

# Il digital (marketing applicato al) recruiting risolve le esigenze delle aziende: individuare le persone giuste con costi, certezze, tempi giusti!



Aggiornato: *marzo 2019*



# Digital Recruiting



1. **Chi è PBS**
2. Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti
3. Una metodologia basata su Digital Marketing che porta risultati in 12 giorni. Garantito!
4. Ricapitolando



# Primo Bonacina, Founder & Managing Partner of PBS



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



# PBS Business Summary

**2014**

Founded

**€1M**

Revenue since foundation

**100%**

Digital Consultancy

**650**

Transactions

**€290k**

2018 revenue

**70**

Events

**1.2M**

Top WWW site ranking

**170**

Customers

**13**

Countries of business

**17**

Managed companies (Social Media)

**190**

Jobs posts («Digital Recruiting»)

**23**

Managed brands/customers (Google Ads)



# PBS Talent: i clienti ( [www.primobonacina.com/jobs](http://www.primobonacina.com/jobs) )

Software Factories		IT VARs/System Integrators				IT Vendors, Cloud Service Providers, E-Commerce	IT Distributors	Manufacturing, Finance, Consulting, Publishing, Energy, Real Estate	HR, Design, Marketing, Distribution, Interiors, Water, Health
									
									
									
									
									
									
									
									

# Alzi la mano chi ...

- Ha un profilo LinkedIn **personale**?
- **La sua azienda** è del settore IT/Digitale/Marketing/Media/Hi-Tech?
  - ha meno di 15 collaboratori? Più di 50?
  - ha in staff una persona «dedicata» alle Risorse Umane?
  - ha pubblicato annunci a pagamento su LinkedIn/altri siti?
  - ha una pagina «Opportunità di lavoro» sul proprio sito? Funziona?
  - ha utilizzato agenzie di ricerca e selezione? Con successo?

# Digital Recruiting



1. Chi è PBS
2. **Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti**
3. Una metodologia basata su Digital Marketing che porta risultati in 12 giorni. Garantito!
4. Ricapitolando



# Tutti dicono che il Team è tra i valori fondanti di un'azienda



# Eppure non abbiamo tempo per il recruiting; Anche tu hai pronunciato queste frasi?



- Non troviamo mai il **tempo** di metterci a cercare le persone
- Assumiamo, ma con **tempi lunghi** e **senza continuità**
- I nostri 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 delle BU**
- Le agenzie di ricerca e selezione sono **costose**, impegnano troppo del nostro **tempo**, **non sono specializzate**, non conoscono il **nostro business e 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**
- **Ho chiesto in giro**: spero arrivino segnalazioni, ma **non ci conto**, e 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 per **tempo** una campagna di **marketing indirizzata alle risorse umane**
- Vogliamo assumere persone in linea con la nostra **cultura aziendale**, vogliamo i giusti «**soft skill**»
- **LinkedIn è un "mare magnum"**: servono **tempo** e competenze per cercare e scremare le candidature
- Alla fine abbiamo assunto qualcuno, ma **non siamo certi che fosse la scelta ottimale**





# La prima metrica: il tempo



  
**KEEP  
CALM  
AND  
44 DAYS  
DAY TO GO**

## 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  core 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!

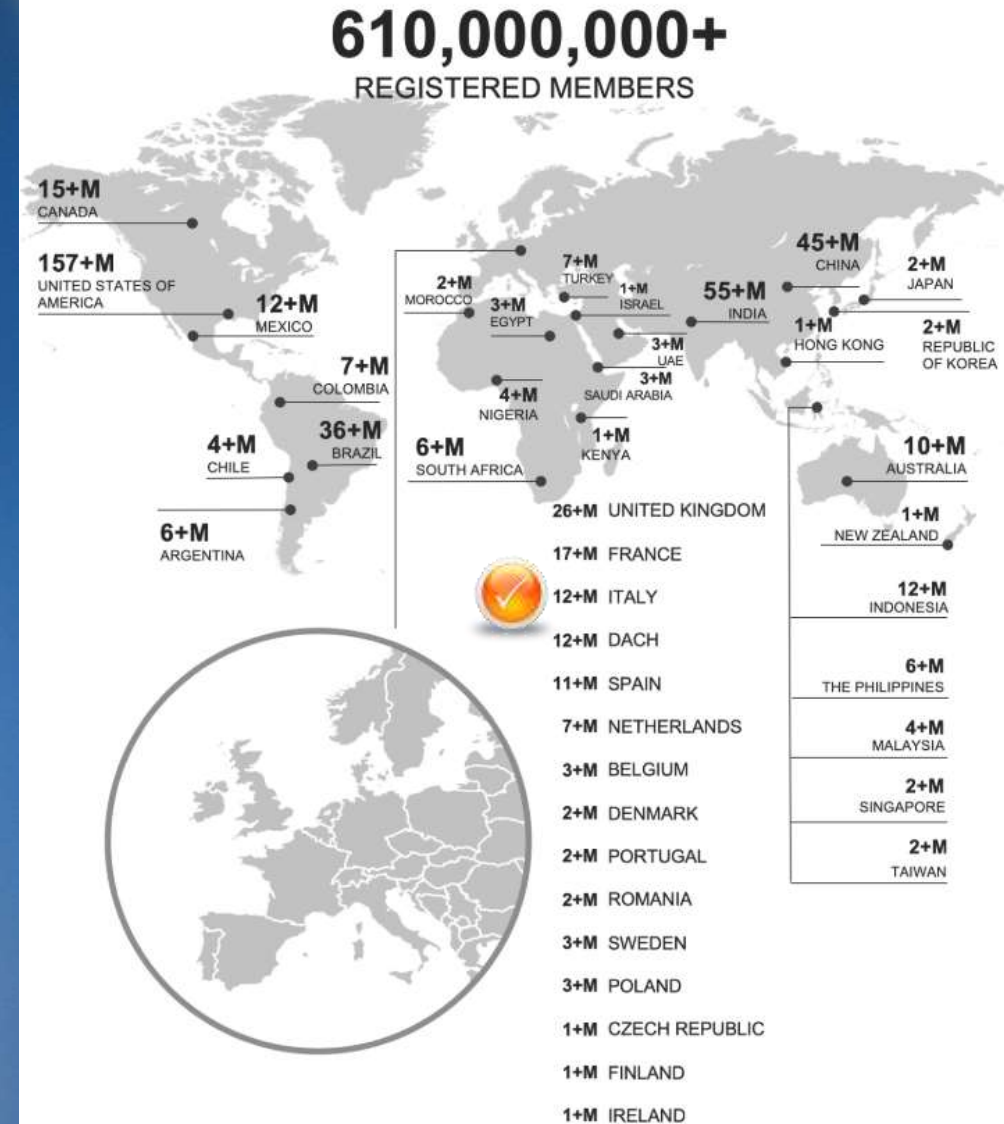
# TIME-TO-HIRE

**62% OF TA AND HR LEADERS  
RATE AN IMPROVED TIME-TO-  
HIRE AS THE TOP MEASUREMENT  
OF SUCCESS.<sup>2</sup>**

Un obiettivo concreto: il 95% delle posizioni coperte (lettera assunzione accettata!) entro 30 giorni dalla pubblicazione



# Da dove partiamo? Dall'universo LinkedIn





# Una definizione di Digital Recruiting



- Avete una pagina LinkedIn aziendale?
- Quando sono stati aggiornati i testi?
- Postate news su questa pagina?

- L'utilizzo *smart* delle informazioni 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**
  - Parte da LinkedIn, ma è molto più di LinkedIn

LinkedIn  
Database  
Mailshot  
Web  
Social Media  
Sponsored job post  
Processi  
Best practice  
Template  
Copywriting  
Ricerche preventive  
Esperienze e Competenze  
Network Personale  
Software ad hoc

# Recruiting: una necessità, tante alternative



# Semplificando, le dividiamo in 3





# 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





# Il recruiter: un mestiere che sta cambiando velocemente (e si avvicina al *Digital 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.

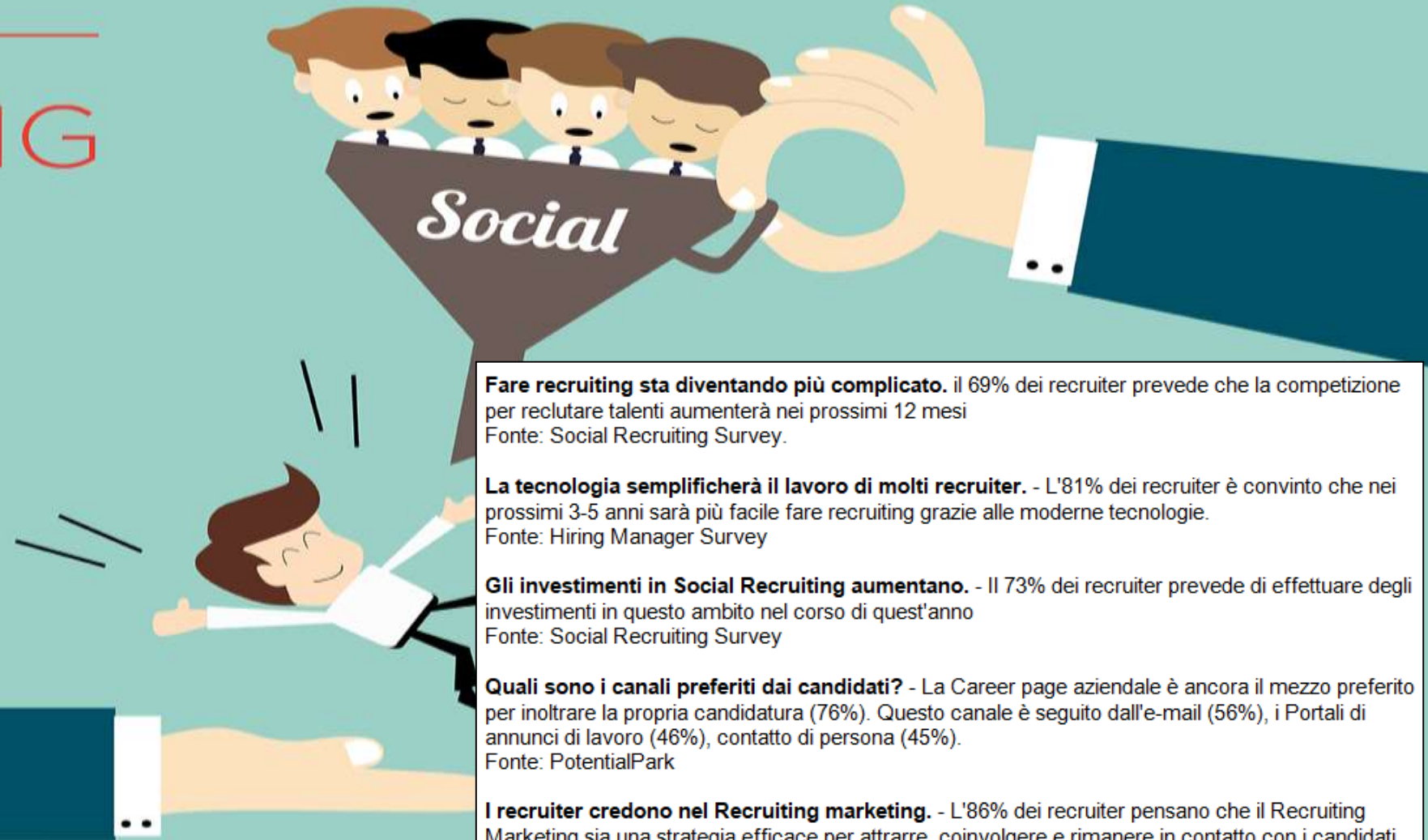


### Come è cambiato il profilo ideale del recruiter in questi ultimi anni?

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 mutate dal marketing digitale.

# Il parere degli esperti: Digital Marketing + Recruiting = Digital 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?



# 7 ragioni a favore del *Digital Recruiting*

## SOCIAL RECRUITING



1. Raggiungere una massa di candidati
2. Raggiungere i candidati facilmente
3. Raggiungere i candidati velocemente
4. Fare in modo che i candidati ci conoscano
5. Entrare in contatto con i candidati «passivi»
6. Migliorare l'interazione col candidato
7. Ridurre i costi del recruiting

# Il Digital Recruiting è realtà

## SOCIAL RECRUITING



il **73%** dei recruiter in Italia afferma che prima di tutto controlla il profilo LinkedIn di tutti i potenziali candidati\*

per il **65%** dei recruiter l'impressione che si trasmette online è altrettanto importante di quella che si dà di persona.\*

Fonte: Censuwide



# Le aziende sono pronte per il Digital Recruiting?

Loro lo sono!





# La vostra presenza web è adeguata?

## CALL TO ACTION

- Il tuo sito web è moderno? E' «mobile-responsive»?
- Quando è stato aggiornato l'ultima volta?
- Contiene news?
- Quale è la sua readership?



# Storytelling & Employer Branding?

## Di più: “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.



Candidates head straight to the company website

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



Chat up personal connections



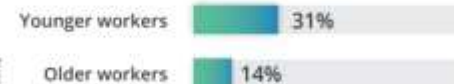
Do some social media stalking

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



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

Especially younger workers



14

Jobvite



## CALL TO ACTION

- Quando aprite una ricerca, vi mettete dalla parte del candidato? Fate testare gli annunci?

# Digital Recruiting



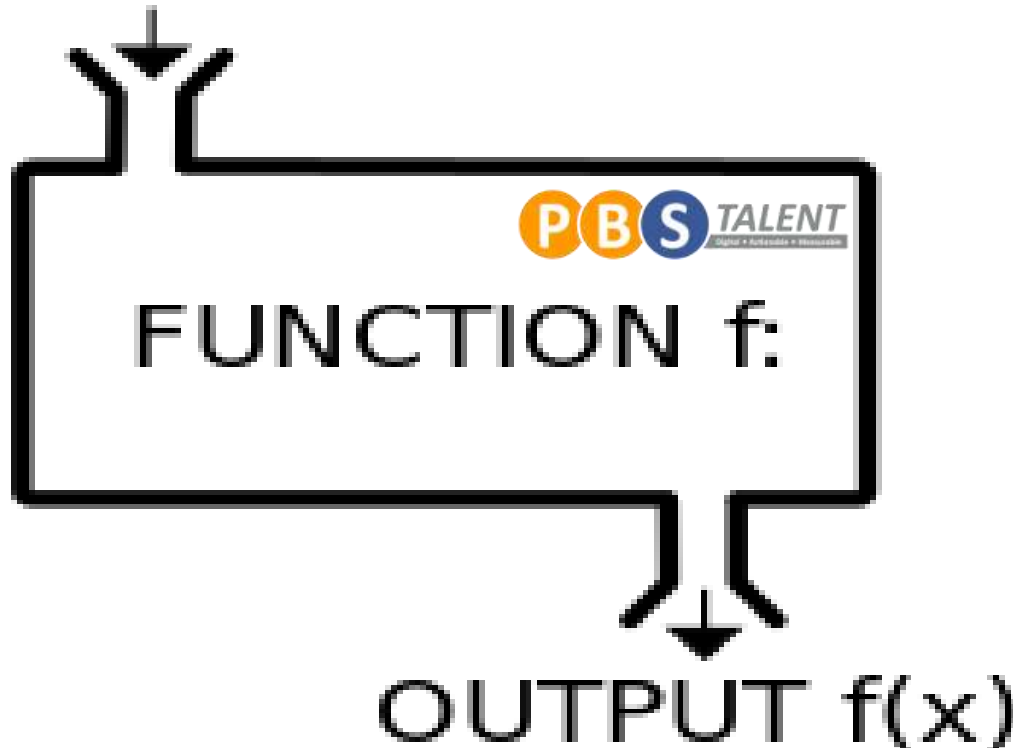
1. Chi è PBS
2. Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti
3. **Una metodologia basata su Digital Marketing che porta risultati in 12 giorni. Garantito!**
4. Ricapitolando



# La «macchina» del Digital Recruiting

**Descrizione** dell'esigenza da parte dell'azienda

INPUT  $x$



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

*Digital  
(Marketing  
applicato al)  
Recruiting*

Un **numero** adeguato di **DOSSIER** di **candidati di qualità pronti a essere selezionati, intervistati** ed entrare in azienda

# Cos'è un DOSSIER?



**CALL TO ACTION**

- Per ogni candidato intervistato producite un Dossier? In un formato standard predefinito?

**Un Insieme di Informazioni che descrive compiutamente un Candidato:**

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

# Se TUTTI i candidati sono a distanza di un click, il Digital Recruiting ha dei limiti?





# Una risposta per TUTTE le necessità (ruolo, mercato, geografia) con 2 sole eccezioni

1. Le ricerche confidenziali



2. Le professionalità non presenti su LinkedIn



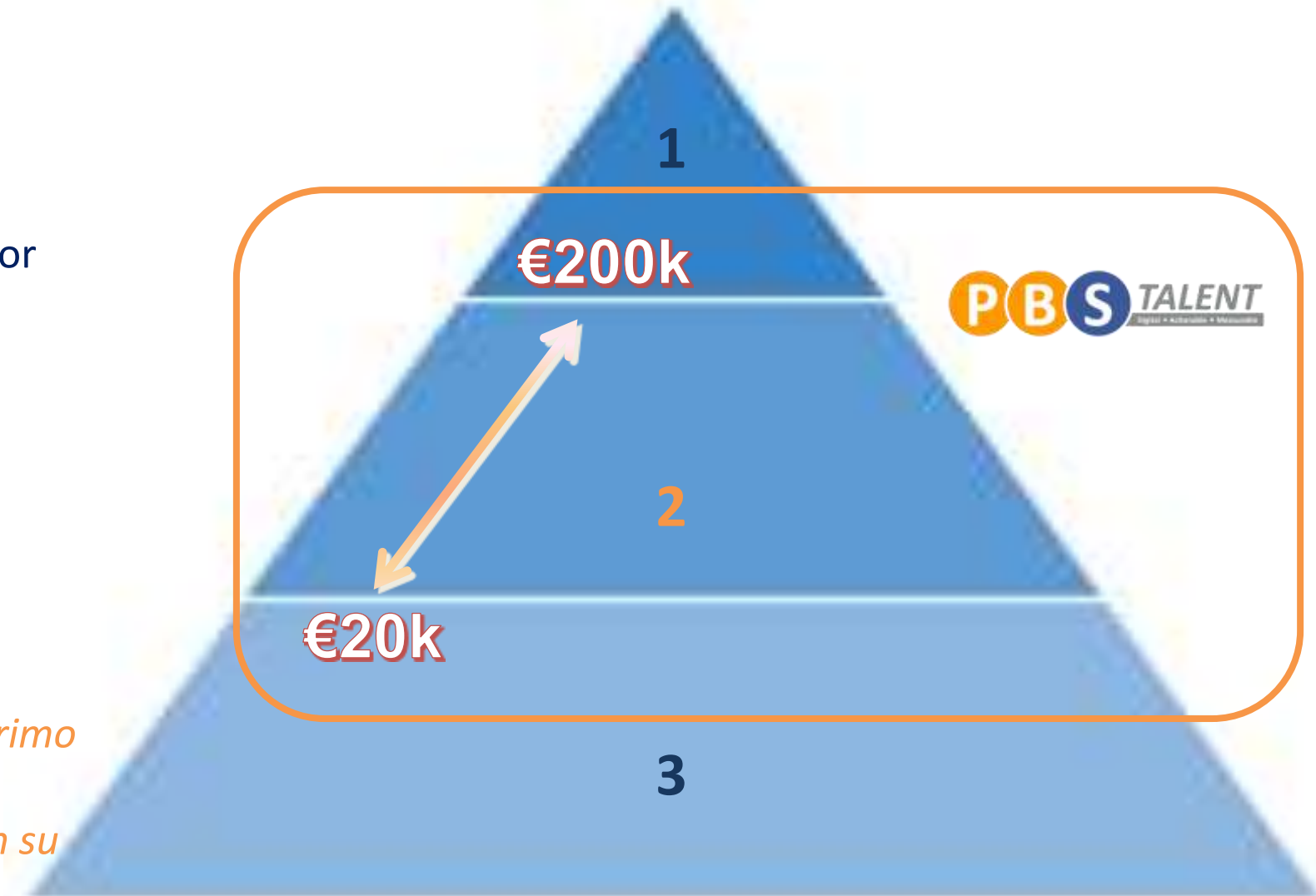
# L'area indirizzabile

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 (o tempo determinato o Partita IVA/agente)

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





# Le aziende che possono beneficiare del Digital Recruiting: 8 casi



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



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



**3. Start-up:** non ancora strutturate, devono crescere rapidamente



**4. Aziende che talvolta cercano profili atipici,** che vogliono delegare ricerche inusuali/complesse



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



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



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



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

# Digital Recruiting: il tour guidato





# Un sistema in (max) 12 giorni lavorativi

Preparazione

**Giorno 0:**  
Lancio (job  
post)

Verifica di  
andamento

**Giorno 12 (max):**  
Appuntamento col  
management per la  
consegna dei lavori

Selezione a cura  
dell'azienda



**CALL TO  
ACTION**

- Avete definito tempistiche standard «a priori» per ogni ricerca?

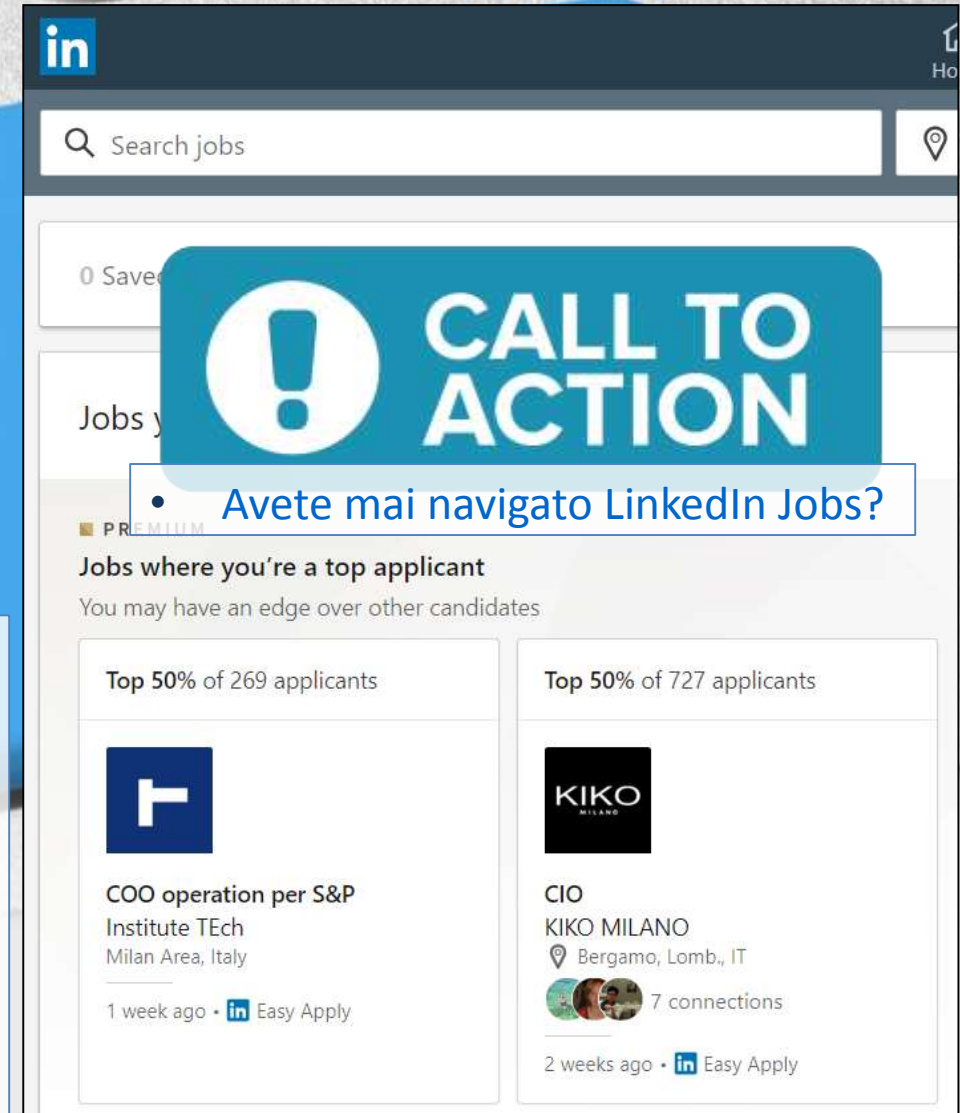
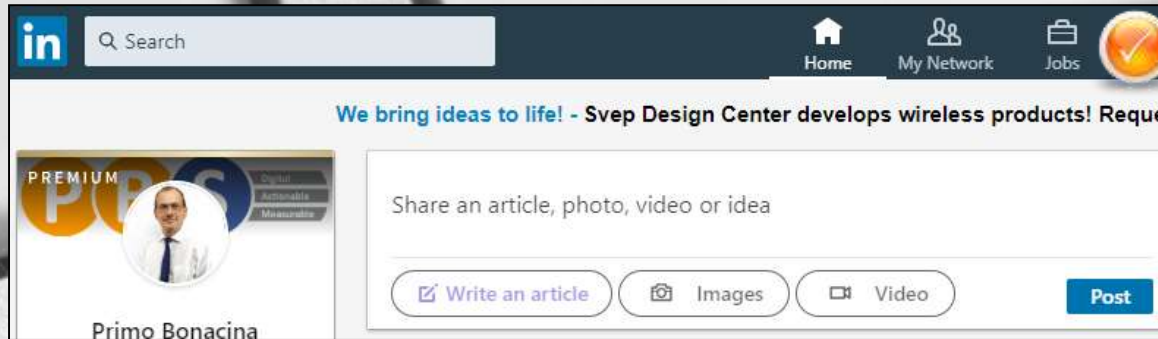
# Digital Recruiting by PBS: l'algoritmo in 33 passi



1. **Accurato Briefing (questionario traccia)**
2. **Check sito/pagina LinkedIn aziendale**
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. **Definizione piano di marketing congiunto con l'azienda**
8. **Pubblicazione annuncio LinkedIn con collegamento alla pagina LinkedIn aziendale**
9. Definizione LinkedIn «Skill Set»
10. Definizione/aggiornamento budget LinkedIn giornaliero
11. Selezione candidature da database generale
12. Mailer candidati «passivi»
13. Invito a LinkedIn «Profile match»
14. Promozione annuncio (web, social, advertising)
15. Riscontri continuativi all'azienda (statistiche parziali)
16. Ricezione Candidature
17. Verifica griglia requisiti e «Skill Match»
18. (opzionale) Test di valutazione
19. Fornitura e ricezione Intervista Scritta
20. Conferma/verifica timeline e definizione tempi di consegna
21. Sollecito ai ritardatari
22. Aggiornamento database generale
23. Compilazione Database Dossier e tabella sinottica
24. Analisi demografica candidature
25. Scelta profili da evidenziare all'azienda
26. **Presentazione e confronto col management aziendale**
27. **Informazione ai candidati che l'analisi è in corso**
28. **Ricezione candidati ritardatari**
29. **Chiusura job post**
30. **(riservato all'azienda) Analisi e selezione candidature**
31. **Riscontro ai candidati**
32. **(opzionale) Interview day**
33. **(riservato all'azienda) Decisione, negoziazione, assunzione**



# LinkedIn Jobs: come i candidati vedono le opportunità



# Find job

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

# Il titolo dell'annuncio definisce la strategia di posizionamento

Channel (**specializzazione**) Sales Account Manager (**job**),  
Cybersecurity & Data Center (**competenze**) (Triveneto) (**zona**)





# 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

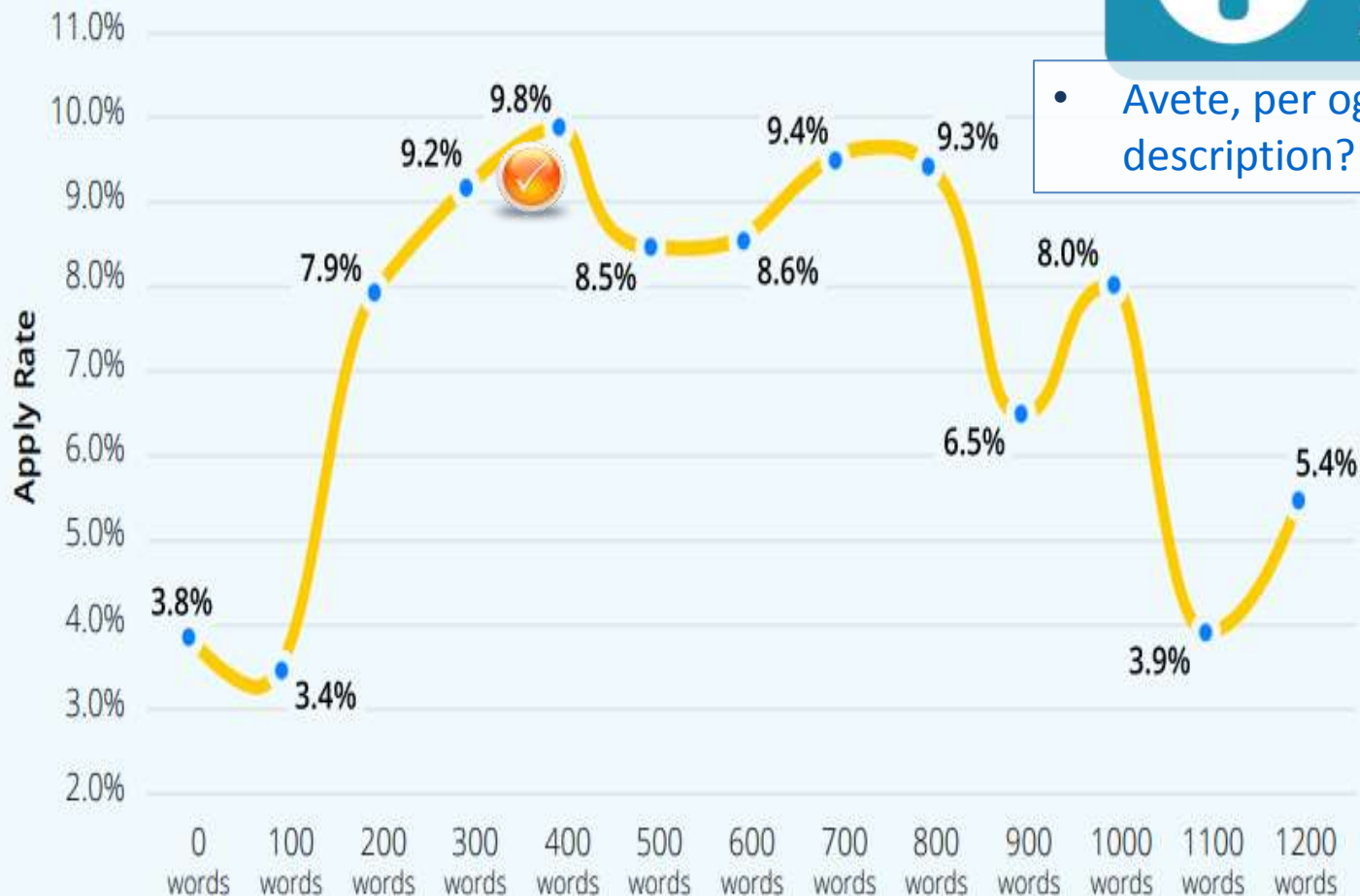
7. Soft Skill

8. Livelli retributivi e benefit

9. Contatto e riscontro

# Il testo dell'annuncio: 400-500 parole (1 pagina A4 corpo 11)

## Apply Rate by Length of Job Description



- Avete, per ogni job, scritto annunci/job description? Se si, di quante parole?



**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.



# Un esempio di «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

“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**.

 **CALL TO ACTION**

- Avete definito una struttura standard per l’annuncio?

# La pubblicazione dell'annuncio su LinkedIn Jobs

Search: sales manager | Location: Prato Area, Italy

Jobs | Date Posted | LinkedIn Features | Company | Experience Level | All filters

Sort by: Relevance | Split View

Sales manager in Prato Area, Italy | Job alert: Off

7 results

**Sales Manager, Soluzioni ERP proposte tramite Rivenditori/Software House (Prato e province limitrofe)**  
Open Source Italia Srl  
Prato Area, Italy  
Posted 3 weeks ago · 207 views

Save | **Easy Apply**

Job	Company	Connections
• 62 applicants • Mid-Senior level	• 2-10 employees • Information Technology and S...	• 1 connection

**Job description**  
Open Source Italia (in breve: OSItalia) nasce nel 2001 come software-house specializzata nella produzione di soluzioni gestionali destinate alle imprese. La sua peculiarità consiste nell'avere nella compagine azionaria diverse software house distribuite sul territorio nazionale, conglomerando quindi molteplici competenze. OSItalia produce e distribuisce la piattaforma di software gestionale/ERP OS1, con i prodotti Business (per piccole imprese) e Enterprise

**Contact the job poster**  
Primo Bonacina  
Managing Partner, PBS - Primo ...  
Iseo, Lombardy, Italy  
PREMIUM  
Send InMail

**Primo Bonacina**  
Managing Partner, PBS - Primo Bonacina Services: consultancy on marketing/digital, business/sales, management/HR  
Iseo, Lombardy, Italy  
[Review profile](#)

Email: primobonacina@gmail.com

Phone: [Empty field]

Resume (optional)  
[Upload resume](#)  
Microsoft Word or PDF only (5MB)



# La classificazione degli skill, visibili al candidato

LinkedIn profile for Primo Bonacina, Managing Partner at PBS. The profile shows a list of industry knowledge skills categorized into two columns. A large blue box with the number '50' is overlaid on the bottom right of the skills list.

Industry Knowledge	Count
Start-ups	99+
Go-to-market Strategy	95
Product Management	70
Telecommunications	60
Data Center	50
Business Planning	43
Sales Operations	36
B2B	31
Management Consulting	25
Key Account Management	21
Disaster Recovery	16
Operations Management	14
Consultative Selling	13
KPI	12
P&L responsibility	11
Tools & Technologies	
SaaS	26
Open Source	14
Interpersonal Skills	
Partner Management	22
Strategic Partnerships	15
Sales Management	99+
Marketing Strategy	77
Virtualization	65
Account Management	50
Sales Process	49
Storage	42
Security	34
Product Marketing	28
International Sales	21
Business Continuity	18
Digital Marketing	14
Social Media	14
Product Launch	12
Mergers	11
Hardware	24
Resellers	18
Executive Management	13

LinkedIn job posting for Sales Manager Italy at Radware. The job is located in Milan, Lombardy, Italy and was posted 3 weeks ago with 68 applicants. The job description includes a summary of the role, qualifications, and a list of skills. The skills are categorized into 'How you match' and 'Skills'.

## Sales Manager Italy

Radware • Milan, Lombardy, Italy  
Posted 3 weeks ago • 68 applicants

16 connections work here

To engage Radware within key customers in North Italy, mainly in the Finance and Enterprise verticals, directly and through channels. To define and represent the enhanced Radware proposition to defined players in this market segment and to aggressively grow Radware's market share and revenues from these key Finance and Enterprise accounts.

### Qualifications

- More than 5 years sales experience in the field of data communications, good understanding of the global needs in Security and ADC, networks and applications
- Extensive network and contacts in the territory (finance, enterprise and top 500 entities)
- Sales-driven and have the ability to present solutions to high level management IT
- Team spirit but able to work independently. Capable of performing with a small staff and shared resources
- Proficient communication in English

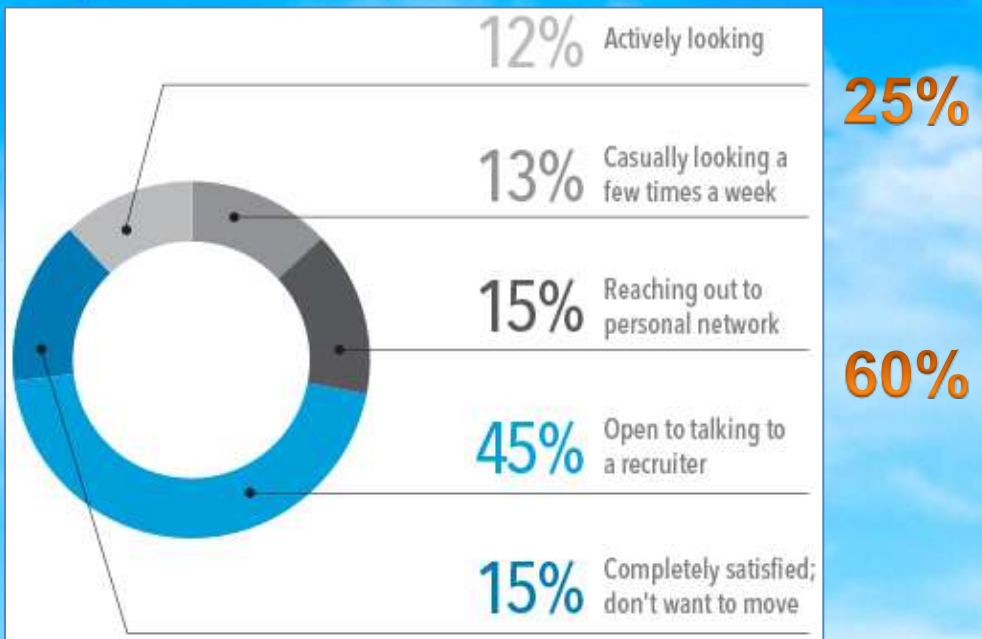
### How you match

Criteria provided by job poster

### Skills

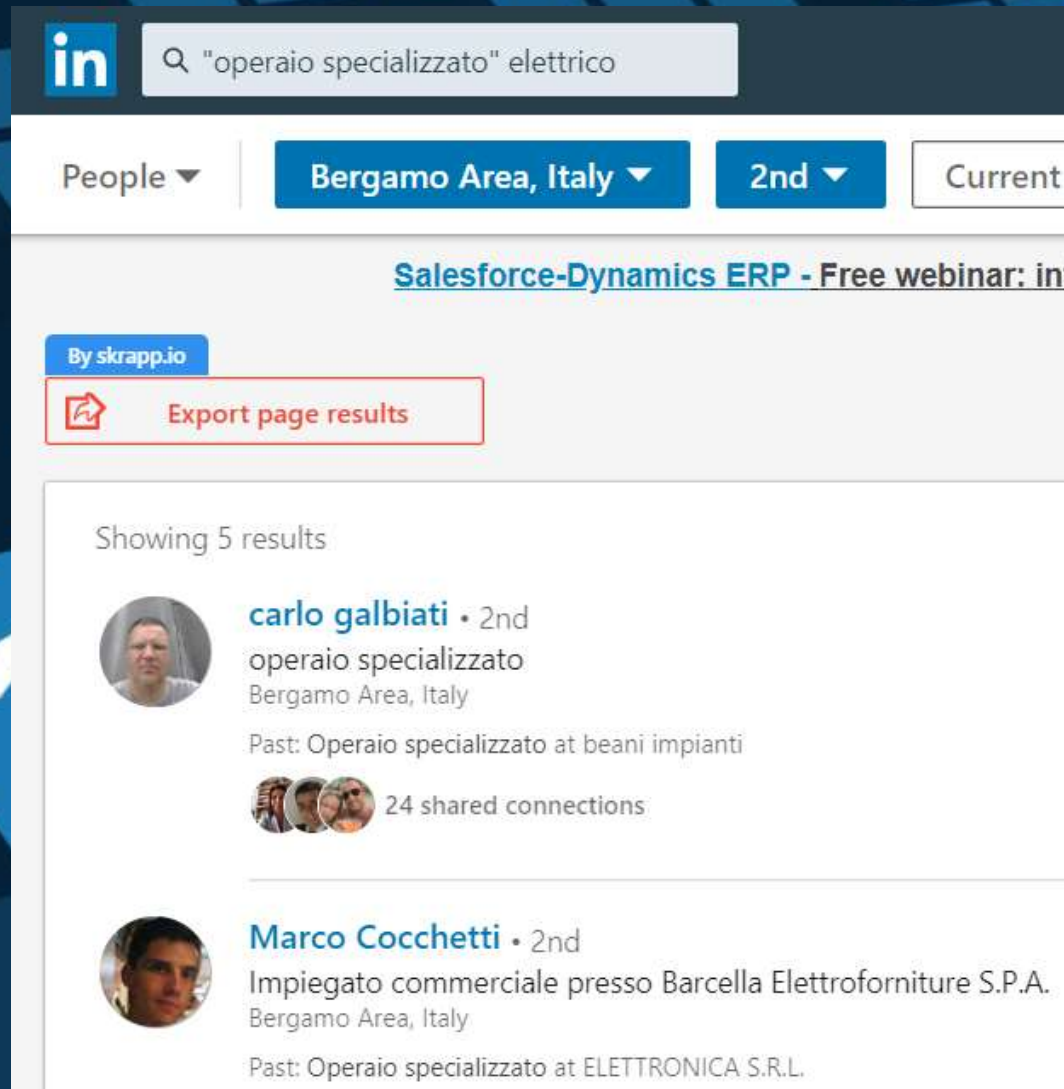
- ✓ Cloud Computing
- ✓ Enterprise Software
- ✓ Sales
- ✓ Communication
- ✓ Sales Management
- ✓ Security
- Firewalls
- Radware
- Forecasting

# Stimolare i «candidati passivi»: passare dal 25% all'85% dell'audience





# La costruzione del database di lancio (Esempio: «Tecnici Trasfertisti, Azienda manifatturiera, Brescia/Latina»)



The screenshot shows a LinkedIn search interface. At the top, the search bar contains the text "operaio specializzato" elettrico. Below the search bar, there are filters for "People", "Bergamo Area, Italy", "2nd", and "Current". A link for "Salesforce-Dynamics ERP - Free webinar: int" is visible. Below the filters, there is a button "By skrapp.io" and a red-bordered button "Export page results". The search results are displayed under the heading "Showing 5 results". The first result is for "carlo galbiati" • 2nd, who is an "operaio specializzato" in Bergamo Area, Italy, with a past role at "beani impianti" and 24 shared connections. The second result is for "Marco Cocchetti" • 2nd, who is an "Impiegato commerciale" at "Barcella Elettroforniture S.P.A." in Bergamo Area, Italy, with a past role at "ELETTRONICA S.R.L."



# La costruzione del database di lancio (Esempio: «Tecnici Trasfertisti, Azienda manifatturiera, Brescia/Latina»)

10

Antares Vision

BS/CR/MN/BG/VR/FR/LT

**Field Service Engineer, Manufacturing**

"operaio specializzato" elettrico

"tecnico elettrico"

electric engineer manufacturing

elettricista

field engineer manufacturing

impiantista

maintenance engineer manufacturing

manutentore elettrico

quadrista

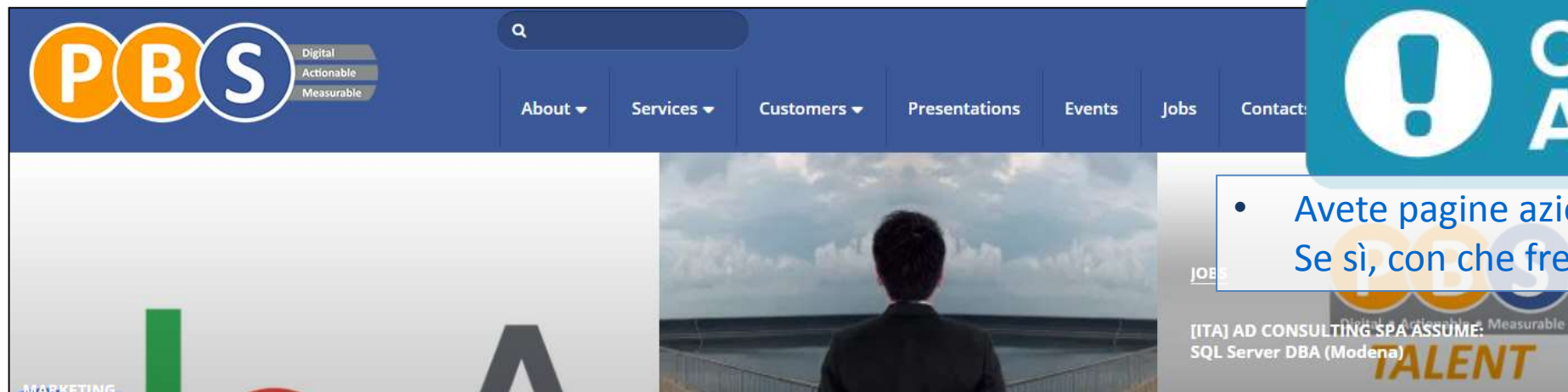
trasfertista

Antares Vision

125



# 30+ rilanci social (LinkedIn, Facebook, Twitter) + web/newsletter



**CALL TO ACTION**

- Avete pagine aziendali Twitter e Facebook? Se sì, con che frequenza «twittate»?



# L'applicazione dei criteri di «Match»

- Residenza
- Nazionalità
- Età
- Anni di esperienza
- Esperienze
- Percorso
- Mercato/Settore
- Competenze
- «Skill Match»
- Candidati da non considerare



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



# «Dice il saggio ...»

- *«We hire people for their skills and competencies. We fire them for their attitudes and behaviors»  
(Paul Hickey, CEO, GrassGreener Group)*



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





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



**CALL TO ACTION**

- 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 ...*

- Avete, per ogni job, predefinito una traccia di intervista standard?



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

- Non necessita di incrociare le agende, accorciando così i tempi
  - Il candidato risponde quando vuole, nei tempi indicati
- Consente al candidato di esprimersi con **calma, chiarezza e completezza**
  - **Almeno 3 giorni** per rispondere
  - 3-4 pagine di testo
- Consente al candidato di esprimersi con **impegno e *intelligenza emotiva***
  - Modulando il discorso sulla base dell'interlocutore e dell'opportunità
- **Evita 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 fretteolosità sono mali dei tempi moderni
- 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**

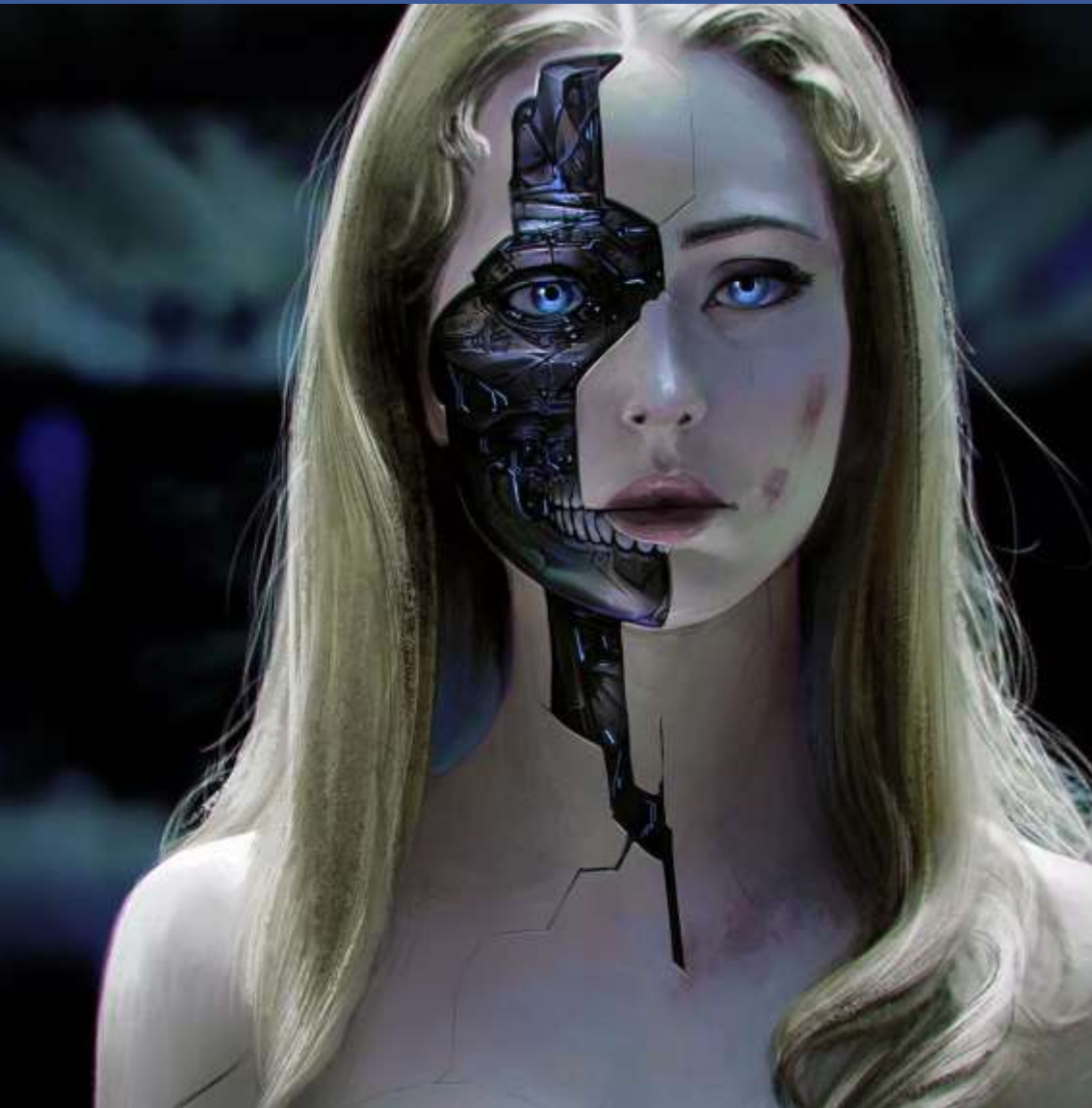


# Una traccia di intervista («Sales Manager, ERP Software»)

1. Nome e Cognome, ruolo e azienda (se attualmente impiegato)
2. Quali ritiene siano le sue competenze rilevanti per la posizione? A quale livello? Descriva indicando soluzioni ed esperienze. Indichi, fornendo esempi, a che livello di autonomia lei ritiene di poter operare
3. Indichi studi o certificazioni rilevanti per la posizione
4. **Lei ha già operato sul campo proponendo prodotti ERP/gestionali/altro software applicativo? Quali? Quando? A quale tipo di clientela? Tramite quale canale?**
5. **Qual è la sua esperienza nella gestione e sviluppo di un canale IT? Indichi nomi (o tipi) di partner ed esempi**
6. **Qual è la sua esperienza per quanto riguarda la gestione di un team commerciale?**
7. Lei è OGGI impiegato oppure è in cerca di lavoro? Se impiegato, quali sono i suoi principali compiti e responsabilità?
8. Quale è stato il massimo livello di responsabilità (progetti o team o ruoli) che ha avuto nella sua carriera? Dove? Quando?
9. 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 seguito o guidato?
10. Cosa l'ha motivata a rispondere a questo annuncio?
11. Quale è il suo attuale pacchetto retributivo? Quali sono le sue aspettative?
12. Quale è il suo attuale livello nell'utilizzo della lingua inglese?
13. Può citare referenze?
14. Per favore indichi luogo e data di nascita, domicilio
15. Lei ha un sogno nel cassetto? Un obiettivo personale o professionale a medio/lungo termine (2-5 anni)?
16. Infine, ecco uno spazio per lei dove aggiungere considerazioni utili a meglio caratterizzare il suo profilo



# ATTENZIONE: NON stiamo parlando di AI e *Chatbot*



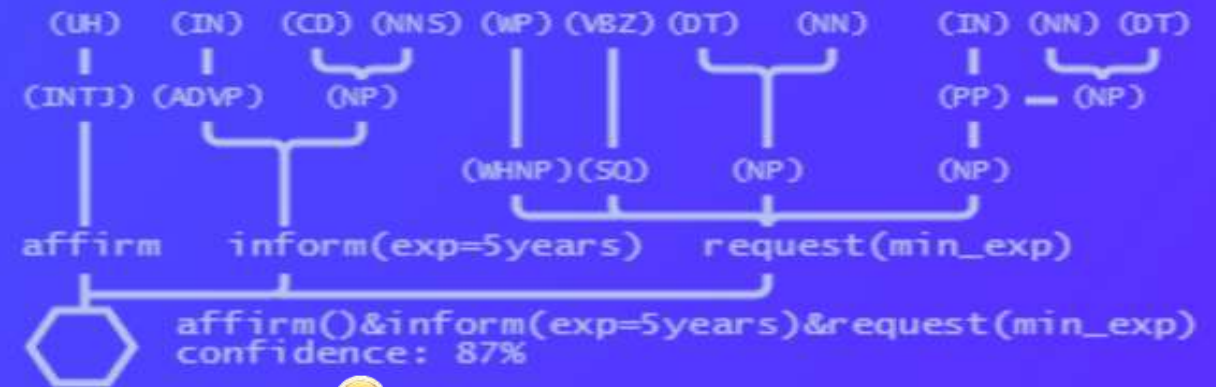
Mya  
10:23 AM

Hey Daniel, do you have managerial experience?



Daniel Callaway  
10:23 AM

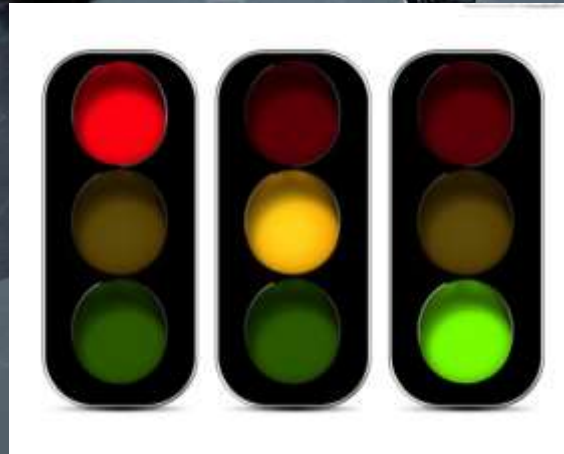
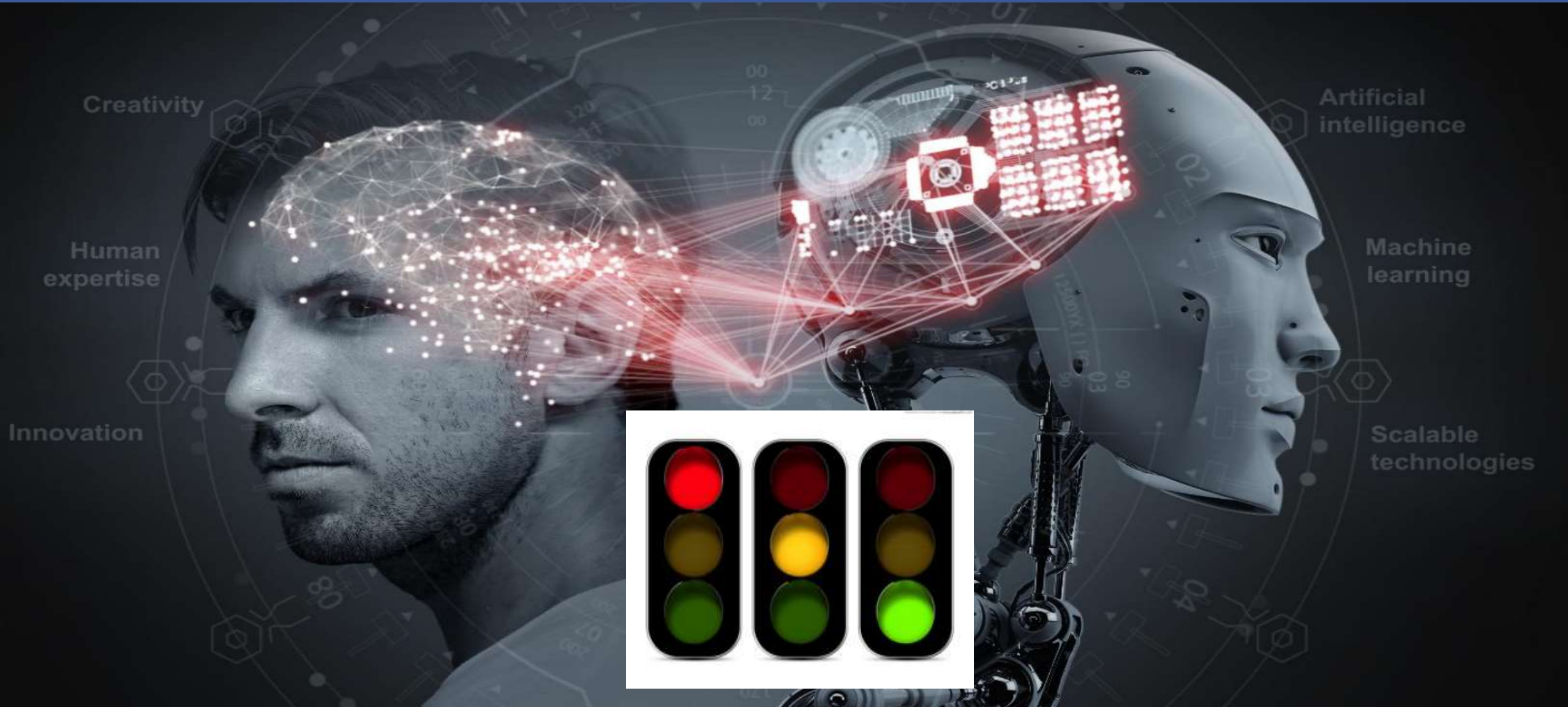
Yes, about five years. What's the minimum for this role?



Mya  
10:23 AM

That's great! The role requires about two years so you definitely meet the qualification.

# Ogni candidatura deve venire vista da occhio umano (supportato da algoritmi)





# La conclusione: selezione e incontro da parte dell'azienda sulla base dei DOSSIER emersi durante il processo di Digital Marketing



# L'Interview Day

- **Intervistare 1:1 tutti i candidati finalisti, uno dopo l'altro, nello stesso giorno, coinvolgendo tutti i manager interessati**
  - (idealmente) **5-7 incontri a distanza di 75-90 minuti**
  - **Luogo tranquillo e appartato (hotel o sala dedicata)**
- **L'Interview Day è fondamentale per il buon successo di un'iniziativa di Recruiting**
  - **Tutti i manager coinvolti e concentrati su un unico obiettivo**
  - **Tutti i candidati visti nelle stesse condizioni**
  - **Possibilità di immediato confronto, verifica, ranking dei candidati**
  - **Un ottimo modo per concentrarsi e prendere decisioni in un giorno!**





# Una proposta di lavoro per l'Interview Day



# Quali metriche per il Digital Recruiting?

## Sourcing Status

### Positions Filled

10

25%

40

### Average Time to Fill

50 day

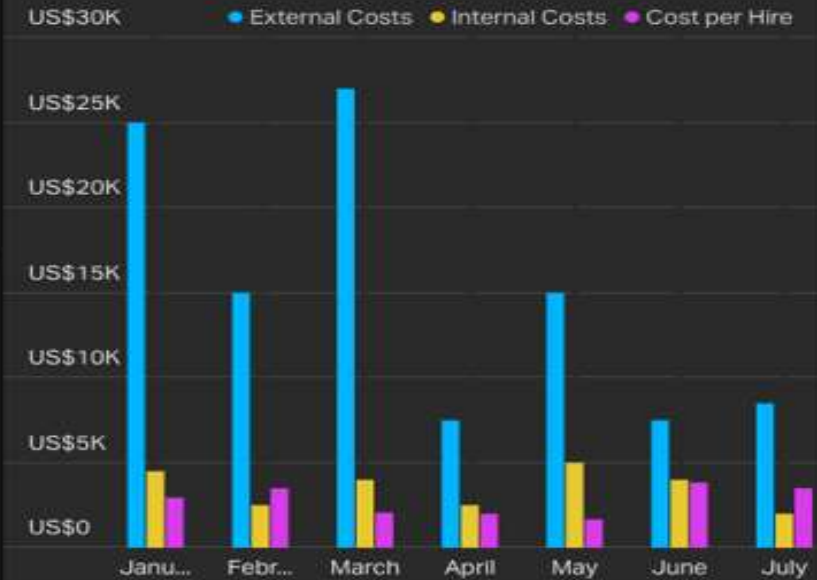
## Careers Page stats (past 28 days)

### Page Views



## Costs

### Recruitment Costs



## Hiring Pipeline

Applications	240
Screening calls	120
Assignments	30
Interviews	15
2nd Interviews	5

## Top Referrers

Direct	253 Pageviews
Google	206 Pageviews
Blog.marvelapp.com	58 Pageviews
Medium.com	20 Pageviews
London.startups-list.com	18 Pageviews
News.ycombinator.com	16 Pageviews
Uxjobsboard.com	13 Pageviews

## Application Compl...

50%

60%

## Yield Ratio per Source

Referral	4%
Career page	2%
Job boards	1%
Agency	0.8%

## Bounce Rate

74.73



## Cost per Hire per Team

Engineering	\$4,300
Design	\$3,500
Marketing	\$3,200
Customer Success	\$2,850



# Il Digital Recruiting interviene in punti ben precisi

Annuncio/Inviti/Promozione



visualizzazioni

candidature

«Match»

Filtri

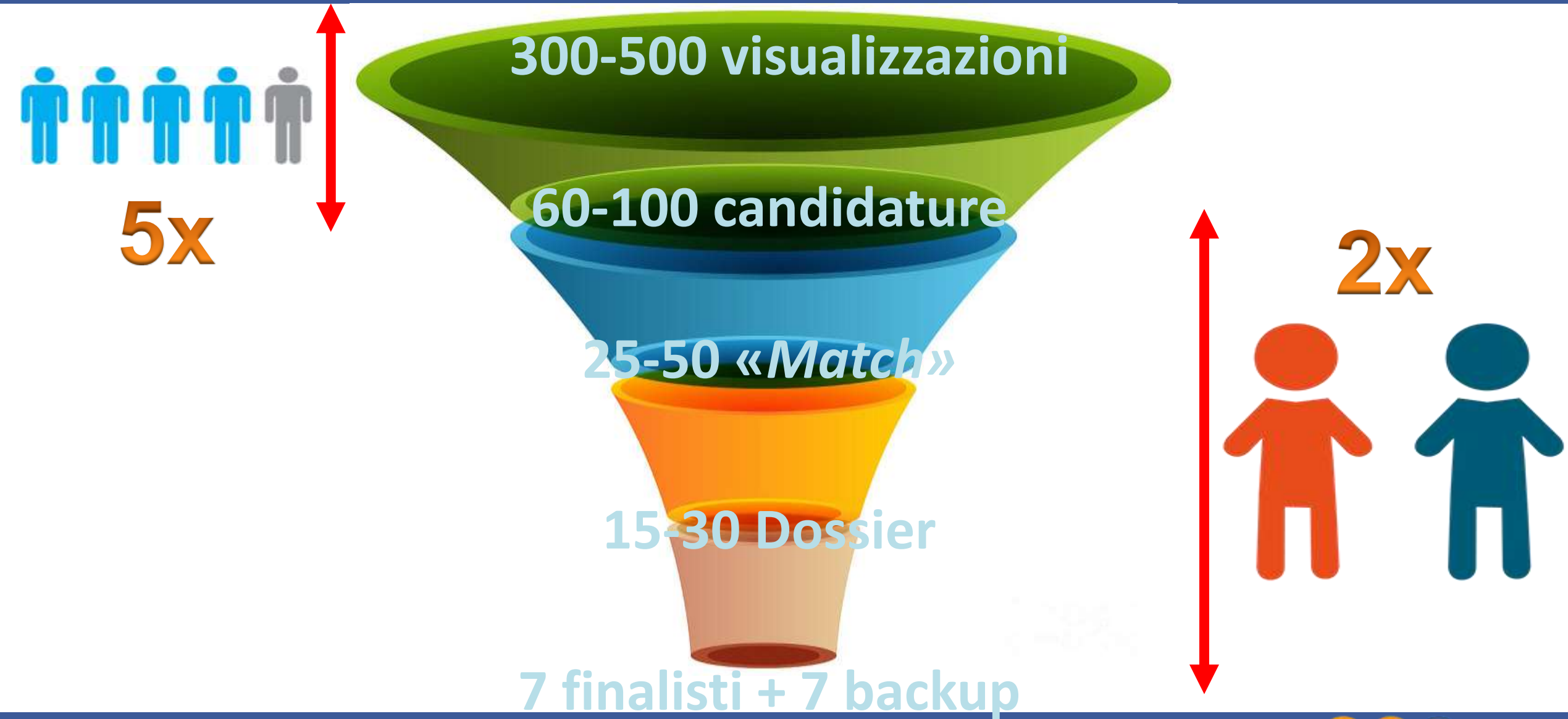


Dossier

Interviste 1:1



# Metriche ben testate per la copertura del mercato potenziale





# L'interessante analogia con il Marketing e la Lead Generation



# Digital Recruiting



1. Chi è PBS
2. Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti
3. Una metodologia basata su Digital Marketing che porta risultati in 12 giorni. Garantito!
4. **Ricapitolando**

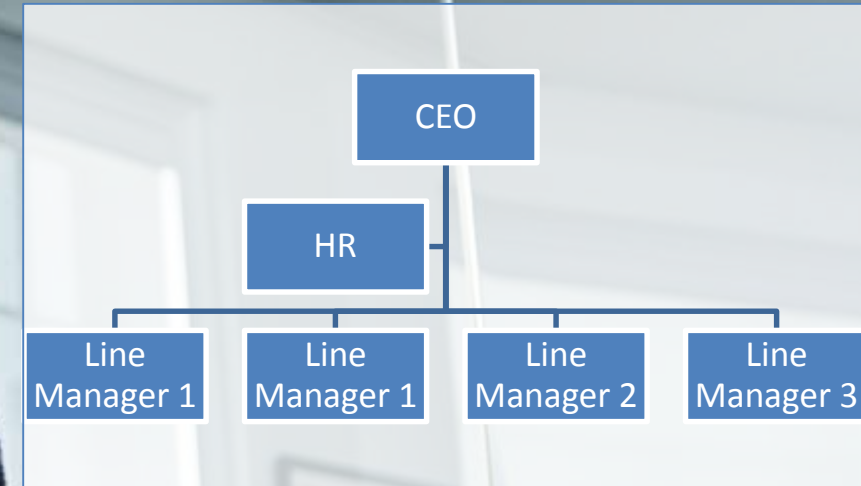


# Simuliamo un'azienda di medie dimensioni



CEO

HR



Line Manager

# In azienda esistono attori con priorità differenti

- **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

CEO

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

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

Line Manager



# Il Digital Recruiting vince sui 3 fronti!

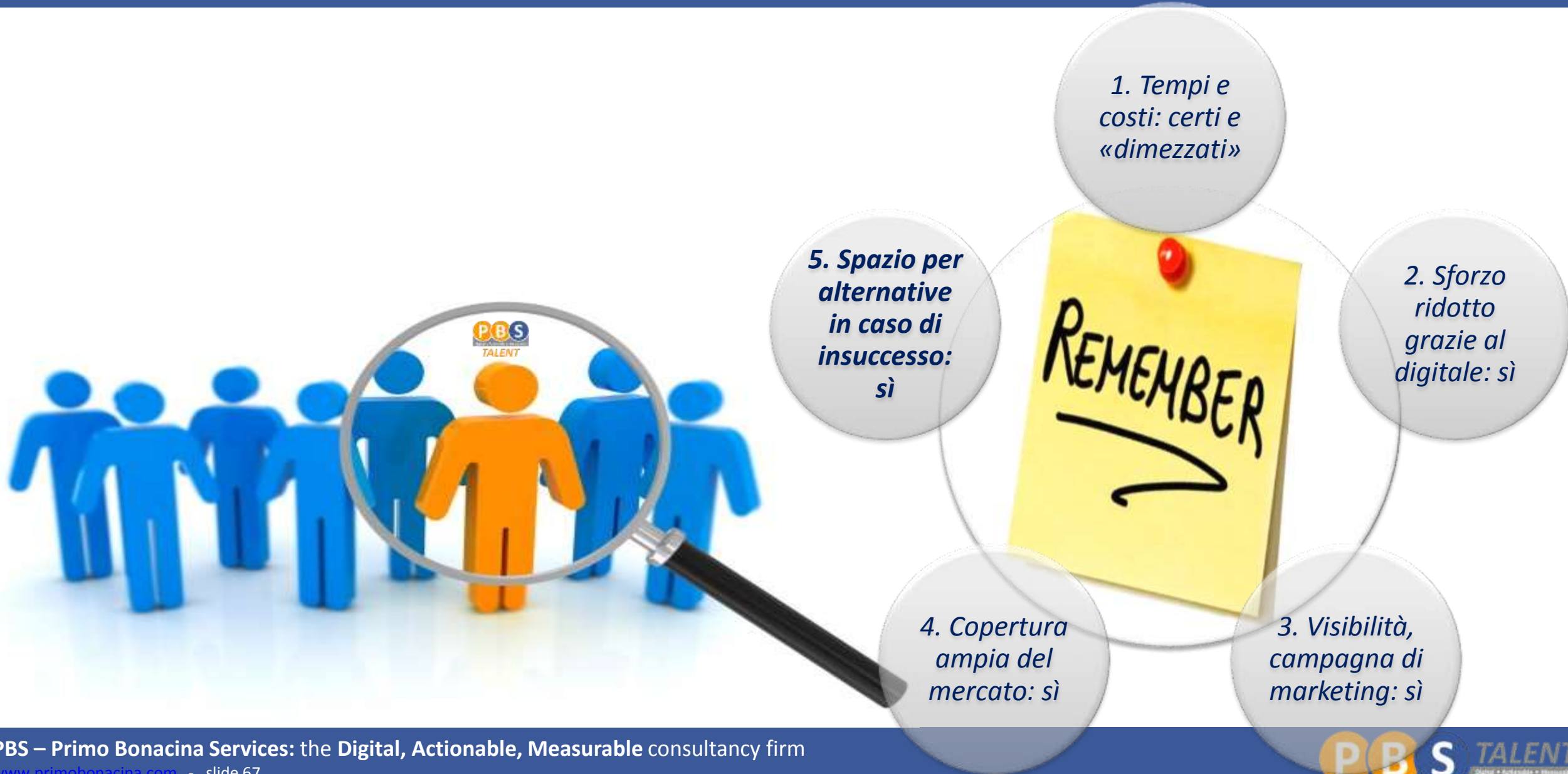
- HR impiega 2-3 settimane per ottenere 12 candidati, intervista 12 candidati e ne convoca 8, nell'arco di 2 altre settimane **[1° round]**
- HR ne passa 4 al LINE MGR che li intervista con l'HR, in 2 settimane **[2° round]**
- LINE MGR/HR passano 2 finalisti al CEO che li intervista **[3° round]**
- **Tempo necessario: almeno 8-9 settimane**

**OLD**  
**NEW**

- In 2 settimane, 24 DOSSIER (inclusivi di 1° intervista) da 100 candidature vengono passati a HR/LINE MGR **[NO 1° round]**
- HR/LINE MGR ne scelgono e intervistano (+ backup) in 1 «interview day» **[2° round]**
- HR/LINE MGR passano 2-3 finalisti al CEO che li intervista **[3° round]**
- **Tempo necessario: max 4-5 settimane**



# Concludendo: 5 punti da ricordare





# Il Digital Recruiting è la metodologia giusta: vogliamo provarla insieme? ([www.primobonacina.com/talent](http://www.primobonacina.com/talent))

