

Il Digital (Marketing applicato al) Recruiting risolve le esigenze delle aziende: individuare le persone giuste con costi, certezze, tempi giusti!

PBS
PRIMO BONACINA SERVICES
TALENT



Aggiornato: *dicembre 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 max 12 giorni. Garantito!
4. Ricapitolando

Primo Bonacina, Founder (2014) & Managing Partner of PBS

Managed **BUs, companies, regional teams** (sales/channels, marketing, services/support)

Successful in **large international organizations, local companies & own consultancy firm**

Top roles at **IT vendors** (3Com, Acer, Microsoft) & **channels** (Magirus/Tech Data, Anixter)

A long-standing protagonist in the IT & Digital sectors

Broad **international** experience: Milan, Paris, London

Columnist, speaker, passionate about IT, Business, Digital



Il portafoglio servizi: 6 aree tutte digitali, tra cui l'HR (www.primobonacina.com/services)



Business Highlights

2014

founded

800

transactions

€1.3M

revenue since start

70

events

220

customers

€419k

2019 YTD revenue

14

countries of business

28

brands/customers
(Google Ads)

17

managed companies
(social media)

280

job posts
(digital recruiting)

1.2M

Top Alexa web site rank

Updated: 1/12/19

Clienti Talent, Information Technology

(www.primobonacina.com/jobs)

Software Factories	VARs/System Integrators				Vendors	Distributors	Vendors, Cloud/Service Providers		
									
									
									
									
									
									
									
									

Clients Talent, other sectors (www.primobonacina.com/jobs)

Manufacturing, Graphics/Printing	Finance	HR, Design, Marketing, Other Distribution	Fashion, Retail, Real Estate	Interiors Design, Water, Health	Energy, Airport Services	Consulting, Publishing, Communities, No Profit	Education, Cleaning Services, Agriculture, Pharmacy		

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 max 12 giorni. Garantito!
4. Ricapitolando

Tutti dicono che il Team è tra i 5 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 mediocre hires.

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

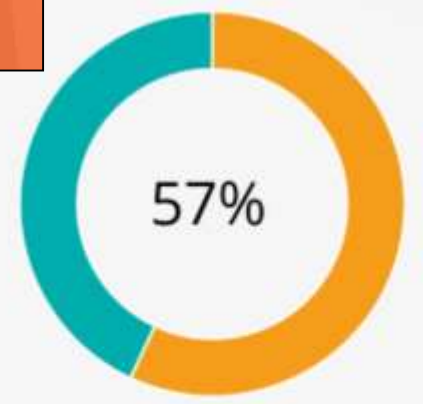


Non è un banale *fare in fretta*: è una questione di ritmo, soprattutto in tempi di «skill gap»!



TIME-TO-HIRE

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



Of job seekers lose interest in a job if the hiring process is lengthy.

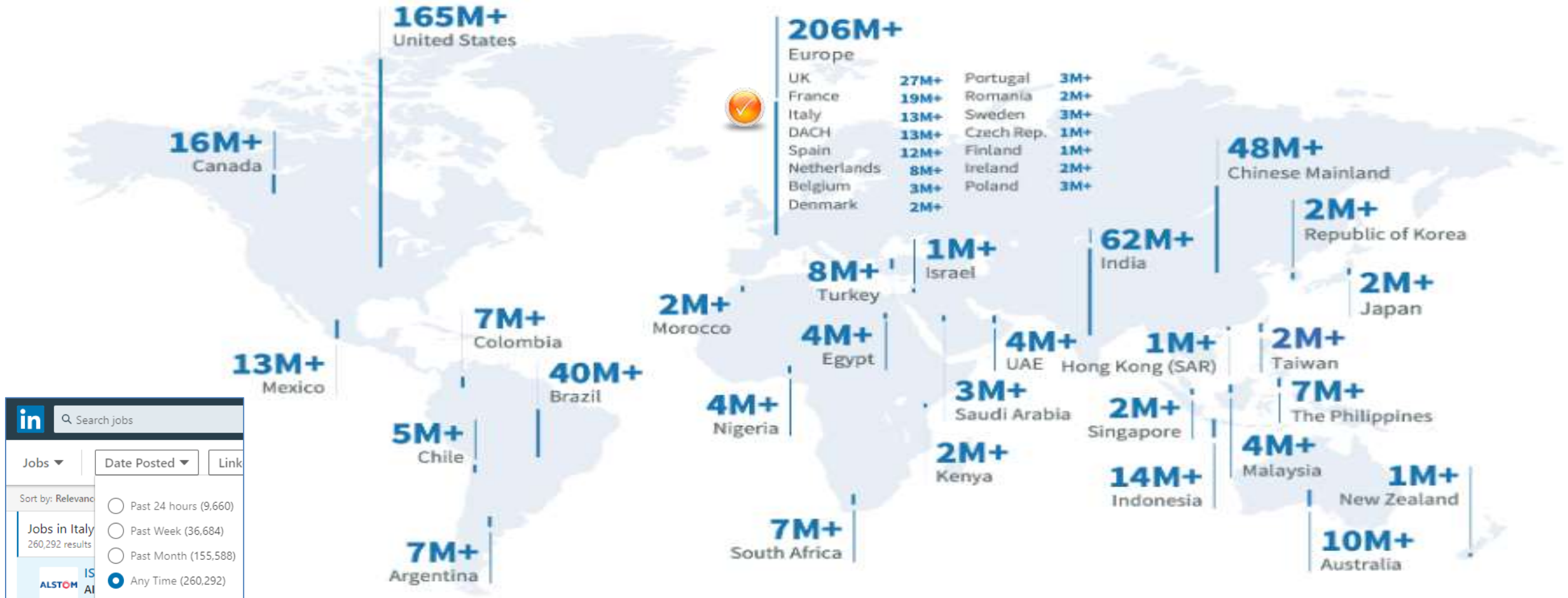
Source: Robert Half

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



Da dove partiamo? Dall'universo LinkedIn

660 million members in 200 countries and regions worldwide



in Search jobs

Jobs ▾ Date Posted ▾ Link

Sort by: Relevancy

Past 24 hours (9,660)

Past Week (36,684)

Past Month (155,588)

Any Time (260,292)

Jobs in Italy
260,292 results

ALSTOM AI

Una definizione di Digital Recruiting



- Avete una pagina LinkedIn aziendale?
- I testi sono completi e aggiornati?
- Postate news su questa pagina?

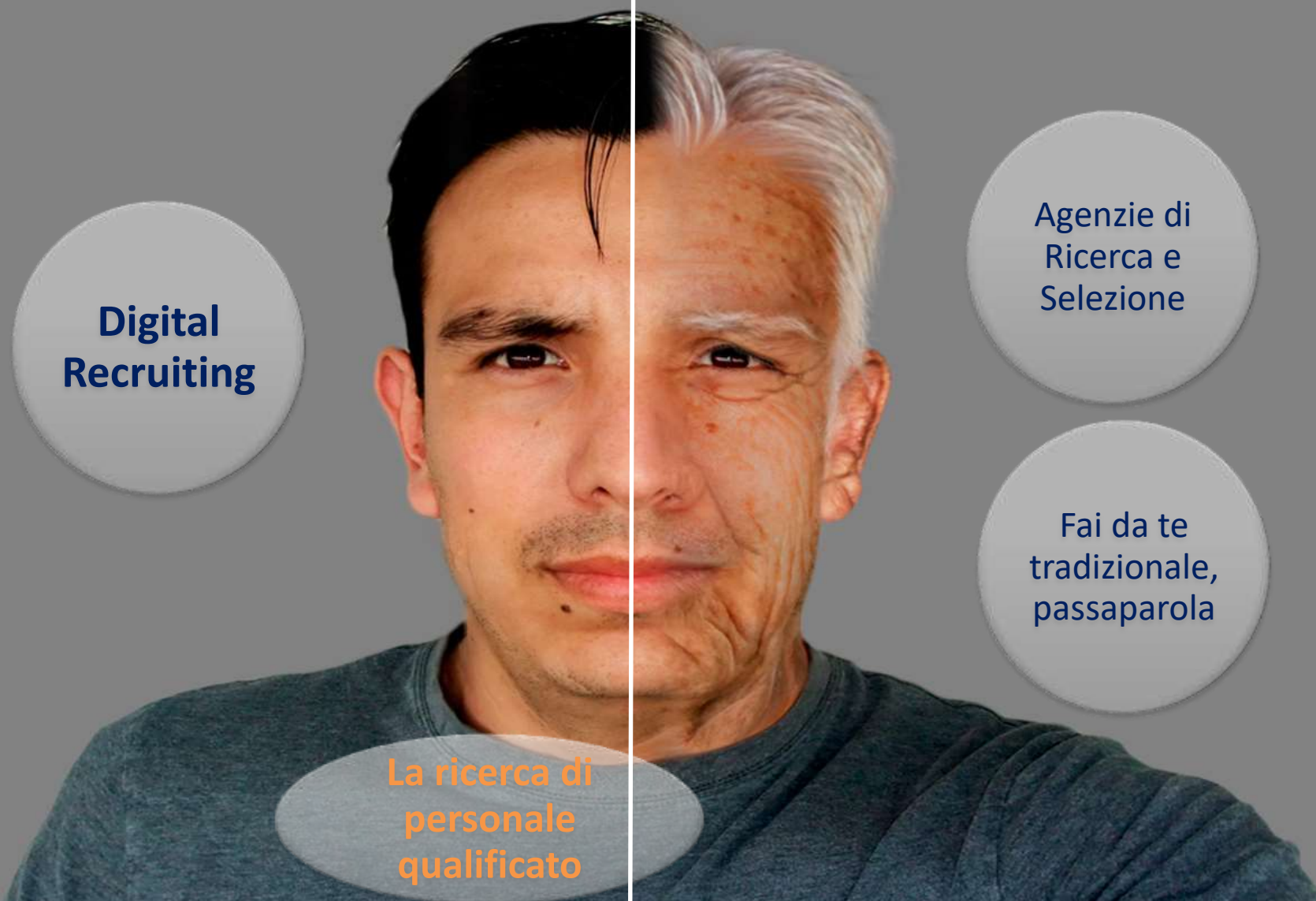
- L'utilizzo *smart* delle informazioni reperibili tramite i **Social Network B2B** per supportare le aziende nel **recruiting di personale qualificato**
 - Un'attività di *intelligence* (*prima, durante, dopo*)
 - **Competenze, processi, procedure, software**
 - Si basa su LinkedIn, ma è **molto più 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.

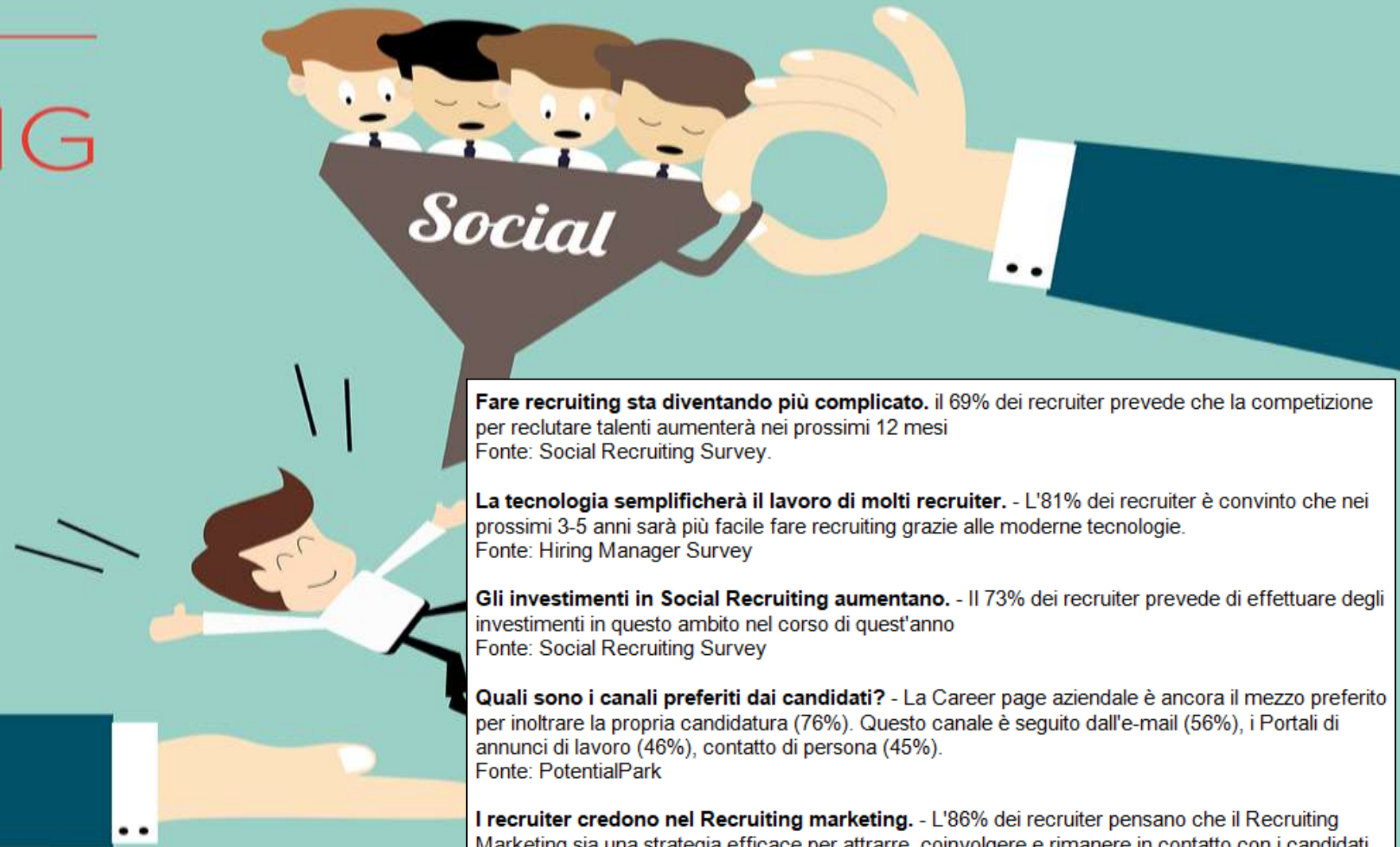


Come è cambiato il profilo ideale del recruiter in questi ultimi anni?

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: Censurwide

Il «Digital Recruiting» reinventa il Recruiting, così come Amazon ha fatto per il Retail

amazon



Amazon ha reinventato il Retail:

1. Veloce, rapido
2. Guidato da Software/App/AI/Big Data/Automazione
3. Prevedibile: le aspettative sono definite e (quasi sempre) soddisfatte
4. Il cliente è in costante contatto: app, comunicazioni, tracking
5. Personalizzazione: preferenze, raccomandazioni, abitudini, suggerimenti, recensioni
6. Prezzo competitivo
7. 24 ore al giorno, 7 giorni alla settimana
8. Da qualsiasi parte del mondo, in qualsiasi parte del mondo
9. Nessuna pressione da parte dei venditori: il cliente si prende il tempo necessario
10. Assistito: il servizio clienti è a un clic/chiamata di distanza
11. Conveniente per tutte le parti coinvolte: Amazon, cliente, venditore, corriere
12. Concreto: i prodotti vengono consegnati rapidamente «nel mondo reale» e i clienti li apprezzano

I 12 punti qui sopra si applicano anche al «Digital Recruiting»: il Digitale ridisegna il Recruiting come Amazon ha ripensato il Retail

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



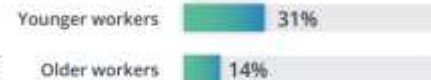
Do some social media stalking

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



Jobvite



CALL TO ACTION

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



Il *Digital Recruiting* interviene in 2 punti ben precisi

Annuncio/Inviti/Newsletter/Post/
Promozione/SEO



Visualizzazioni significative

candidature

«Match»

Filtri/Comunicazione/Procedure

Dossier

Interviste 1:1



Il *Digital Recruiting* NON introduce distorsioni tipiche dell'Head Hunting: TUTTO è scritto di pugno dal candidato

Noun. **rose-colored glasses** pl (plural only) Used other than with a figurative or idiomatic meaning: **glasses** that are **tinted** in a **pink** or **rose** shade. (idiomatic) An optimistic perception of something; a positive opinion; seeing something in a positive way, often thinking of it as better than it actually is.

[rose-colored glasses - Wiktionary](#)



Digital Recruiting

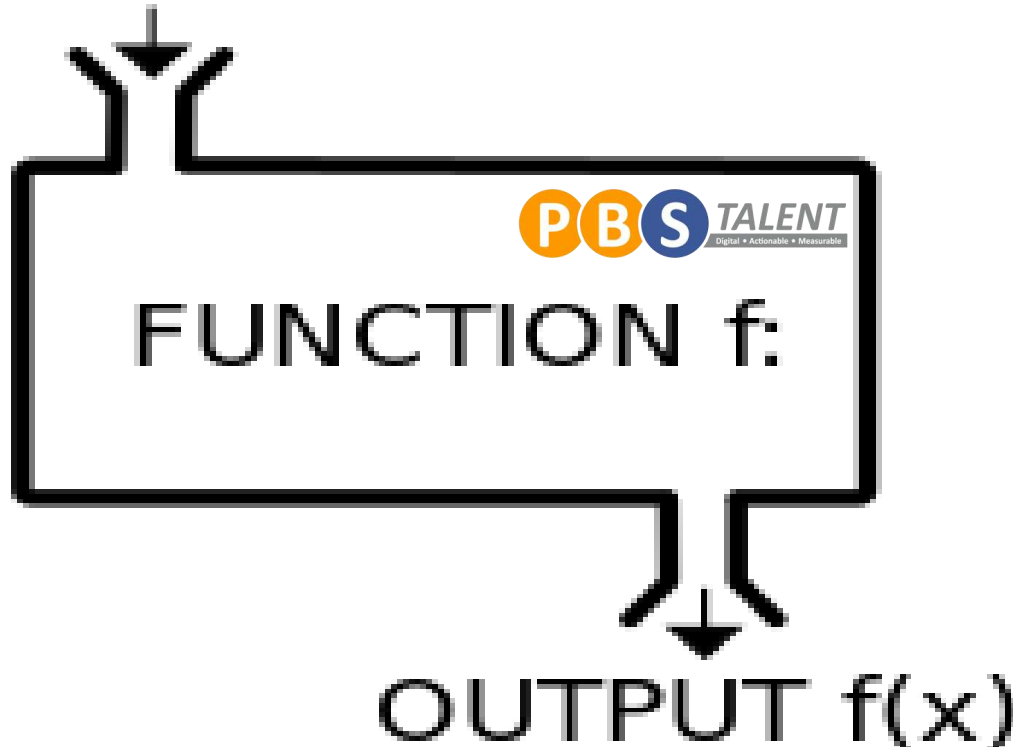


1. Chi è PBS
2. Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti
3. **Una metodologia basata su Digital Marketing che porta risultati in max 12 giorni. Garantito!**
4. Ricapitolando

La «macchina» del Digital Recruiting

Descrizione dell'esigenza da parte dell'azienda

INPUT x



Affiancamento alle attività di recruiting dell'azienda per **6-12 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 produce 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 (e sono sempre meno) non presenti su LinkedIn



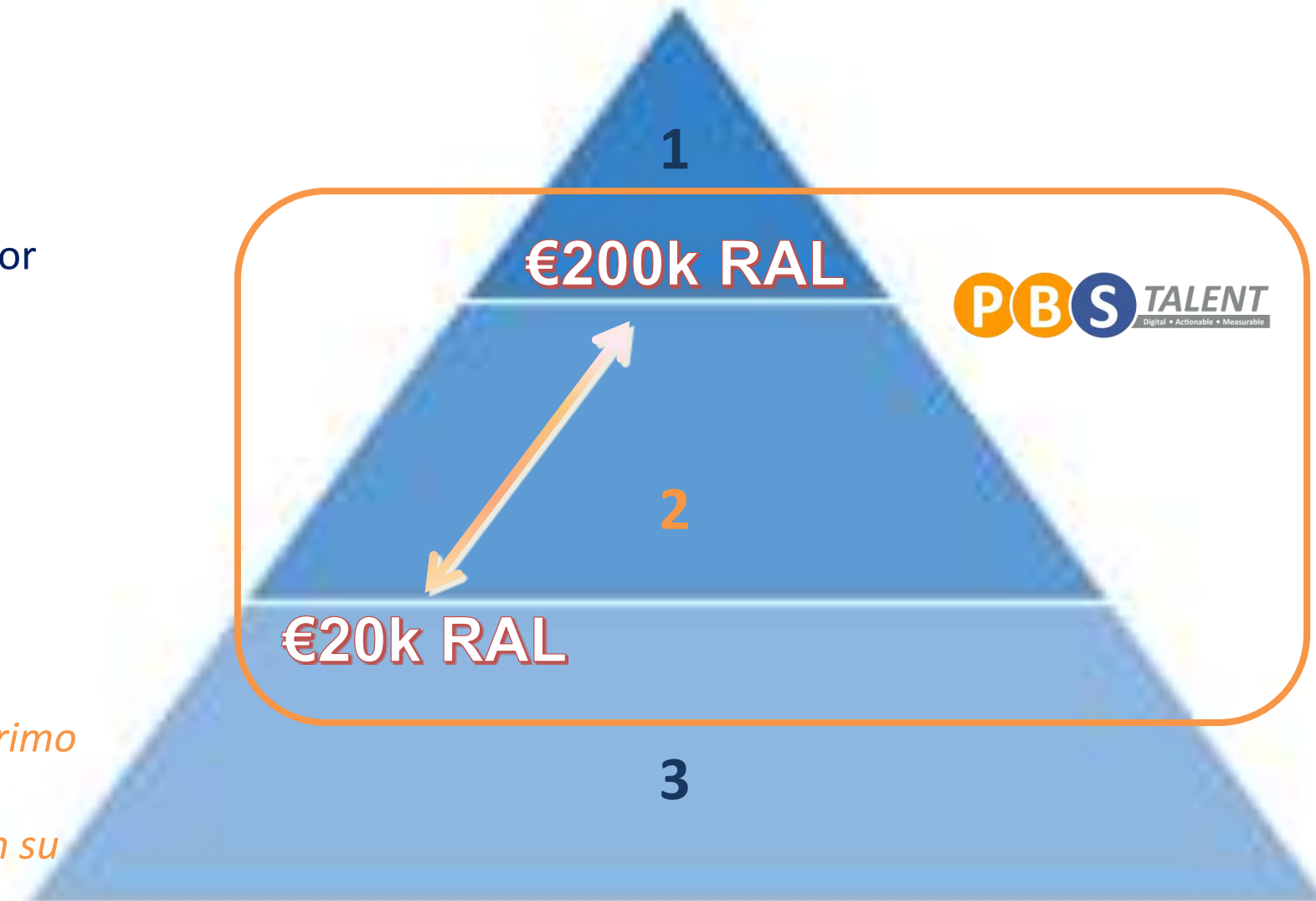
L'area più facilmente indirizzabile

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 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 profilo, vogliono avere sempre sotto mano 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 6-12 giorni lavorativi

Preparazione

Giorno 0:
Lancio (job
post)

Verifica di
andamento

Giorno 6-12:
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 40 passi

1. Briefing di massima
2. Check sito/pagina LinkedIn aziendale
3. Quotazione personalizzata
4. Ordine di lavoro
5. Preparazione piano di lavoro/timeline
6. Briefing dettagliato con l'azienda (intervista al management)
7. Studio mercato di riferimento: posizione/zona/salari/disponibilità/keyword
8. Scelta territori (province) su cui indirizzare primariamente la ricerca
9. Scelta provincia di riferimento in LinkedIn (sede/ancoraggio)
10. Scrittura/validazione documenti (annuncio, intervista al candidato)
11. Costruzione database di lancio
12. Definizione piano di marketing congiunto con l'azienda
13. Definizione LinkedIn «Skill Set»
14. Publicazione annuncio LinkedIn (con collegamento alla pagina LinkedIn aziendale)
15. Definizione/aggiornamento budget LinkedIn giornaliero
16. Selezione candidature da database generale
17. Mailer candidati «passivi»
18. Invito a LinkedIn «Profile match»
19. Promozione annuncio (web, social media, newsletter)
20. Ricezione Candidature



21. Verifica griglia requisiti
22. Ricontri continuativi all'azienda (statistiche parziali)
23. (opzionale) Test di valutazione
24. Ricezione Intervista Scritta
25. Verifica timeline e tempi di consegna
26. Sollecito ai ritardatari
27. Compilazione database Dossier e tabella sinottica
28. Analisi demografica candidature
29. Scelta profili da evidenziare (manualmente e/o via software)
30. Presentazione e confronto con management aziendale
31. Informazione ai candidati che l'analisi aziendale è in corso
32. Ricezione candidati ritardatari
33. Chiusura job post
34. (riservato all'azienda) Analisi e selezione candidature
35. Riscontro ai candidati
36. Aggiornamento database generale
37. (opzionale) Interview day
38. (opzionale) Assessment dei candidati («Talent DIScovery»)
39. (riservato all'azienda) Decisione, negoziazione, assunzione
40. (opzionale) Analisi, valutazione ripubblicazione e rilancio del processo

Aggiornato: 28/10/19

Il titolo dell'annuncio definisce il 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: 400-600 parole (una pagina A4 corpo 11)

Apply Rate by Length of Job Description



CALL TO ACTION

- 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 | 7 results | Job alert: Off

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]

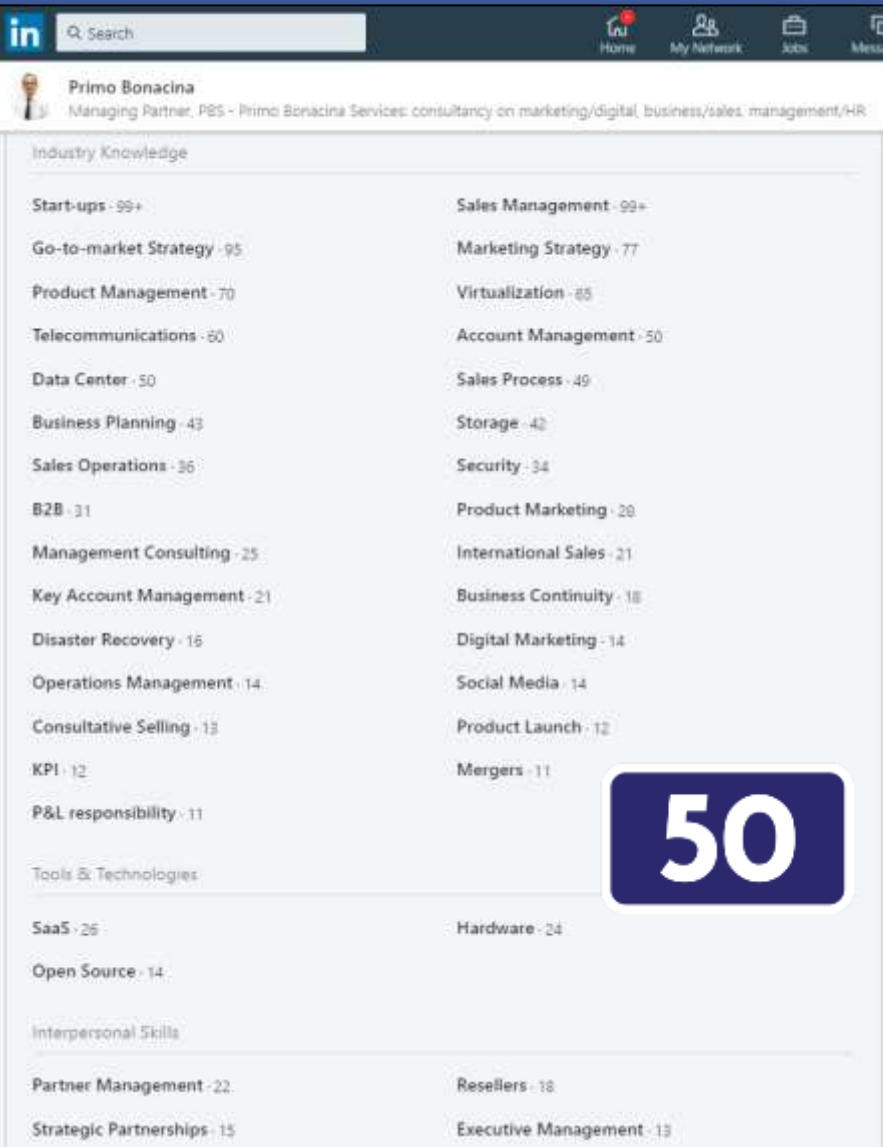
Resume (optional)
[Upload resume](#)
Microsoft Word or PDF only (5MB)

La candidatura è visibile in Google (SEO)



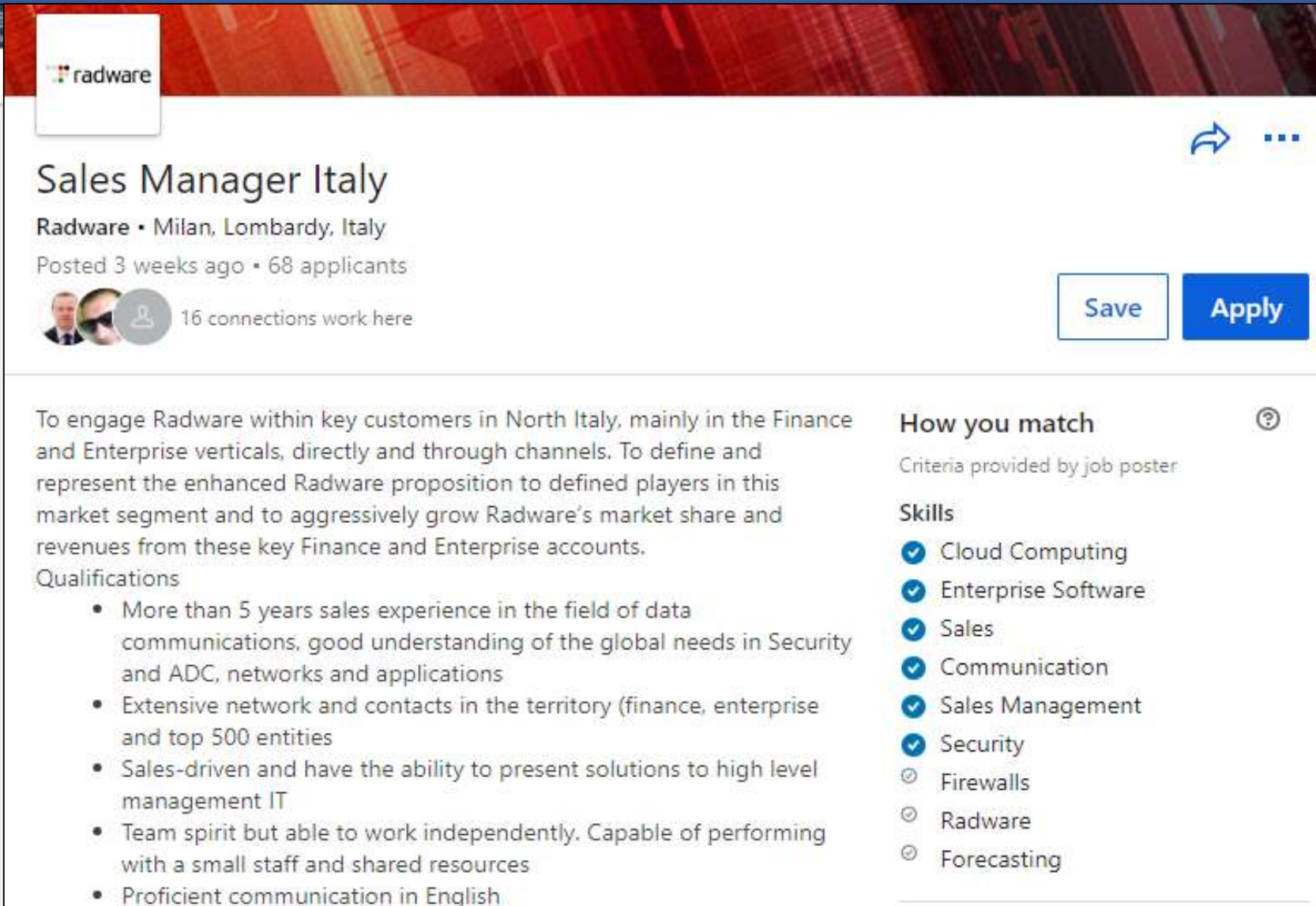
A screenshot of a Google search results page. The search bar at the top contains the text "quadrata linux" and a microphone icon. Below the search bar, there are navigation tabs: "Tutti" (selected), "Immagini", "Shopping", "Video", "Notizie", "Altro", "Impostazioni", and "Strumenti". The search results show approximately 1940.000 results in 0.41 seconds. The first result is a blog post titled "Blog - Quadrata - Creatori di soluzioni" with the URL "www.quadrata.it/category/blog/". The second result is a YouTube video titled "Zabbix Tutorial – YouTube Video – Installazione Linux Zabbix Agent 3.2 ITA – #02 ...". The third result is a LinkedIn job posting titled "Quadrata Service Group s.r.l. sta assumendo Specialista Linux in ..." with the URL "https://it.linkedin.com/jobs/.../specialista-linux-at-quadrata-service-group-s-r-l-84445384...". The fourth result is another LinkedIn job posting titled "Quadrata hiring Sr./Jr. Linux System Engineer, IT Monitoring ..." with the URL "https://www.linkedin.com/jobs/view/1331350735/".

La classificazione degli skill, visibili al candidato



LinkedIn profile of Primo Bonacina, Managing Partner at PBS. The profile shows a list of industry knowledge skills with counts. A large blue box with the number '50' is overlaid on the 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.

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

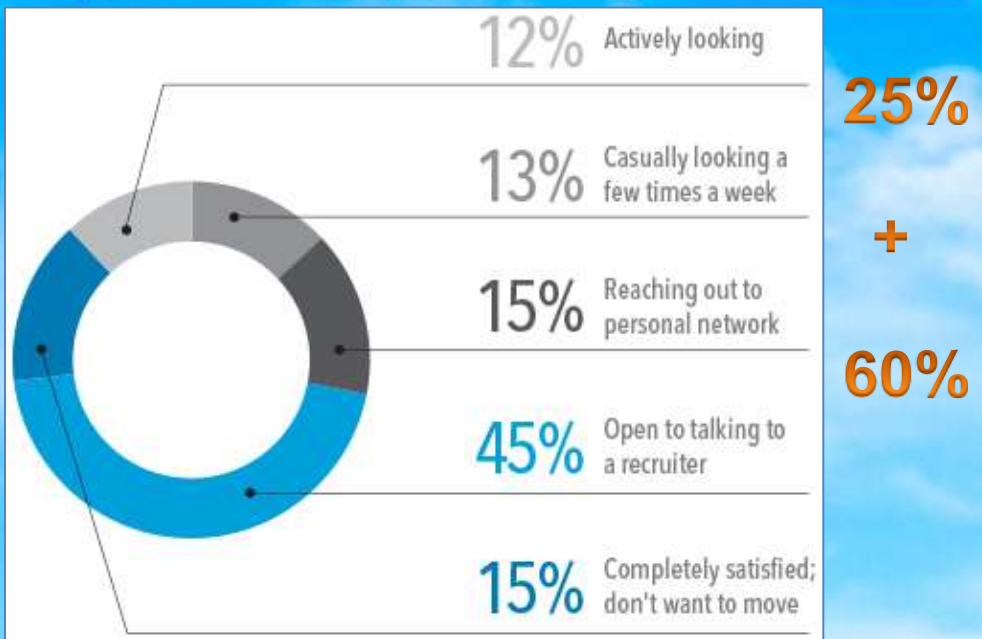
How you match

Criteria provided by job poster

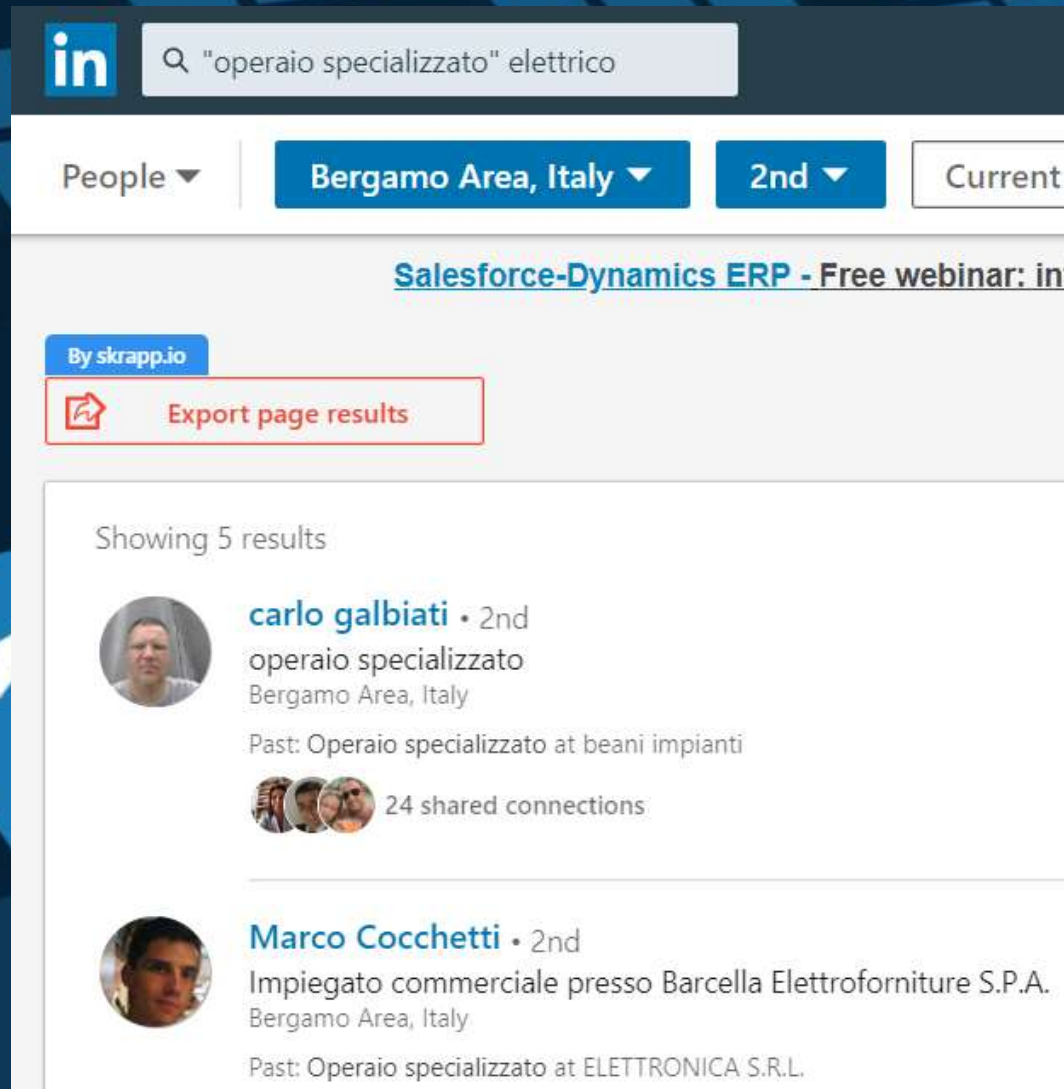
Skills

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

Stimolare i «candidati passivi»: 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

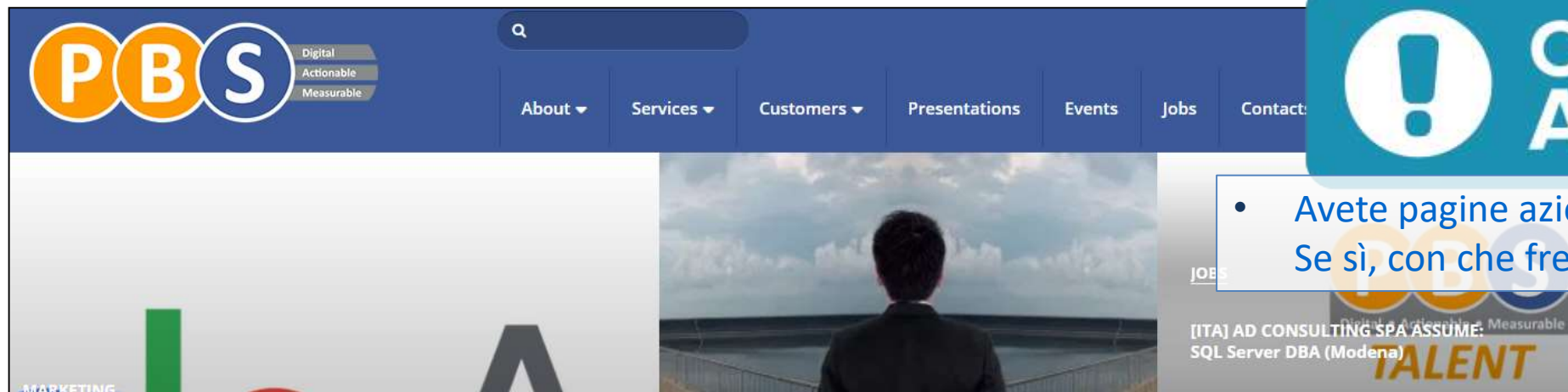
quadrista

trasfertista

Antares Vision

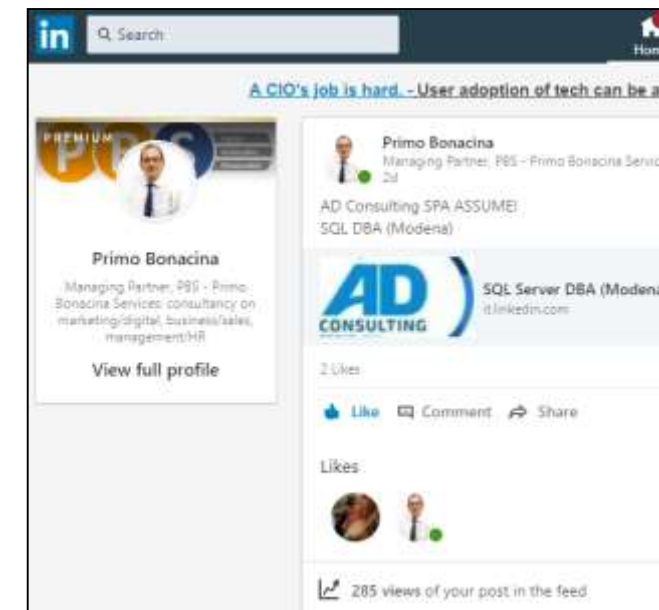
125

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 behaviours» (Paul Hickey, CEO, GrassGreener*



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 passato e chiedendo esempi relativi alla sua esperienza, permettendo di raccontare, ad esempio, 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 nel tempo**
- Avete, per ogni job, predefinito una traccia di intervista standard?

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

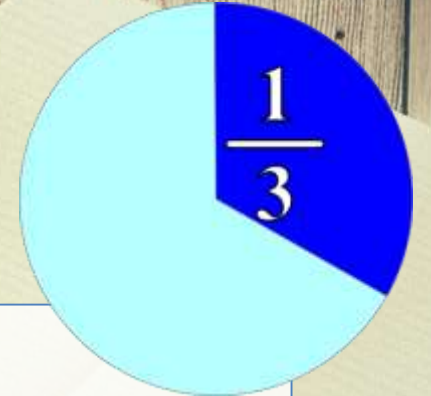
- Non necessita di incrociare le agende, accorciando i tempi
 - Il candidato risponde quando vuole, nei tempi indicati
- Consente al candidato di esprimersi con **calma, chiarezza e completezza**
 - **3 giorni** per rispondere
 - Tipicamente 2-4 pagine di testo
- Consente al candidato di esprimersi con **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 Decisori**
- Fondamentale per **successive analisi**
 - Stabilire una prima empatia, incontrare i **candidati più centrati**, scremare persone **che non sanno scrivere correttamente** e/o che non sanno 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 a 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**

Non tutti i candidati rispondono all'intervista. Ci sono «quelli che» (cit.)

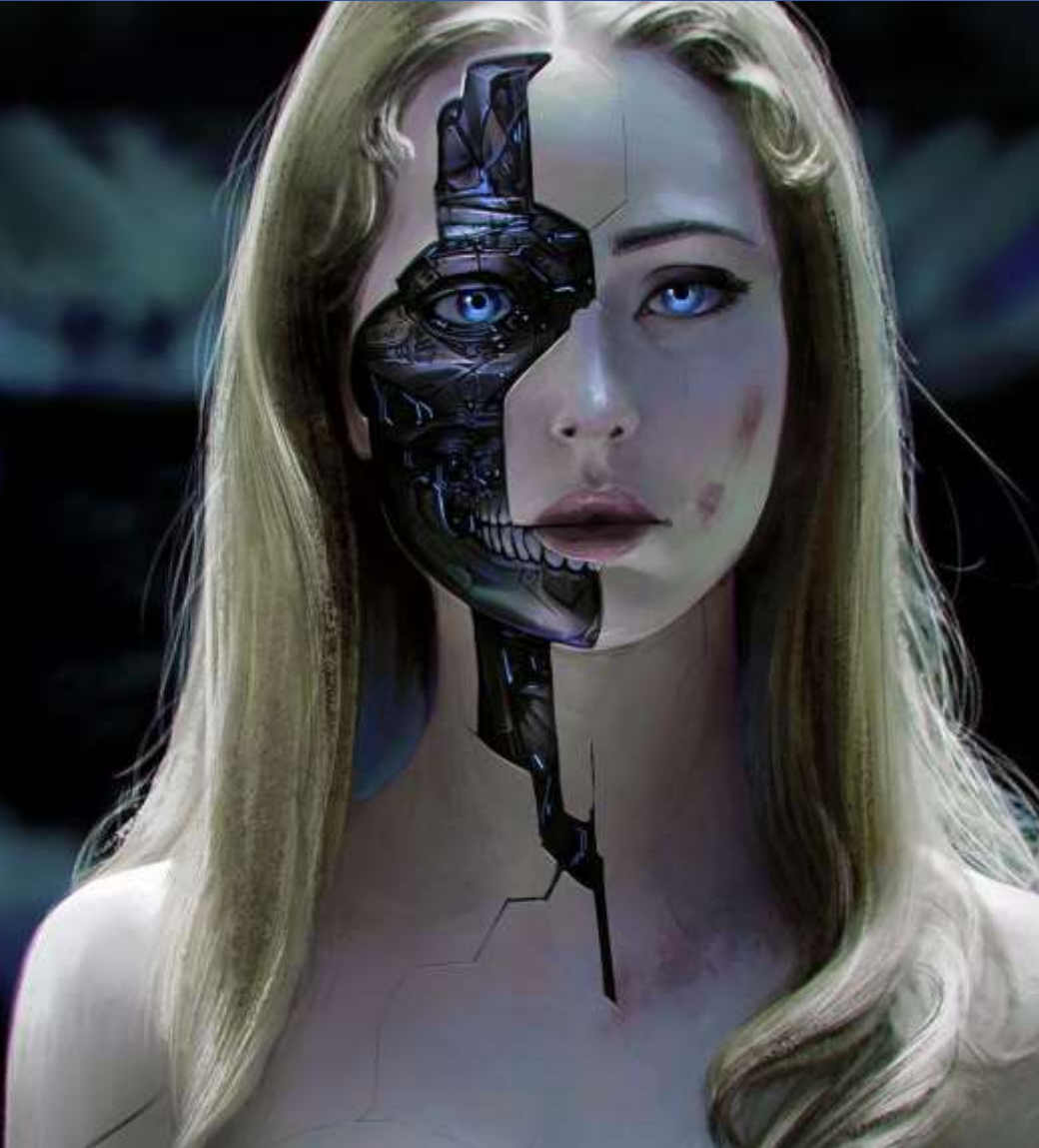
- ... non avevano capito che tipo di job era (e adesso lo capiscono)
- ... non ne hanno voglia, non erano veramente interessati, non sono motivati
- ... non vogliono fare fatica: rispondere all'intervista non è come schiacciare un tasto
- ... dopo verifica, capiscono che l'azienda/il mercato/la sede non fa al caso loro
- ... capiscono di non avere gli skill giusti per concorrere
- ... perdono la mail, se ne dimenticano, sono disorganizzati, rispondono solo se sollecitati
- ... non si «degnano» di compilare un'intervista («se mi volete sono qui»)
- ... dichiarano di non aver tempo, hanno altri impegni
- ... hanno applicato a tanti job e non sanno a quale e perché hanno applicato
- ... ritengono di non voler fornire informazioni confidenziali (o presunte tali)



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



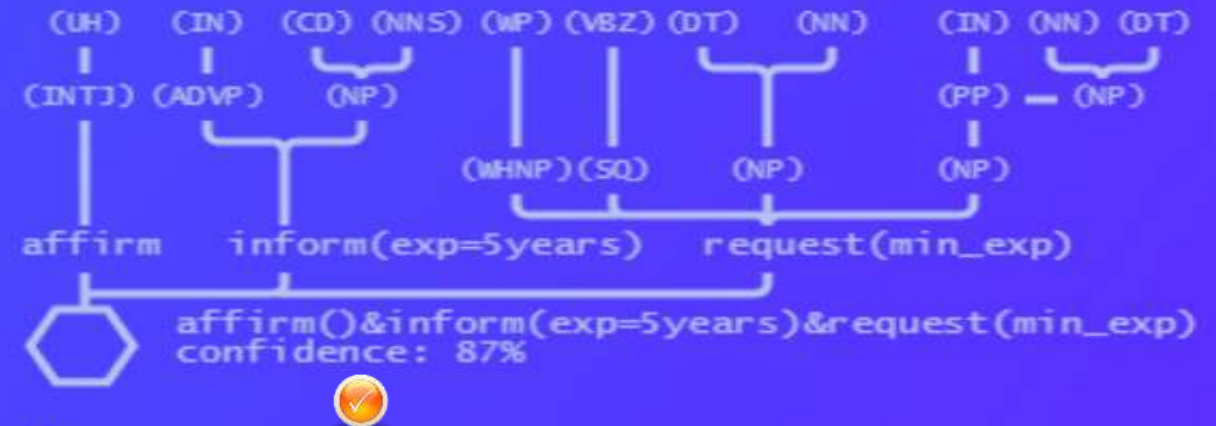
Mya
10:23 AM

Hey Daniel, do you have managerial experience?



Daniel Callaway
10:23 AM

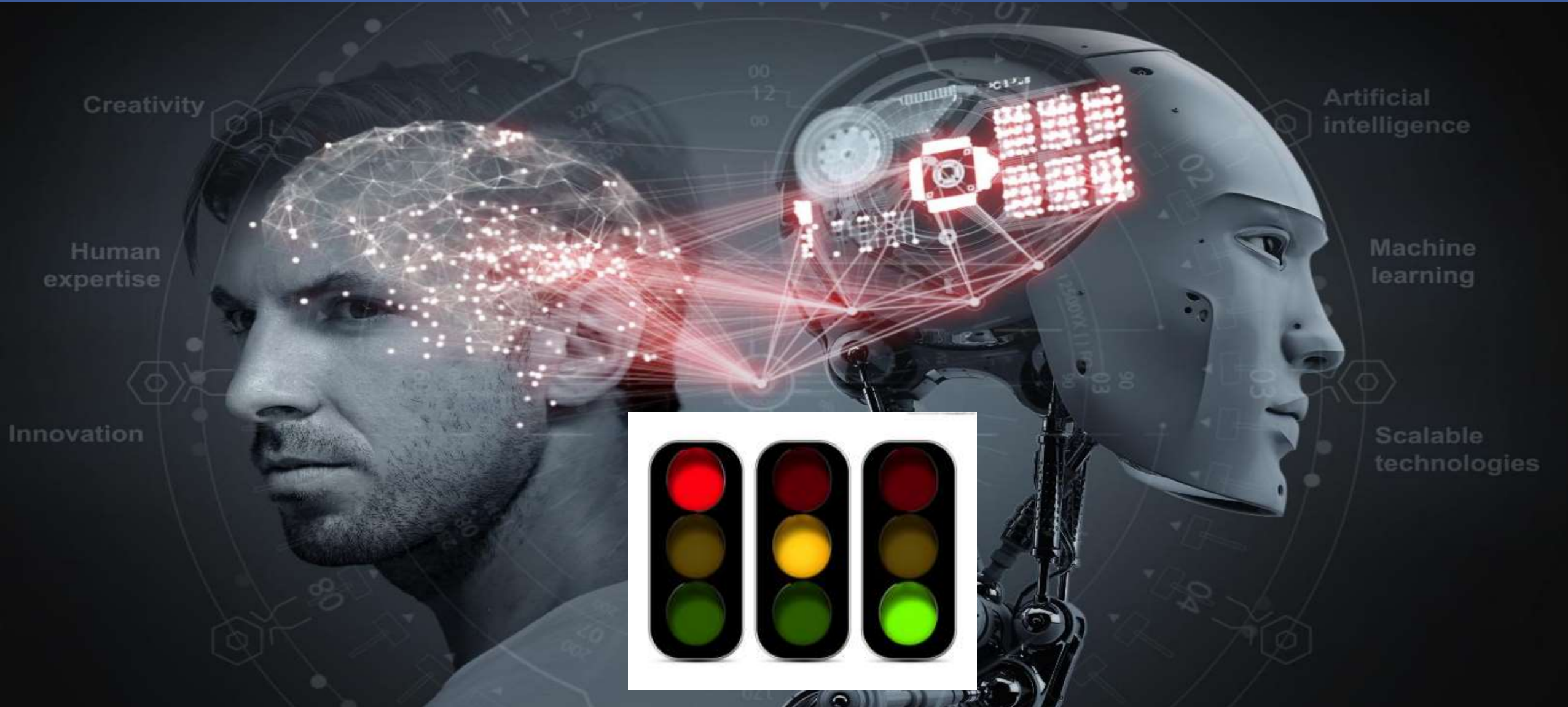
Yes, about five years. What's the minimum for this role?



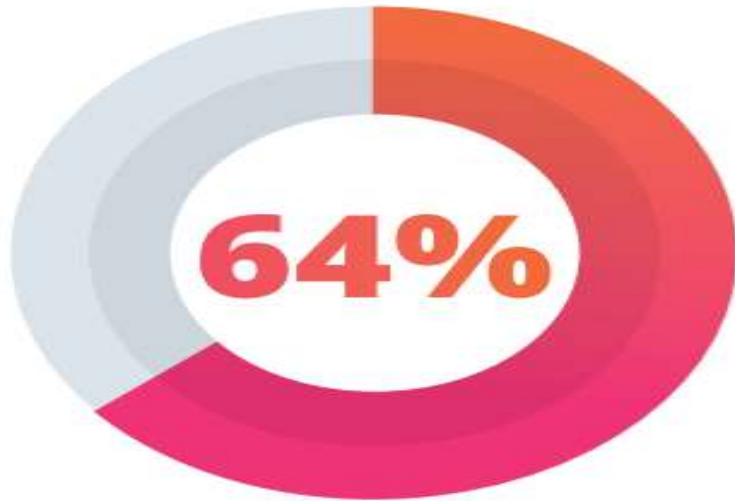
Mya
10:23 AM

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)

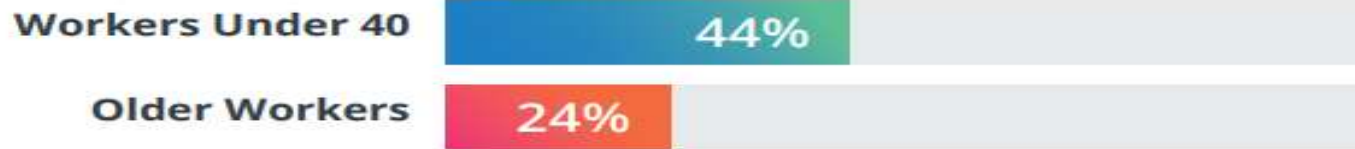


La priorità: la comunicazione con i candidati

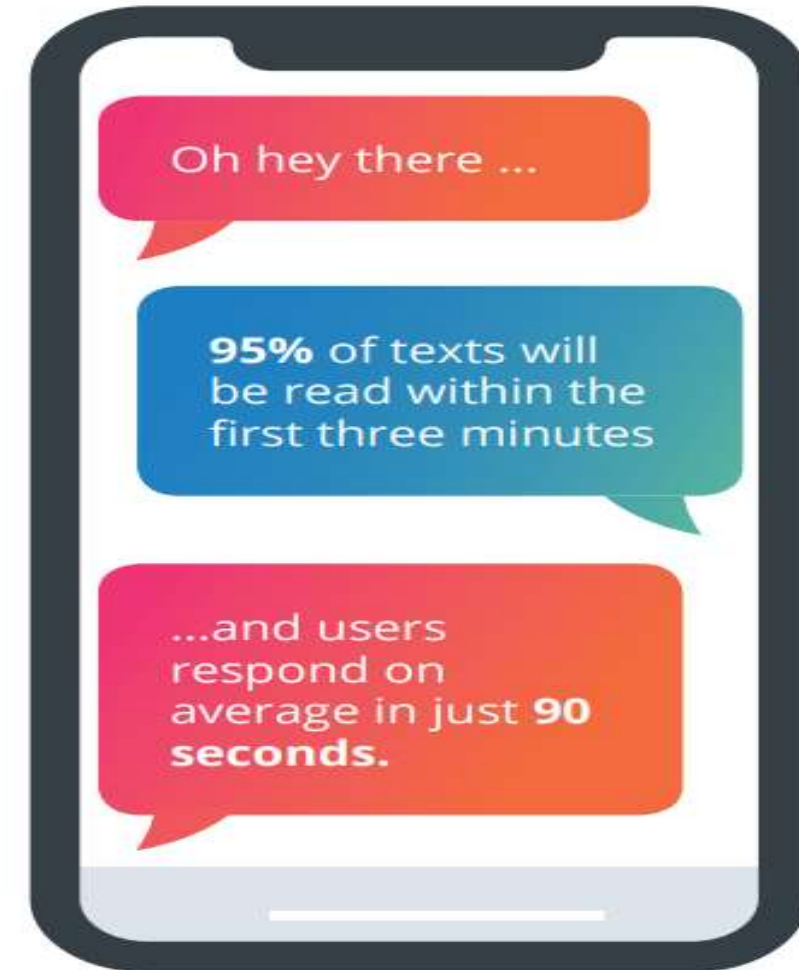


Two-thirds (64%) of workers who received a text message after applying for a job preferred this type of communication over email or phone call.

Those under 40 are much more likely than older workers to have been reached by a recruiter by text after applying for a job (44% vs. 24%).



They also are much more likely (71% vs. 53%) to report being happy to receive a text than their older counterparts.



La priorità: bloccare rapidamente i candidati migliori (lettera standard)



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!**



Attenzione: serve sempre un Piano B («Silver medalist»)

Once a candidate signs on the dotted line, there's still time for a change of heart.



75% of recruiters say they've seen a candidate change their mind after signing an offer letter — but there's little to do to sway their decision.



of recruiters have gone back and hired a “silver medalist” — someone who was a second or third place or wasn't a fit at that time.

Un'offerta ogni 3.5 interviste, accettazione offerte 90%: 1 assunzione ogni 4 interviste, 6 finalisti per andare sul sicuro



28%

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

	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%

2018
RECRUITING
BENCHMARK
REPORT
How to Optimize Your
Recruiting Performance
Jobvite

Due possibili approcci: Top Down vs. Bottom Up

1. Top Down (preferito): decidere quanti candidati vedere al massimo («N») per chiudere con le giuste assunzioni e prendere i migliori «N» del ranking

2. Bottom Up: intervistare tutti i candidati che si ritengono un «fit» fino a un massimo di «N»



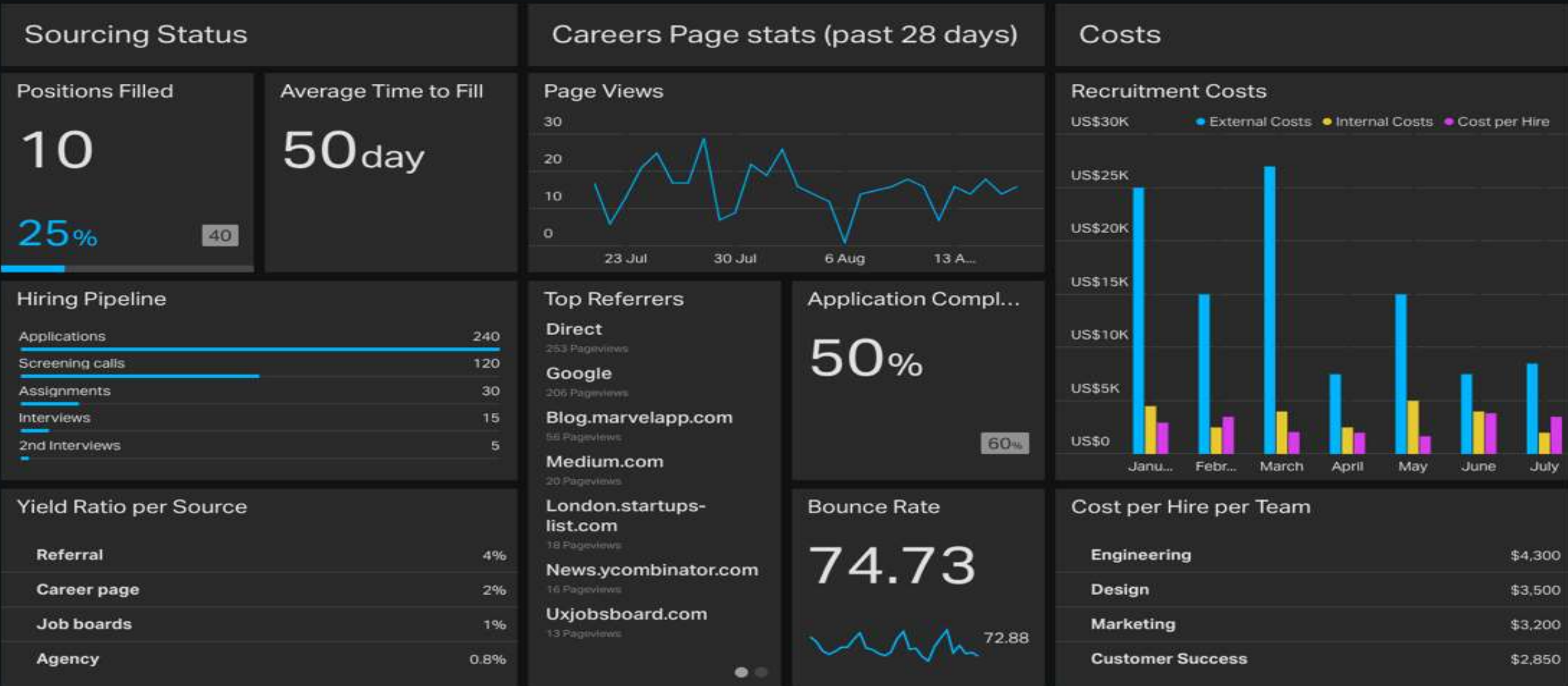
Top Down?

OR

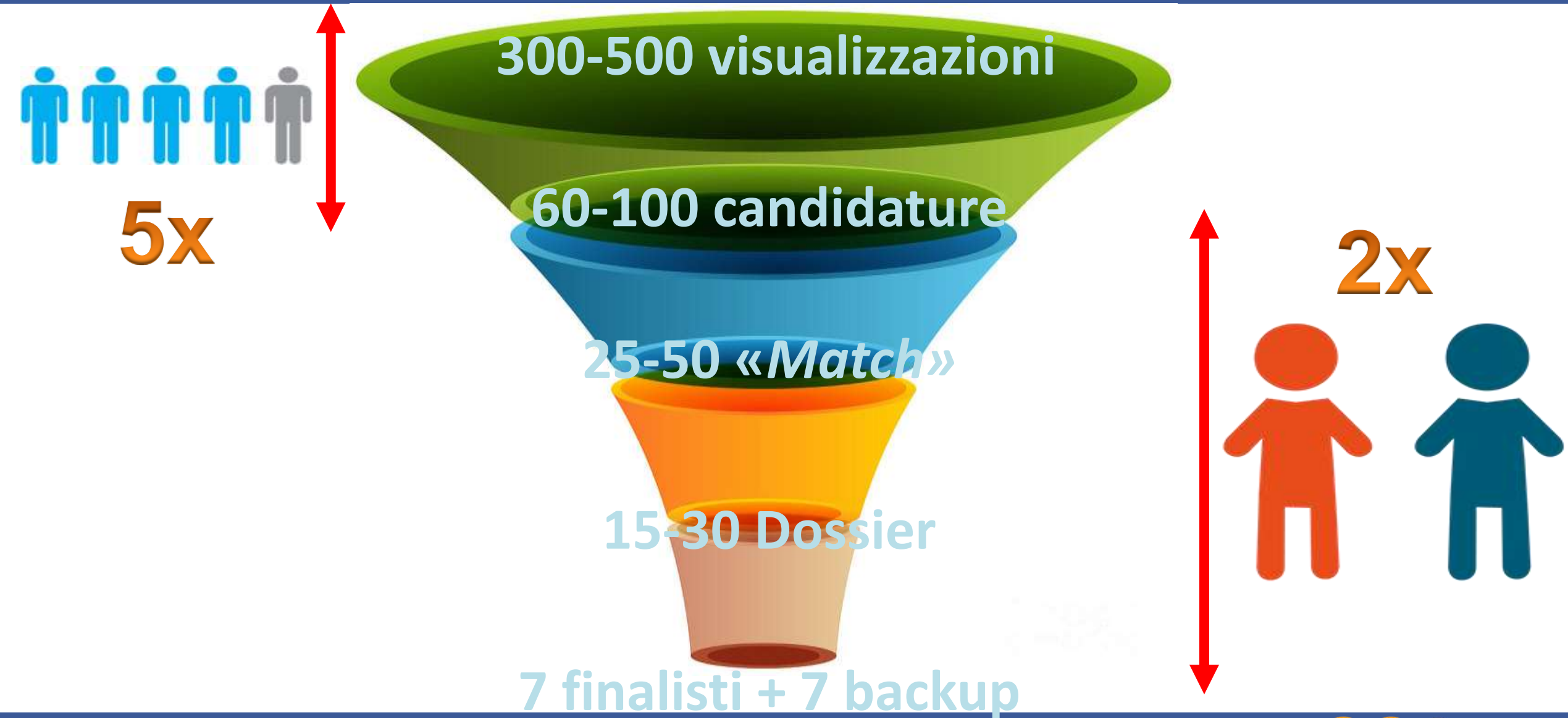


Bottom Up?

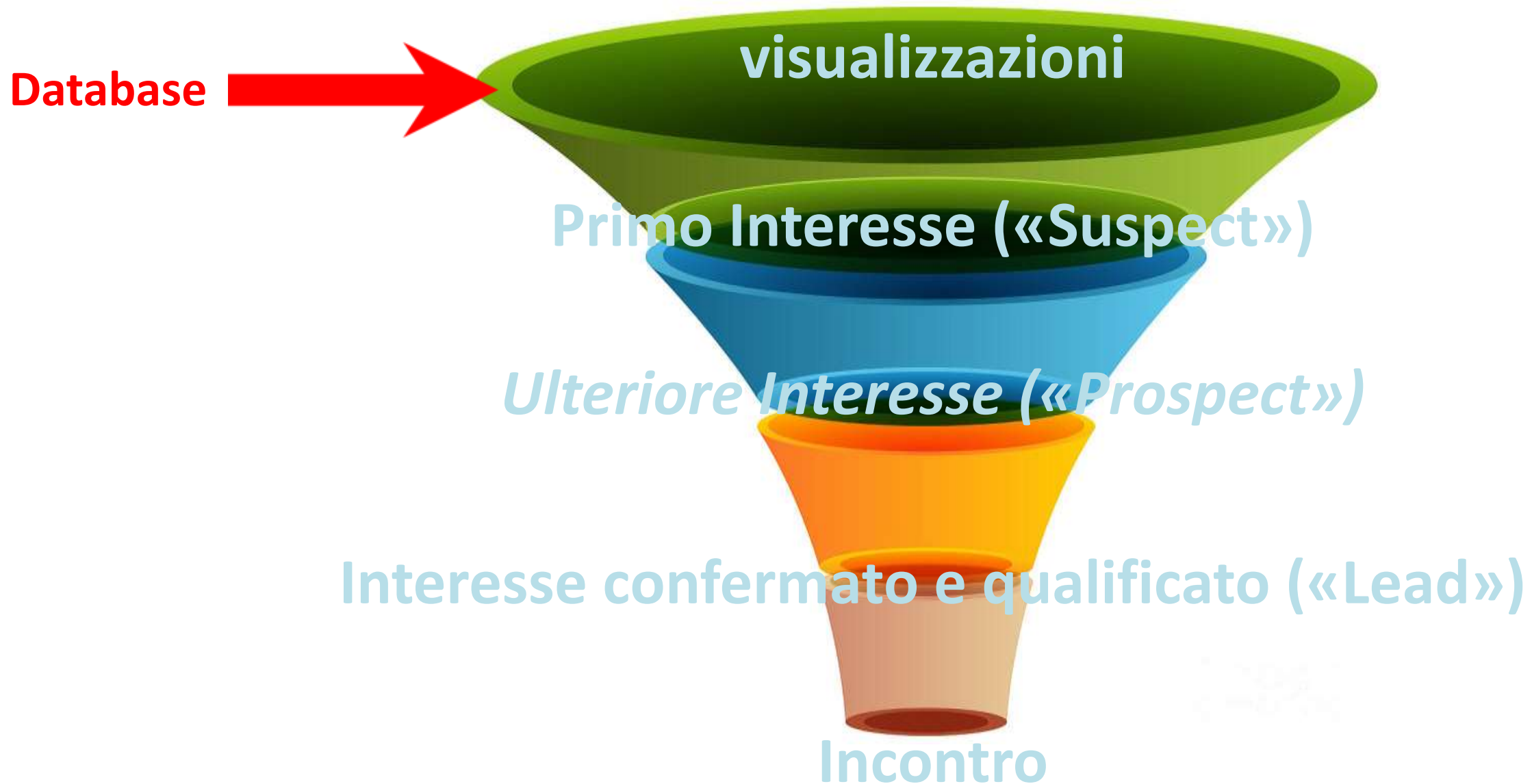
Quali altre metriche per il Digital Recruiting?



Metriche ben testate per la copertura del mercato potenziale



L'interessante analogia con il Marketing e la Lead Generation



Digital Recruiting



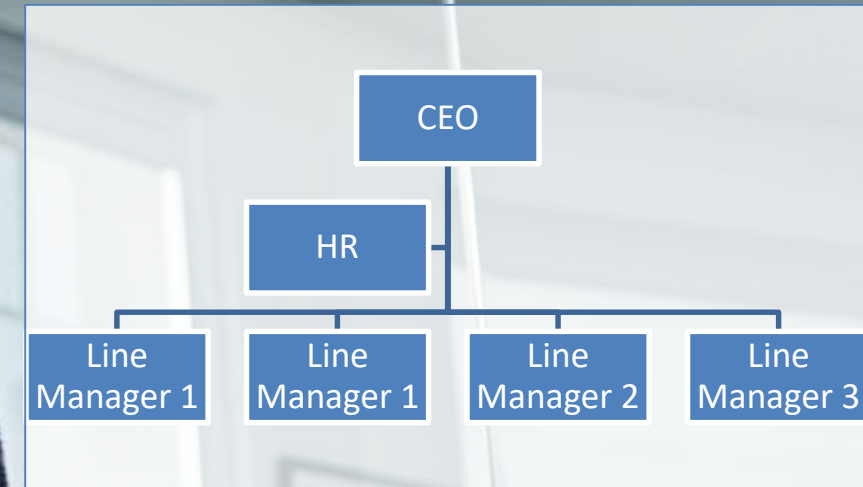
1. Chi è PBS
2. Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti
3. Una metodologia basata su Digital Marketing che porta risultati in 12 giorni. Garantito!
4. **Ricapitolando**

Simuliamo un'azienda di medie dimensioni



CEO

HR



Line Manager

Tutti vogliono risolvere il problema ma 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

1. CEO

2. 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

3. Line Manager

Il Digital Recruiting vince sui 3 fronti!

- HR impiega 2-3 settimane per ottenere 12 candidati, intervista 12 candidati, ne convoca 8 in 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: da 8 settimane in sù**

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 6 (+ backup) in 1 «interview day» [**2° round**]
 - HR/LINE MGR passano 2-3 finalisti al CEO che li intervista [**3° round**]
 - **Tempo più che dimezzato: 4 settimane**

Concludendo: 5 punti da ricordare



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

