelta dei candidati. Nella versione soft il blind recruitment corrisponde alla richiesta di togliere dai curriculum le informazioni personali (nome, indirizzo, data di nascita, genere ecc.). Ma si può arrivare a colloqui in cui **l'HR Manager non può vedere fisicamente il candidato**. Nel caso di SAP ad esempio gli incontri sono stati condotti in una stanza buia. Google ha optato per test di logica e abilità da sottoporre a distanza. Altre aziende invece utilizzano strumenti digitali come chat testuali.

Si parla di «Blind Recruitment» perché in azienda ci sono 3 attori con priorità, tempi, operatività talvolta differenti

Si parla di «Blind Recruitment» perché in azienda ci sono 3 attori con priorità, tempi, operatività talvolta differenti

CEO

- Voglio risolvere il problema
- **Voglio** tempi e impegni certi
- **Voglio** una persona che poi resti in azienda
- **Voglio** una persona che possa crescere
- **Voglio** spendere (poco o) il giusto

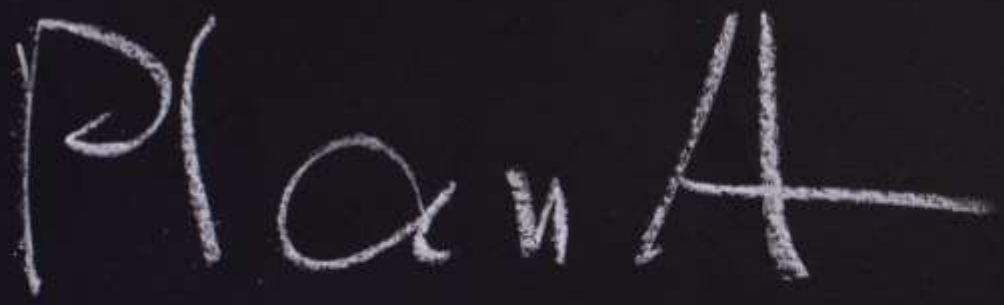
HR

- Voglio risolvere il problema
- **Voglio** fare bella figura e dare un buon servizio
- Non **voglio** sovraccaricarmi di lavoro operativo
- **Voglio** chiudere questa ricerca nei giusti tempi

Business Manager

- Voglio risolvere il problema
- **Voglio** una persona immediatamente operativa
- Non **voglio** perdere tempo
- La **voglio** alla svelta, in tempi rapidi, costi quel che costi

La differenza di operatività tra Recruiting Tradizionale e Social

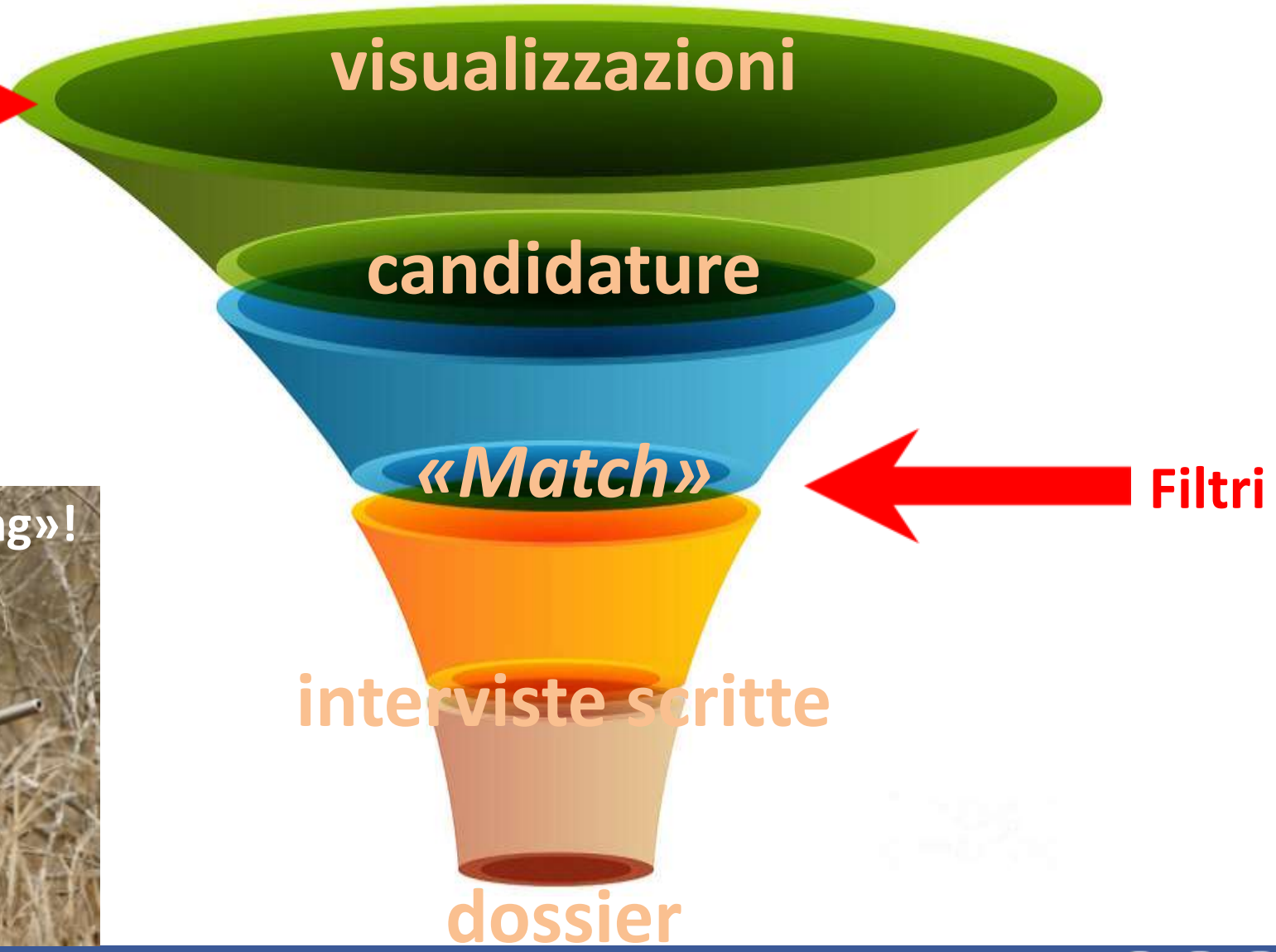


- RECRUITING TRADIZIONALE IN AZIENDA
  - HR impiega 1-3 settimane per ottenere 12 candidati
  - HR intervista telefonicamente 12 candidati e ne convoca 8, nell'arco di 2 altre settimane **[1° round]**
  - HR ne passa 4 su 8 al LINE MANAGER che li intervista con l'HR, in 1-2 settimane **[2° round]**
  - LINE MANAGER/HR passano 1-2 finalisti al CEO che li intervista **[3° round]**
  - Tempo necessario: almeno 6-10 settimane (+ negoziazione/offerta)

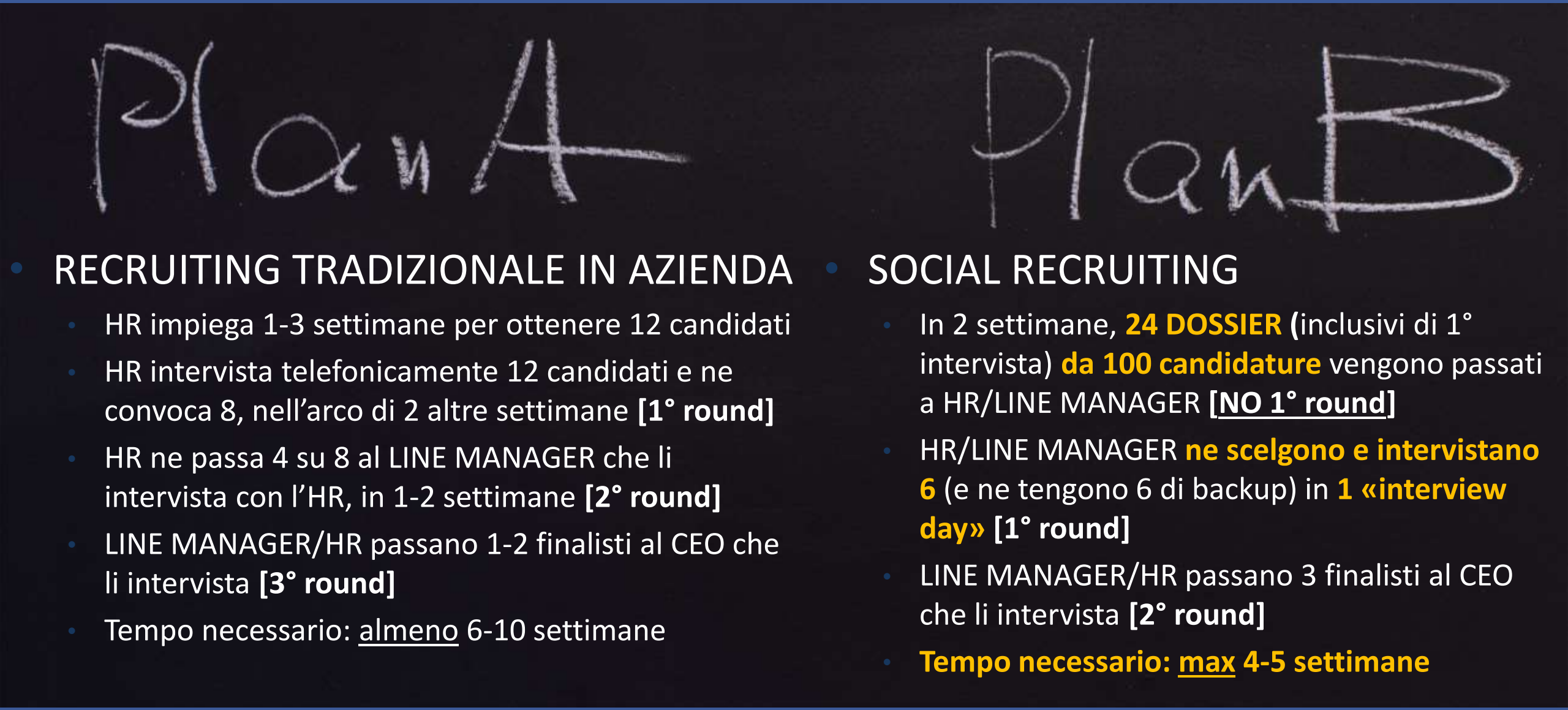
Social Recruiting: metriche ben testate assicurano la copertura del mercato potenziale

ATENZIONE: il Social Recruiting permette di intervenire solo in punti ben precisi

Annuncio/Inviti/Promozione



La differenza di operatività tra Recruiting Tradizionale e Social



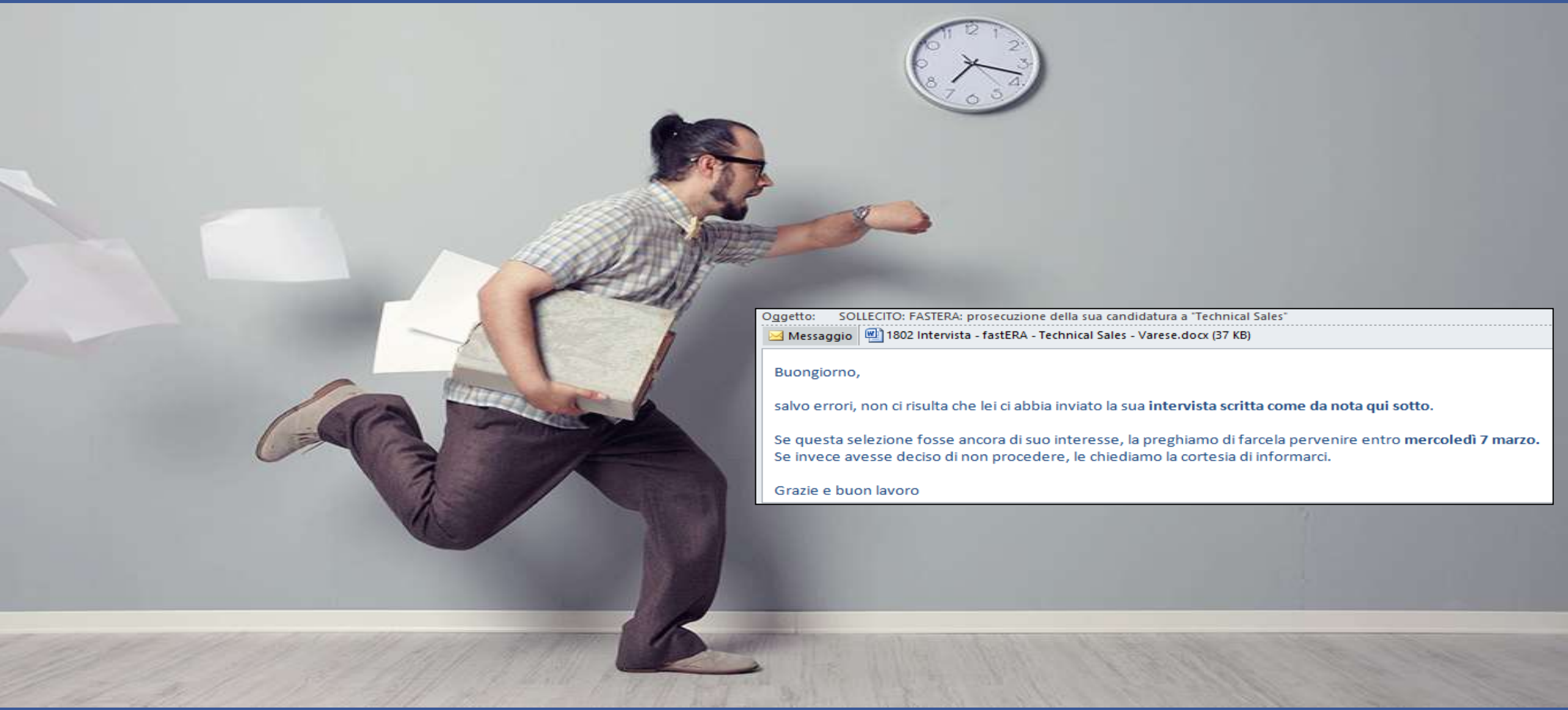
- RECRUITING TRADIZIONALE IN AZIENDA
  - HR impiega 1-3 settimane per ottenere 12 candidati
  - HR intervista telefonicamente 12 candidati e ne convoca 8, nell'arco di 2 altre settimane **[1° round]**
  - HR ne passa 4 su 8 al LINE MANAGER che li intervista con l'HR, in 1-2 settimane **[2° round]**
  - LINE MANAGER/HR passano 1-2 finalisti al CEO che li intervista **[3° round]**
  - Tempo necessario: almeno 6-10 settimane
- SOCIAL RECRUITING
  - In 2 settimane, **24 DOSSIER** (inclusivi di 1° intervista) **da 100 candidature** vengono passati a HR/LINE MANAGER **[NO 1° round]**
  - HR/LINE MANAGER **ne scelgono e intervistano 6** (e ne tengono 6 di backup) in **1 «interview day» [1° round]**
  - LINE MANAGER/HR passano 3 finalisti al CEO che li intervista **[2° round]**
  - **Tempo necessario: max 4-5 settimane**

I vantaggi del Social Recruiting

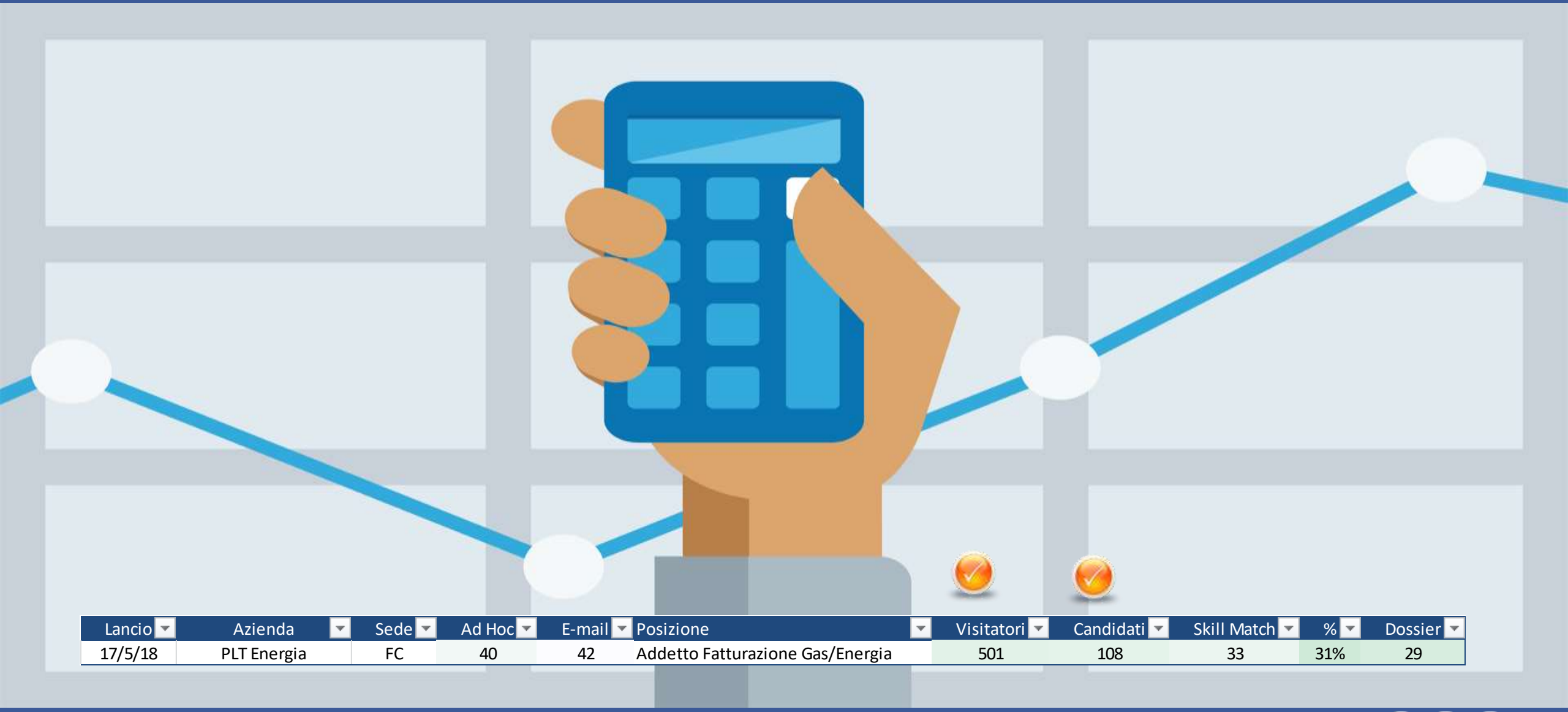
- 500 visualizzazioni e 100 candidature
  - Risparmio di tempo nella produzione delle candidature
  - Maggior numero di candidati e maggiormente motivati
- 24 completi DOSSIER permettono di valutare i candidati nello stesso monento, con un ranking più preciso e senza «pregiudizi»
  - Valutazione congiunta da parte di HR e LINE MANAGER
  - Analisi accurata e oggettiva delle interviste scritte, anche a distanza di tempo
- Maggior numero di candidature adeguate da portare al CEO, in tempi assai più brevi
  - Migliore qualità del processo, maggiori probabilità di successo
  - Minore dispersione delle candidature più valide
- Tempi tagliati del 50%

La conclusione del percorso

Può essere utile sollecitare i ritardatari



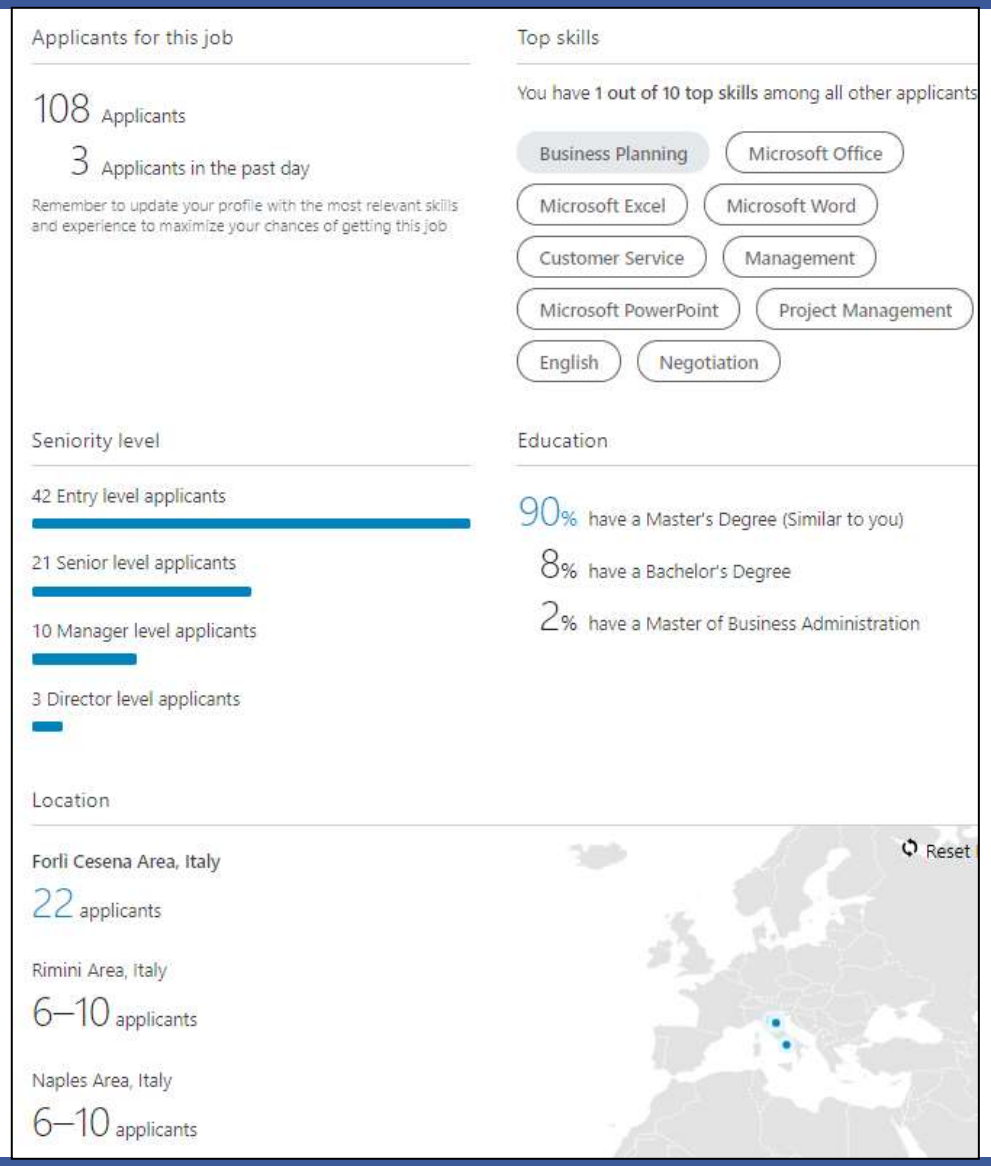
Le statistiche globali del lavoro



Lancio	Azienda	Sede	Ad Hoc	E-mail	Posizione	Visitatori	Candidati	Skill Match	%	Dossier
17/5/18	PLT Energia	FC	40	42	Addetto Fatturazione Gas/Energia	501	108	33	31%	29

Analisi demografica delle candidature

1. Numero candidature
2. Seniority dichiarata (profilo LinkedIn)
3. Grado istruzione
4. 3 principali province



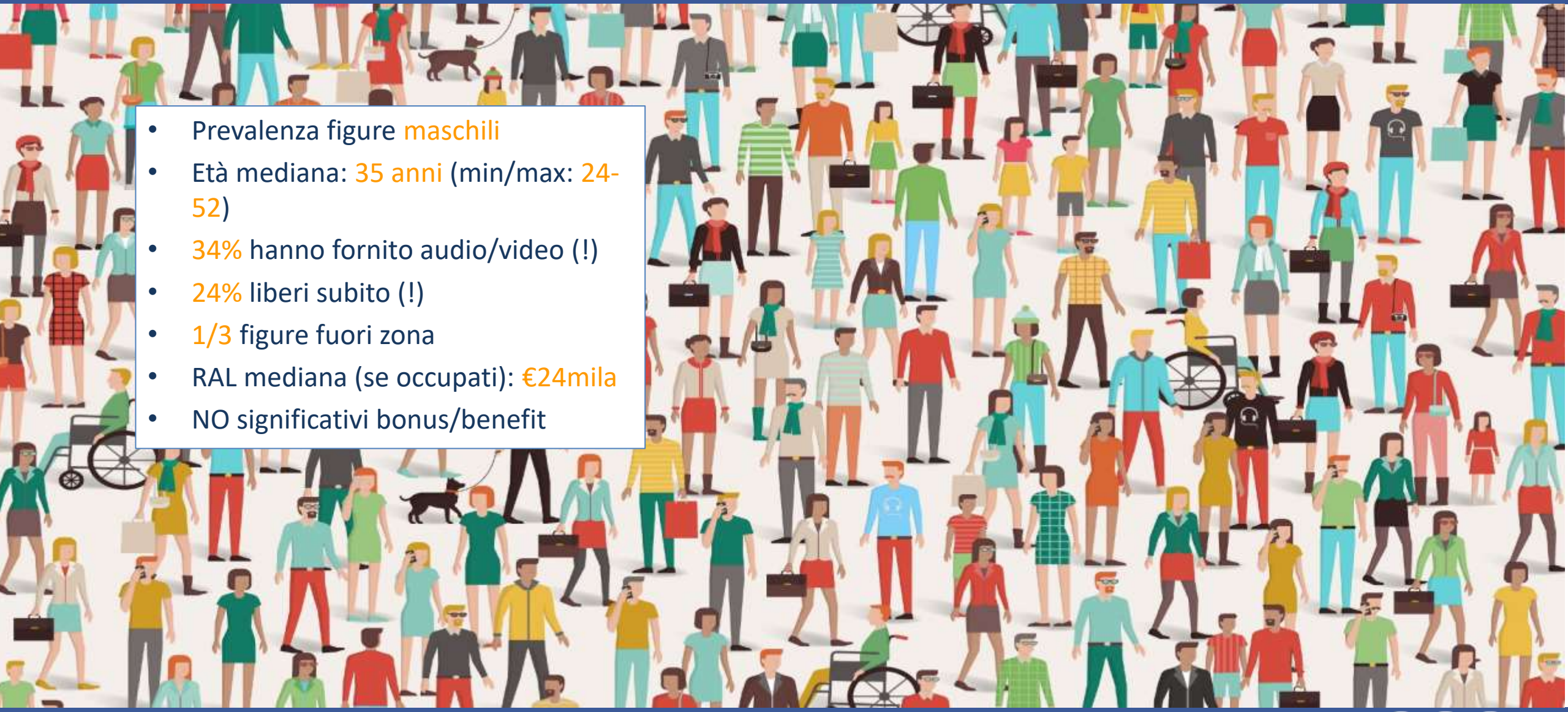
La consegna della lista dei dossier (e relativa tabella sinottica)

- Produzione congiunta di un **numero preconcordato di dossier (idealmente 12 per posizione)** in formato ZIP, EML (Outlook), PDF e DOC
  - Spesso in un **mix variegato** di candidature
- **Tabella riepilogativa** analizzata e commentata
  - Profili di valore e che rispondono alle **caratteristiche indicate** dall'azienda
- **Riunione di analisi e verifica** col management dell'azienda
- ***Ranking* e Selezione della short list da parte dell'azienda**

Oggi: 05/05/2016

Anno nascita	Provincia nascita	Provincia domicilio	Lingua Inglese (1-5; 1=buono)	Retribuzione (fisso)	Retribuzione (variabile)	Inquadramento attuale	Highlight	Auto aziendale ?	Disoccupato ?	Referenze ?	Conosciuto ?	Finalista ?	Data e ora incontro
1978	MI	MI	3	€30k	provvigioni		Pintonello, Filemaker, OpenGate, Datamatic			Si		1	15/04 15.00
1987	LE	MI	1	€26k	€2k	4° commercio	Adecco, Kaspersky			Si		1	18/04 10.00
1968	Spagna	MI	3	€29k	€7k	2° commercio	Microsoft, Security, Canale			Si		1	18/04 11.30
1983	MB	MI	1	€34k	€4k	3° commercio	Juniper, Referenze, Supporto Telefonico			Si		1	20/04 10.00
1983	BA	MI	3	€36k	€16k	1° commercio	Motivata, Inside			Si		2	
1985	Colombia	MI	2	€19k		apprendistato	Cisco, HP, IBM			Si		2	
1966	MI	MI	2	€41k	€9k		Multinazionale, Inside, Conosciuta, Affidabile, Channel		Si	Si	Team	2	
1975	FE	MI	1	€29k	€19k	2° commercio	Red Hat, Security, Canale			Si		2	
1965	MN	PR	2			incentivi assunzione	Symbolic, F-Secure			Si		PS	
1967	MI	LC	2	€38k	premi	1° commercio	Sales & Technical, vendor, determinato			Si	Team	PS	
1973	MI	BG	2	€35k			Security			Si		PS	
1970	CO	LC	2	€30k	€5k	5° metalmeccanico	Sales, Security, Networking			Si		PS	
1961	MI	MI	1				ex Panda, Tech Data		Si				
1987	NA	RM	1	€15k		stage	ex Watchguard			Si			
1977	CS	Barcelona	1	€40k	€20k		Rientro Italia, HP			Si			
1970	PU	MB	3	€36k	provvigioni	tempo determinato	Tempo determinato, varie posizioni sales	Si		Si			
1955	RM	RM	2	€35k	€35k		Security, Senior, Trasferta			Si			
1982	MI	Abu Dhabi	1	€55k			Commerciale, Security, Gervasoni			Si	Team		
1976	VA	CO	1				Avira, Webroot		Si	Si	Team		
1967	MI	MB	2				Microsoft, Channel			Si	Collega		
1973	TO	TO	3	€23k		5° commercio	Inside, Watchguard			Si			
1972	MB	MI	2	€35k	€4k	1° commercio	Inside, Security			Si	Team		
1969	AP	MI	1	€36k	€10k	1° comemrcio determinato	Inside, Dell, Tech			Si			
1973			**1,8**	**€35k**	**€9k**	**Totale:**		**1**	**3**	**22**	**6**	**12**	**4**
								4%	**13%**	**96%**	**26%**	**52%**	**17%**

Analisi demografica dei Dossier



- Prevalenza figure maschili
- Età mediana: 35 anni (min/max: 24-52)
- 34% hanno fornito audio/video (!)
- 24% liberi subito (!)
- 1/3 figure fuori zona
- RAL mediana (se occupati): €24mila
- NO significativi bonus/benefit

Il ranking SI/FORSE/NO da parte dell'azienda

1. **SI:** *Figura da approfondire/vendere/sentire con priorità*
2. **FORSE:** *Figura non totalmente centrata, ma comunque interessante; Non la vedo subito, la tengo di backup*
3. **NO:** *Figura non particolarmente centrata per il ruolo; Da liberare per ora, ma terremo in archivio i suoi riferimenti*

I prossimi passi

- Tempestiva (2-4 giorni) selezione candidature da parte dell'azienda
  - **Suddivisione «SI/FORSE/NO»**
- **Riscontro ai candidati da parte di PBS, con comunicazione dei prossimi passi**
- **Ricezione dossier «ritardatari»**
- Cessione del database
- Incontri con i candidati
  - Eventuale «Interview Day»

Quanti candidati intervistare? Le metriche aiutano

Recruiting Funnel Stages Analyzed Year-Over-Year

	2015	2016	2017
Visitors to Applicants	11%	8.58%	12%
Applicants per Open Requisition	59	52	36
Applicants to Interviews	12%	15.25%	12.31%
Interviews to Offers	17%	19.78%	28%
Offers to Hires	89%	83%	90.64%
Top-to-Bottom	0.2%	0.28%	0.37%
Average Time-to-Hire (Days)	41	39	38

Una offerta ogni 3.5 interviste, accettazione offerte 90%:
1 assunzione ogni 4 interviste (6 finalisti per andare sul sicuro)

Interviews → Offers

The percentage of interviews that result in offers increased significantly: from 19% in 2016 to 28% in 2017.

At 9%, the conversion rate of Interviews → Offers represents the biggest increase in 2017 data. The increased use of AI and machine learning to automate mundane operational tasks is creating new efficiencies that free up recruiters' time to focus on the human work of relationship building and nurturing passive candidates.

Looking at absolute YoY numbers, we see fewer interviews, more offers and more candidates hired.

While the number of interviews decreased, Interviews → Offers still increased, meaning that recruiters are conducting fewer interviews to get to an offer.

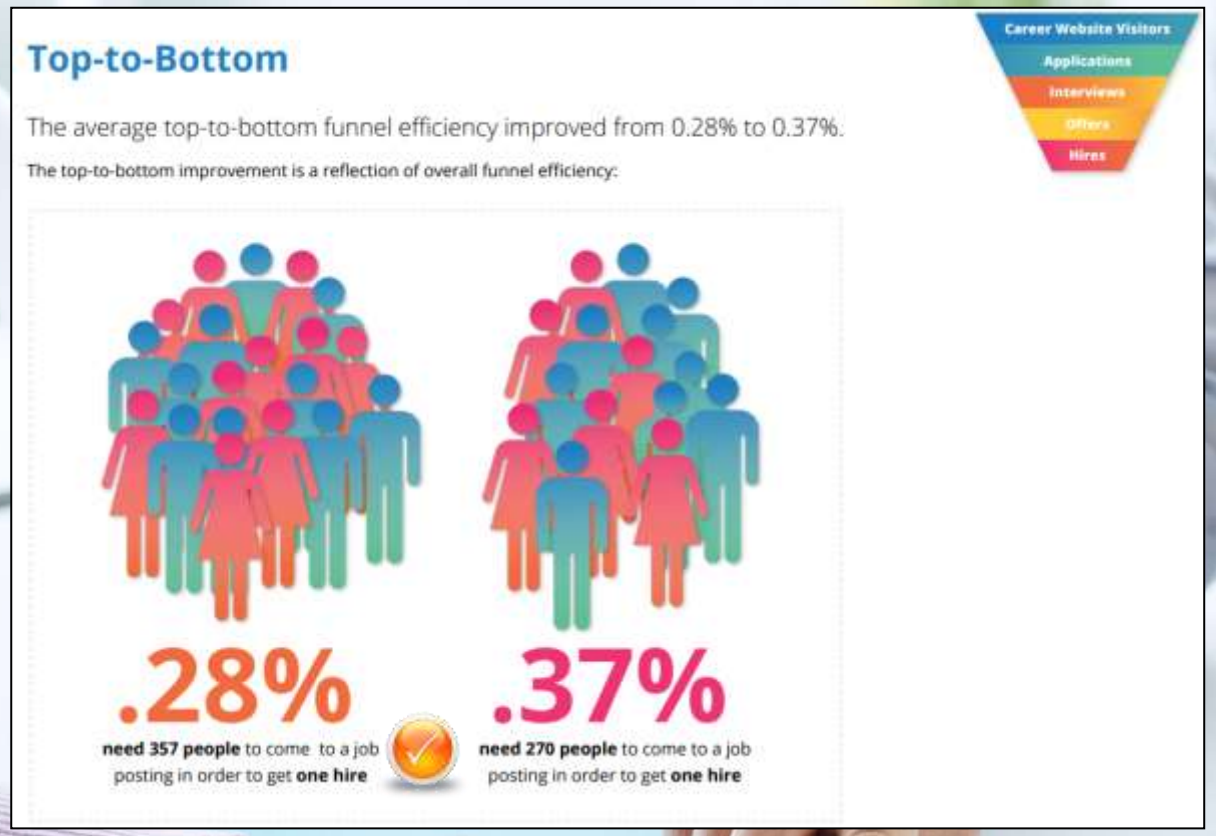
Here's why:

- There are fewer applicants.
- There are more tools, data and AI to help recruiters find the right people and screen candidates more quickly.
- Since recruiters are better equipped to weed out unqualified candidates earlier in the process, candidates who reach the interview stage are more qualified.

28%

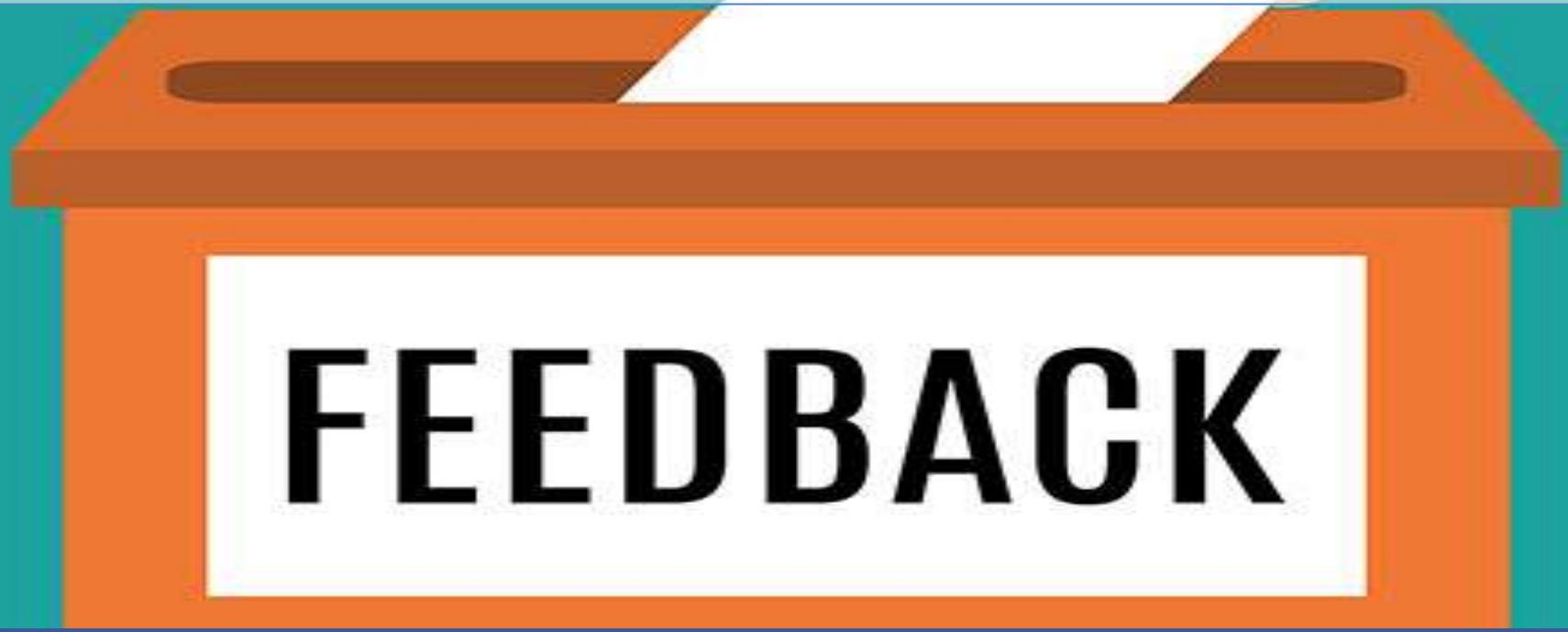
for every **3.5 people** you interview, you'll make **one offer**

Ulteriore evidenza a livello di metriche: circa 300 visualizzazioni per assunzione



La comunicazione tempestiva e professionale verso i candidati

- **SI:** l'Azienda mi ha chiesto di inviare questa nota di positivo riscontro ai **profili considerati di particolare interesse e inseriti in short list. Il suo management, qui in copia, vi contatterà a breve**
- **FORSE:** la ricerca sta entrando nella sua fase finale e l'azienda mi ha chiesto di comunicarvi che sta indirizzandosi verso altri profili che ritiene, al momento, più aderenti alla specifica necessità. **Il vostro profilo è stato considerato di assoluto interesse e non sorprendetevi se l'azienda vi dovesse chiamare in futuro per questa o altre opportunità**
- **NO:** la ricerca sta entrando nella sua fase finale e l'azienda mi ha chiesto di comunicarvi che sta indirizzandosi verso altri profili che ritiene, al momento, più aderenti alla specifica necessità. **L'Azienda ha però ritenuto importante liberarvi tempestivamente, compatibilmente con i tempi della ricerca**



L’importanza di una comunicazione tempestiva e professionale verso i candidati

Buongiorno,
Grazie per la comunicazione.

Ringrazio comunque per l'opportunità.

Ne approfitto per farLe i complimenti per la tipologia di pre-selezione: è stato interessante utilizzare una modalità del genere, direi per nulla frequente in Italia.

Inviato: lunedì 12/03/2018 19:03
A: Primo Bonacina

Grazie,

Ci tengo a complimentarmi per la qualità del metodo di selezione e la tempestività e completezza della comunicazione.

Well done e in bocca a lupo a lei e all’azienda per le prossime fasi finali.

A presto
Alfonso Correale

Re: MATIKA: Congratulazioni! La sua candidatura è in short list!

Giovanni Bonini <bonini@ordine.ingegneri.vi.it>

In caso di problemi di visualizzazione del messaggio, fare clic qui per visualizzarlo in un Web browser.

Inviato: venerdì 15/06/2018 10:26
A: Primo Bonacina

La ringrazio. Lei mi ha fatto un'eccellente impressione, sicuramente al di sopra della media.
Leggo con piacere questo messaggio e Le confermo di essere stato contattato ieri, nel tardo pomeriggio.

Da: claudio d'antonio <claudio.dantonio@gmail.com> Inviato: giovedì 01/03/2018 13:05
A: Primo Bonacina
Cc:
Oggetto: Re: PROFUMERIAWEB: prosecuzione della sua candidatura "Marketing"

Grande Primo! Grazie mille per questa ottima notizia. E complimenti per la struttura del processo di selezione. Ho trovato questa prima parte, come candidato, molto ben fatta:mi dà l'impressione che valuti in modo oggettivo e completo e mi sento seguito. Ben fatto!

Cordiali Saluti
Claudio

Re: EURIS: conclusione analisi short list

Franco Alongi <franco.alongi@gmail.com>

Il messaggio è stato inoltrato o è stata inviata un risposta.

Inviato: lunedì 09/07/2018 14:37
A: Primo Bonacina

Messaggio image001.jpg (8 KB)

Buongiorno

la ringrazio per la comunicazione così come da vostra precedente indicazione.
Colgo l'occasione per esprimere un più che positivo feedback sul vostro servizio che ad oggi si è dimostrato il più efficiente e corretto.

Buongiorno,
la ringrazio per la tempestiva informazione, non è da tutti.

Re: NETCOM: Congratulazioni! La sua candidatura è in short list!

Alessandro Rosset <arosset@hotmail.com>

Il messaggio fa parte di una conversazione di cui si è tenuta traccia. Fare clic qui per trovare tutti i messaggi correlati o aprire il messaggio contrassegnato originale.

Inviato: giovedì 03/05/2018 13:26
A: Primo Bonacina

La ringrazio per il suo supporto in questa fase.
Colgo l'occasione per farle i complimenti per come opera: la modalità e il feedback continuo sono un elemento di assoluto valore. Purtroppo in questo campo non è comune ricevere un trattamento simile e quindi mi pare opportuno ringraziarla.

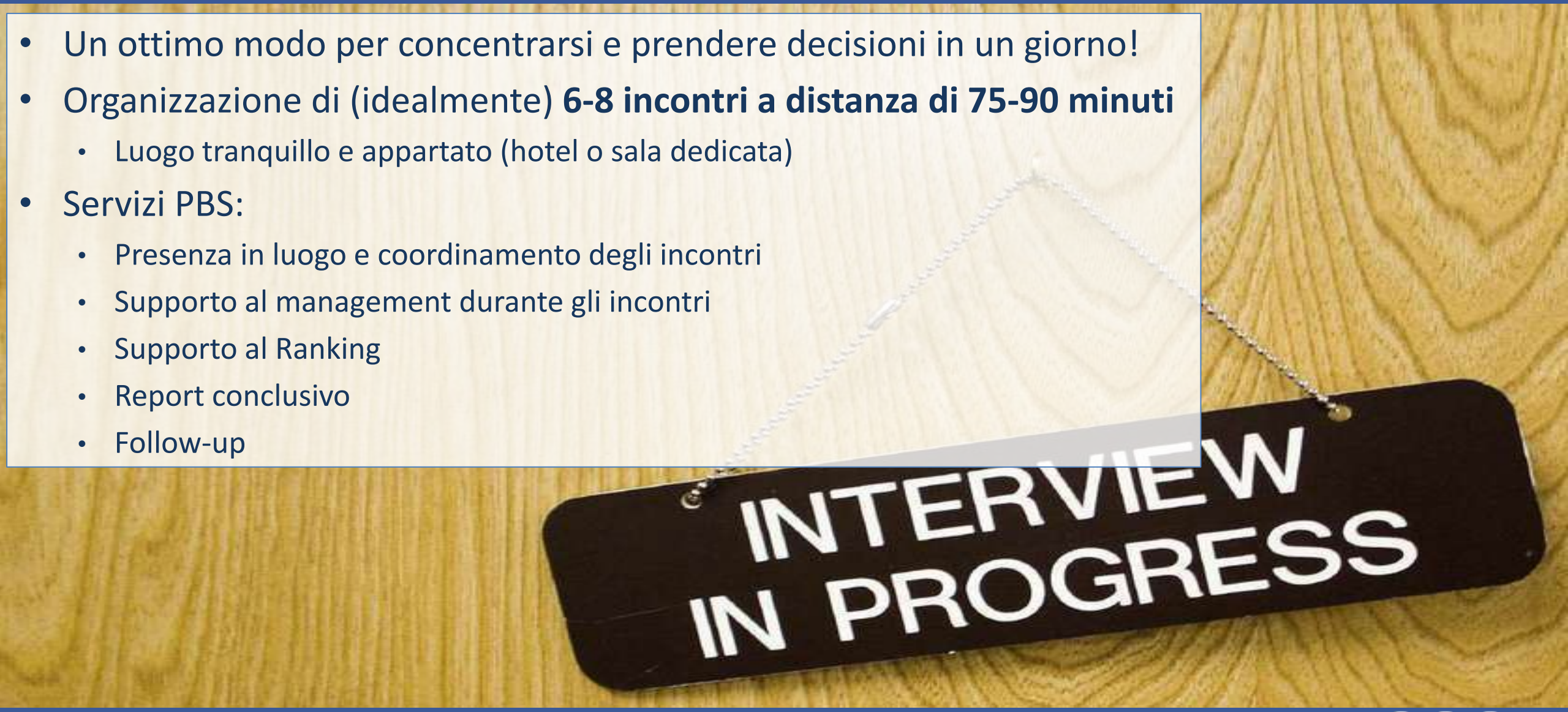
Saluti
Alessandro Rosset

Dal 14° giorno

- Ricerca e selezione, con interviste da parte dell'azienda
  - ***Interview Day***
- Archiviazione dossier da parte dell'azienda per attuale/futuro uso
  - I dossier rimangono di proprietà dell'azienda, senza condizioni e limiti temporali
- Conclusione dei lavori

L'Interview Day

- Un ottimo modo per concentrarsi e prendere decisioni in un giorno!
- Organizzazione di (idealmente) **6-8 incontri a distanza di 75-90 minuti**
  - Luogo tranquillo e appartato (hotel o sala dedicata)
- Servizi PBS:
  - Presenza in luogo e coordinamento degli incontri
  - Supporto al management durante gli incontri
  - Supporto al Ranking
  - Report conclusivo
  - Follow-up



La qualità del processo influenzerà il suo buon esito

PBS Talent

1. Chi è PBS
2. Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti
3. PBS Talent: una metodologia basata su Social Marketing che porta risultati in 12 giorni. Garantito!
4. **Costi e modalità di attivazione**
5. Ricapitolando (e appendici)

Costi e modalità di attivazione

- **Quotazione** (**tariffario chiaro e semplice**) in base alla **rilevanza, complessità** e **perimetro** dell'incarico
- **Costi fissi omnicomprensivi**
  - Una piccola parte come anticipo a copertura spese
  - **La maggioranza ad accettazione e acquisizione del lavoro**
- Firma **accordo standard**
- Inizio attività

PBS Talent

1. Chi è PBS
2. Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti
3. PBS Talent: una metodologia basata su Social Marketing che porta risultati in 12 giorni. Garantito!
4. Costi e modalità di attivazione
5. **Ricapitolando (e appendici)**

Ricapitolando

PBS Talent è la metodologia giusta: vogliamo provarla insieme? (www.primobonacina.com/talent)

Primo Bonacina
Managing Partner, PBS - Primo Bonacina Services

Phone: +39 334 6381071
primo.bonacina@primobonacina.com
Skype: primo.bonacina
www.primobonacina.com

Primo Bonacina Services di Primo Ernesto Bonacina
Via Canneto, 10 - 25049 Iseo (BS) Italy - VAT id: IT04001550161

Appendice

1. «Reinventing the Interview»
2. «Behavioural Interview Questions»
3. Soft Skill Assessment
4. I KPI

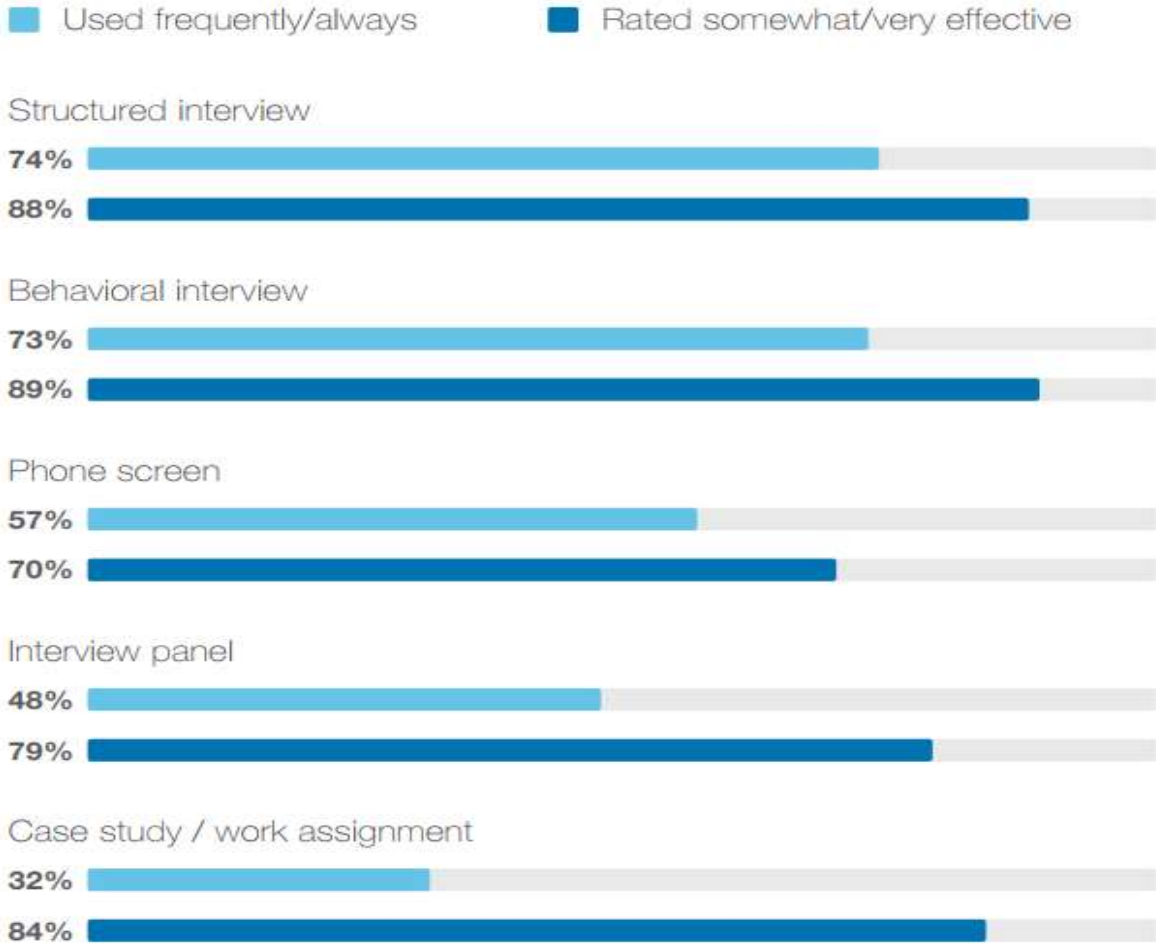
Appendice #1: *Reinventing the Interview*

Prepariamoci al round finale di interviste (cercando di renderle più efficaci)

TRADITIONAL INTERVIEWS AREN'T GOING AWAY (YET)

You know the drill with traditional interviews — when you ask candidates about their skills and experience to see if they're fit for the job. Formats vary from in-person vs. phone to one-on-one vs. panel to structured vs. unstructured questions, but traditional interviews have been the industry standard for decades. Call them old-school, call them boring, but they are still widely used and considered effective, according to our research.

THE POPULARITY AND EFFECTIVENESS OF TRADITIONAL TECHNIQUES



Le Criticità delle «Interviste Tradizionali»

BUT TRADITIONAL INTERVIEWS FALL SHORT ESPECIALLY IN SIZING UP SOFT SKILLS

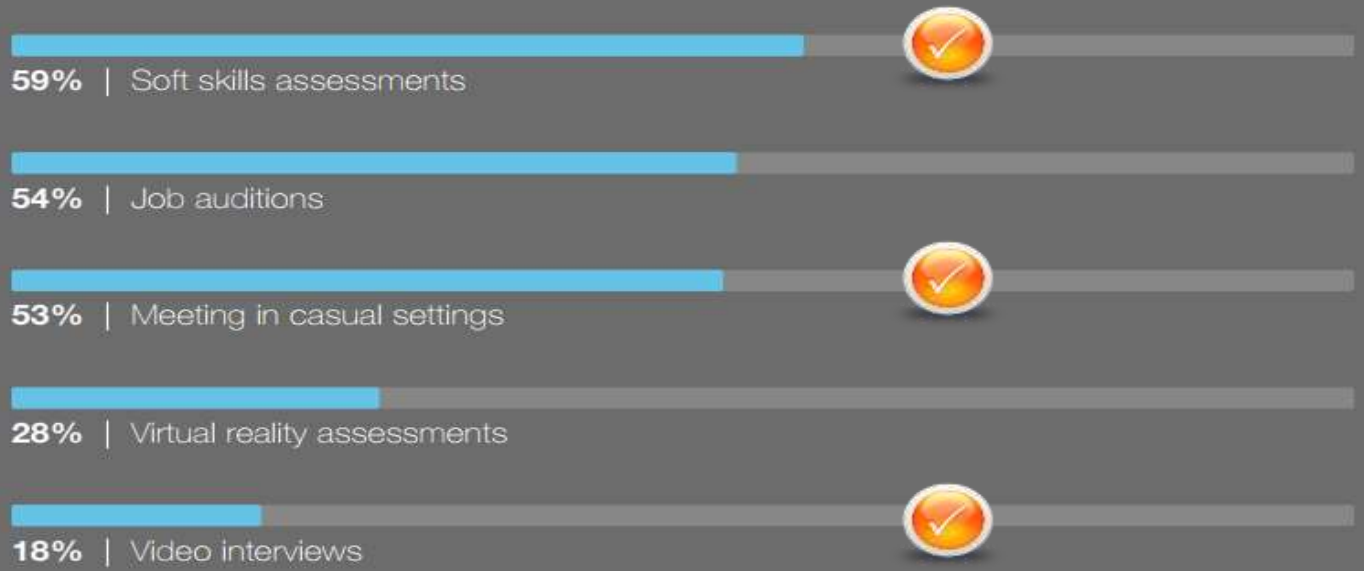
Despite their popularity, traditional interviews have been largely discredited. It's been shown they can even undercut the impact of more useful information. Attractive and charismatic interviewees aren't necessarily more capable, for example, but we unconsciously assume they are. In our survey, respondents noted the bias problem in traditional interviews as well as their limited ability to assess soft skills and weaknesses. It's hard to evaluate grit in a candidate or spot disorganization simply by having a chat.

Nuovi strumenti possono aiutare, #1

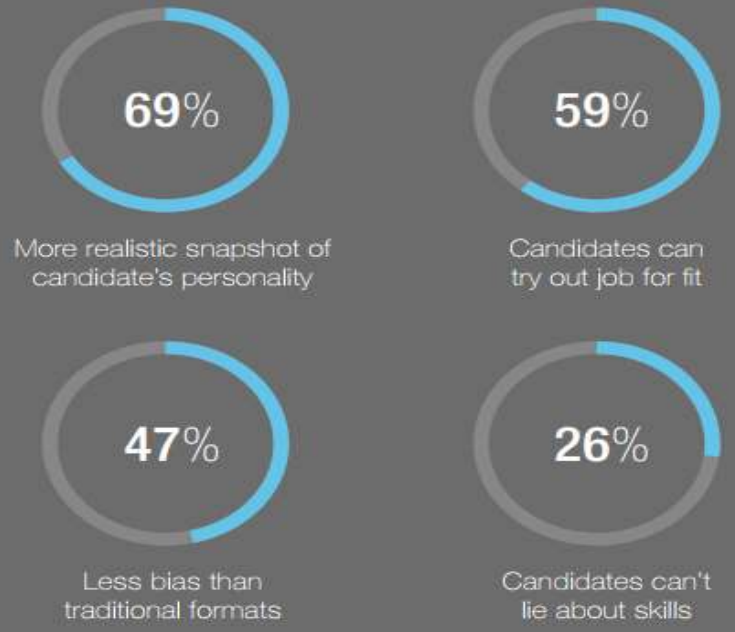
NEW TOOLS ARE EMERGING TO MEND A BROKEN PROCESS

Five techniques have come on the scene to improve the old model. Online soft skills assessments measure traits like teamwork and curiosity and give a more holistic picture of candidates earlier in the process. In job auditions, companies pay candidates to do real work so that they can observe skills in action. Casual interviews typically take place over a meal and can offer a unique look into candidate character. With virtual reality (VR), companies immerse candidates in simulated 3-D environments to test their skills in a standardized way. Video interviews can be recorded or live and help by tapping a broader talent pool in far less time.

MOST USEFUL INTERVIEWING INNOVATIONS



WHY THEY HAVE PROMISE



Nuovi strumenti possono aiutare, #2

CITI ABANDONS OLD-SCHOOL GRADUATE SCREENING FOR SOFT SKILLS ASSESSMENTS

Like many Wall Street firms, Citi used to recruit students from elite schools and heavily weigh their GPAs. But the company had no standard with which it could compare all applicants, and the narrow focus on schools was cutting it off from other rich sources of talent. So Citi piloted the Koru7™, a 20-minute survey that measures key soft skills like rigor and polish. The tool creates a profile based on top-performing Citi employees against which candidates are compared. It also ranks candidates' soft skills strengths and weaknesses which allows Citi to conduct more informed interviews.

THE IMPACT

BETTER ASSESSMENT OF SOFT SKILLS	Citi now gets a much more holistic view of candidates rather than the previously narrow look at their technical skills.
MORE TALENT POOL DIVERSITY	The tool is reducing GPA 'tunnel vision' and helping Citi reach top candidates at historically untargeted schools.
POSITIVE CANDIDATE EXPERIENCE	All candidates receive immediate and personalized feedback on their top skill. Nearly 90% rate the experience positively.

TALENT AUDITIONS GIVE CITADEL A FRONT-ROW SEAT TO CANDIDATE WORK PERFORMANCE

In pursuit of more efficient tech hiring, Citadel became inspired by how elite institutions recruit talent. NFL coaches don't ask prospects to describe catching a football — they watch them catch a football. So in partnership with Correlation One, Citadel designed day-long job auditions in which about 100 students compete for cash by solving real business problems with data. Recruiters watch them work in teams and use a standardized process to assess everything from how they code and think, to how they lead and collaborate. There have been over 10,000 participants to date yielding a rich pipeline of talent and dozens of hires.

Lengthier formats of the job audition are also popular. Check out Automattic's 2-6 week tryouts and Weebly's one-week tryouts.

THE IMPACT

BETTER ABILITY TO ASSESS SKILLS	Observing candidates in high-pressure situations that mimic Citadel's work life gives a more realistic preview of performance.
MORE OBJECTIVE EVALUATIONS	Auditions reduce bias by measuring actual performance rather than interviewing skills, past experience or former employers.
POSITIVE CANDIDATE EXPERIENCE	Competing for cash is fun and exciting, and the audition experience mirrors the employee experience, helping candidates assess fit.
STRONGER EMPLOYER BRAND	The events themselves generate significant buzz for Citadel and marketing them has been an opportunity to engage with key talent.

Nuovi strumenti possono aiutare, #3

DINE BEFORE YOU SIGN: THE POWER OF INTERVIEWING CANDIDATES IN THE REAL WORLD

Low-tech as it is, spending time with candidates outside the office is increasingly gaining favor. Charles Schwab's CEO Walt Bettinger invites candidates to breakfast and asks restaurants to mess up their orders. He does this to find out what type of people they are and how they respond to adversity. While natural behaviors don't predict job performance, they do add a unique candidate perspective. Restaurants are a common venue for casual setting interviews but the sky's the limit, literally. Havas Worldwide and Jet.com interview on ferris wheels (yes, ferris wheels!) and Daimler AG takes candidates for a spin in a Mercedes.

THE IMPACT

BETTER ABILITY TO SEE CHARACTER	Casual settings can reveal how candidates deal with the day-to-day and the unexpected. Hiring managers can't get that by listening to rehearsed answers in a conference room.
MORE RELAXING CANDIDATE EXPERIENCE	Outside the standard interview environment candidates are more likely to be at ease. Background noise and interruptions can make them feel less under-the-microscope.

LLOYDS BANKING GROUP ASSESSES CANDIDATE STRENGTHS WITH VIRTUAL REALITY

Lloyds Banking Group gets thousands of applications for its Emerging Leadership Programme every year. To narrow the pool, it asks candidates to complete strengths and analytical tests followed by a video interview using Launchpad. But here's where it gets interesting — the hundreds of candidates who reach the final round are evaluated in virtual reality as part of a day-long assessment center visit. Using the virtual reality platform, candidates freely move within a 360-degree virtual world and manipulate objects using tracked motion controls. An evaluator judges how they approach and solve tasks, using standardized metrics to assess strengths that Lloyds Banking Group is looking for.

THE IMPACT

BETTER ABILITY TO ASSESS SKILLS	Instead of candidates describing how they'd do a task, they actually do the task, giving Lloyds a first-hand look at behavior.
LESS UNCONSCIOUS BIAS	Evaluators are 'blind' to past experience. Diversity across gender and Black, Asian and minority ethnic exceed industry norms as a result.
MORE CANDIDATE ENGAGEMENT	96% of candidates rate the VR experience as both comfortable and impressive, and 100% think it adds value to the hiring process.

Nuovi strumenti possono aiutare, #4

RECRUITMENT GAMIFICATION: LA SELEZIONE DEL PERSONALE 3.0

Tweet Condividi Mi piace 0 Condividi G+

Per valutare il reale potenziale dei candidati che va oltre i titoli scritti sui cv, i responsabili della selezione del personale stanno adottando nuovi approcci a dir poco innovativi. Molte aziende hanno dovuto affrontare in questi anni le sfide imposte dall'innovazione e dalla trasformazione digitale, i cambiamenti hanno investito anche il comparto delle HR che ha iniziato a confrontarsi con nuovi metodi di selezione come il **recruiting gamification**.

Il gioco nel processo di selezione viene introdotto come un elemento nuovo capace di aiutare il recruiter nella corretta valutazione dei candidati. Il motivo è semplice: il gioco crea di per sé una situazione più rilassata, che nulla ha a che vedere con l'ansia e lo stress di una selezione tradizionale, i candidati sono quindi più liberi di esprimersi al meglio facendo **emergere il loro reale potenziale.**

Perché sta prendendo piede il recruiting gamification

Il gioco genera divertimento e può dare feedback di varia natura ed è anche un ottimo strumento per entrare in contatto con i candidati delle nuove generazioni che sono nativi digitali abituati sia all'uso della tecnologia che all'esperienza del gaming. Il **recruiting gamification** quindi non è solo un nuovo modo per selezionare candidati, ma anche un mezzo utile alle aziende per creare appeal e ingolosire i potenziali candidati che rispondono a questa modalità di approccio. Entrare in contatto con queste persone non è solo un vantaggio, ma rappresenta per le aziende un'esigenza a cui rispondere. Parliamo dei Millenials, cioè dei nati tra il 1980 e i primi anni del 2000 che nel 2025 copriranno il 75% della forza lavoro a livello mondiale, mentre oggi hanno un tasso di assunzione pari al 28,9%. Gli under 35 sono molto diversi dalle generazioni loro precedenti, pensano e si comportano in modo diverso e oggi non sono messi in condizione di esprimere il loro potenziale.

Gaming come nuovo approccio per selezionare talenti: funziona?

Per sua natura **il gioco elimina lo stress**, consente quindi al candidato di esprimere sè stesso al meglio, libero da ansia e tensioni varie tipiche del colloquio tradizionale. Il recruiter deve quindi essere bravo a usare i vari elementi del gioco come **strumenti di valutazione** e nel corso del colloquio-gioco deve interpretare i feedback di varia natura che arrivano da parte del candidato.

Alcune aziende che hanno sfruttato il "gaming" per fare recruiting

Avreste mai pensato fosse possibile fare un colloquio seduti all'interno di una macchina lanciata a tutta velocità? Ci ha pensato **Audi** in "**The faster interview ever**".

Molto meno avventuroso è il "**Google Code Jam**", contest ideato per scovare nuovi talenti. I partecipanti potevano vincere una somma fino a 50mila dollari e anche un lavoro da **Google** che nel frattempo analizzava le loro competenze.

MSC Crociere ha invece ideato "**Inner Island**": all'inizio del gioco i partecipanti dovevano descrivere la loro vacanza ideale raccontando in questo modo qualcosa di loro, successivamente dovevano affrontare dei mini giochi da cui emergevano le loro **capacità logiche e matematiche**. Infine veniva chiesto loro di esporre qualche idea per migliorare la vacanza.

"**Facteur Academy**" è invece il progetto del servizio postale francese **Farmapost.** In questo caso la *gamification* è stata utilizzata non per scovare talenti, ma per risolvere un problema interno: era stato rilevato che circa un quarto dei dipendenti abbandonava il lavoro dopo il periodo di prova. Nel gioco i potenziali dipendenti dovevano far finta di essere impiegati postali per una settimana: l'azienda ha affermato di aver registrato, in seguito a questo progetto, un **calo delle dimissioni dal 25 all'8 per cento**.

Appendice #2: *Le «Domande Comportamentali»*

L’importanza delle «domande comportamentali»

Why behavioral interview questions matter

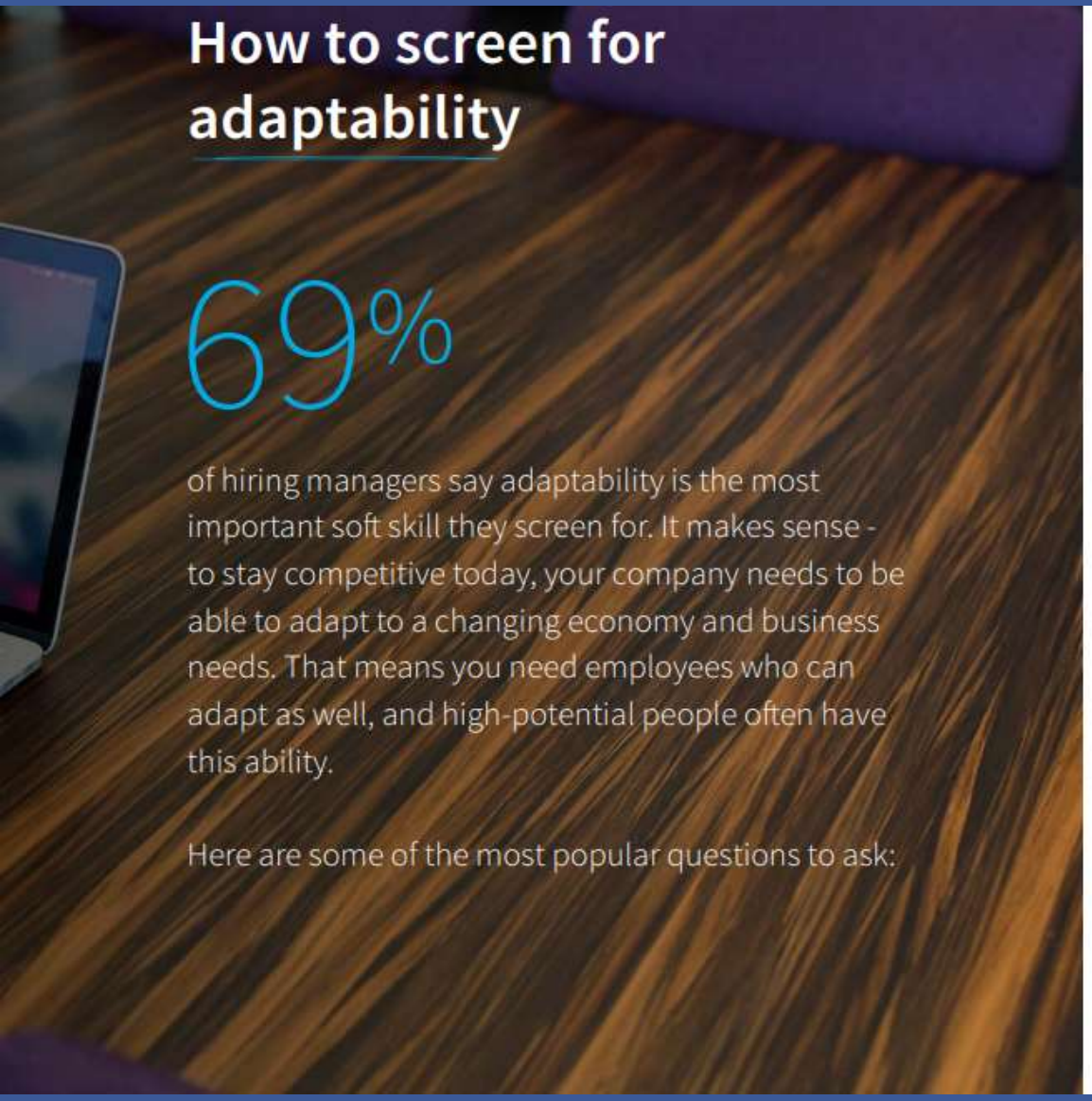
Great businesses are built on people. People who not only have the right skills and experience, but who have the potential to do great things in the role, the team and in the company.

However, screening candidates for potential is the toughest part of an interview. Oftentimes you assess someone’s potential by looking at their soft skills and unqiue perspectives. Yet in a 30 minute conversation, it’s really difficult to fully understand the person behind the profile.

The good news is that behavioral interview questions are a proven way to reveal a person’s potential, specifically their ability to adapt, grow, collaborate, prioritize, lead, and strengthen company culture. By looking at their past behavior as well as their skills and experience, you’ll instinctively know if they have all the qualities you need in your next hire.

To help you be more efficient and effective, we surveyed nearly 1,300 hiring managers for their top behavioral interview questions. Scroll through for the best questions to ask, and tips to glean the answers you need.

1. Adattabilità al cambiamento



How to screen for adaptability

69%

of hiring managers say adaptability is the most important soft skill they screen for. It makes sense - to stay competitive today, your company needs to be able to adapt to a changing economy and business needs. That means you need employees who can adapt as well, and high-potential people often have this ability.

Here are some of the most popular questions to ask:

MOST POPULAR

1. Tell me about a time when you were asked to do something you had never done before. How did you react? What did you learn?
2. Describe a situation in which you embraced a new system, process, technology, or idea at work that was a major departure from the old way of doing things.
3. Recall a time when you were assigned a task outside of your job description. How did you handle the situation? What was the outcome?
4. Tell me about the biggest change that you have had to deal with. How did you adapt to that change?
5. Tell me about a time when you had to adjust to a colleague's working style in order to complete a project or achieve your objectives.

2. Affinità alla cultura aziendale

How to screen for culture add

When we talk about culture fit, we don't mean falling into a "hire like me" mentality. If all of your employees act and think the same, your company won't thrive.

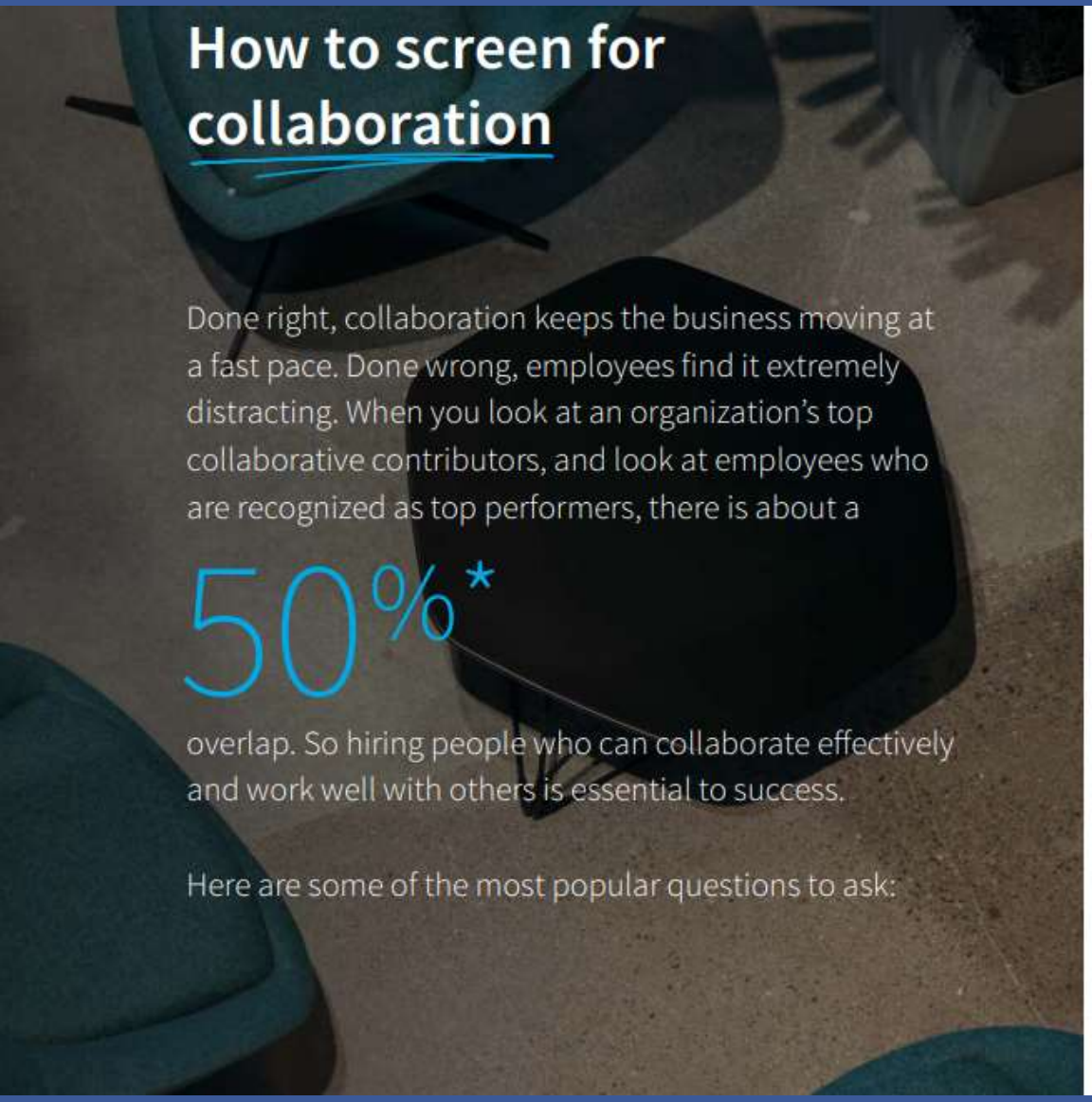
Instead, look for candidates who share the same beliefs and values as your organization, but also bring diversity of thought and experience that will drive your company forward. We call this a "culture add". Plus, research shows that employees who are a good culture fit are more likely to stay with your company and will have greater performance and job satisfaction.

Here are some of the most popular questions to ask:

MOST POPULAR

1. What are the three things that are most important to you in a job?
2. Tell me about a time in the last week when you've been satisfied, energized, and productive at work. What were you doing?
3. What's the most interesting thing about you that's not on your resume?
4. What would make you chose our company over others?
5. What's the biggest misconception your coworkers have about you and why do they think that?

3. Collaboratività, Team Playing



How to screen for collaboration

Done right, collaboration keeps the business moving at a fast pace. Done wrong, employees find it extremely distracting. When you look at an organization's top collaborative contributors, and look at employees who are recognized as top performers, there is about a

50%*

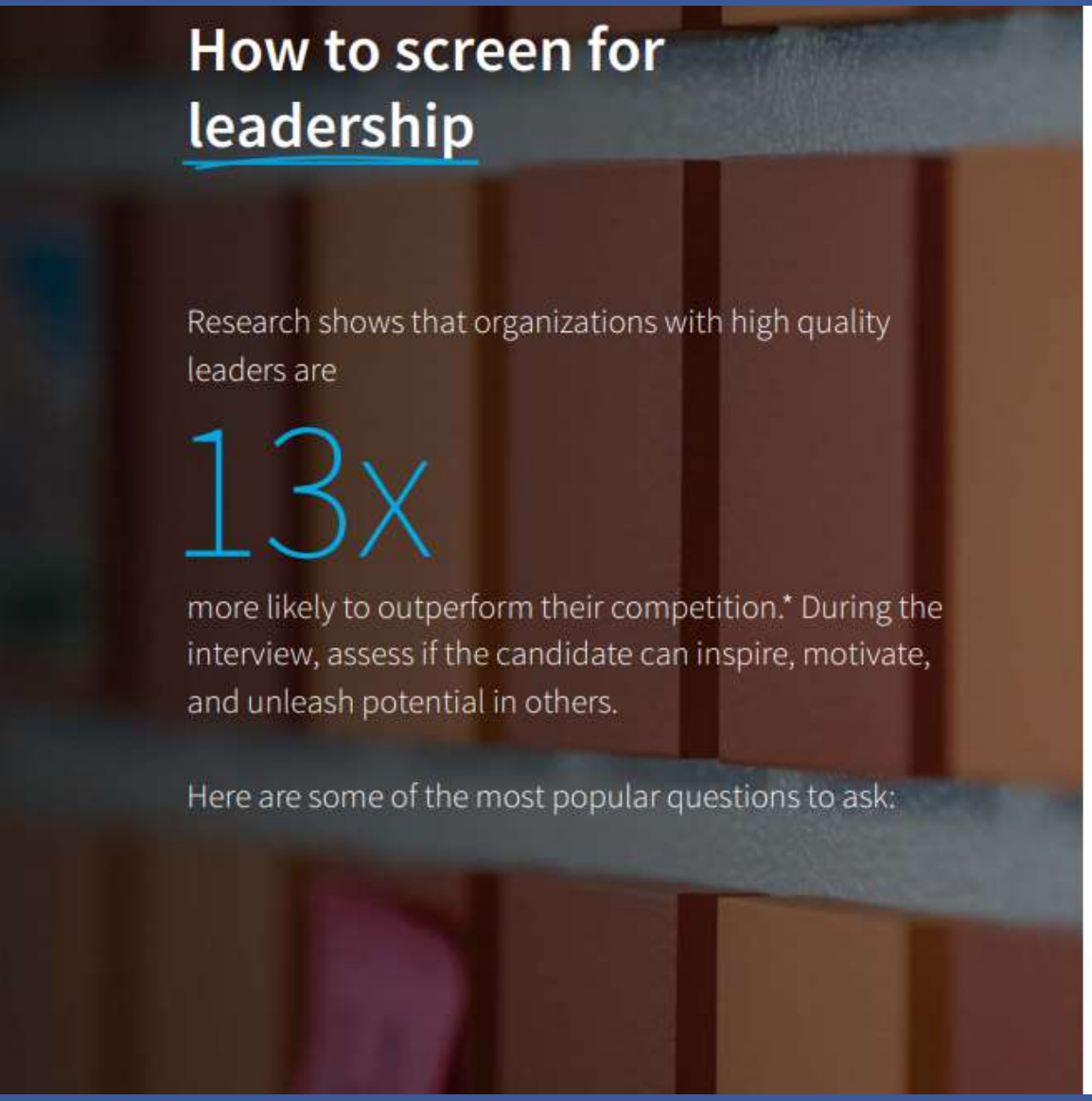
overlap. So hiring people who can collaborate effectively and work well with others is essential to success.

Here are some of the most popular questions to ask:

MOST POPULAR

1. Give an example of when you had to work with someone who was difficult to get along with. How did you handle interactions with that person?
2. Tell me about a time when you were communicating with someone and they did not understand you. What did you do?
3. Tell me about one of your favorite experiences working with a team and your contribution.
4. Describe the best partner or supervisor with whom you've worked. What part of their managing style appealed to you?
5. Can you share an experience where a project dramatically shifted directions at the last minute? What did you do?

4. Leadership



How to screen for leadership

Research shows that organizations with high quality leaders are

13x

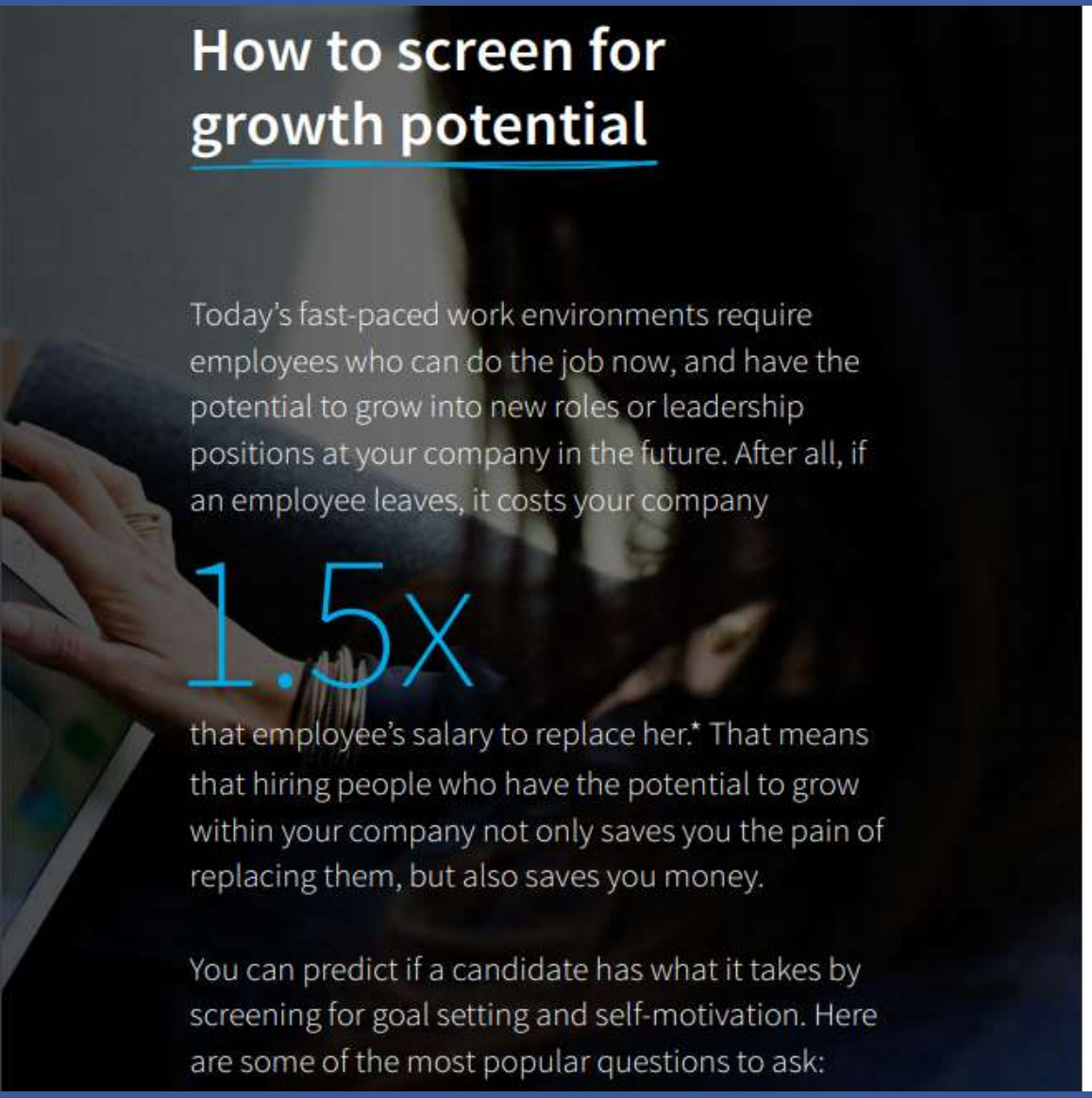
more likely to outperform their competition.* During the interview, assess if the candidate can inspire, motivate, and unleash potential in others.

Here are some of the most popular questions to ask:

MOST POPULAR

1. Tell me about the last time something significant didn't go according to plan at work. What was your role? What was the outcome?
2. Describe a situation where you needed to persuade someone to see things your way. What steps did you take? What were the results?
3. Give me an example of a time when you felt you led by example. What did you do and how did others react?
4. Tell me about the toughest decision you had to make in the last six months.
5. Have you ever had to "sell" an idea to your coworkers or group? How did you do it? What were the results?

5. Potenziale di crescita



How to screen for growth potential

Today's fast-paced work environments require employees who can do the job now, and have the potential to grow into new roles or leadership positions at your company in the future. After all, if an employee leaves, it costs your company

1.5x

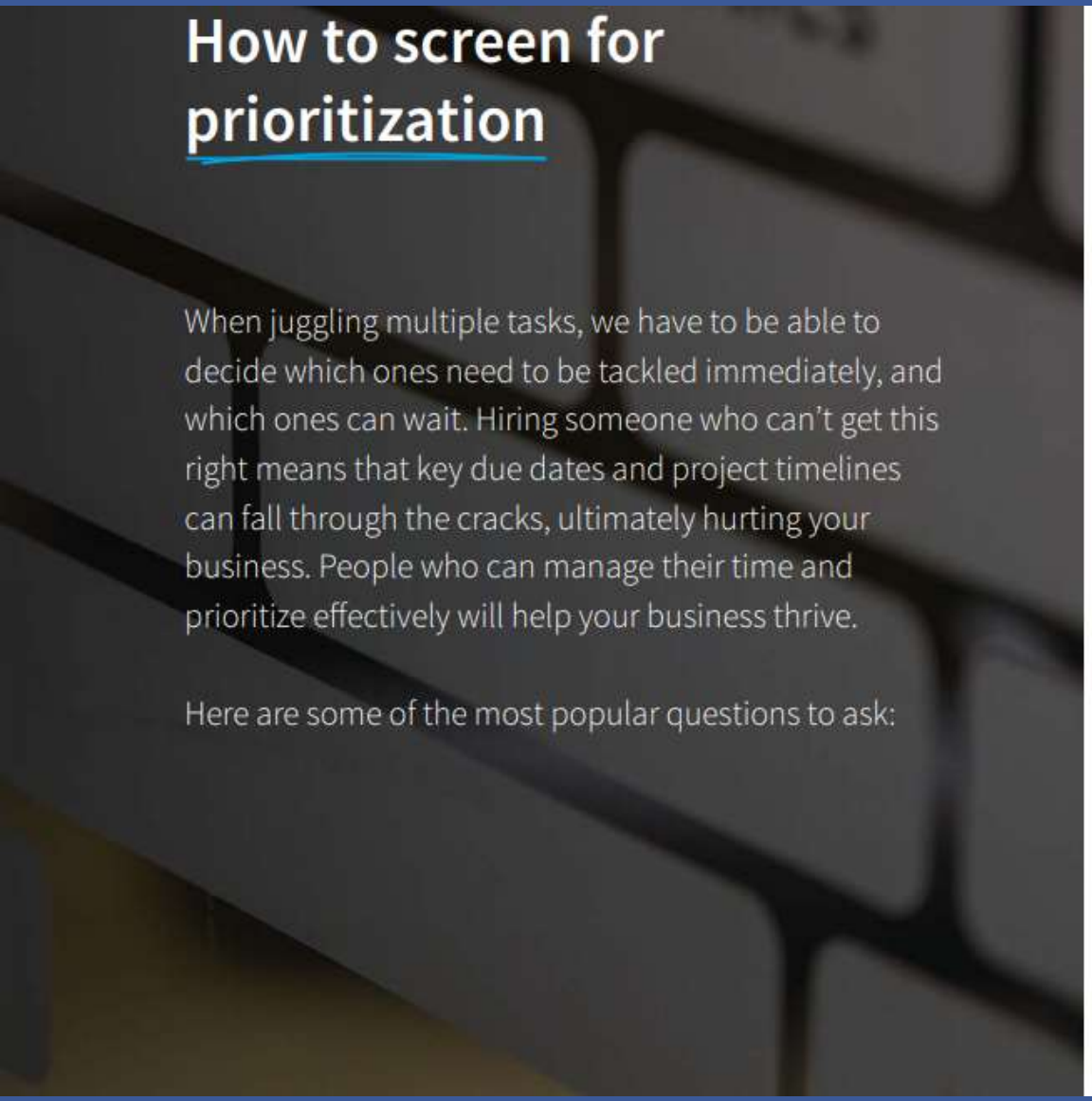
that employee's salary to replace her.* That means that hiring people who have the potential to grow within your company not only saves you the pain of replacing them, but also saves you money.

You can predict if a candidate has what it takes by screening for goal setting and self-motivation. Here are some of the most popular questions to ask:

MOST POPULAR

1. Recall a time when your manager was unavailable when a problem arose. How did you handle the situation? With whom did you consult?
2. Describe a time when you volunteered to expand your knowledge at work, as opposed to being directed to do so.
3. What would motivate you to make a move from your current role?
4. When was the last occasion you asked for direct feedback from a superior? Why?
5. What's the biggest career goal you've ever achieved?

6. Capacità di dare le giuste priorità



How to screen for prioritization

When juggling multiple tasks, we have to be able to decide which ones need to be tackled immediately, and which ones can wait. Hiring someone who can't get this right means that key due dates and project timelines can fall through the cracks, ultimately hurting your business. People who can manage their time and prioritize effectively will help your business thrive.

Here are some of the most popular questions to ask:

MOST POPULAR

1. Tell me about a time when you had to juggle several projects at the same time. How did you organize your time? What was the result?
2. Tell me about a project that you planned. How did you organize and schedule the tasks?
3. Describe a time when you felt stressed or overwhelmed. How did you handle it?
4. Give an example of a time when you delegated an important task successfully.
5. How do you determine what amount of time is reasonable for a task?

Appendice #3: Come individuare i giusti Soft Skill

Scopri i Soft Skill dei candidati ponendo domande mirate

- «Perchè vuole lavorare con noi?»

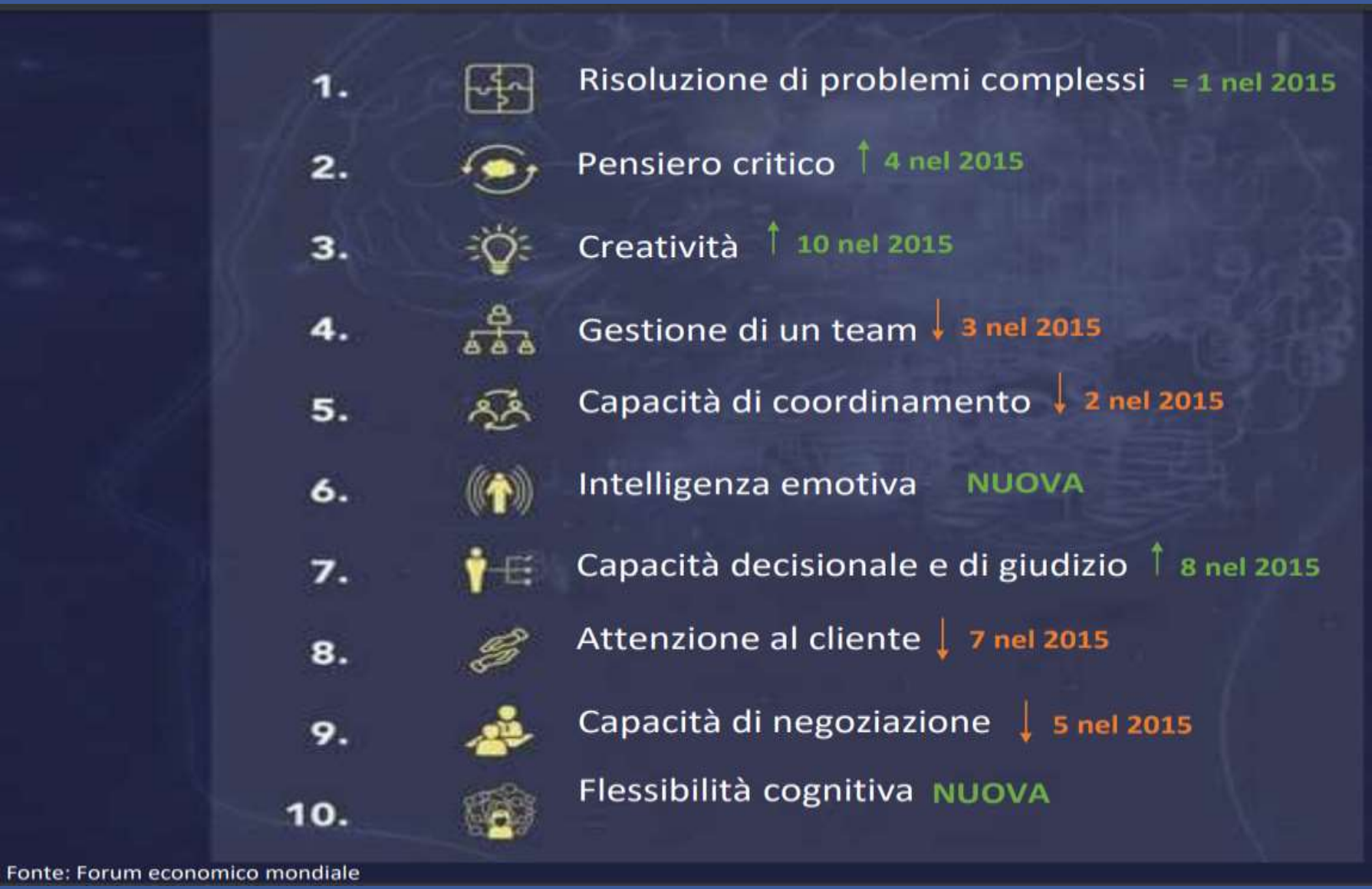
- «Vorrei entrare a far parte di un'azienda leader del settore, un gruppo ambizioso e innovativo con dimensioni internazionali... con compiti diversificati...»

Hai già avuto questa conversazione mille volte ma una risposta diversa sembrerebbe quasi rischiosa?

La maggior parte dei candidati è abituata alle domande dei recruiter e formula risposte simili. Eppure non sono tutti dei robot, anzi.

E se cercassimo di scoprire quali sono le soft skills dei candidati imparando a porre loro domande di tipo diverso?

La richiesta di Soft Skill: come evolve (2020 vs. 2105)



LA TOP 10 DELLE SOFT SKILLS: 2020 VS 2015

In uno studio condotto in 15 paesi, il Forum economico mondiale ha individuato le soft skills che i dipendenti considerano indispensabili per l'anno 2020.

Ecco il confronto con le soft skills più ricercate nel 2015.

Fonte: Forum economico mondiale

EASYRECRUE

Soft Skill: quali domande porre, #1

CURIOSITÀ

Ha il desiderio di conoscere, si informa, è aggiornato sulle novità, prosegue il suo apprendimento

- Come si mantiene aggiornato sulle ultime novità relative al suo settore? In che modo segue i cambiamenti del suo mercato?
- Che cosa fa per diventare più qualificato nella sua professione?
- Qual è il suo metodo di apprendimento?
- In che modo mantiene aggiornate le sue competenze?
- Che cosa saprebbe dirmi sulla nostra azienda? Come si è informato su di noi?

PERSEVERANZA

Tenace, non si scoraggia in caso di difficoltà, trova nuove soluzioni, non si arrende

- Cosa le provoca frustrazione o la rende impaziente sul lavoro?
- In che modo reagisce di fronte a una serie di risposte negative?
- Mi parli di una situazione in cui ha dato prova di perseveranza. Perché?
- Secondo lei, che cosa caratterizza un fallimento?
- A quale stadio abbandonerebbe un progetto o un'idea?

Soft Skill: quali domande porre, #2

COMPETITIVITÀ

Spirito "vincente", ama superarsi, non ha paura di rischiare, paura del fallimento

- **Che cosa ha imparato dagli altri, confrontandosi con loro?**
- **Il fatto di vincere (o la paura di perdere), è una motivazione nel suo lavoro? Spieghi il perché.**
- **Come reagisce di fronte a un fallimento? E di fronte a una vittoria?**
- **Mi parli di una situazione in cui, dopo aver portato a termine qualcosa, ha realizzato che avrebbe potuto fare meglio.**
- **Alcune persone reagiscono male quando non ottengono una vittoria. Che cosa ne pensa?**

PROBLEM SOLVING

Trova rapidamente soluzioni a problemi complessi, sa individuare problemi e punti di forza, ha spirito di analisi

- **Mi parli di un progetto in cui si è reso conto che il suo approccio abituale non avrebbe funzionato. Com'è riuscito ad adattarsi alla situazione?**
- **Quali nuovi processi ha sviluppato per rispondere a una problematica? In che modo li ha sviluppati? Chi è stato coinvolto?**
- **Ha più di 700 e-mail non lette nella sua casella di posta. Ha a disposizione un'ora per gestirle, come procederebbe?**
- **Saprebbe dire quante volte si sovrappongono le lancette di un orologio nell'arco della giornata?**

Soft Skill: quali domande porre, #3

CREATIVITÀ

Trova nuove idee, sperimenta, sa sorprendere, intraprendere e immaginare

- Se fosse un utensile da cucina, quale sarebbe?
- In un mondo perfetto, in che modo comunicherebbero le persone?
- Potrebbe parlarmi di un progetto per il quale è uscito dagli schemi e dai processi abituali? Che risultati ha ottenuto? Qual è stata la reazione dei suoi collaboratori/clienti/...?
- Mi venda un viaggio nello spazio.
- Qual è la sua idea più geniale? Perché?

PENSIERO CRITICO

Ragiona, trae conclusioni, è riflessivo, sa motivare il suo pensiero

- Perché desidera cambiare lavoro? Che cosa dovrebbe cambiare nell'azienda dove lavora attualmente per farla restare?
- Quali ragioni la trattengono dall'entrare a far parte della società e del suo team? Cosa la fa dubitare?
- Qual è la prima cosa che cambierebbe all'interno della nostra azienda?
- Cosa ne pensa del nostro sito web?
- Se dovesse dividere il mondo in tre grandi gruppi, quali sarebbero e perché?

Soft Skill: quali domande porre, #4

LEADERSHIP

Capacità di guidare il suo team al successo di un progetto, ha spirito di aggregazione, ispira fiducia

- **Ha l'impressione che il lavoro di uno dei membri del suo team (di cui è responsabile) non sia di buona qualità e pensa che avrebbe potuto fare meglio al suo posto. Che cosa farebbe in questo caso? Come reagirebbe?**
- **Quali sono le persone con le quali le ha fatto più piacere lavorare? Quali erano le caratteristiche della collaborazione?**
- **Se fosse un super eroe, chi sarebbe?**
- **Come aiuta i suoi collaboratori a sviluppare le loro competenze?**
- **Mi parli di una situazione in cui ha assunto la guida di un progetto.**

CAPACITÀ DI COORDINAMENTO

Gestisce con successo progetti che coinvolgono più team, si adatta ai suoi interlocutori, rispetta le scadenze

- **Che cosa ne pensa delle riunioni?**
- **Quali sono, secondo lei, i modi migliori per comunicare all'interno di un team e tra i diversi team dell'azienda?**
- **Nell'arco di una giornata, le hanno fatto la stessa domanda cinque volte. Come reagirebbe? Quali soluzioni troverebbe per non doversi ripetere ed evitare le domande in futuro?**
- **Quali sono le persone con le quali le piace di più lavorare?**
- **Qual è, secondo lei, la relazione tra qualità, tempo e denaro nella gestione di un progetto?**

Soft Skill: quali domande porre, #5

NEGOZIAZIONE

Sa ottenere quello che vuole, coltiva relazioni win-win, sa comprendere gli interessi delle parti

- **Mi parli di una situazione in cui ha dovuto negoziare a lungo con qualcuno. Come si è preparato?**
- **Non è soddisfatto del budget assegnato a un progetto. Come negozierebbe il suo margine con la direzione dell'azienda?**
- **Deve convincere il suo manager che è impossibile raggiungere gli obiettivi a lei assegnati. Come lo dimostrerebbe?**
- **Un potenziale cliente trova la sua proposta economica troppo onerosa. Che compromesso troverebbe?**
- **Che cos'è per lei una buona negoziazione?**

INTELLIGENZA EMOTIVA

Sfrutta le sue emozioni in modo produttivo per sé e per i colleghi, è consapevole delle proprie emozioni

- **Quanto influisce il suo buon umore sul morale dei suoi colleghi?**
- **Come distende l'atmosfera in caso di tensioni?**
- **Uno dei suoi colleghi ha un comportamento insolito e non sembra in forma. Come reagirebbe?**
- **Cosa ne pensa delle relazioni di tipo gerarchico?**
- **Deve fare da moderatore in un conflitto tra due colleghi. Che cosa farebbe in questo caso?**

Soft Skill: quali domande porre, #6

AMBIZIONE

Ha la volontà di riuscire, di superarsi, di evolvere

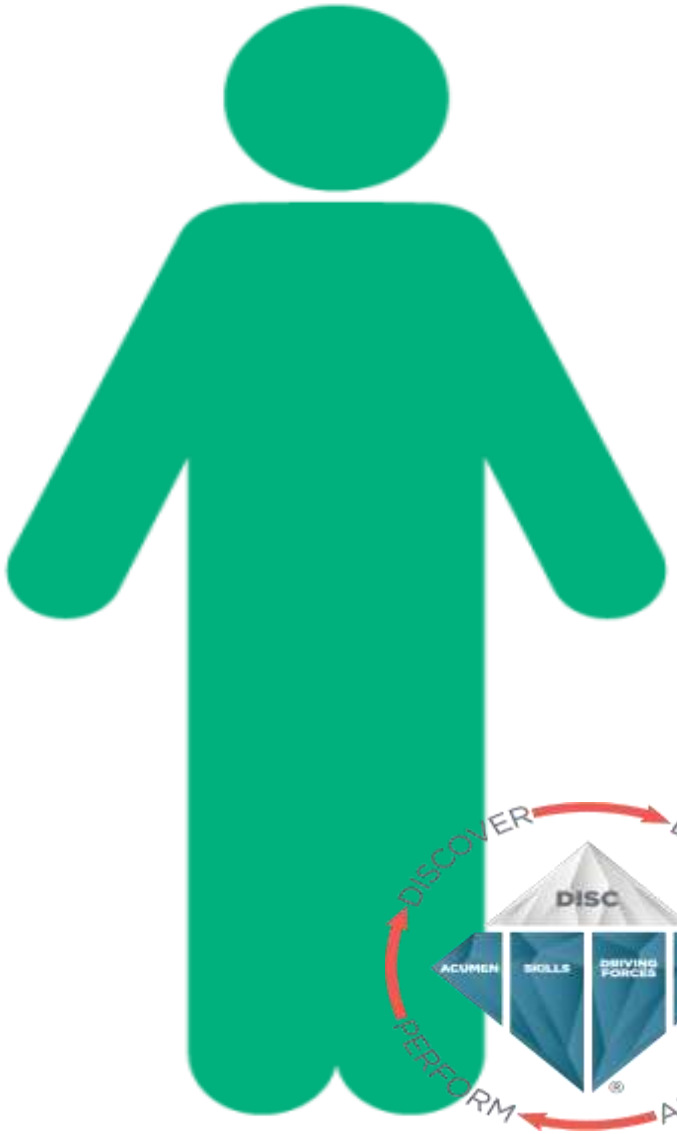
- Come misura i progressi ottenuti nel raggiungimento degli obiettivi che si era prefissato?
- Mi parli di una decisione che ha preso per far avanzare la sua carriera.
- Che cos'è per lei la realizzazione professionale?
- Quale qualità non possiede ma le sarebbe piaciuto avere?
- Il grande capo entra nel suo ufficio e le annuncia che le concederà un capitale di un milione di dollari per lanciare la sua impresa. Di quale impresa si tratta?

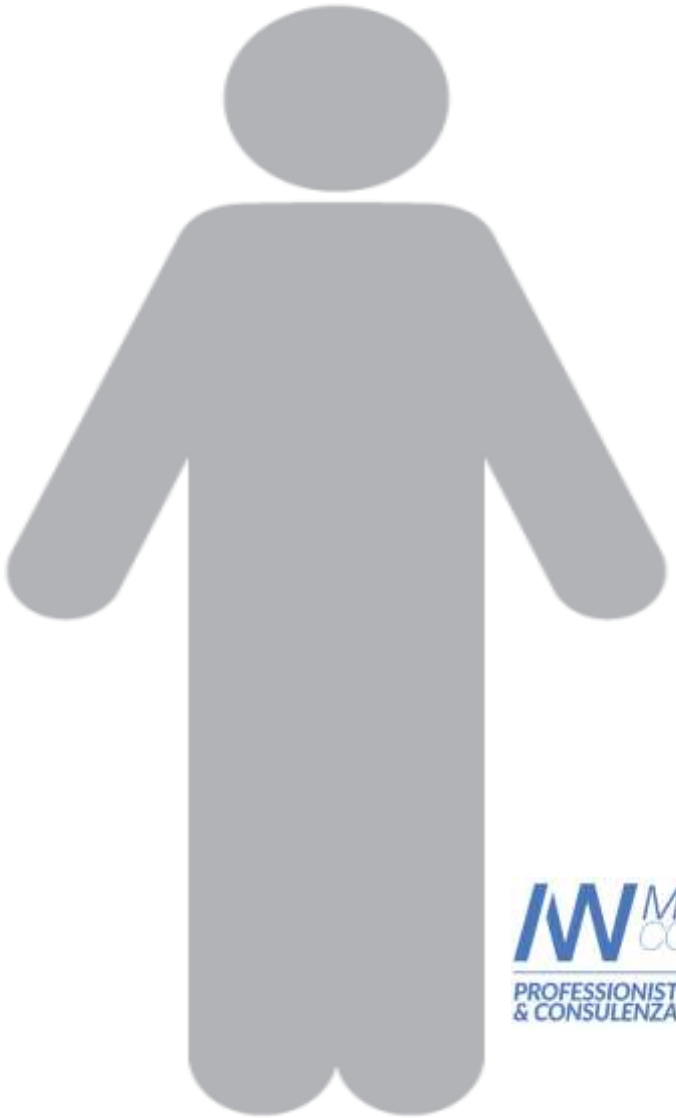
FLESSIBILITÀ COGNITIVA

Capacità di adattare il proprio comportamento a seconda delle esigenze, riflettere su diverse possibilità per risolvere rapidamente i problemi

- Che cosa fa per dimostrare ai suoi interlocutori che sta ascoltando attentamente ma che potrebbero non avere completamente ragione?
- Potrebbe descrivere l'attività della sua azienda in una frase rivolgendosi agli investitori, ai clienti e quindi ai suoi amici?
- Quale posto occupa l'empatia nel suo lavoro?
- Stilare un elenco di pro e di contro prima di prendere una decisione importante: che cosa ne pensa?
- Potrebbe descrivere una situazione in cui ha saputo rapidamente dimostrare capacità d'innovazione?

APPENDICE #4: Il «Soft Skill Assessment»: Come capire quale dei finalisti è la persona giusta per l'azienda in quel momento?





MY WAY CONSULTING
PROFESSIONISTI SPECIALIZZATI IN FORMAZIONE & CONSULENZA MANAGERIALE

Quoziente Intellettivo (IQ) vs. Quoziente Emozionale (EQ): *«We hire people for their skills and competencies; We fire them for their attitudes and behaviors»*

Soft Skill Assessment

- Cosa possediamo in termini di **competenze, abilità e conoscenze**
- Come ci **comportiamo** per natura e come adattiamo il nostro **stile comportamentale** alle diverse situazioni
- **Perché** adottiamo un certo comportamento, quali **motivazioni** ci spingono ad agire
- Consapevolezza e capacità di **gestire positivamente le emozioni**

Assessment delle competenze «soft»: ambiti di applicazione

- **Conoscenza di Sé**
  - Percorso su misura di crescita, miglioramento e sviluppo che, agendo sull'autoconsapevolezza, faciliti l'espressione e lo sviluppo delle potenzialità
- **Analisi di Ruolo**
  - Definire il profilo ideale dei ruoli aziendali, creare un benchmark di riferimento
  - Valutare il potenziale delle risorse e i gap da colmare
  - **Strumento diagnostico in fase di selezione**
- **Dinamiche di Team**
  - Integrazione del ruolo di ciascun componente
  - Coscienza delle capacità che ogni singolo può portare al gruppo
- **Strategie di Vendita**
  - Analizzare e misurare le competenze di vendita di una risorsa commerciale
  - Imparare a riconoscere il Cliente, adattarsi al suo stile comportamentale e far leva sui propri punti di forza per una trattativa efficace

Assessment delle competenze «soft»: perché la metodologia TTI?

1. Ha un'**alta validità** test-retest.
2. Le domande vengono perfezionate grazie ai **test di obiettività**.
3. Ogni domanda ha un livello specifico nel **sistema di validazione**: i quesiti incerti non sono stati eliminati ma sostituiti da altri più precisi ed efficaci.
4. Con un'**unica analisi** si analizzano in modo preciso le preferenze comportamentali e i valori della persona.
5. Fornisce **spunti di miglioramento** sulla comunicazione da adottare con i collaboratori.
6. Permette di giungere a una **valutazione precisa** dei collaboratori.
7. È uno **strumento completo**, utilizzabile in ogni settore e in qualunque periodo della vita aziendale.

Assessment delle competenze «soft»: valutazione di un caso reale («Lucia»)

VALORE PER L'AZIENDA

Questa sezione del report descrive le specifiche preferenze e gli stili comportamentali di Lucia in ambito lavorativo. I dati possono servire per individuare qual è il suo attuale ruolo all'interno della struttura aziendale e per pianificare il suo inserimento in una posizione più consona al suo modo di essere e in cui può sfruttare appieno le sue qualità.

- Da molta importanza alla pianificazione del tempo
- Utilizza la sua creatività per risolvere i problemi
- E' innovativa
- Guarda avanti ed è orientata al futuro
- E' risoluta
- E' attrice del cambiamento, cerca strade più veloci e migliori
- E' sospettosa nei confronti di persone con idee superficiali
- Aderisce ad altre organizzazioni come rappresentante dell'azienda

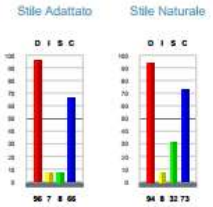
TTI SUCCESS INSIGHTS®
DISCOVER • ENGAGE • ADVANCE • PERFORM

AUTOVALUTAZIONE

Basandosi sulle risposte di Lucia, questa prima sezione del report fornisce una panoramica sul suo stile comportamentale naturale. Individua, cioè, il comportamento che mette in atto sul posto di lavoro, ovvero indica come Lucia sceglierebbe di svolgere il lavoro se fosse libera da condizionamenti esterni. Questa sezione permette, quindi, di comprendere meglio il suo comportamento.

Lucia è spesso frustrata quando lavora con altre persone che non condividono il suo stesso senso dell'urgenza. È una persona creativa e usa la sua creatività per risolvere i problemi. Possiede l'abilità di farsi venire nuove idee e perseguirle fino alla loro attuazione. Potrebbe non fidarsi degli altri quando si occupano dei suoi progetti, soprattutto se hanno mostrato una certa incapacità nel lavorare ai suoi stessi livelli. Qualche volta potrebbe mostrare riluttanza a delegare certi compiti. Lucia preferisce essere diretta quando si relaziona con gli altri. Il suo desiderio di raggiungere i risultati è chiaramente evidente alle persone che lavorano con lei. Ha iniziativa e crede nei nuovi progetti, si sente più a suo agio quando è coinvolta in un'ampia gamma di attività. Stabilisce molti standard per se stessa e per gli altri. Il suo ego molto forte esige che si lavori con i suoi standard. Può essere incisiva, analitica e a volte polemica. Molti la percepiscono come una persona determinata e concentrata nel raggiungere i risultati. A Lucia piacciono le persone, ma occasionalmente potrebbe essere vista come fredda e diretta. Potrebbe concentrarsi solo sul risultato del suo progetto, e quindi non dedicare abbastanza tempo per risultare empatica verso gli altri.

Lucia solitamente si prende del tempo di fronte a una decisione importante; non si fa coinvolgere emotivamente quando analizza i dati e i fatti. Altri potrebbero vedere in questo modo di fare un'esitazione, ma in realtà lei sta solo pensando a tutte le conseguenze che potrebbero provocare le sue decisioni. Ha la singolare capacità di affrontare problemi anche molto complessi e di seguirli fino ad ottenere una soluzione soddisfacente. Evita di farsi coinvolgere emotivamente nel processo decisionale. Questo le permette di prendere delle decisioni obiettive. Qualche volta può essere così sicura della soluzione di un problema che trova difficile lasciare spazio agli altri nel processo decisionale. Lucia può essere diretta nel processo che la porta alla scoperta dei dati e dei fatti. Rimane concentrata sui risultati. È una persona logica, determinata e critica nelle attività di problem solving. Qualche volta si fa coinvolgere così tanto nei progetti che tende ad assumersene la responsabilità. A Lucia piace la novità e l'insolito. Preferisce scoprire autonomamente la soluzione ai problemi.



Assessment delle competenze «soft»: suggerimenti operativi in un caso reale («Lucia»)

PERCEZIONI

" Vediti per come ti percepiscono gli altri"

Il comportamento e le percezioni di una persona possono essere facilmente trasmesse agli altri. Questa sezione fornisce informazioni supplementari di come Lucia si percepisce e di come gli altri, in certe condizioni, possono percepire il suo comportamento. Con l'aiuto di quanto descritto, Lucia potrà valutare più attentamente l'impatto del proprio modo di agire e quindi controllare meglio determinate situazioni.

AUTOPERCEZIONE

Solitamente Lucia si considera :

- Pioniera
- Competitiva
- Positiva
- Assertiva
- Sicura
- Vincente

PERCEZIONE DEGLI ALTRI - Moderato

Sotto moderata pressione, tensione, stress e fatica, gli altri possono percepirla come:

- Esigente
- Individualista
- Nervosa
- Aggressiva

PERCEZIONE DEGLI ALTRI - Estremo

Quando è sotto eccessiva pressione, stress e stanchezza, gli altri possono percepirla come:

- Irritante
- Arbitraria
- Vigilante
- Supponente

TTI SUCCESS INSIGHTS®
DISCOVER • ENGAGE • ADVANCE • PERFORM

CHECK-LIST PER LA COMUNICAZIONE

Molte persone sono estremamente sensibili al modo con cui le si tratta. Questa parte del report è di fondamentale importanza se si vuole migliorare la comunicazione e l'interazione con Lucia. Lucia dovrebbe leggere attentamente ogni affermazione e annotarsi i tre o quattro punti a cui dà maggiore importanza. Lo scambio di queste informazioni con i suoi interlocutori abituali porterà ad un sensibile miglioramento della loro comunicazione interpersonale.

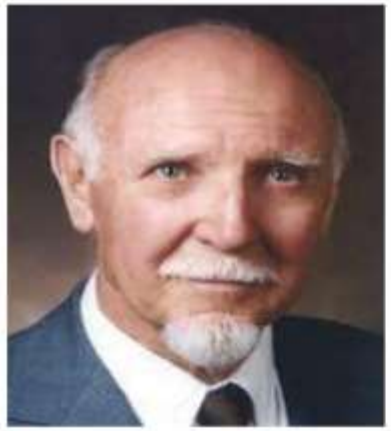
Consigli per gli interlocutori di Lucia:

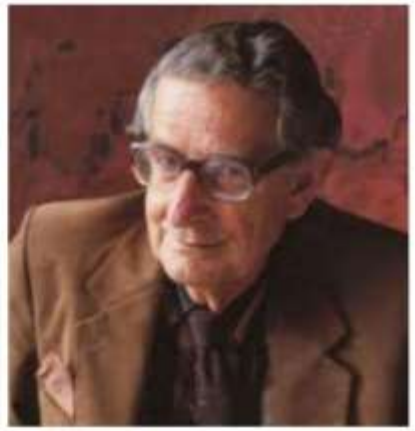
- ☐ Ascoltatela
- ☐ In caso di disaccordo, affrontate il problema basandovi sui fatti concreti
- ☐ Fate dei riferimenti all'opinione di esperti
- ☐ Usate delle parole appropriate per la sua esperienza
- ☐ Fornitele i dettagli in forma scritta
- ☐ Siate pazienti e costanti
- ☐ Preparatevi con fatti e dati
- ☐ Prestate attenzione al linguaggio del corpo per individuare segnali di approvazione o disapprovazione
- ☐ Siate chiari, specifici, brevi e andate diritti al punto
- ☐ Motivate e persuadete facendo riferimento a obiettivi e risultati
- ☐ Preparatevi con cura al colloquio, spiegate con chiarezza quali sono i vostri obiettivi e procedete secondo la scaletta degli argomenti
- ☐ Create un ambiente in cui possa lavorare efficacemente

L’approccio «MyWay Skills»: la descrizione del profilo ideale

«MyWay Skills»: le origini

- Si basa sulla tecnologia Original Skill sviluppata da Giuseppe Sartori (Università di Padova)
- Il background teorico è nella «Teoria dei tratti» di **Cattel e Eysenck**, un'evoluzione del modello dei «Tipi» di Jung (TTI), per anni utilizzato per l'analisi organizzativa





Il test online

- 120 domande con 5 scelte: da «Mi rappresenta appieno» a «Non mi rappresenta per nulla»
- Compilazione in 10-20 minuti

Esempio di applicazione

- Inserire un **nuovo Funzionario Commerciale**
- Per l'azienda sono importanti la capacità di fidelizzazione e di costruire relazioni durature con i clienti
- Viene definita la Matrice delle Competenze più importanti per il ruolo andando a selezionare **8 competenze chiave** tra le 35 disponibili

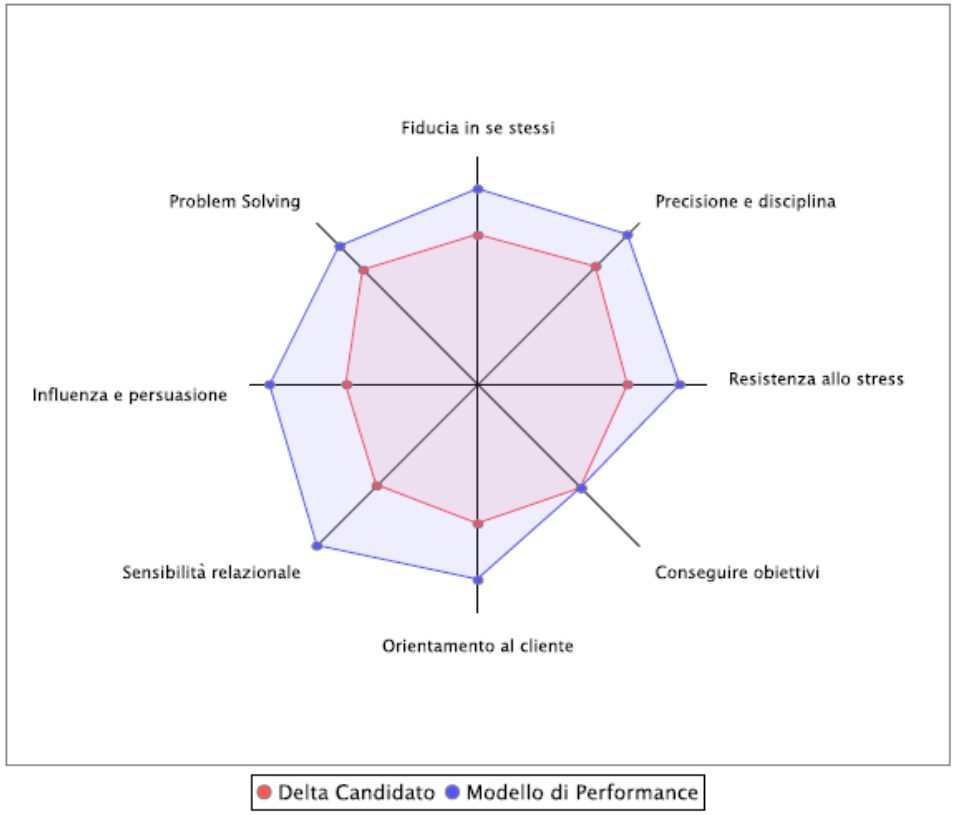
Competenze personali	Competenze realizzative	Competenze sociali	Competenze di influenza e leadership	Competenze manageriali
☐ Altruismo	☐ Attenzione ai dettagli	☐ Cooperazione	☐ Comunicazione	☐ Decision Making
☐ Autocontrollo	☒ Conseguire obiettivi	☐ Customer Experience	☒ Influenza e persuasione	☐ Delega
☐ Autonomia	☐ Controllo	☒ Orientamento al cliente	☐ Leadership	☐ Direzione
☒ Fiducia in se stessi	☐ Gestire le informazioni	☐ Orientamento sociale		☐ Pensiero analitico
☐ Flessibilità/adattabilità	☐ Risultati/sforzi	☒ Sensibilità relazionale		☐ Pianificazione e organizzazione
☐ Impegno lavorativo	☐ Spirito di iniziativa			☒ Problem Solving
☐ Innovazione				☐ Strategia
☐ Intelligenza Emotiva				☐ Team Work
☐ Motivazione ed efficacia personale				
☐ Persistenza				
☒ Precisione e disciplina				
☒ Resistenza allo stress				
☐ Sensibilità alla formazione				

1° Candidato: K

Sintesi Risultati

Competenza	Risultato	Modello di Performance
COMPETENZE PERSONALI: 77 %		
Fiducia in se stessi	4,58	6
Precisione e disciplina	5,13	6,5
Resistenza allo stress	4,6	6,2
COMPETENZE REALIZZATIVE: 100 %		
Conseguire obiettivi	4,49	4,5
COMPETENZE SOCIALI: 67 %		
Orientamento al cliente	4,27	6
Sensibilità relazionale	4,39	7
COMPETENZE DI INFLUENZA E LEADERSHIP: 63 %		
Influenza e persuasione	4,03	6,4
COMPETENZE MANAGERIALI: 83 %		
Problem Solving	4,97	6

Grafico Job Match

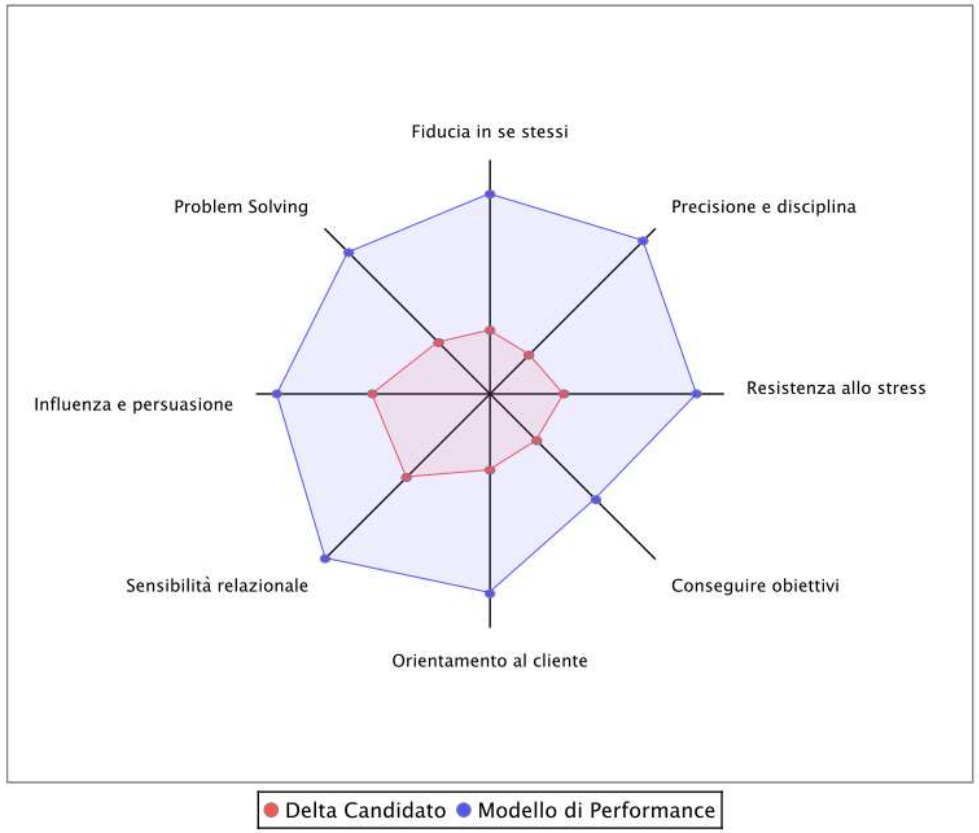


2° Candidato: K1

Sintesi Risultati

Competenza	Risultato	Modello di Performance
COMPETENZE PERSONALI: 31 %		
Fiducia in se stessi	1,91	6
Precisione e disciplina	1,65	6,5
Resistenza allo stress	2,22	6,2
COMPETENZE REALIZZATIVE: 44 %		
Conseguire obiettivi	1,99	4,5
COMPETENZE SOCIALI: 45 %		
Orientamento al cliente	2,29	6
Sensibilità relazionale	3,55	7
COMPETENZE DI INFLUENZA E LEADERSHIP: 55 %		
Influenza e persuasione	3,53	6,4
COMPETENZE MANAGERIALI: 36 %		
Problem Solving	2,18	6

Grafico Job Match

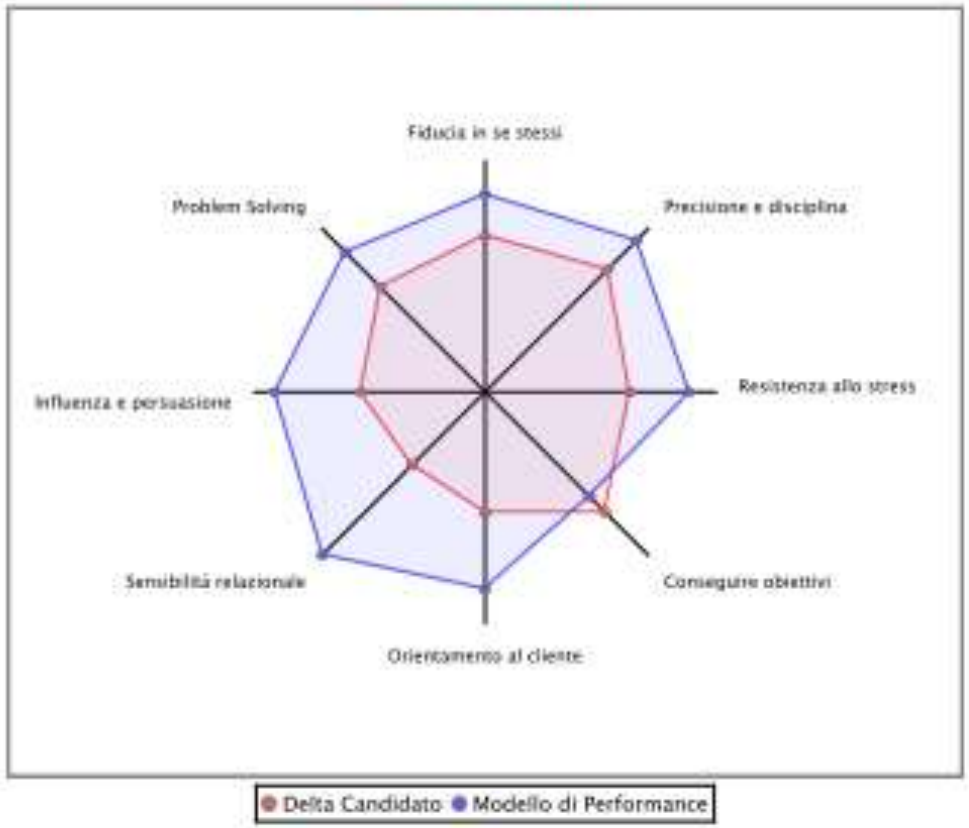


3° Candidato: K2

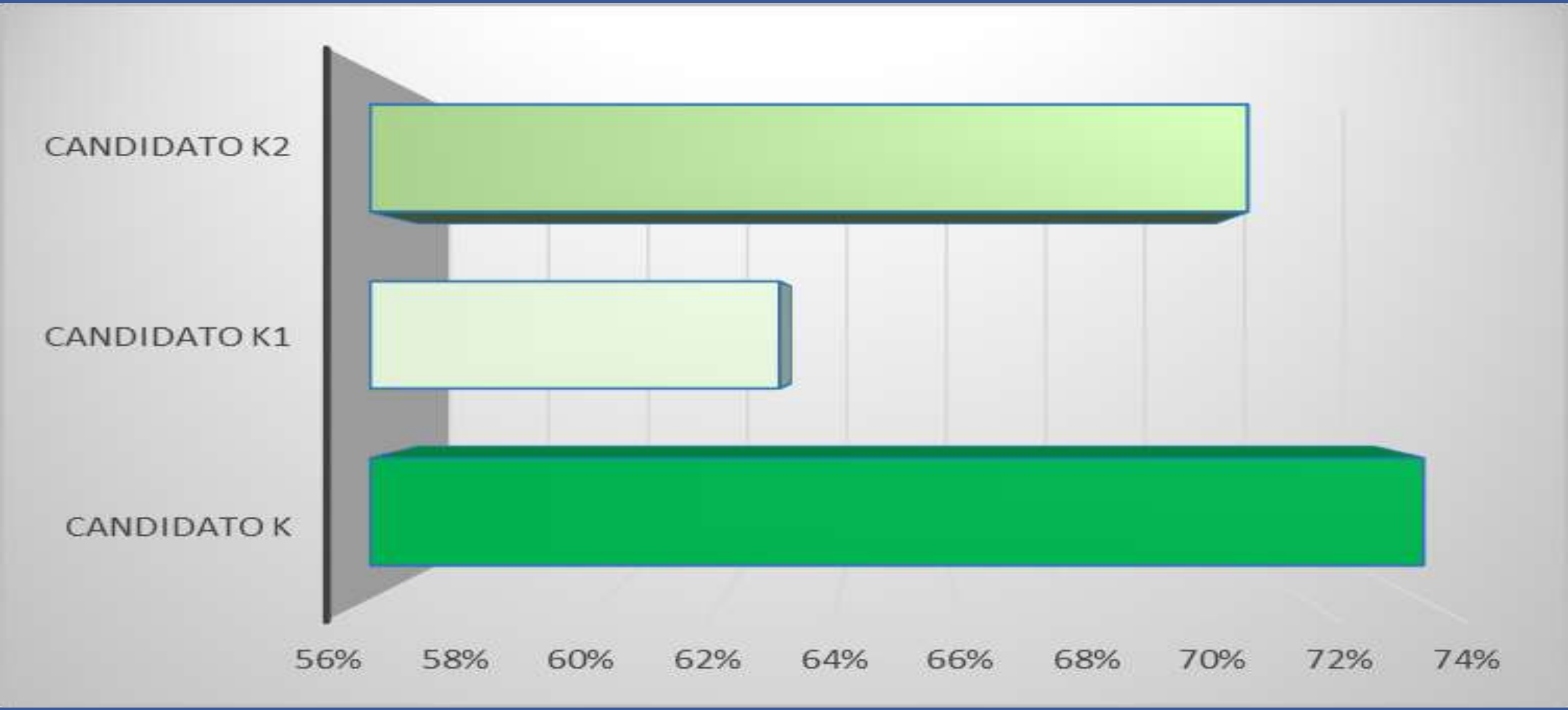
Sintesi Risultati

Competenza	Risultato	Modello di Performance
COMPETENZE PERSONALI: 77 %		
Fiducia in se stessi	4,74	6
Precisione e disciplina	5,26	6,5
Resistenza allo stress	4,4	6,2
COMPETENZE REALIZZATIVE: 85 %		
Conseguire obiettivi	5,16	4,5
COMPETENZE SOCIALI: 52 %		
Orientamento al cliente	3,68	6
Sensibilità relazionale	3,13	7
COMPETENZE DI INFLUENZA E LEADERSHIP: 59 %		
Influenza e persuasione	3,77	6,4
COMPETENZE MANAGERIALI: 75 %		
Problem Solving	4,5	6

Grafico Job Match



Ranking dei 3 candidati



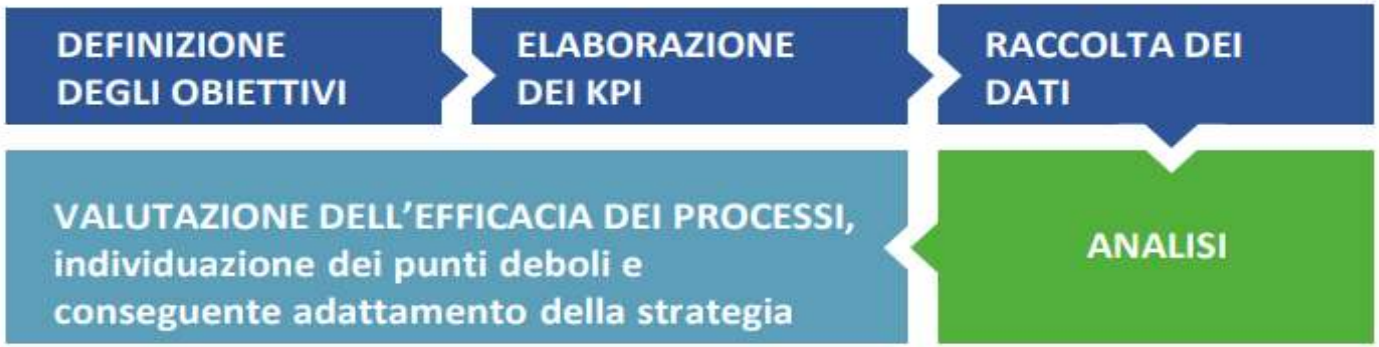
APPENDICE #5: Alcuni Recruiting KPI

CHE COSA SONO I KPI?

Un indicatore chiave della performance è un dato numerico che ha la particolarità di essere:

1. Preciso
2. Personalizzabile
3. Misurabile
4. In evoluzione

I KPI si stanno rivelando molto rapidamente indispensabili in molteplici settori: management, pubblicità, marketing, reti sociali, recruitment, ecc. Questi indicatori diventano strumenti di riferimento che permettono ai team che li utilizzano di inserirli in un processo di miglioramento continuo.



Candidature

Utilizzando questo KPI, potrai stabilire se il numero di candidature ricevute è nella norma. Al momento di diffondere l'offerta di lavoro, è opportuno verificare se la posizione e il profilo ricercati sono richiesti sul mercato.

Come procedere?

Il primo passo è consultare le statistiche disponibili sulle job board o i siti aggregatori di annunci di lavoro.

Indeed propone una rubrica dedicata, "Job Trends", che analizza le categorie di lavoro più ricercate. Qui troverai il numero totale di offerte per settore d'attività e le variazioni mensili e annuali.

Per esempio:
Il settore giuridico contava 3224 offerte di impiego a giugno 2017: una cifra in rialzo del 6% rispetto a maggio 2017 e un aumento del 9% rispetto al 2016.

Secondo la BBS, per una posizione dirigenziale, la media è di 51 candidature ricevute per offerta.

CONSIGLI

Se le candidature sono poco numerose rispetto alla media:

Riformulare le necessità a monte: definire in modo chiaro le mansioni lavorative, offrire una remunerazione adeguata.

Migliorare la propria immagine aziendale: giocare la carta della trasparenza comunicando sulle reti sociali o via blog, ottimizzare l'area "Lavora con noi" del sito per l'accesso da mobile ed evitare contenuti con tono troppo istituzionale.

Fare sourcing: utilizzare LinkedIn per individuare i profili migliori, fare ricorso alla cooptazione... In caso di posizioni difficili da coprire, sviluppare partenariati con le scuole e le università per ripensare le formazioni e incoraggiare l'alternanza scuola-lavoro: l'obiettivo è preparare il terreno per le prossime assunzioni!

% Candidature pertinenti (colloqui/candidature)

Come individuare una candidatura pertinente?

Gli studi e il percorso professionale sono importanti per valutare la pertinenza di una candidatura. Oggi, tuttavia, queste conoscenze teoriche e tecniche tendono a passare in secondo piano, favorendo le soft skills. La digitalizzazione avanza a grandi passi e le professioni devono trasformarsi e reinventarsi continuamente: qualità come l'agilità sono sempre più ricercate in un candidato.

Sono queste soft skills (creatività, capacità comunicative, problem solving, spirito critico...) che permettono a un'azienda di essere agile e reattiva ogni giorno.

La marcia in più: le soft skills possono essere individuate tramite quiz, test della personalità o video-colloqui in differita.

CONSIGLI

Per definire questa cifra chiave:

Fare ricorso agli strumenti digitali: l'idea è utilizzare un software di gestione delle candidature che permette di analizzare i CV e centralizzare i dati relativi a ciascuna candidatura ricevuta, per generare statistiche.

Uno strumento di matching può aiutare a valutare il rapporto tra le candidature pertinenti (che corrispondono alle necessità e alle aspettative legate al profilo del candidato) e le candidature non pertinenti.

Altri KPI del processo di selezione

- # visitatori annuncio
- #candidati short list
- #candidati short list/# candidature
- #candidati short list/# candidature pertinenti

Tempo totale di recruiting (dalla necessità all'arrivo a bordo)

Si tratta di valutare il tempo impiegato dall'azienda per attrezzarsi delle competenze tecniche e delle soft skills di cui ha bisogno. Allo stesso tempo, questo KPI permette di valutare la capacità di collaborazione delle diverse professioni coinvolte all'interno dell'azienda (direttore delle risorse umane, manager, dirigenti, ecc.), oltre alla capacità delle risorse umane di svolgere un ruolo centrale nella gestione dell'azienda.

Ci vogliono circa 3,5 mesi perché l'azienda assuma un nuovo collaboratore.

Fonte: Repubblica, Economia e Finanza con Bloomberg

CONSIGLI

Pianifica il processo di recruitment:

Prima di pubblicare l'offerta di lavoro, è utile **pianificare il processo di recruitment**: non solo per rimanere nei tempi stabiliti ma anche per evitare di farsi sfuggire i candidati più adatti al ruolo, cosa che potrebbe nuocere all'immagine dell'azienda.

È di fondamentale importanza **assicurare la disponibilità** dei collaboratori coinvolti (destinando spazio in agenda per fare il punto della situazione e tempo sufficiente per occuparsi dei colloqui di lavoro). Tutto ciò eviterà inutili perdite di tempo tra un colloquio e l'altro.

Il lavoro per progetto è ideale per affrontare al meglio il processo di recruitment e ha il vantaggio di favorire la comunicazione tra le HR e gli altri collaboratori.

Tempo tra ricezione candidatura e colloquio

Questo KPI dimostra la reattività dei recruiter rispetto al trattamento delle candidature e alla preselezione dei candidati. Si tratta di verificare se i recruiter sono operativi e se la collaborazione tra le varie professioni coinvolte funziona in modo efficace. Le giovani generazioni sono impazienti e hanno bisogno di reattività!

In Italia, dalla presentazione della candidatura alla risposta (positiva o negativa) dell'azienda trascorrono 30 giorni.

Nel caso di grandi aziende internazionali, questo lasso di tempo si allunga.

Le eccezioni?
Il marchio francese Bricoman ha fatto un passo avanti impegnandosi a rispondere a tutti i candidati entro 2 settimane per evitare di lasciarsi sfuggire i profili migliori.

Fonte: Yahoo Finanza

CONSIGLI

Ridurre i tempi di attesa grazie al video-colloquio in differita:

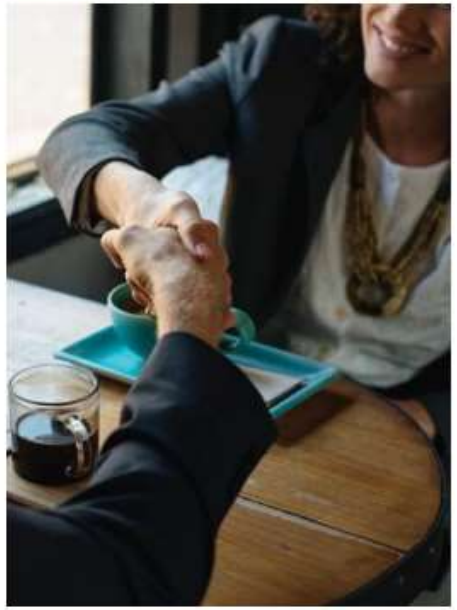
Proporre di realizzare un video-colloquio e condividere i risultati con il personale coinvolto nel recruitment, tenendo conto che, in media, solo **1/3** dei recruiter condivide la propria short list con il manager.

Il video-colloquio permette di risparmiare il 50% del tempo in fase di preselezione dei candidati, favorendo una migliore collaborazione tra i recruiter e i collaboratori.

Fonte: EASYRECRUE

Tempo tra colloquio finale e emissione offerta assunzione

Ossia = data della proposta – data dell'ultimo colloquio. Qui, si tratta di valutare la reattività dell'azienda presa in esame e stabilire i tempi impiegati per condividere le informazioni con tutti i collaboratori coinvolti nel processo.



In media, sono necessarie da 3 a 4 settimane per prendere la decisione finale e proporre la posizione lavorativa al miglior candidato.

BNP Paribas, ad esempio, fissa un termine di 15 giorni per comunicare la decisione finale.

Fonte: BNP Paribas, Journal du Net

Per quanto riguarda i candidati, l'86% gradirebbe ricevere un feedback nella settimana successiva al primo colloquio.

Fonte: Robert Half: Staffing Agencies & Hiring Solutions

CONSIGLI

Più reattività grazie al video-colloquio in differita:

Proporre di realizzare un video-colloquio permette di accorciare i tempi tra la ricezione della candidatura e l'invio di una risposta positiva, con l'invito a fissare una data per un colloquio di persona, oppure di una risposta negativa.

Il tempo medio di risposta a un video-colloquio è di 3 giorni, in particolare grazie al recruitment mobile, che rappresenta il 45% dei colloqui.

Fonte: EASYRECRUE

KPI: Positività dell'esperienza per il candidato

È fondamentale che i candidati siano attratti dall'esperienza che propone l'azienda e che ne abbiano una buona impressione. Questa è una vera e propria sfida per i team HR e allo stesso tempo un elemento essenziale da prendere in considerazione per vincere la guerra dei talenti! Non solo, l'esperienza è importante per tutti i candidati, indipendentemente dall'esito della selezione.

Quale impatto ha sull'azienda un'esperienza negativa del candidato?

22% dei candidati che ha vissuto un'esperienza negativa con un'azienda sconsiglierà a parenti e amici di candidarsi presso di essa.

52% dei candidati che ha vissuto un'esperienza negativa con un'azienda sarà meno propenso ad acquistare prodotti o servizi della stessa.

Fonte: La Super Agence

CONSIGLI

Inviare un questionario ai candidati:

Una volta completato il processo di recruitment, si consiglia di inviare un questionario via email ai candidati, per raccogliere le loro opinioni. Oltre ad essere un gesto apprezzabile, è la soluzione ideale per individuare i punti positivi e le aree di miglioramento del processo.

KPI: % offerte assunzione accettate

Attirare talenti è una tappa fondamentale del processo di recruitment. Quanti di loro, però, accettano la proposta di assunzione dell'azienda?

Questo KPI permette di verificare se i collaboratori (recruiter, manager...) hanno trasmesso un'immagine attraente dell'azienda al momento dei colloqui, se il candidato è soddisfatto delle tempistiche del processo di recruitment, se le mansioni e le condizioni lavorative (salario, mobilità...) sono sufficientemente esplicite, ecc...

10% dei candidati rifiuta una proposta di assunzione.

Fonte: Inchiesta di JobMeeting

CONSIGLI

Trasparenza e reputazione online

Lavorare sull'immagine aziendale per attrarre nuovi talenti è importante, ma non è sufficiente! I candidati apprezzano anche la trasparenza: vogliono sapere se il progetto e l'universo professionale aziendale corrispondono ai loro desideri e aspirazioni.

Attenzione alle opinioni negative che potrebbero circolare sull'azienda: siti come Glassdoor permettono ai dipendenti e agli ex dipendenti di esprimere la loro opinione sui datori di lavoro. I candidati vogliono informarsi prima di prendere un impegno:

Il 95% dei candidati non esita a cercare su internet informazioni sull'azienda.
È importante vigilare sulla reputazione aziendale!

Fonte: StepStone

KPI: % assunti produttivi e che passano il periodo di prova

Una volta completato il recruitment, è importante verificare se i nuovi assunti sono efficienti e produttivi all'interno dell'azienda.

Quali sono gli indicatori da tenere sotto controllo?

I primi obiettivi sono stati raggiunti?

Qual è il tasso di soddisfazione dei manager?

Quanti nuovi dipendenti hanno completato con successo la certificazione aziendale al termine della formazione (dove applicabile)?

La marcia in più: un anno dopo l'assunzione, misurare la percentuale di dipendenti ancora in servizio rispetto al livello di soddisfazione dei dirigenti. Il risultato è superiore o inferiore al tasso medio di soddisfazione?

CONSIGLI

Curare l'accoglienza del nuovo collaboratore:

È indispensabile fornire al candidato tutte le chiavi necessarie per un buon inserimento in azienda. Un nuovo assunto, se trascurato, sarà meno motivato e meno incline a essere coinvolto nel quotidiano. I risultati non si faranno attendere!

Come procedere con un nuovo assunto?

1. Prevedi un momento per definire insieme i suoi compiti e obiettivi
2. Rispondi a tutte le sue domande per instaurare un clima di fiducia
3. Organizza una formazione sugli strumenti specifici per realizzare i compiti assegnati

KPI: % dimissioni entro 12 mesi

Sei riuscito ad attirare nuovi talenti nella tua azienda, bene! Manterranno la loro posizione e resteranno fedeli all'azienda nel tempo? Tutto è ancora da decidersi.

Quali sono gli indicatori da tenere sotto controllo?

I nuovi assunti sono soddisfatti dell'onboarding?

(realizzare indagini dopo una settimana, un mese, sei mesi...)

Circa un terzo dei nuovi assunti lascia l'azienda entro 6 mesi. Il 17% dopo solo una settimana.

Fonte: Sondaggio BambooHR

Qual è il *maturity score* dei nuovi assunti?

L'anzianità si calcola a partire dal primo giorno di lavoro di un dipendente neoassunto e corrisponde al periodo di collaborazione presso l'azienda. Un grado di anzianità che aumenta è la prova di un'assunzione riuscita.

CONSIGLI

Insistere sull'aspetto umano:

Ogni nuovo assunto ha bisogno di essere guidato e di comprendere il funzionamento dell'azienda. È indispensabile avvisare i collaboratori dell'arrivo di nuovo personale e fare le presentazioni il primo giorno.

Perché non proporre un mentore ai nuovi assunti, così che abbiano un punto di riferimento? La durata di questo periodo di affiancamento può essere definita al momento dell'onboarding.