

Il Digitale in azienda: comunicare, interagire, vendere, assumere!

Convegno OSItalia (Milano, 10 ottobre 2018)



Agenda

- **PBS, in breve**
- **Comunicare**
- **Interagire**
- **Vendere**
- **Assumere**



Primo Bonacina: IT e Digital dal 1984



Il portafoglio servizi: 7 aree, tutte digitali (www.primobonacina.com/services)



Business Summary

2014

Founded

100%

Digital Consultancy

70

Events (keynote, chairman, promoter)

550

Total Transactions

€254k

2017 revenue

€850k

Revenue since foundation

1.2M

WWW site ranking (top 0.1%)

140

Customers

12

Countries of business

17

Managed companies (Social Media)

155

Recruited People (Social Marketing)

15

Managed brands/customers (Google Ads)

Avvertenza: sarà una presentazione molto pratica



Per ricevere copia della presentazione



Agenda

- PBS, in breve
- **Comunicare**
- Interagire
- Vendere
- Assumere

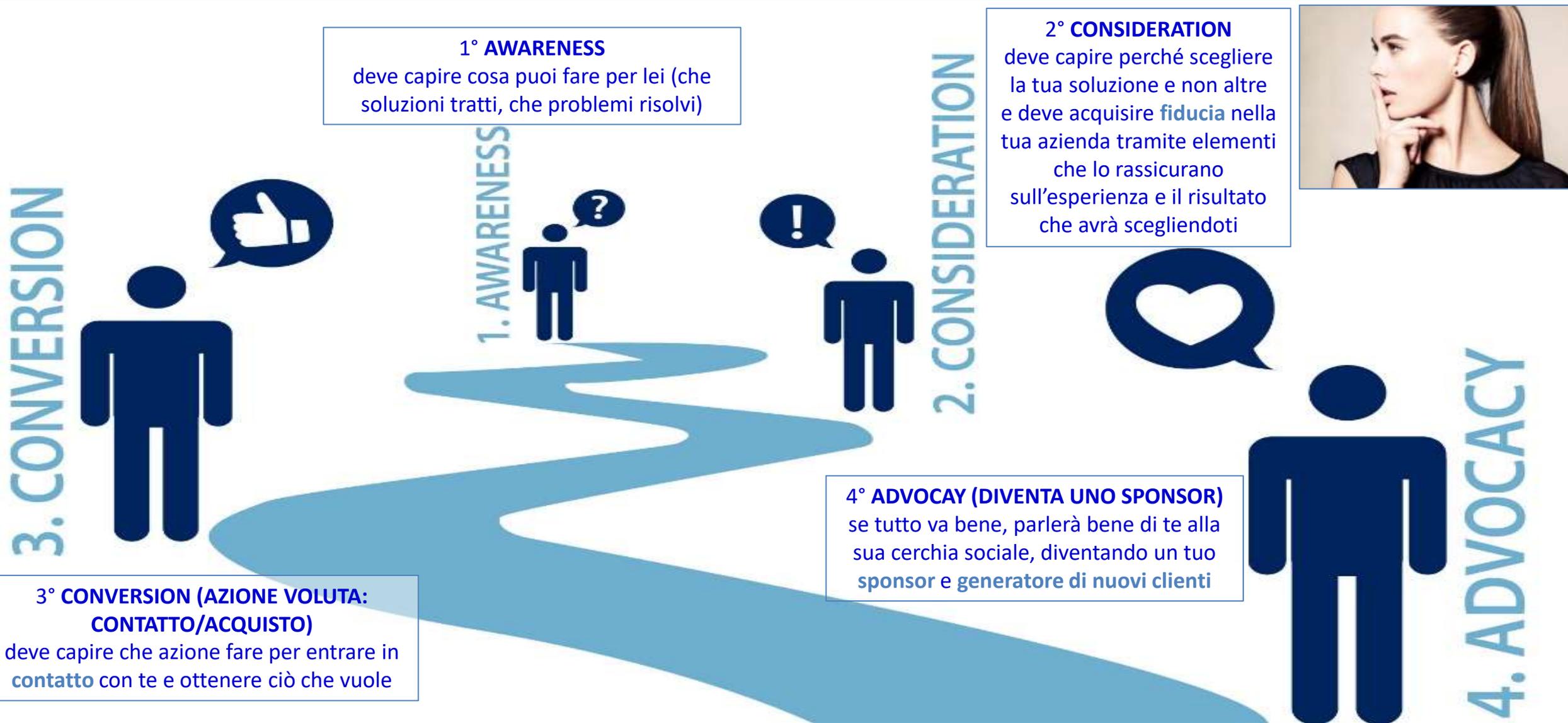


Lei si chiama Claudia, ma non ti conosce ...

Quali sono le tappe che portano Claudia da (1) **visitatrice** del tuo sito a (2) **Cliente** e poi (3) tuo **sponsor**?



Le 4 tappe



Ma quale è l'obiettivo di un sito web?



L'obiettivo di un sito web è ...

... FAR AGIRE

Far compiere delle azioni
per convertire il visitatore in:

- > Suspect
- > Prospect
- > Cliente
- > Sponsor



In quanto tempo un visitatore decide se proseguire o abbandonare Il Tuo sito?



In quanto tempo un visitatore decide se proseguire o abbandonare Il Tuo sito?

8 secondi

In 8 secondi il visitatore decide se è sul sito giusto per lui o meno. **Grafica, Titoli e i primi Testi influenzano la decisione**

La cura della Home Page è particolarmente importante: **la prima immagine è il primo elemento che vedono i visitatori.** Deve essere d'impatto e collegata con il concetto principale da esprimere



Il tuo nuovo sito web

L'impostazione del tuo nuovo sito si baserà su logiche comunicative che favoriranno la **Conversione da Visitatore a Cliente**



Nel mondo ci sono quasi 2 miliardi di siti web! (agosto 2018)

internet live stats live 1 second

READY TO USE GRAPHIC ASSETS

FREE ITEMS TEMPLATES MOCKUPS ICONS GRAPHIC

Home > Trends and More > Total Number of Websites

Total number of Websites

1,903,686,950

Websites online right now

Find Website Traffic Statistics: consys.it

consys.it Traffic Statistics

Find similar sites to consys.it

GROW YOUR BUSINESS USING ALEXA

- Keyword Difficulty Tool
- Competitor Keyword Matrix
- On-Page SEO Checker
- SEO Audit Tool
- Audience Overlap Tool
- Competitive Intelligence

Try 7 days Free

We don't have enough data to rank this website.
If this is your website, sign up and get certified to get direct measurements of your site's traffic.

How popular is consys.it?

Alexa Traffic Ranks
How is this site ranked relative to other sites?

Alexa Rank not available
Not enough traffic data

Global Rank: -

Ma solo lo **0.5%** di questi (i primi 10 milioni) riceve traffico significativo

Pronti per un tour guidato?



Immagini header home

SOLUZIONE 1



L'immagine della home page di un sito è il primo elemento che vedono i visitatori

Potrai scegliere che la home sia una serie di **immagini linkate alle sezioni di riferimento** (soluzione 1), oppure che vi sia un **header live (opzionale)** seguito da un **testo introduttivo e la serie di immagini a fascia** (soluzione 2)

SOLUZIONE 2



Claim



Live header

Per una delle sezioni, o per la home, possiamo realizzare un header video che permette a chi visita il sito di **entrare o in azienda a contatto con il vostro team, o presso un cliente che sta utilizzando uno dei vostri prodotti.**

La persona ripresa a fine video guarda in viso lo “spettatore”, come se lo vedesse realmente.

La durata è di circa 5 secondi

Rende più friendly il contatto con il cliente e piacevole la navigazione



Digita sul notebook



Si accorge del visitatore



Gli offre un caffè in diretta

Video introduttivo

Analogamente al live header, possiamo realizzare un video che permette al visitatore di **entrare o in azienda a contatto con il vostro team, o presso un cliente che sta utilizzando uno dei vostri prodotti**



TD EVENTS
Gli eventi di Tech Data

La struttura del sito: moderna e facile da navigare



La struttura del sito consigliata è “multilivello” a **scorrimento verticale** con utilizzo di elementi (icone e numeri) in stile **infografica** che facilitano la comprensione dei concetti in modo immediato.

HOME PAGE con fasce orizzontali fatte di immagini che rimanderanno alle sezioni specifiche di approfondimento di ogni singolo prodotto.

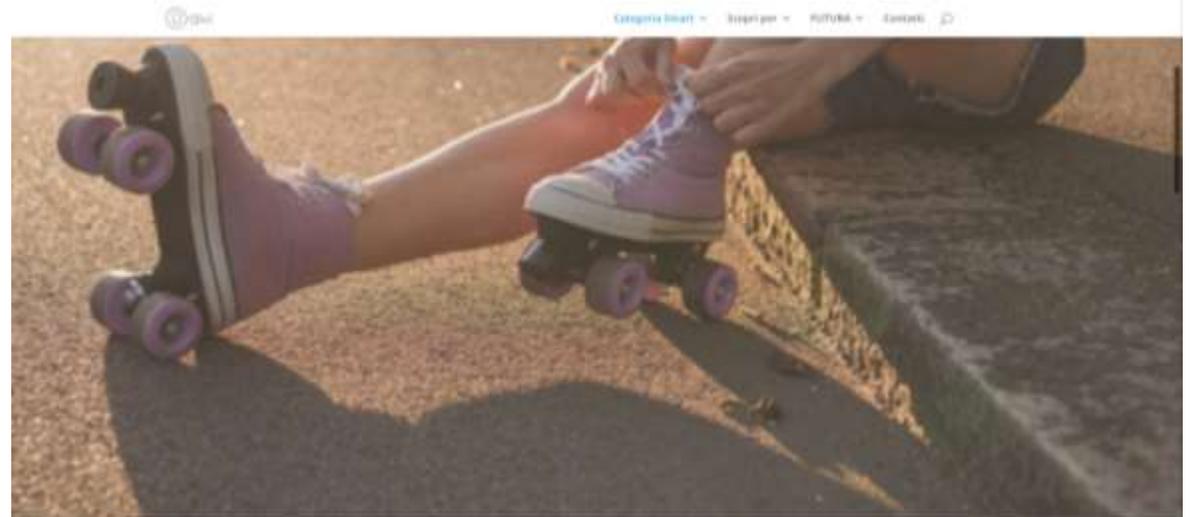
Le **SEZIONI DI APPROFONDIMENTO** seguiranno un’impostazione comunicativa coerente con la home, con immagini come header, testi ed elementi di infografica (numeri ed icone) per facilitare la comprensione dei concetti principali.

Il menu a comparsa progressiva

- Il menù della home page comparirà appena il navigatore scenderà nelle sezioni, in modo da lasciare pulita l'immagine iniziale
- La stessa soluzione potrà essere utilizzata per le altre sezioni (in base alle esigenze comunicative ed alla grafica che realizzeremo)



Senza Menù in apertura per una immagine pulita



Il menù compare durante la navigazione

Il «Brand storytelling»

La creazione dei testi della home page e della «narrazione di marca», saranno a **nostra cura**, sulla base del **brief** e del **materiale** fornito e di **un'intervista**. I testi delle varie sezioni verranno forniti dal cliente e rivisti da noi

La tecnica di ideazione dei **testi chiari e concisi** si basa sul concetto di web copywriting efficace “less-is-more”



Il nuovo motto e logo

Taglines

the lines you remember.

- Faticoni è ora "Soluzioni IT per il Business" (con un nuovo logo e nuovi colori)



- Questar: è ora "Competence in IT Distribution"



- BCloud: è ora "Competence for Software-Defined IT"



- Adinet è ora la "1st class IT" company (con un nuovo logo e nuovi colori)



- Proserpina Business Service: da "More than Business/Benessere d'Impresa" a "Your Business, made Sustainable"



Le «bio emozionali»

Bio emozionali dei Founder delle imprese per incrementare la vicinanza tra lettore e azienda e creare maggiore possibilità di reazione alle call to action (se ti conoscono si fidano di più e sono più propensi a contattarti)

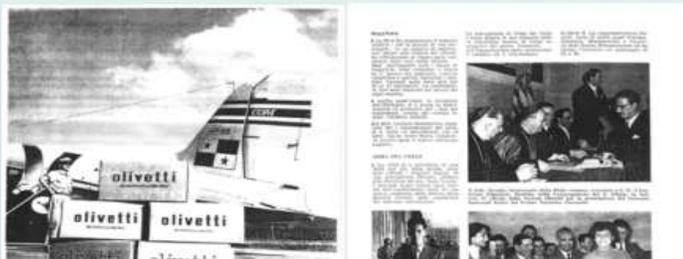


“Ciò che ci caratterizza sono la conoscenza del mercato locale, le grandi competenze tecnologiche, la capacità di integrare prodotti, sviluppare soluzioni, erogare corsi di formazione e fornire servizi di consulenza, assistenza tecnica e manutenzione”

Vittorio e Roberto Faticoni



MI CHIAMO VITTORIO FATICONI E QUESTA E' LA MIA STORIA



“Sono nato 1936 a Lecce dove una giovane coppia di musicisti

nel settembre 1953 entro alla Olivetti, completamente sprovvisto ed ultra timido. Primo incarico: recupero crediti di vecchie fatture di assistenza.

In seguito mi sono occupato di vendite, la prima vendita è stata Lettera 22.

Dopo 5 mesi mandano ad Ivrea una nota su di me per il notiziario mensile Olivetti che pubblica una mia foto con commento elogiativo. Cominciano guadagni interessanti e quindi contributi in famiglia.

Dopo anni di studio e lavoro, laureatomi in Economia, vengo destinato ad Ivrea per il collaudo delle ultime calcolatrici meccaniche, le Logos.

Nel 1969 esco dalla Olivetti per la decisione della Bertoldo in

Nel 1978 prendo in affitto un garage ed assumo un esperto tecnico, avviando così la mia attività che mi ha accompagnato fino ad oggi.

Raggiunta già nel primo trimestre la sicurezza finanziaria, è stata una crescita continua, l'affidamento dell'agenzia Canon in Sardegna il boom delle fotocopiatrici a carta comune.

Ad aprile 2018 la FATICONI SPA ha compiuto 40 anni ed è leader in Sardegna, considerata da Enti ed Aziende private come un sicuro, corretto ed affidabile partner. Ed io, a quasi 82enne, continuo il mio lavoro partito dalla lettera 22 ed arrivato alle tecnologie più moderne.

E avanti così, contento, fin quando potrò”

Le immagini



Ogni volta che

vuoi vedere cosa c'è sotto

La scelta delle immagini per le sezioni del Tuo nuovo sito verrà effettuata con **l'acquisto e l'elaborazione di immagini contestualizzate** nei concetti da esprimere ed il meno possibile asettiche, oppure con l'utilizzo di tue immagini

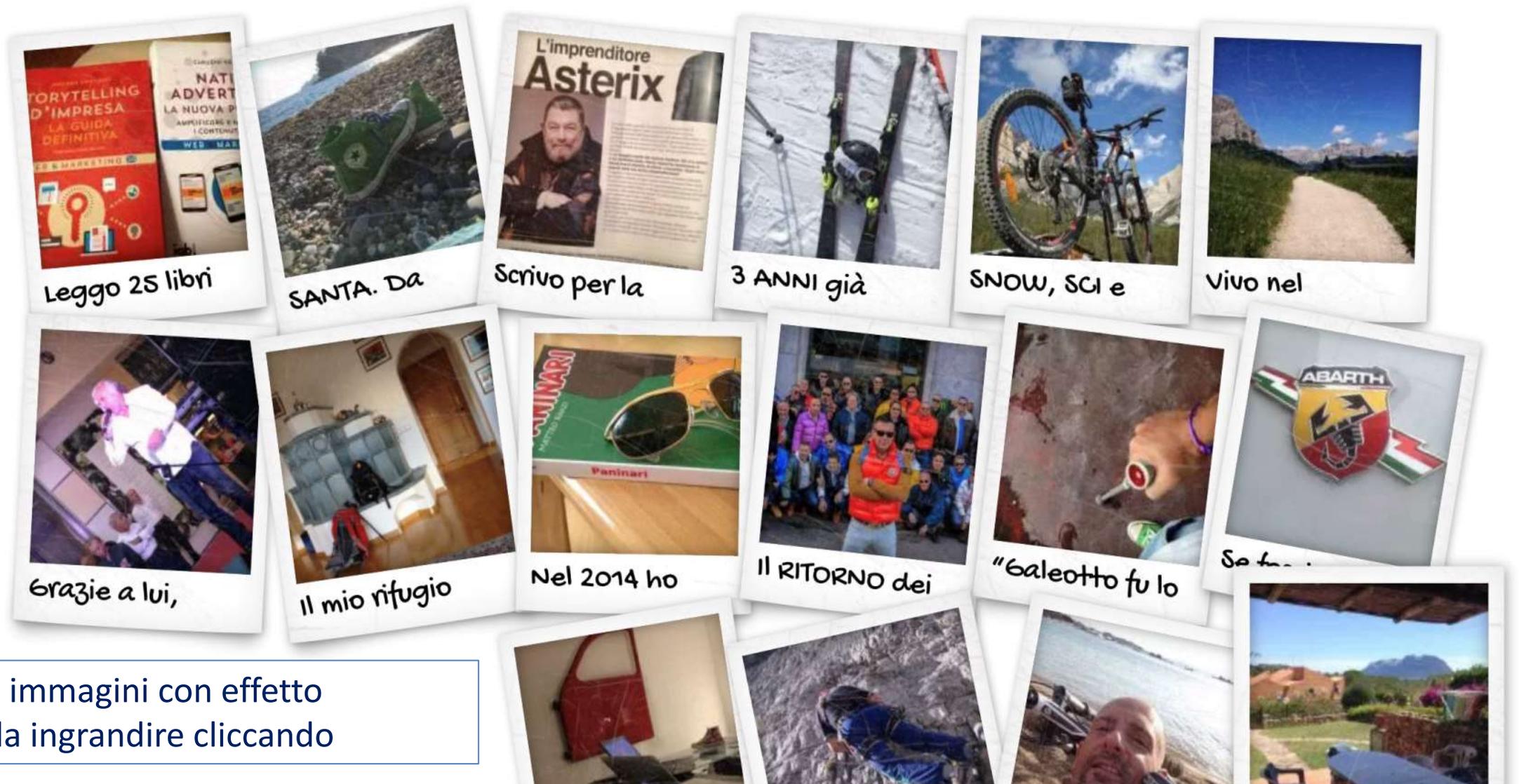
Le immagini saranno di forte impatto

La realizzazione di eventuali fotografie di luoghi e volti da effettuare presso la Vostra sede, è una soluzione **opzionale** che possiamo mettere a Tua disposizione.

GECOFFICE

GESTIONE DOCUMENTALE E SOLUZIONI ICT

Le immagini



Le immagini

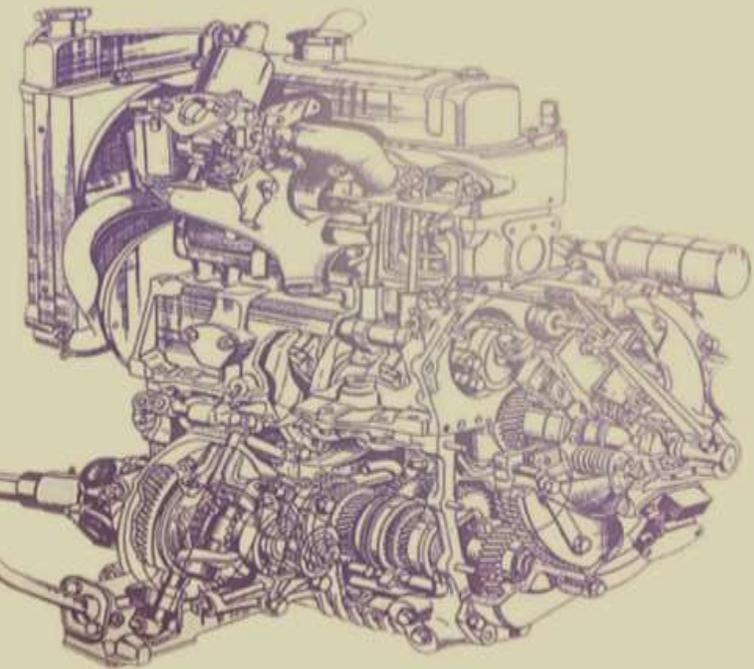
SQUADRA **CORSE**

home realizziamo v la squadra dicono di noi contattaci socializziamo

la squadra
LA SQUADRA

#ATIPICA #BIZZARRA #INCONSUETA #VISIONARIA #MUTABILE #ACUTA #BRILLANTE #ORIGINALE #IMPREVEDIBILE #DIVERTENTE
#ACROBATICA #SURREALE #INTELLIGENTE #IRRIVERENTE #ASSURDA #GENUINA #EROICA #INTENSA #POTENTE #VORTICE

Possibilità di integrare le immagini nello sfondo

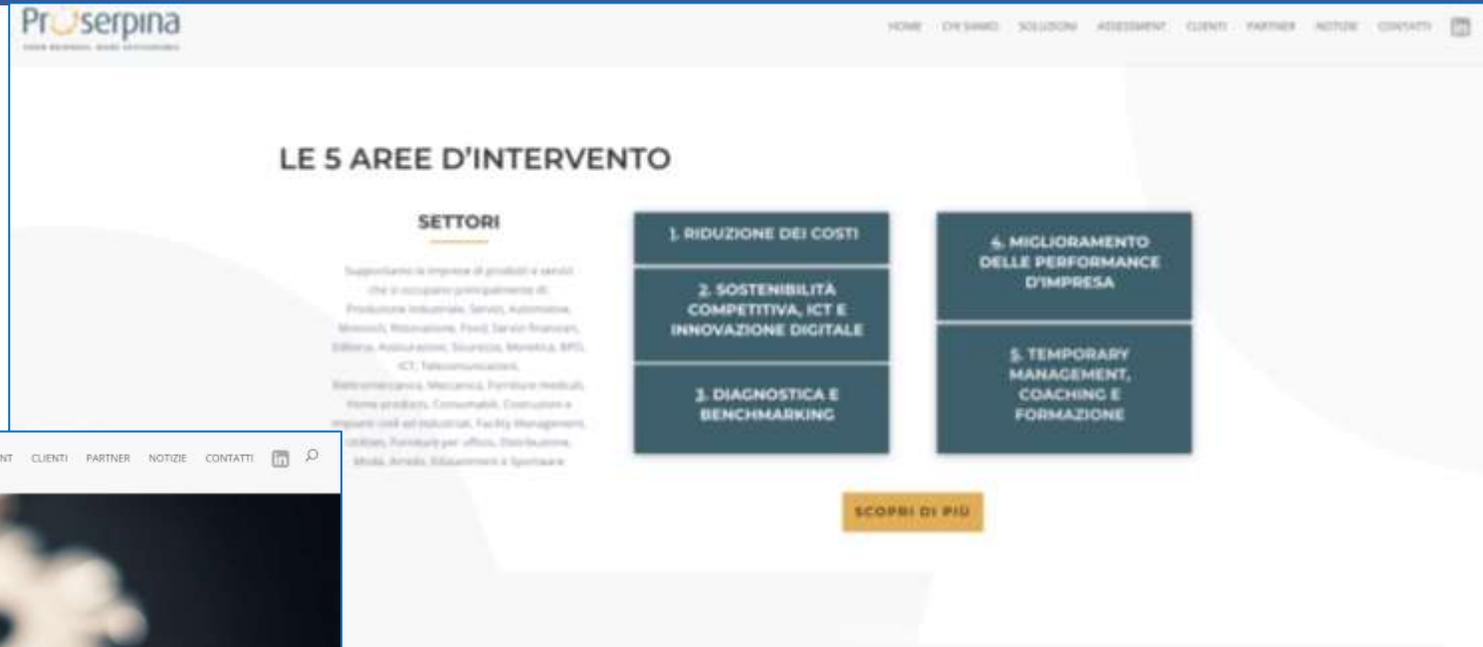


E ALTRI 23 SOCIAL AMBASSADOR.

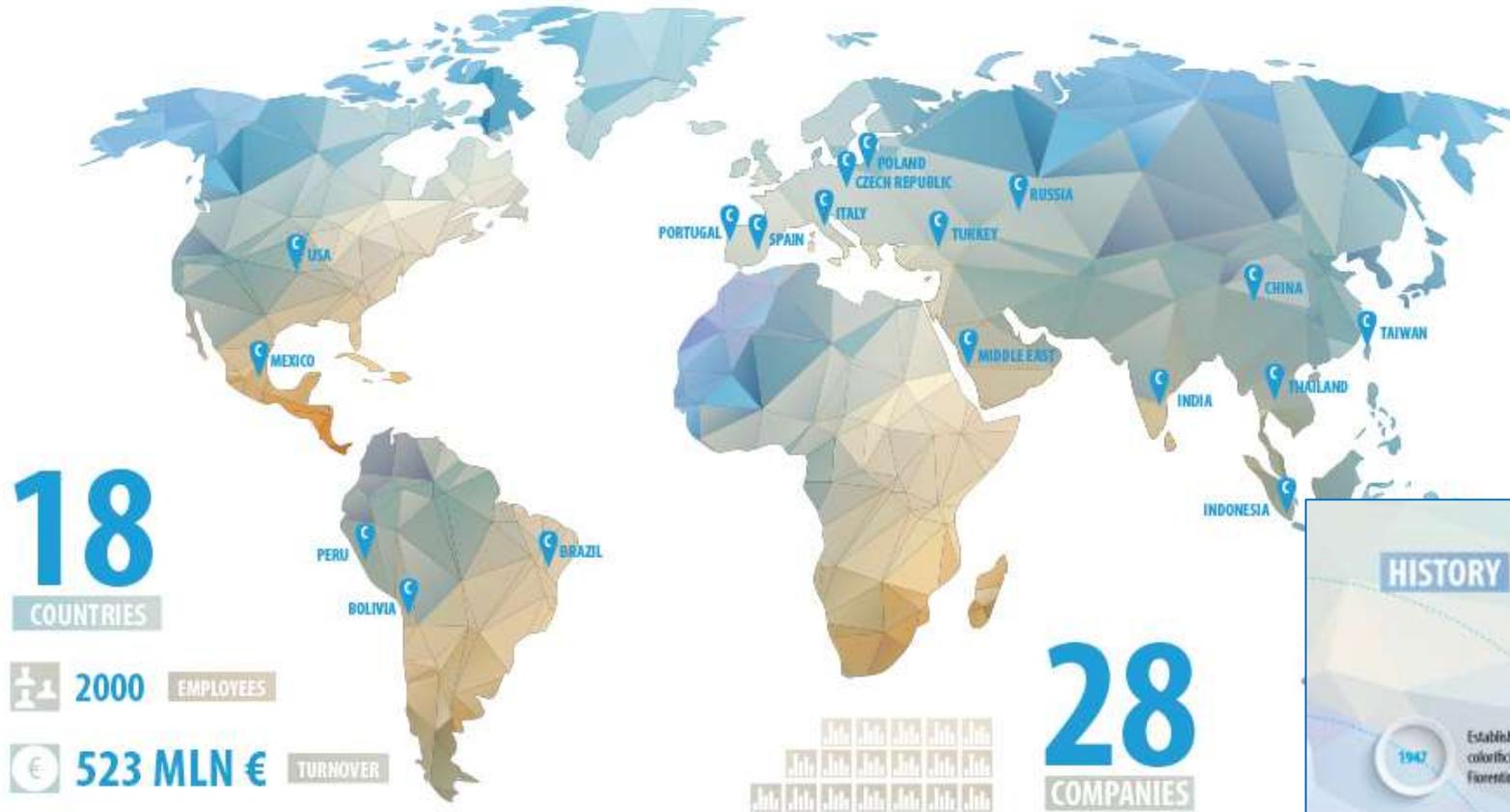
LA SQUADRA SCENDE IN PISTA SECONDO MODALITA' IMPREVISTE O SPINTANEAMENTE STIMOLATE

Le immagini dinamiche

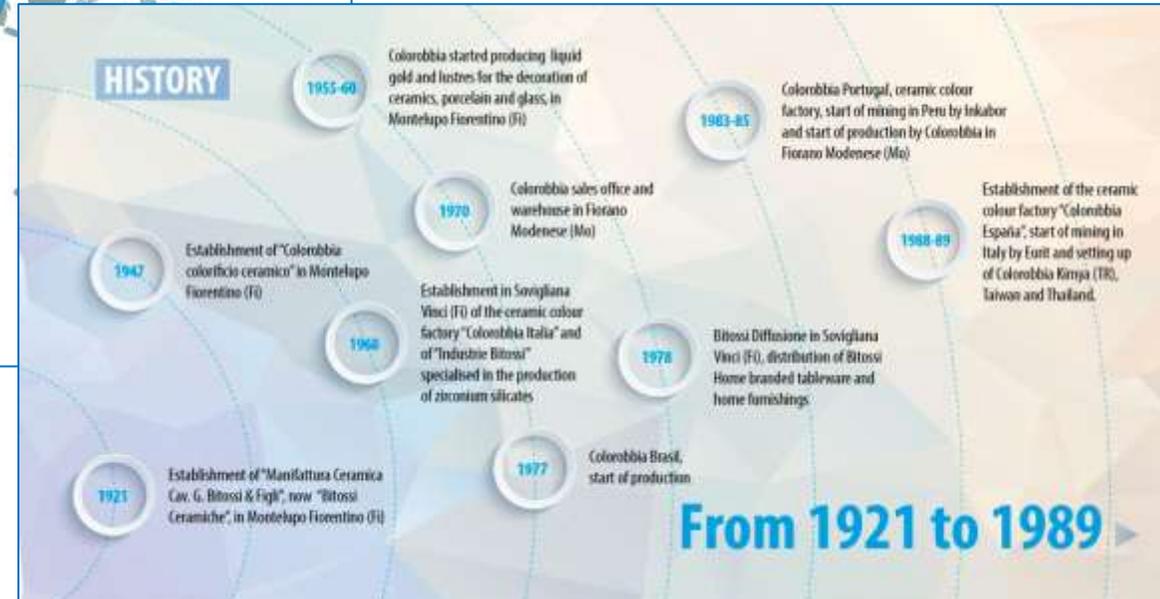
Le Immagini si compongono in modo dinamico (si muovono) per animare il sito seguendo il percorso di visita del visitatore, migliorando User Experience e incrementando la retention ed il tempo medio delle visite



Infografiche

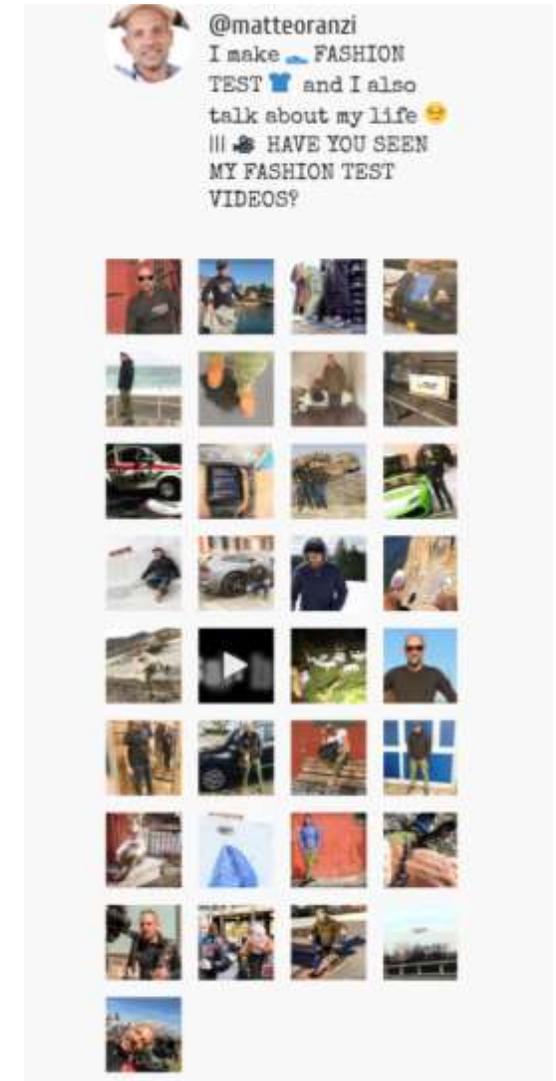


E' possibile utilizzare delle infografiche (OPZIONALE) create appositamente in base alle esigenze comunicative da inserire nell'header o nelle fasce verticali del sito



Social Media

Anteprime
Instagram
con link
diretto
alle foto
del profilo



Area Blog/News



Novità nel conteggio dei device per SolarWinds MSP RMM

Come parte di un progetto di aggiornamento del sistema di fatturazione SolarWinds, resosi necessario per semplificare la fatturazione, a partire dal primo luglio 2018, SolarWinds MSP fatturerà tutti i dispositivi con agente installato che compaiono sulla dashboard, ma...

[Leggi Tutto](#)

Sezione news con header a scorrimento per le news più recenti, motore di ricerca, indicizzazione per categoria

Facilmente manutenibile dal cliente



Publicato il report Kaspersky Lab sulle campagne APT

12 Lug 2018 | Kaspersky

Durante il secondo trimestre del 2018, i ricercatori di Kaspersky Lab hanno rilevato un alto tasso di attività nel panorama delle campagne APT, con una forte concentrazione soprattutto in Asia e il coinvolgimento di gruppi di cybercriminali sia noti che meno noti. Un...
[leggi tutto](#)

Trusted Metrics
MANAGE ■ MEASURE

SolarWinds annuncia l'acquisizione di Trusted Metrics

11 Lug 2018 | SolarWinds

SolarWinds, fornitore leader di software di gestione IT, ha annunciato di aver acquisito Trusted Metrics, un fornitore di software di gestione e monitoraggio delle minacce in tempo reale. L'acquisizione estende il portfolio di gestione IT di SolarWinds al monitoraggio...
[leggi tutto](#)

CERCA NEL BLOG

Cerca

ARTICOLI RECENTI

- Publicato il report Kaspersky Lab sulle campagne APT
- SolarWinds annuncia l'acquisizione di Trusted Metrics
- I cybercriminali hanno guadagnato quasi 10 milioni di dollari in criptovalute sfruttando il social engineering
- Come avviene un cyber attacco
- Come funziona Acronis Active Protection

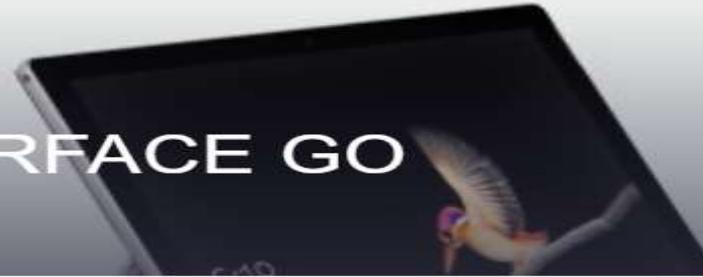
CATEGORIE

[Acronis](#) [Alert](#)

Oppure sito totalmente impostato come «Blog/news»

MICROSOFT PRESENTA SURFACE GO

Lug 18, 2018



ULTIMI ARTICOLI

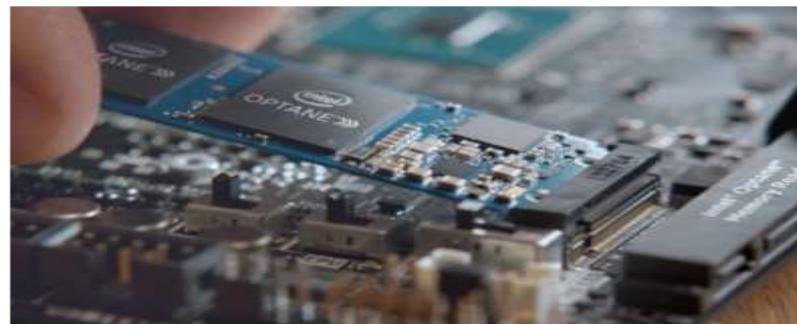


Passare la propria infrastruttura in cloud senza problemi? Veritas ci spiega come fare

Lug 13, 2018

Con il termine disaster recovery, letteralmente recupero del disastro, in informatica si intende...

[READ MORE](#)



Optane rivoluziona il mondo dello storage

Lug 12, 2018

VUOI VEDERE ALTRI VIDEO COME QUESTO? Li trovi qui: <https://www.tdblog.it/circle/> (contenuti...

[READ MORE](#)



Connect: la collaboration in scena da Tech Data Italia

Lug 11, 2018

Collaboration è una delle parole chiave del momento, poiché è protagonista delle agende aziendali....

[READ MORE](#)

La piattaforma: WordPress



Per la creazione del sito verrà utilizzato il CMS (Content Management System) **WordPress**.

E' la **soluzione tecnologica più scelta** in ambito CMS, che consente anche una gestione autonoma grazie a pannelli di controllo utilizzabili anche da chi non conosce i linguaggi di programmazione

[Technologies](#) > [Content Management](#) > WordPress

Usage statistics and market share of WordPress for websites

This report shows the usage statistics and market share data of WordPress on the web. See [technologies overview](#) for explanations on the methodologies used in the surveys. Our reports are updated daily.

WordPress is used by 59.3% of all the websites whose content management system we know. This is 31.9% of all websites.

Request an
WordPress
report

[Learn more](#)

WORDPRESS

Agenda

- PBS, in breve
- Comunicare
- **Interagire**
- Vendere
- Assumere



Siete pronti per la Social Reputation?



Siete pronti per la Social Reputation?



- More than 80% of reputation damage risks come from a mismatch between the buzz and the reality (Digimind)



- Reputation risk is the greatest risk facing companies, with as much as 75% of a company's value based on reputation (Economist Intelligence Unit)

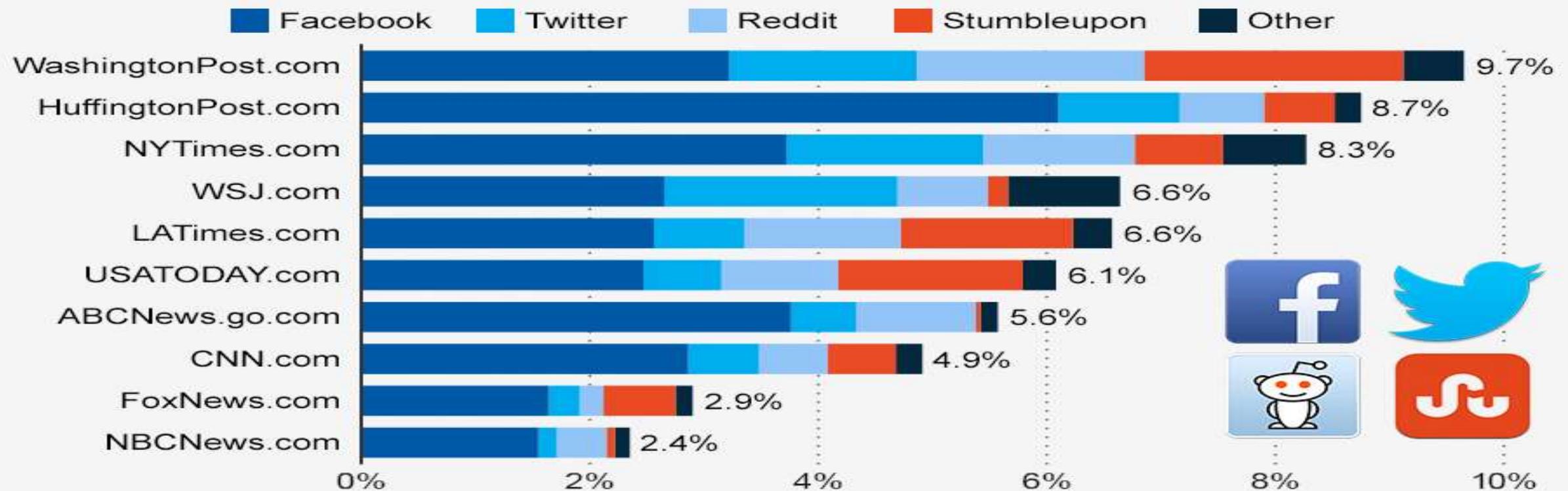


- 92% of Internet users read product reviews and 89% of people say that reviews influence their purchasing decisions (eTailing Group)

I Social Media portano traffico *a casa tua*: quando il potenziale cliente è sulle tue *web property*, puoi dargli messaggi e *call to action*

Facebook is the No.1 Social Traffic Source for News Websites

Percentage of website traffic coming from social media sites in the past three months



Alcuni Social Media sono prevalenti in azienda

Which of the following channels does your business use currently?



Facebook is the leading platform for marketers with 96% saying their business is actively using it. Twitter is close behind with 89% of respondents saying they use the platform for their business.

Ma NON si può scommettere su un solo cavallo

How strongly do you agree with this statement: "My Facebook organic reach has declined over the past 12 months"

Strongly agree

31%
strongly agree

Agree

24%

Uncertain

23%

Disagree

18%

Strongly disagree

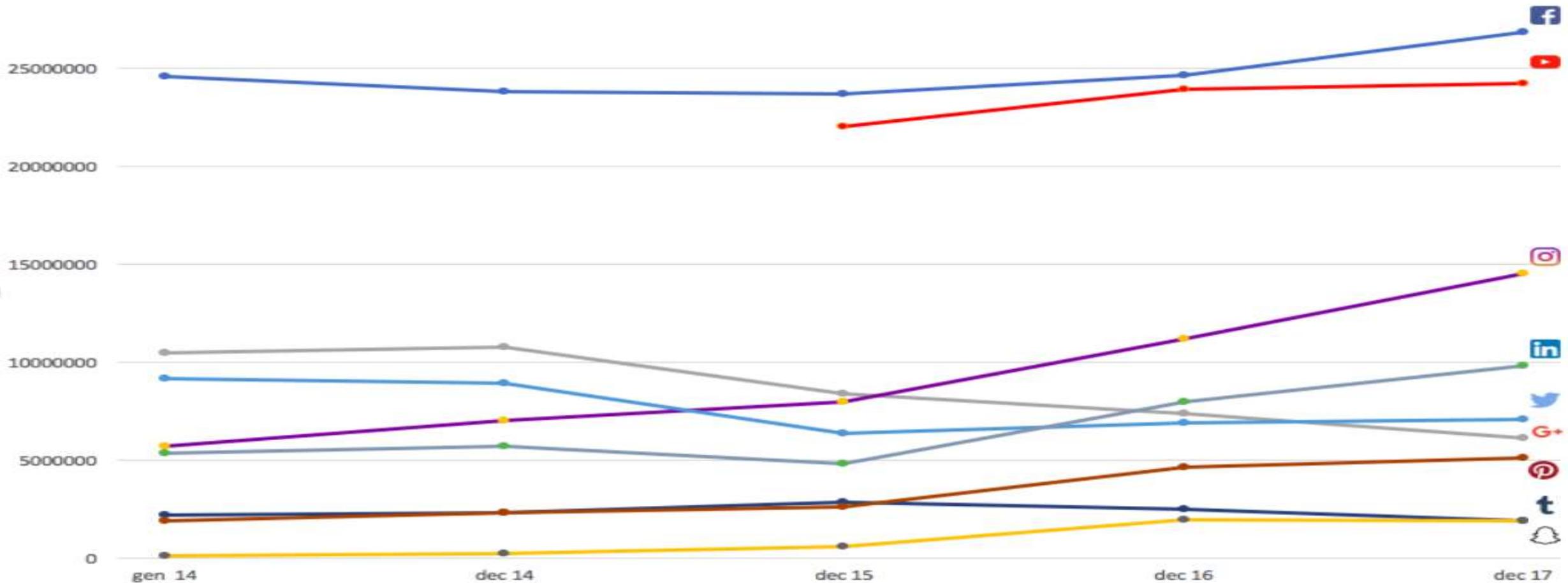
3%

Facebook is still the number 1 platform for marketers despite the fact that more than **50% of marketers** experienced a decline in Facebook organic reach in 2017.

La popolarità dei Social Media varia nel tempo

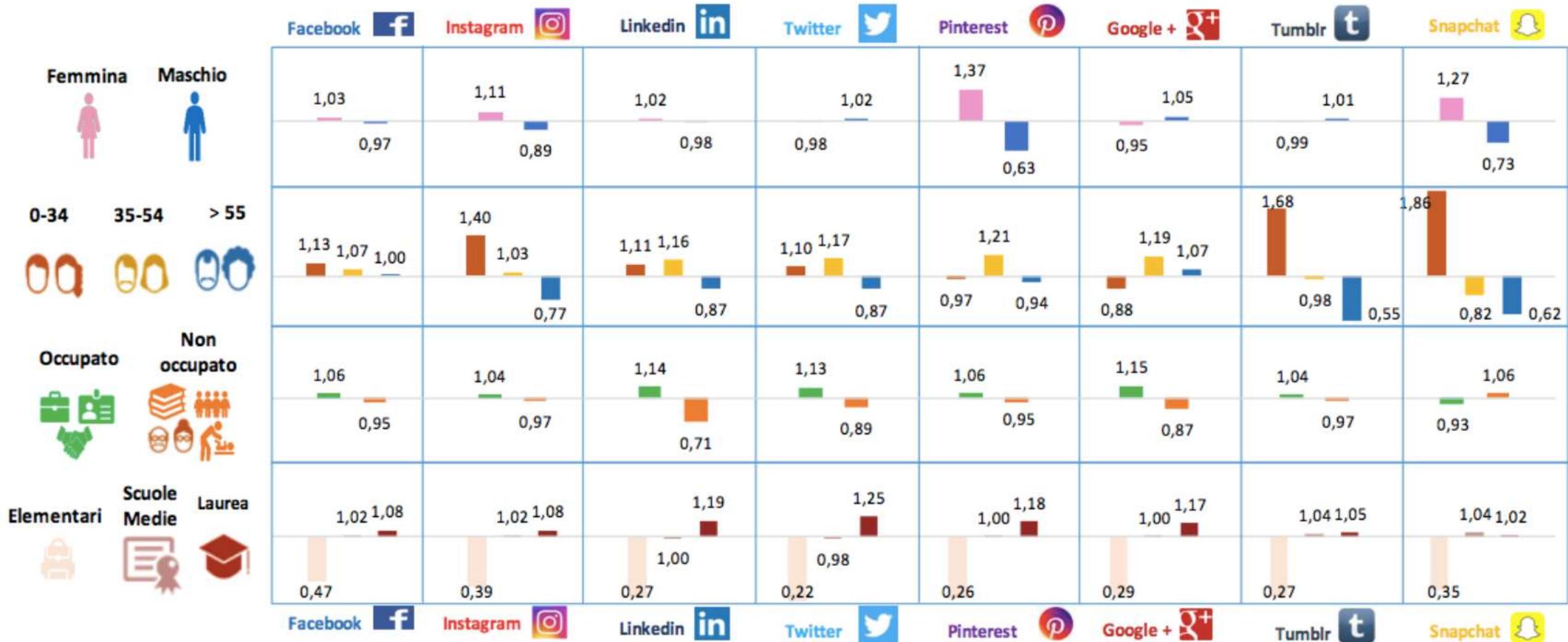
SOCIAL MEDIA IN ITALIA 2017

ELABORAZIONE VINCENZO COSENZA - DATI AUDIWEB POWERED BY NIELSEN



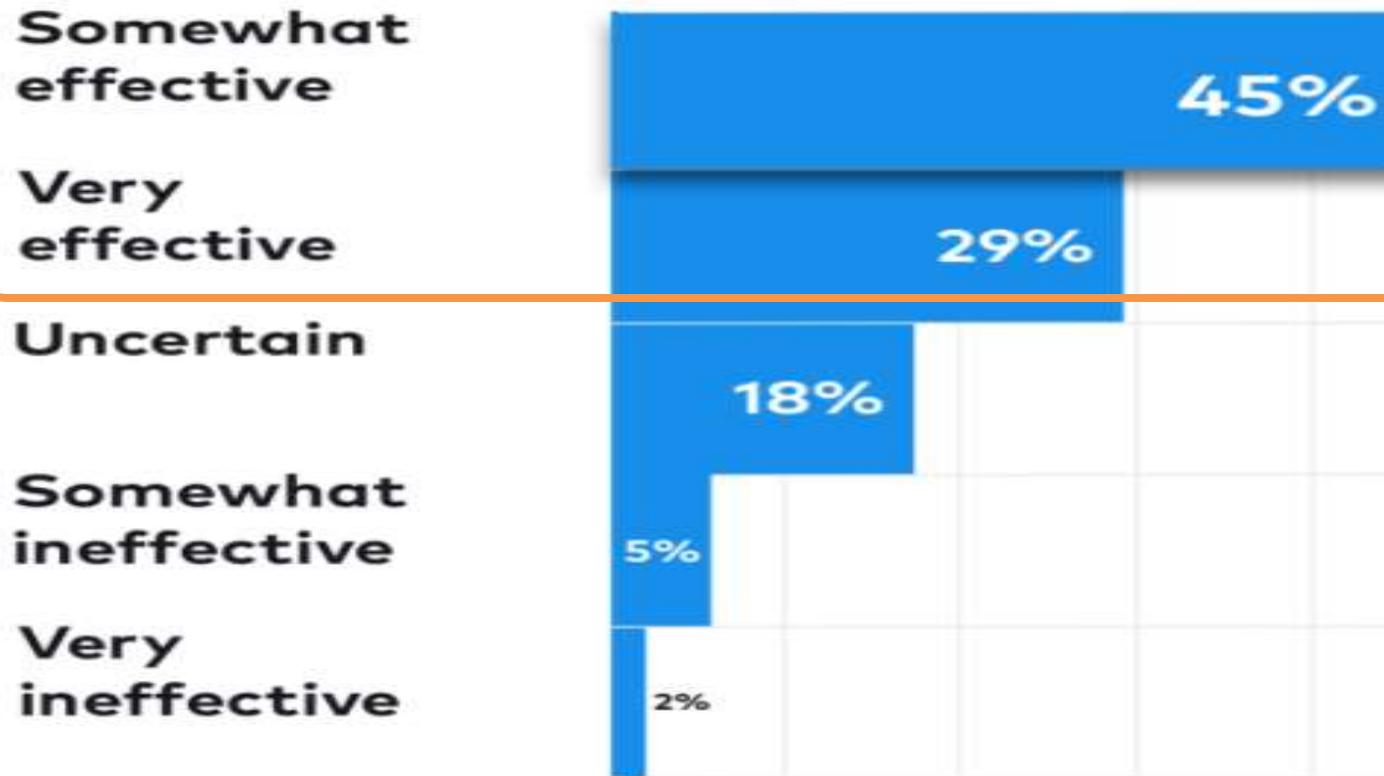
Il loro Audience Mix può variare significativamente

Composition Index dei principali social network – Dicembre 2017



Sui Social Media ci devi essere

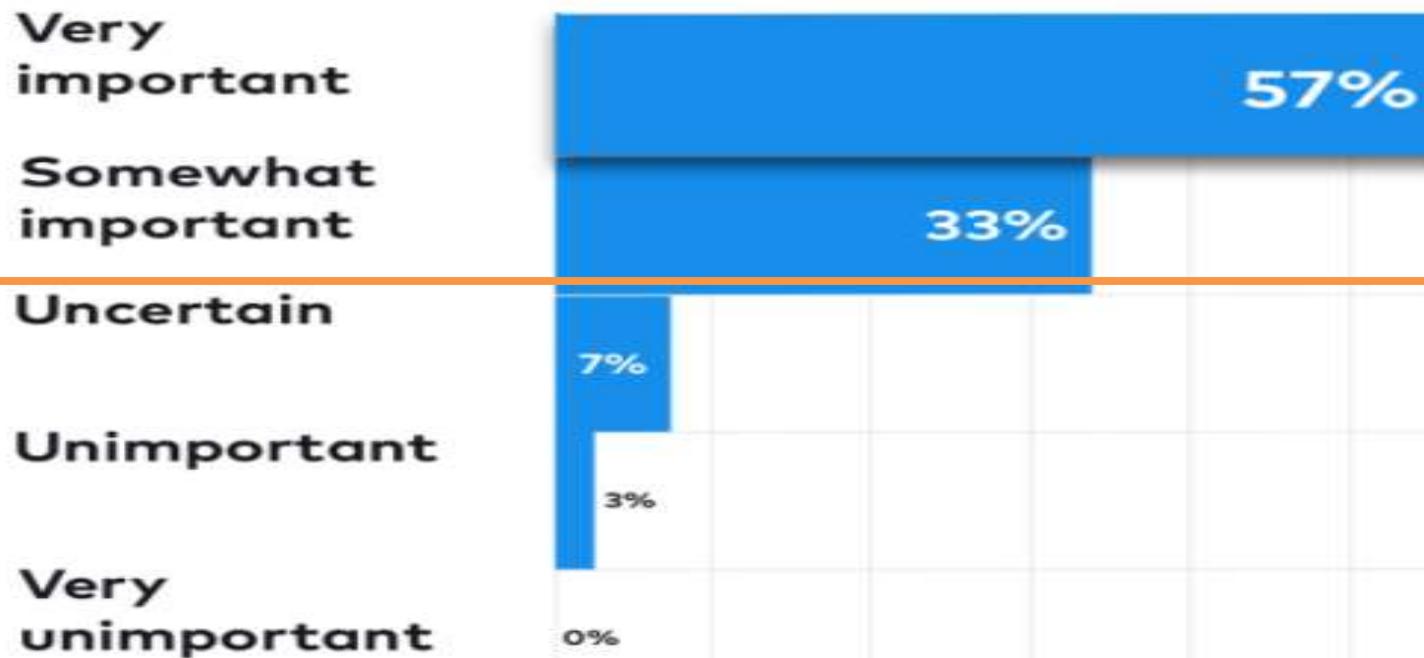
How effective has social media marketing been for your business?



74% of marketers believe social media marketing has been "somewhat effective" or "very effective" for their business.

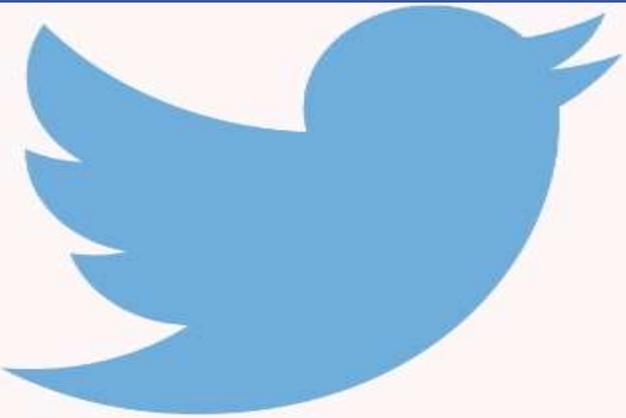
Sono centrali nella strategia di business

How important is social media to your overall marketing strategy?



90% of marketers believe that social media marketing is "very important" or "somewhat important" to their overall marketer strategy.

Social Media con PBS: il *tour guidato*



Automated Social Media Posting And Content Curation

Il focus è su Facebook, LinkedIn, Twitter (e Instagram)



Partiamo da vostri link/sito/briefing/lista campagne; Non serve altro!

syneto
your data · our business

Products **Solutions** Case studies Partners Training Support Company **Blog** News

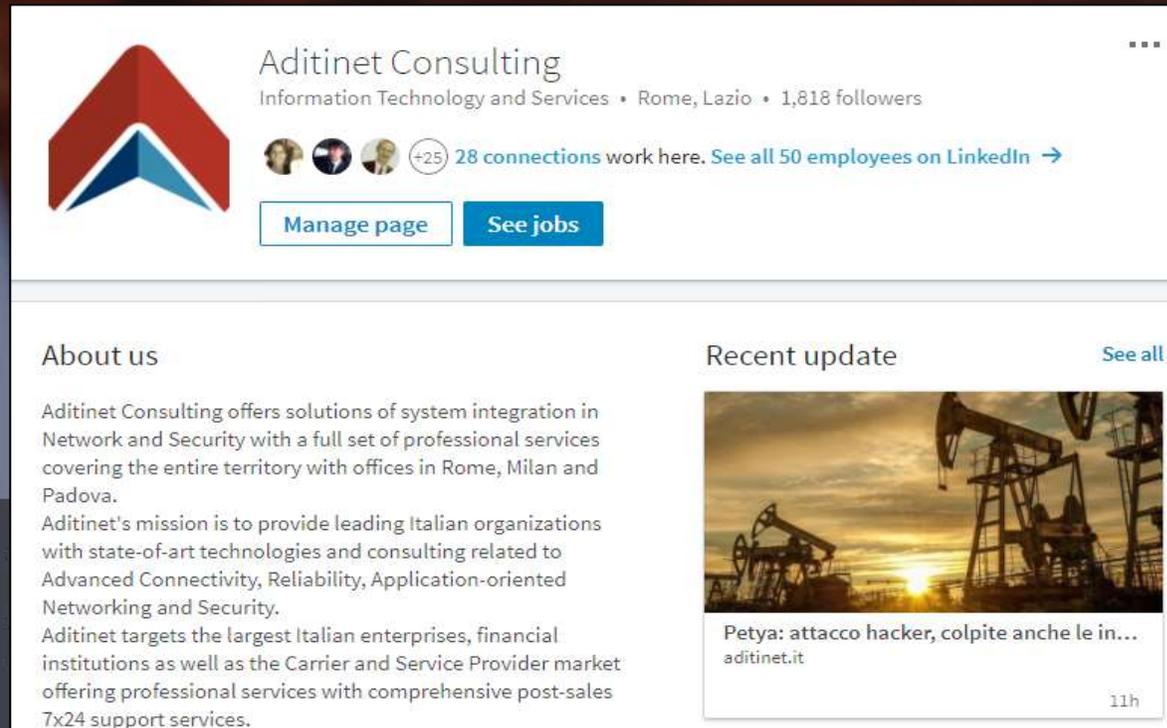
Solutions

your data. our business

Discover better solutions to store your data

<p>Disaster recovery</p> <p>Setting the standards for true safety</p>	<p>High availability</p> <p>Storage for when there's no room for downtime</p>	<p>Server virtualization</p> <p>Bringing virtual servers to life</p>	<p>VMware integration</p> <p>It takes a smart storage to make a VMware datacenter</p>
Storage for Mac	Virtual desktops (VDI)	Design and engineering	

Controlliamo, amministriamo, ottimizziamo le tue pagine aziendali



Adinet Consulting
Information Technology and Services • Rome, Lazio • 1,818 followers

28 connections work here. [See all 50 employees on LinkedIn](#) →

[Manage page](#) [See jobs](#)

About us

Adinet Consulting offers solutions of system integration in Network and Security with a full set of professional services covering the entire territory with offices in Rome, Milan and Padova.

Adinet's mission is to provide leading Italian organizations with state-of-art technologies and consulting related to Advanced Connectivity, Reliability, Application-oriented Networking and Security.

Adinet targets the largest Italian enterprises, financial institutions as well as the Carrier and Service Provider market offering professional services with comprehensive post-sales 7x24 support services.

Recent update

[See all](#)


Petya: attacco hacker, colpite anche le in...
adinet.it
11h

YOUR LINKEDIN COMPANY PAGE

Impostiamo immagini e testi

Home Notifications Messages Search Twitter Tweet

Syneto
@syneto

We are here to transform the way organisations around the world manage their data and application and to help them achieve lower costs and faster time-to-market

European Union
syneto.eu
Joined March 2012
84 Photos and videos

TWEETS 543 FOLLOWING 659 FOLLOWERS 271 LIKES 75 LISTS 1 MOMENTS 0 Edit profile

Tweets Tweets & replies Media

Syneto @syneto · 4h
: @ComputerWeekly: how Syneto #HyperConverged helped @Serioplast cut IT #Infrastructure costs

Who to follow · Refresh · View all

- mondora** @mondora
Followed by Kerry Butters and 1 other
Follow Promoted
- Snom VoIP phones** @snom
snom
Follow
- Tim Smith** @tsmith_co
Followed by Josh De Jong and 1 other
Follow

Find friends

Riduciamo i costi, automatizziamo il processo, aumentiamo le performance su multipli social media tramite dashboard (DrumUp)



DrumUp.io

DrumUp
Internet · Portland, Oregon · 2,365 followers
2 connections work here. See all & employees on LinkedIn →
Following See jobs

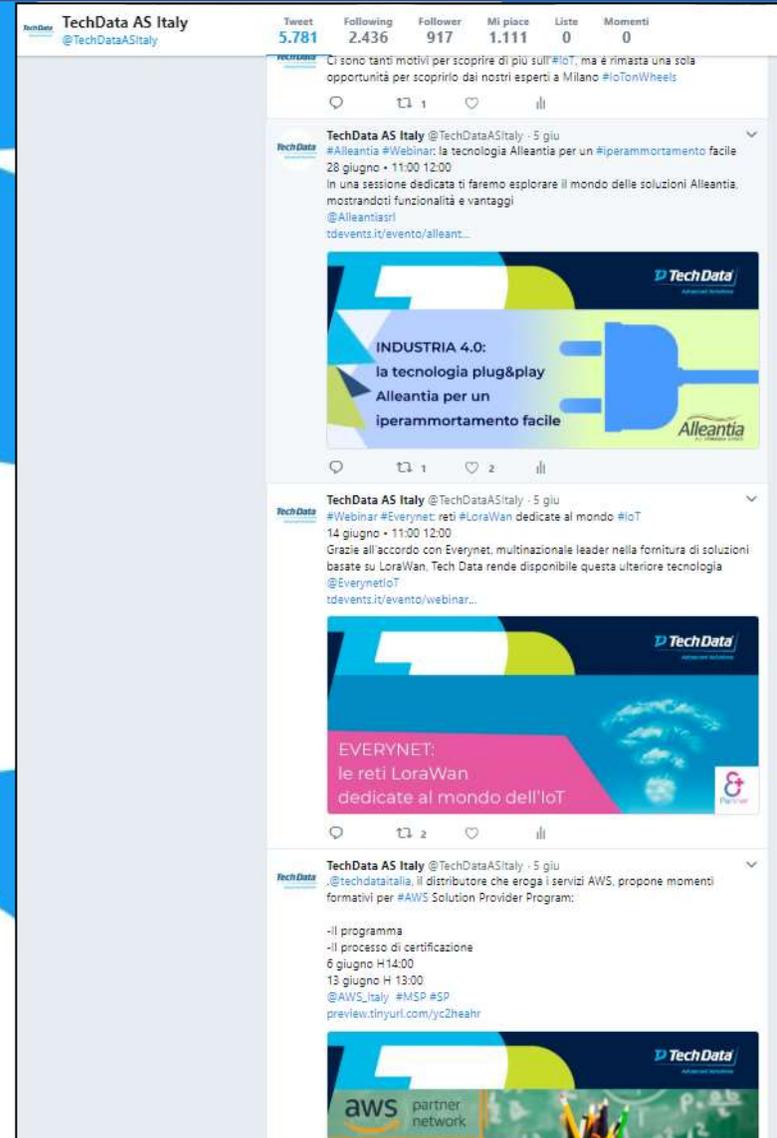
About us
DrumUp is an intelligent social media marketing, content marketing and news tracking app. It helps marketers and professionals discover interesting content and trends, and work with them to 'drum up' social media and online presence of their businesses or brands. The app uses sophisticated NLP and data mining algorithms to make fresh, relevant content recommendations. The publishing and scheduling platform supports multiple channels and accounts and is super easy to work with.

Recent update See all

12 #Tools To Improve #Marketing ROI, #5...
-suratt.com

Get the latest posts
Primo, explore re...
with NEC
F...
People also viewed
godot
Godot Media
Information S...
11-50 employ

Costruiamo messaggi con un formato congruente (#hashtag, @citazioni, immagine) e una call to action (link)



TechData AS Italy
@TechDataASItaly

Tweet 5.781 Following 2.436 Follower 917 Mi piace 1.111 Liste 0 Momenti 0

Ci sono tanti motivi per scoprire di più sull'IIoT, ma è rimasta una sola opportunità per scoprirlo dai nostri esperti a Milano #IoTonWheels

TechData AS Italy @TechDataASItaly · 5 giu
#Alleantia #Webinar: la tecnologia Alleantia per un #iperammortamento facile
28 giugno · 11:00 12:00
In una sessione dedicata ti faremo esplorare il mondo delle soluzioni Alleantia, mostrandoti funzionalità e vantaggi.
@Alleantiasrl
tdevents.it/evento/alleant...

TechData AS Italy @TechDataASItaly · 5 giu
#Webinar #Everynet: reti #LoraWan dedicate al mondo #IoT
14 giugno · 11:00 12:00
Grazie all'accordo con Everynet, multinazionale leader nella fornitura di soluzioni basate su LoraWan, Tech Data rende disponibile questa ulteriore tecnologia
@EverynetIoT
tdevents.it/evento/webinar...

TechData AS Italy @TechDataASItaly · 5 giu
@techdataitalia, il distributore che eroga i servizi AWS, propone momenti formativi per #AWS Solution Provider Program:
-Il programma
-Il processo di certificazione
6 giugno H14:00
13 giugno H 13:00
@AWS_Italy #MSP #SP
preview.tinyurl.com/yc2heahr

Scegliamo gli #hashtag giusti

HASHTAG COMPOSITION BEST PRACTICES:



INCLUDE
SHOW NAME



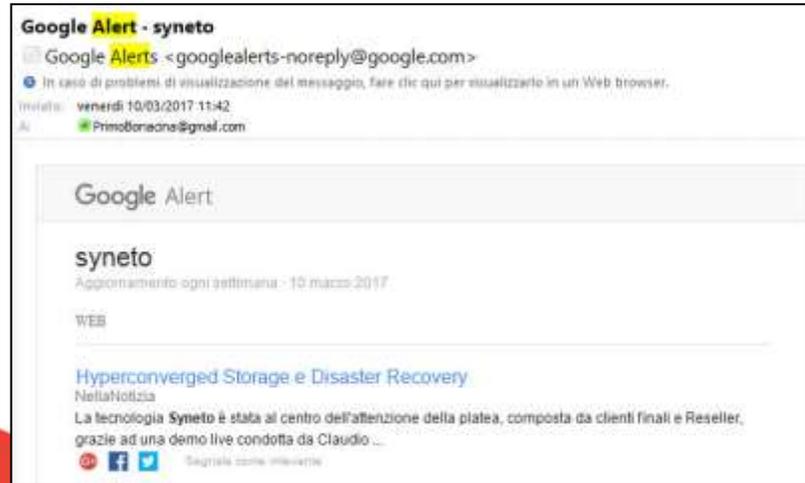
USE CAST OR
GUEST NAME
WITH TEAM



DESCRIBE
A MOMENT IN
15-17 CHARACTERS



Recuperiamo news e citazioni dal web (Google Alerts)



Content Curation: selezioniamo gli articoli, proponiamo/scriviamo materiale per blog e social

Sprint dell'Emilia-Romagna sullo smart working, via a due progetti

Home > Lavoro E Carriere > Smart Working

Condividi questo articolo

Le sperimentazioni riguardano la Regione e Asp Città di Bologna: equipaggiati con zainetto, pc portatile e smartphone aziendale, i lavoratori agili hanno sottoscritto un accordo individuale in cui sono indicati i compiti da svolgere. In campo anche Lepida

14 lug 2018



Nel mese di giugno sono stati avviati i progetti di sperimentazione di smart working (lavoro agile) della Regione Emilia-Romagna e di ASP Città di Bologna nell'ambito della Direttiva Madia del 2017, che prevede un'ampia flessibilità di orari e meno vincoli di presenza nella sede di lavoro facendo leva su una maggiore autonomia e responsabilizzazione dei lavoratori per il

TITOLO: Sprint dell'Emilia-Romagna sullo smart working, via a due progetti: equipaggiati con zainetto, pc portatile e smartphone aziendale, i lavoratori agili hanno sottoscritto un accordo individuale in cui sono indicati i compiti da svolgere

IMMAGINE (O EQUIVALENTE): <https://rulingcompanies.org/wp-content/uploads/2015/11/Smartwork.jpg>

TESTO:

Nel mese di giugno sono stati avviati i progetti di sperimentazione di smart working (lavoro agile) della Regione Emilia-Romagna e di ASP Città di Bologna nell'ambito della Direttiva Madia del 2017, che prevede un'ampia flessibilità di orari e meno vincoli di presenza nella sede di lavoro facendo leva su una maggiore autonomia e responsabilizzazione dei lavoratori per il raggiungimento dei risultati prefissati. Il progetto della Regione – primo in Italia – messo a punto da un team dedicato, composto anche da rappresentanti dei sindacati, coinvolge per un periodo di 6 mesi un centinaio di dipendenti, individuati dai responsabili delle strutture, e prevede una costante attività di monitoraggio e supporto. Equipaggiati con zainetto, pc portatile e smartphone aziendale per essere sempre on-line, i lavoratori agili prima di prendere servizio nel nuovo ruolo hanno sottoscritto un accordo individuale in cui sono indicati i compiti da svolgere.

Nelle giornate di lavoro agile è prevista l'esenzione dalla timbratura del cartellino con lo svolgimento dell'attività lavorativa nella fascia oraria tra le 7:30 e le 19:30, segnalando la presenza in servizio tramite un'applicazione ad hoc e diritto alla disconnessione fuori dall'orario di lavoro, nelle giornate di sabato, domenica e festivi.

CHIUSURA:

Conosci le soluzioni di NPO Sistemi in area **Smart Working** ([link a vostra risorsa web](#)). E per leggere l'articolo integrale pubblicato su **Corriere Comunicazioni** clicca qui (<https://www.corrierecomunicazioni.it/lavoro-carriere/smart-working/sprint-dellemilvia-romagna-sullo-smart-working-via-a-due-progetti/>)

CONTENT CURATION

Lavoriamo sulle novità e gli eventi, cercando l'interazione con gli influencer



Pierantonio Macola
@macolap
Presidente di SMAU @smaunotes The leading italian exhibition about Innovation and Technology for Business, Professionals, Startups.
Milano
smau.it



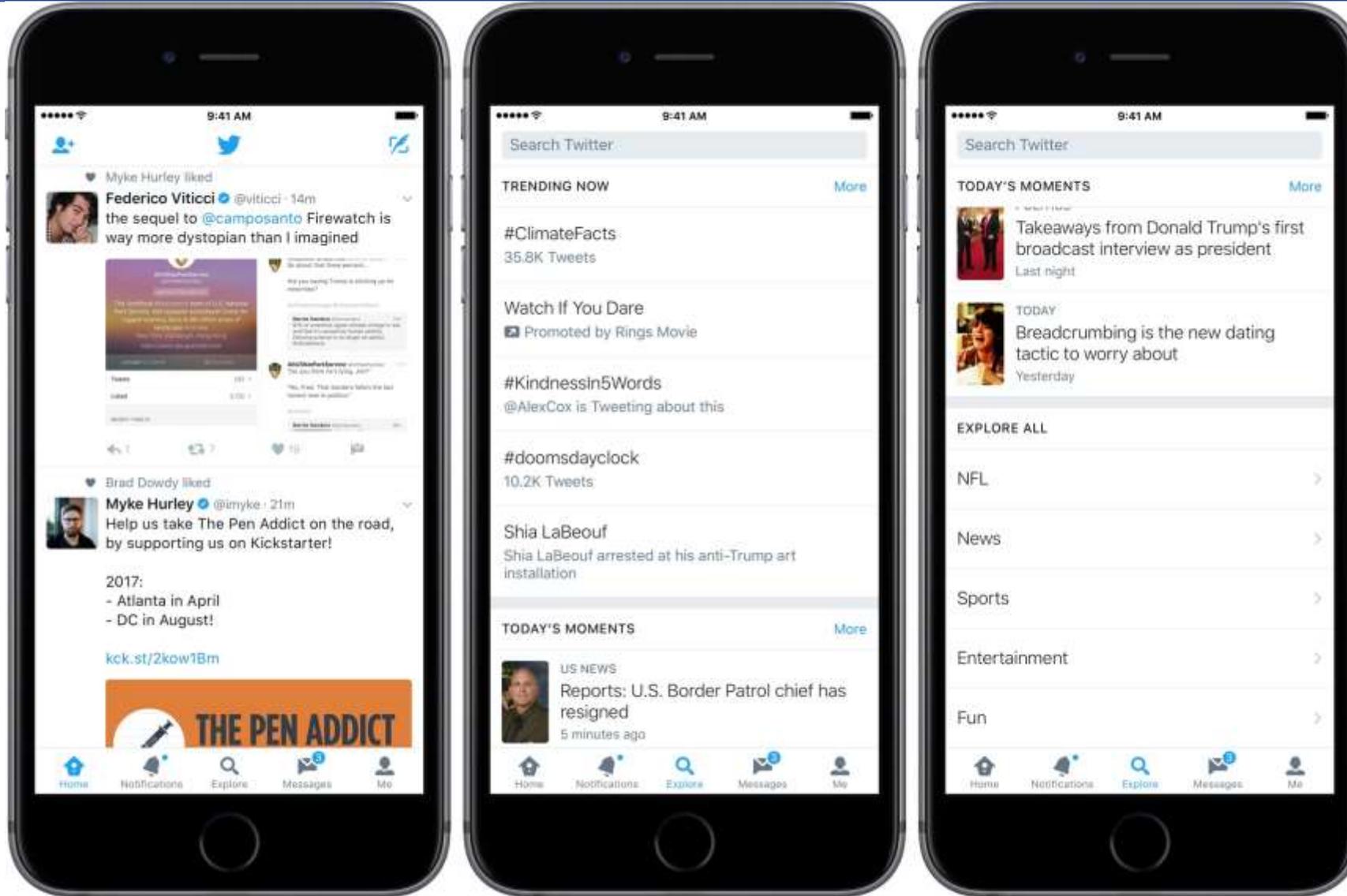
Pierantonio Macola
ha ritwittato il tuo Tweet.

[Visualizza](#)

Datapoint Eur Italia @Datapoint_Eu_It
Ecco l'invito gratuito a #SMAU #Milano da #Datapoint Europe e #Avaya (25-27 Ottobre) | smau.it/invitation/mil...



Riceviamo notifiche via e-mail, monitoriamo tramite App



Seguiamo (o effettuiamo) le Dirette Social



Interagiamo con continuità con la tua comunità, gestendo eventuali casi critici

DIGITAL4 mentioned you.

[Reply](#)

DIGITAL4 **DIGITAL4** Oct 21
@Digital4_biz

#AvnetRDM16 sulla strada della Digital Transformation... del canale bit.ly/2dFDivi
[@Avnet_TS_IT](#)

[↩](#) [↻](#) [❤](#) [View conversation](#)

All **Mentions**

Paul S Haddow and 3 others followed you

Parag Chandiwal liked your Tweet
Oct 17: #Syneto helps #SMBs dealing with growing #storage and #Enterprise #Application costs: syneto.eu pic.twitter.com/tloSGOJCZ5

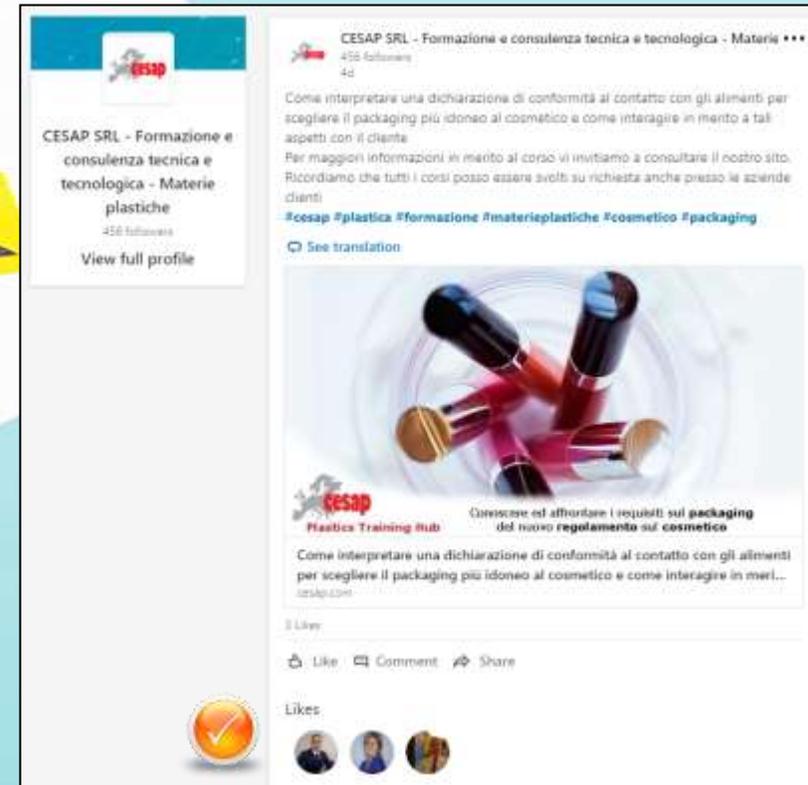
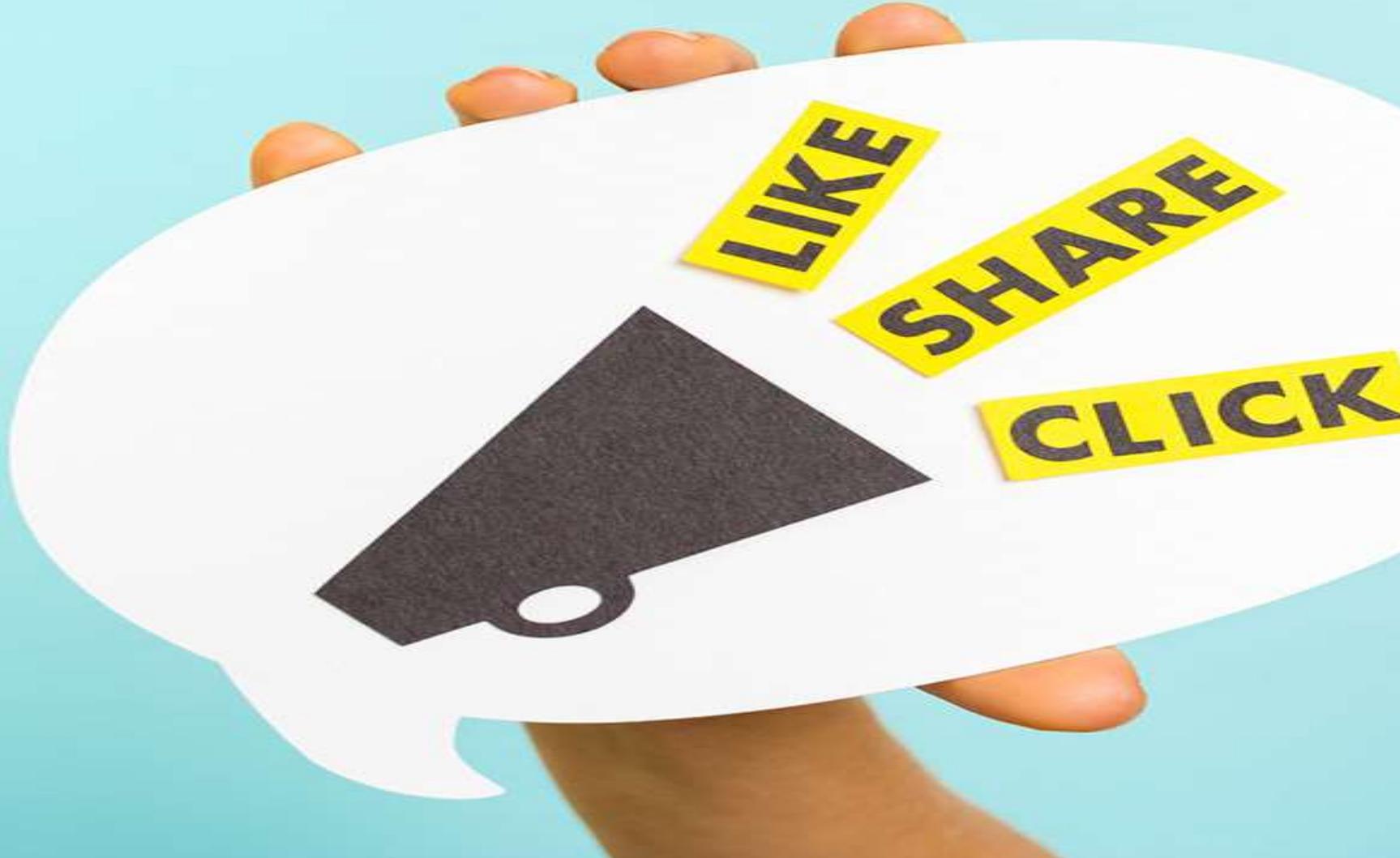
Ciaran Fenton and **Ken Maranian** liked your Tweet
Oct 17: #Syneto #CEO explains #Innovation and monopolies in #DataStorage: syneto.eu/blog/2015/06/0... [@vadimcomanescu](#)

Alex Hill liked your Tweet
Oct 16: [@zdnet](#): Using #AgileDevelopment to build #DataSolutions for #SMEs: zdnet.com/article/europe...

Gav L Brining liked your Tweet
Oct 15: 4 steps to follow when choosing a hyper-converged #infrastructure syneto.eu/blog/2016/10/1... #storage #hyperconvergence #softwaredefined

GLE

Controlliamo da dove arriva l'engagement

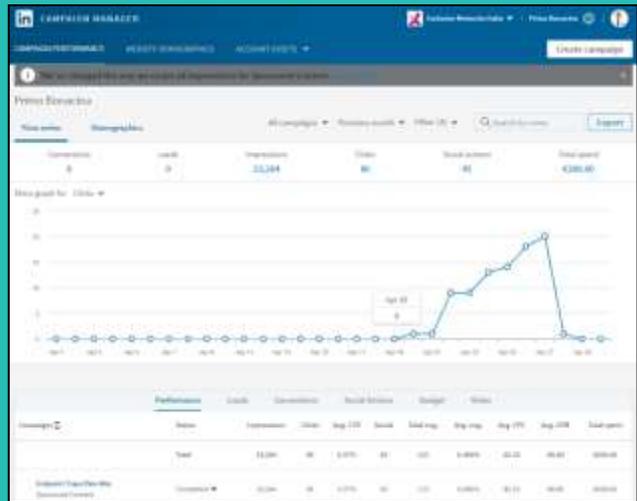


Costruiamo e gestiamo il calendario dei messaggi (vista mensile)

October 2016 Now < >

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
		6:04p #APPIAN CORPORATION ASSL	9:08a #INNOVAZIONE: in azienda c'è c 11:40a Proposta: check-up delle attività 3:18p Ma dove vai se la Strategia #Clou 4:36p 5 Types of #Twitter #Hashtag Ex 6:19p Why Tone and Language Make A	9:09a Nella #distribuzione IT è il lavoro 10:14a Ma siamo davvero pronti per il c 10:29a Vuoi un aiuto nella creazione di 11:41a Le #PR e i rapporti con la #stam 3:19p Cari #CIO, siete proprio sicuri di v 4:36p #Job Search: You're Doing it Wro 6:04p #APPIAN CORPORATION ASSL	9:39a #INFOGRAPHIC: #Autonomous i 11:03a Contattaci per sviluppare il tuo c 11:11a How to build #SOCIALMEDIA in 11:31a Costruire un #canale di validi #n 11:43a Una regola fondamentale del #n 2:20p #Cloud: dieci consigli per l'uso hf 3:15p "Less is more": come catturare fa 6:13p Writing a Follow Up to an Intervie 7:18p Report: The top 6 industries hit by	10:49a #Vendite, come sfuggire alla tra 11:45a 7 Essential Rules to Create #Inf 2:59p Top 10 #BusinessPlan Mistakes 1 4:30p €150 di #sconto sulla migliore #c
23	24	25	26	27	28	29
9:31a How to move from a #Marketing p 1:08p PBS per #Google #Adwords: con 5p #INFOGRAPHIC: 2016 State of the 7:33p Five Mindset Traits of #Disruptive	9:13a Quattro mosse per rendere vince 11:05a I tuoi prodotti sono pronti e ottim 11:56a Quanti producono documenti di 1:12p #2020: #VIDEO E #MOBILE SAR 2:35p 5 Speaking Habits That Undermit 5:29p 4 Reasons Why #Behavioural #A 7:39p #Infographic: The \$2.7 Trillion Op	9:15a La #concorrenza è uno stimolo p 11:06a Vuoi scoprire quali sono i #cana 11:57a Il #video è il modo di comunicar 12:16p #Errevi assume: 2 #Sales Accou 12:22p What #SocialMedia #Metrics Yo 1:56p Subscribe to our #blog to receive 6:37p The Answers #Recruiters Search 6:44p Looking beyond technology to dri	9:16a Le cinque regole d'oro per farsi fil 9:23a 10 Reasons Why #Infographics a 10:52a 7 Reasons Why Your #Business 11:09a Vuoi lanciare la tua soluzione IT 2:28p Il mistero delle #performance dell 2:51p #SoftwareDefined #Deduplicator 4:42p Acquiring Top #Talent for #Digita 6:56p Costruire con facilità un #catalog 7:54p Discover the #Psychology Of #Cc	11:12a Costruire #database di potenzia 2:30p Per costruire discorsi efficaci bis 3:25p Vuoi pubblicare un #eBook? Pos 5:58p 5 Steps to Generate More #Linke	11:13a #Lead generation, ecco la soluz 12:32p Il tuo sito si fa trovare da #Goog 2:31p #DataCenter aziendali, difficile ar 3:01p #Gartner: Ten #Business #Cost # 5:25p #VMware and #AWS joint ventur	10:39a L'Internet of Things è una svolta 11:09a Come definire i giusti piani incer 3:29p Can a computer really #recruit th 6:32p 2016 #Gartner #MagicQuadrant f 6:47p I 4 Vantaggi del #SearchEngine #
30	31	1	2	3	4	5
2:03p 5 #Blog Post Ideas to Bring Varie	9:19a #INFOGRAPHIC: Today it takes 10:01a Ecco la guida alle migliori regole 10:08a #Marketing: come #farsi #lead	10:03a Choose our #CV Rewriting serv 10:36a Non hai #previsioni accurate di 10:43a Come #farsi #lead	1:28p What #Customers Expect to See 1:29p #SocialMedia #Automation: 7 Re 2:44p #Marketing: come #farsi #lead	10:43a Cercare le migliori soluzioni sul 12:12p #SOCIAL #RECRUITING: il #we 10:51p #Marketing: come #farsi #lead	8:07a Trovare le persone giuste da ass 10:44a Hai bisogno di uno speaker di q 10:51p #Marketing: come #farsi #lead	7:05a Taking the guesswork out of #rec 7:52a What Makes a #Marketing Center 10:47p #Marketing: come #farsi #lead

Gestiamo campagne di Social Advertising



Social Media Advertising



share



connect



like

engage



Formiamo le tue persone sul tuo approccio ai social media o su come usare i social media per il business



Personal Branding e Business con LinkedIn

TUTORIAL: Perché LinkedIn è lo strumento chiave per il business, il personal branding e il social recruiting

Aggiornato: [data not visible]

An illustration of a tablet displaying a LinkedIn profile, surrounded by various icons representing social media, networking, and business. The background is blue with white lines and icons of people, clouds, and a plus sign.

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



Analizziamo i ritorni: la vista di sintesi

Account home
Syneto @syneto

Page updated daily

28 day summary with change over previous period

Tweets: 44 ↑76.0%	Tweet impressions: 9,747 ↑62.6%	Profile visits: 698 ↑1.2%	Mentions: 16 ↑60.0%	Followers: 271 ↑13	Tweets linking to you: 57 ↑103.0%
-------------------	---------------------------------	---------------------------	---------------------	--------------------	-----------------------------------

Top Tweet earned 329 impressions
Hyperconverged vs. converged vs. traditional infrastructure: which one should you choose? [syneto.eu/blog/2016/10/0...](#) #storage #hyperconvergence

Top mention earned 57 engagements
R1 S.p.A. @R1spat · Oct 4
Ora dalla sala: inizia il lab con @syneto su #storage #hyperconverged @simonefratus pic.twitter.com/cRd9cdt2C0

Top Follower followed by 217K people
Steve Cartwright @FX_Digital · Follows you
I help businesses identify realistic online goals and then I help them achieve these goals using website design, content marketing, conversion rate optimization.

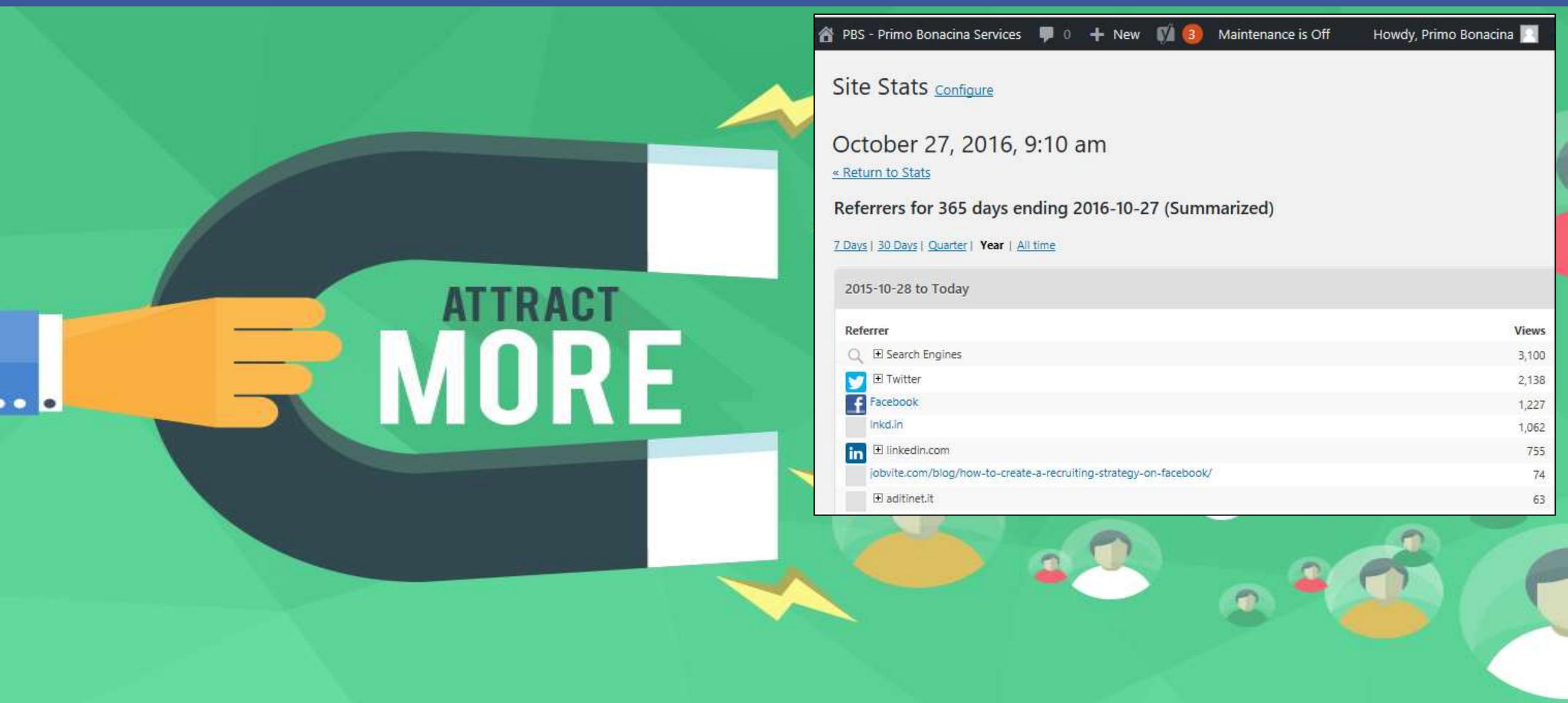
Top media Tweet earned 152 impressions
#Syneto helps #SMEs dealing with growing



	472.40	473.65	472.15
USD/PYG	4339.40	4540.00	4439.70
USD/KHR	4009.00	4079.00	4044.00
	4439.70	4429.95	
	4044.00	4023.95	



Analizziamo quanto traffico portano i social media, e da dove



PBS - Primo Bonacina Services 0 + New 3 Maintenance is Off Howdy, Primo Bonacina

Site Stats [Configure](#)

October 27, 2016, 9:10 am
[Return to Stats](#)

Referrers for 365 days ending 2016-10-27 (Summarized)

[7 Days](#) | [30 Days](#) | [Quarter](#) | [Year](#) | [All time](#)

2015-10-28 to Today

Referrer	Views
Search Engines	3,100
Twitter	2,138
Facebook	1,227
Inkd.in	1,062
linkedin.com	755
jobvite.com/blog/how-to-create-a-recruiting-strategy-on-facebook/	74
aditinet.it	63

Tutto questo per le aziende. E per le persone (i manager)?

WHY EVERY CEO SHOULD HAVE A SOCIAL MEDIA PRESENCE

*"Today, entrepreneurs need to
take their business to where the
conversation is happening...
Social Media is the perfect venue."*

Sir Richard Branson



I top manager DEVONO essere «Social Media Rockstar»



Ma il **60%**
delle grandi
aziende
NON ha un
programma
in atto

SOCIAL

How the World's Top CEOs Use Social Media

by Dillon Baker

June 12th, 2017

Reading time: 2 min



Thought leadership gets a lot of flak in marketing circles. Some of it is fair. "Thought leadership" is jargon for something companies have done forever: trying to position their executives as influential leaders. But just because it's a new way to refer to an old technique doesn't mean it's not effective. New technology has just changed how it's done.

That's why, much to some people's chagrin, the term just won't go away. Thought leadership has fundamentally changed in the age of smartphones and social media. It's become more effective thanks to the low cost of digital distribution and the ability for individuals to cultivate their own followings. While building up an executive as a thought leader once required an immense PR effort, professionals with loyal followings and powerful influence are now a dime a dozen.

CEOs, in particular, have become social media rockstars. Elon Musk, Marc Benioff, and Mark Zuckerberg are easy examples. But not every CEO uses social media. According to new research from CEO.com and Domo, 60 percent of Fortune 500 CEOs have no social media presence whatsoever.



Il social «ghost writing»

- Realizzazione di messaggi per i manager dei clienti
- Utilizzo per i social media, ghost writing, sito aziendale
- Copywriting ad hoc, sulla base di briefing: messaggi di business (e non solo), con un tocco personale
- Gestione dei ritorni e delle interazioni



Tweets **15.5K** Following **628K** Followers **93.9M** Likes **10** Lists **3**

Following

Barack Obama ✓

@BarackObama

Dad, husband, President, citizen.

Washington, DC

Tweets Tweets & replies Media

Barack Obama ✓ @BarackObama · Aug 17
Michelle and I are thinking of the victims and their families in Barcelona. Americans will always stand with our Spanish friends. Un abrazo.
24K 320K 1.6M

Who to follow · Refresh · View all

Justin Bieber ✓ @justinbie...
Follow

Oprah Winfrey ✓ @Oprah

Agenda

- PBS, in breve
- Comunicare
- Interagire
- **Vendere**
- Assumere



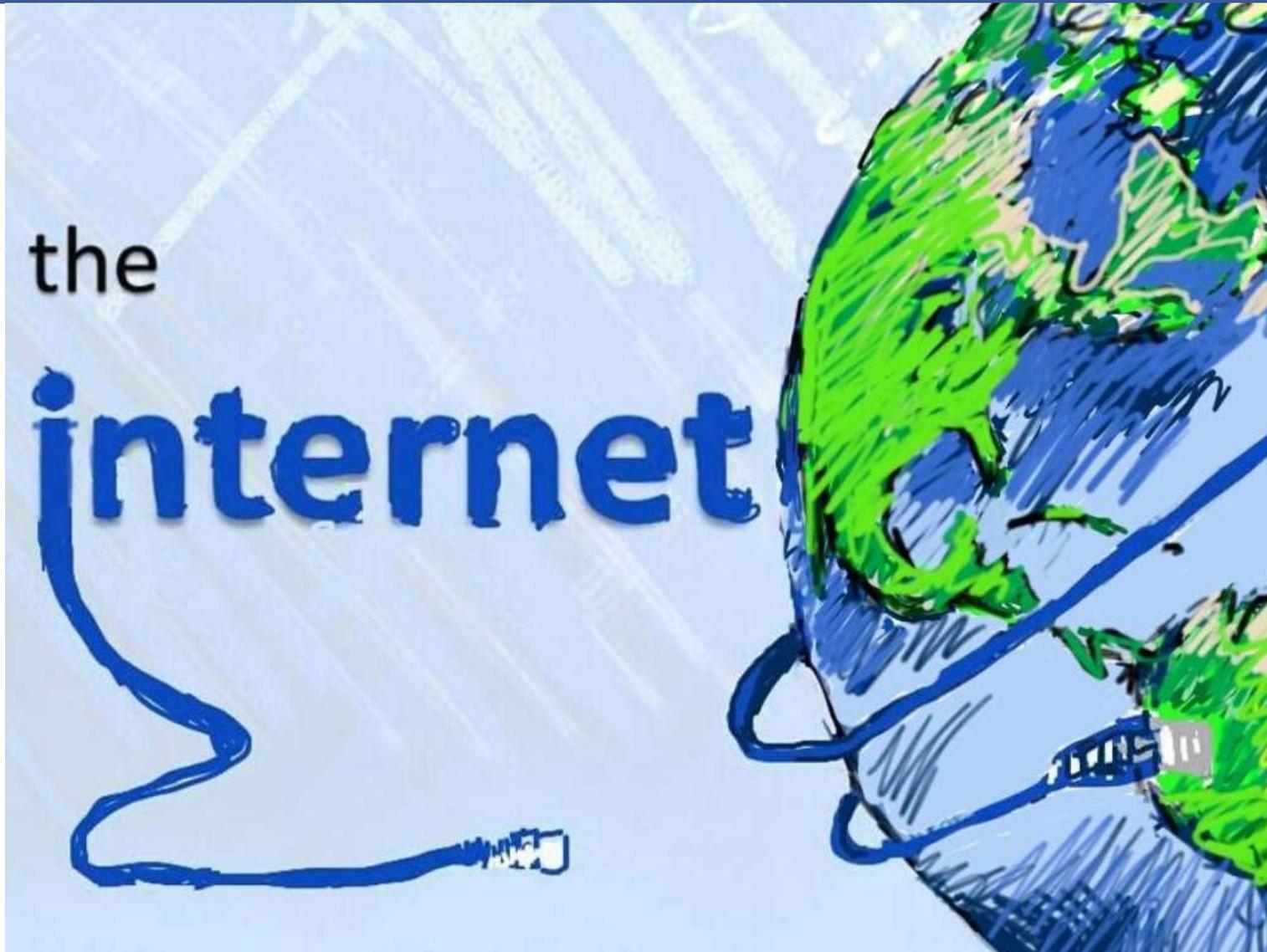
Un'introduzione «strategica» a LinkedIn

Linked  is

transforming the way companies



Siamo nell'era di Internet

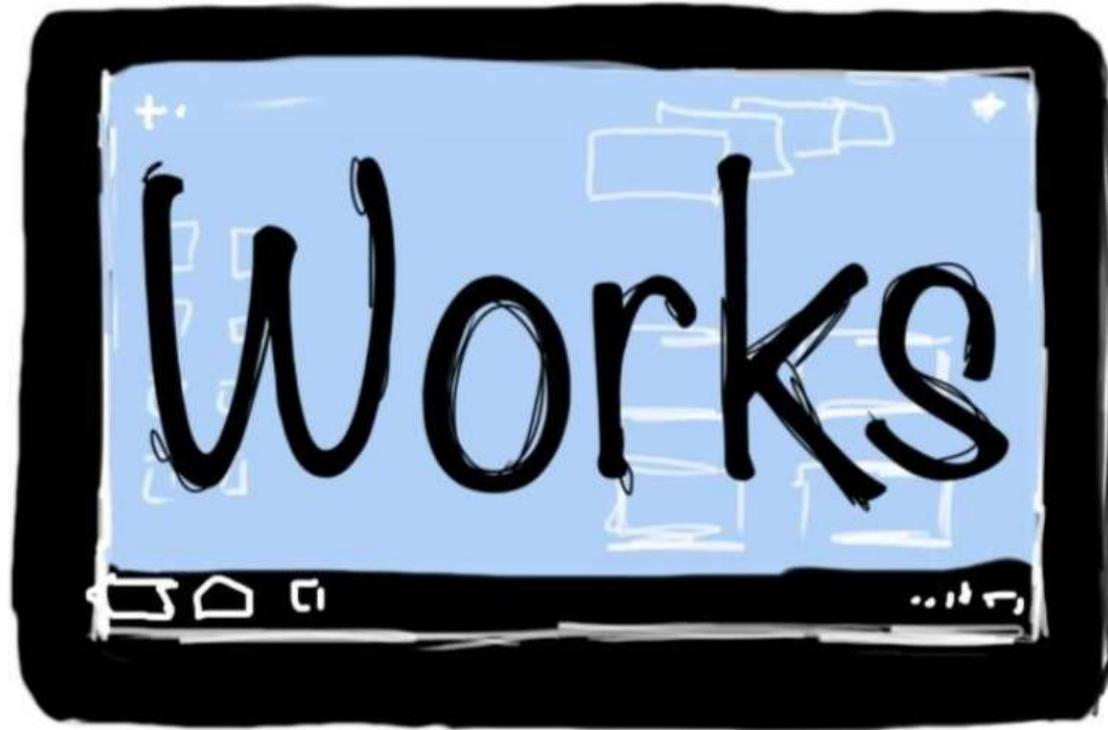


E nulla sarà più come prima



Pensare e lavorare in modo nuovo

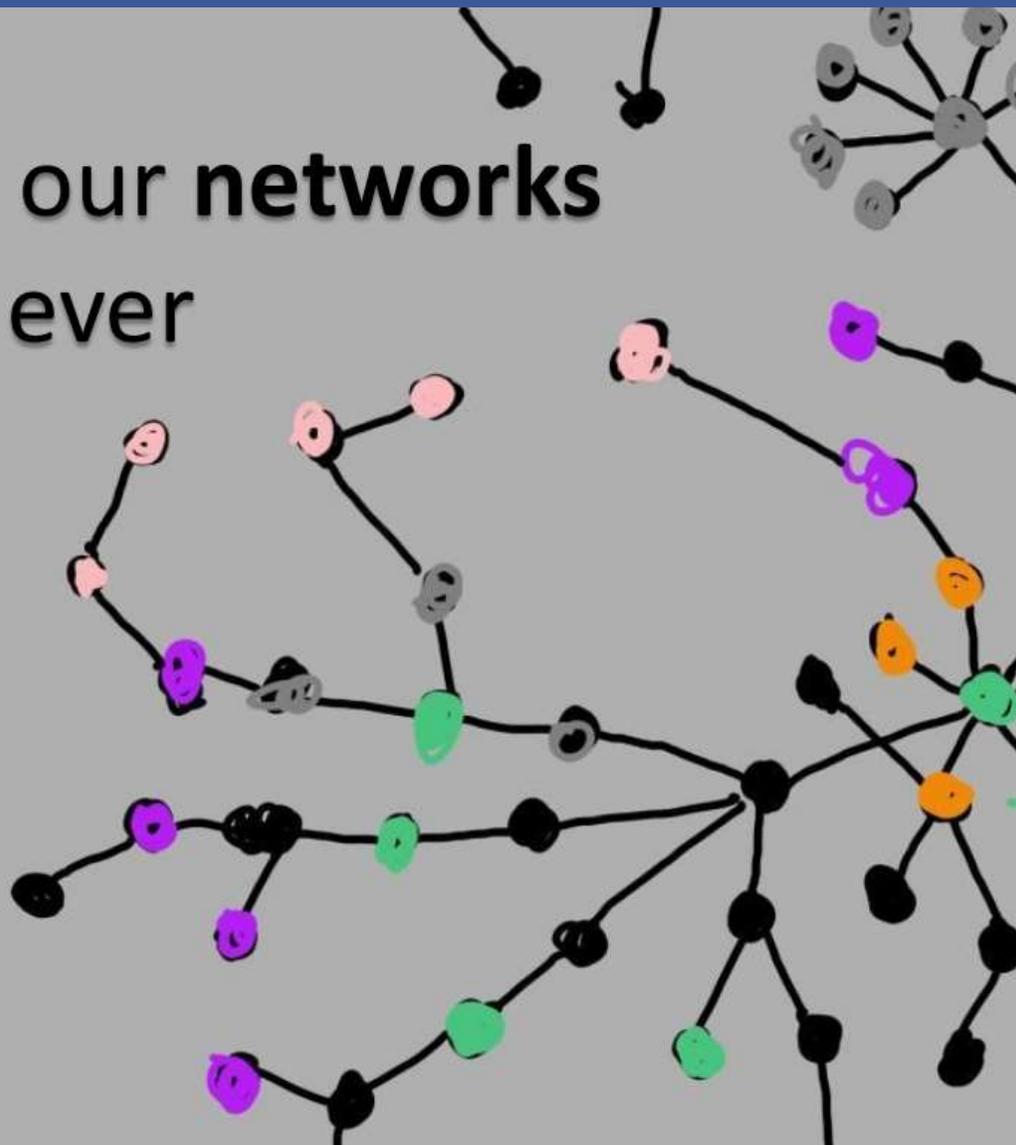
As a result, the way the world



has changed

Le reti sono alla base del nostro modo di lavorare

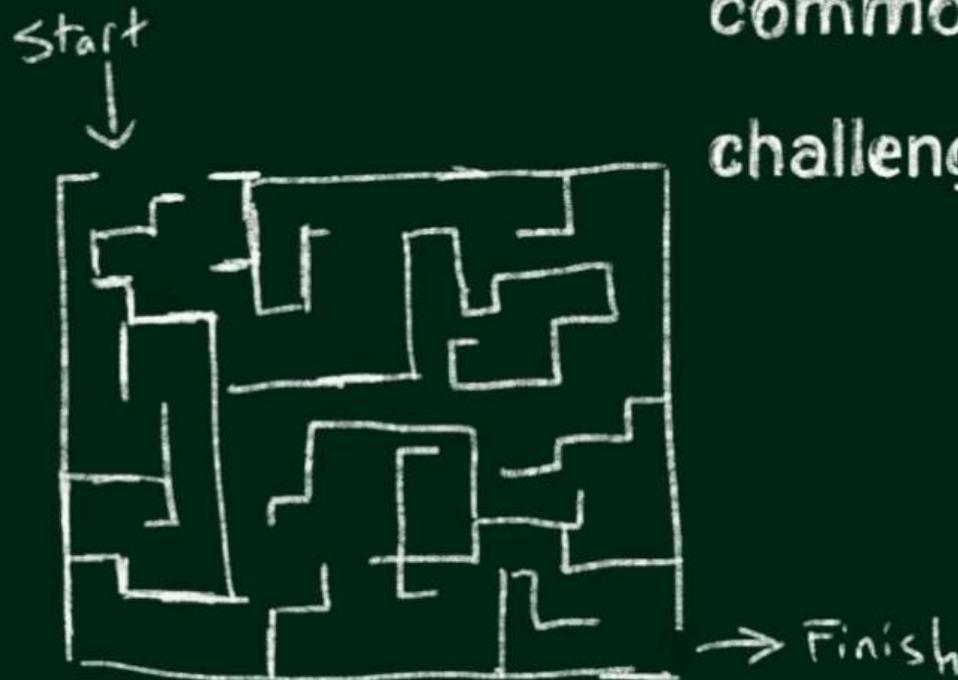
We rely on our **networks**
more than ever



I problemi da risolvere sono i soliti ...

Meanwhile,

common business
challenges still exist...



Quanto è efficace il marketing oggi?

Marketing

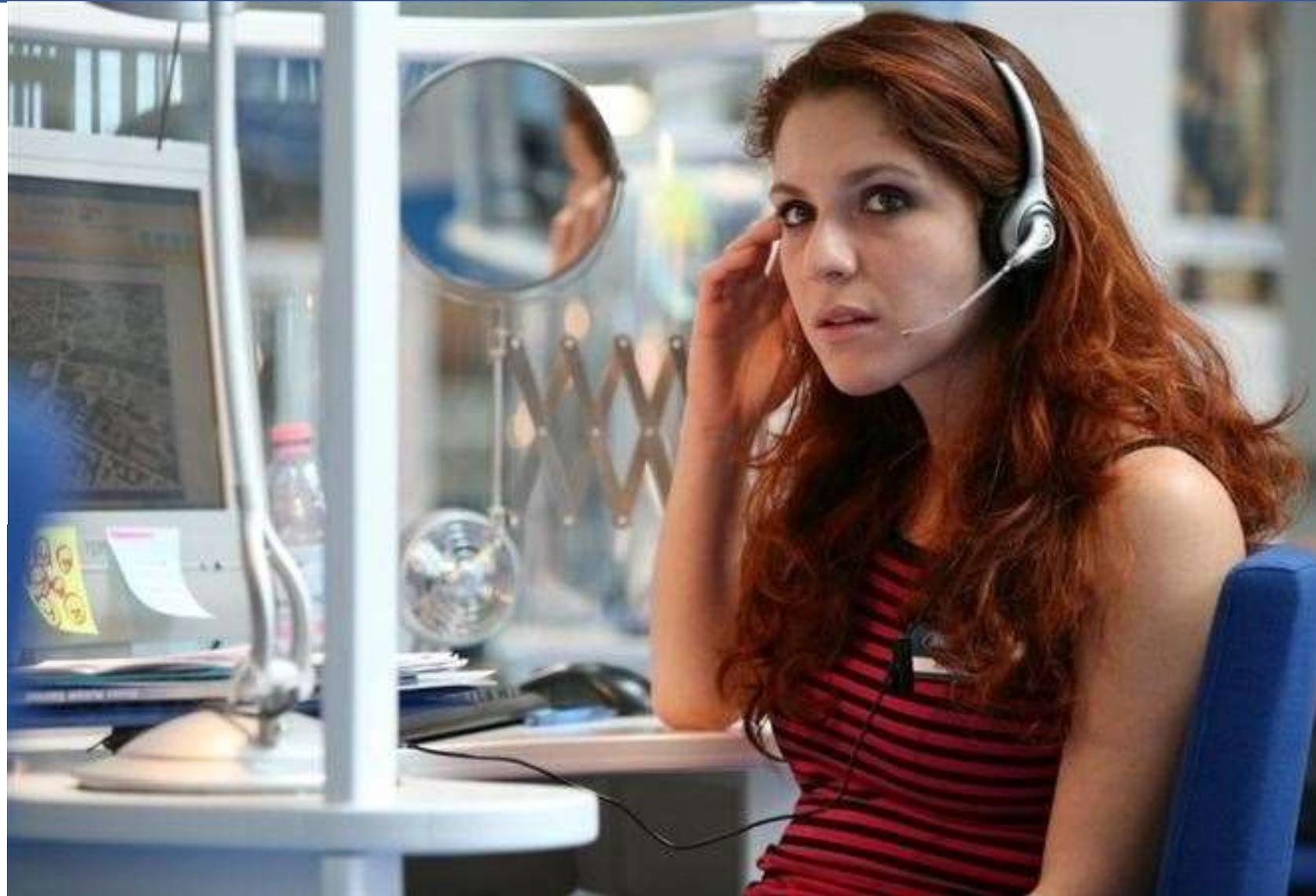
in a world full of noise



Chi di voi risponde alle telefonate di noti operatori?



Nobody likes a
Cold Call



L'approccio deve essere strategico, sia esso diretto, sia indiretto

Linked

Each requires us
to **identify** the
right person



Vendere «intrattenendo»: dare prima di chiedere



Engage them with content

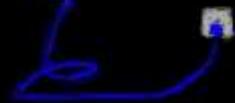
Proporre sempre una «Call to Action»



and, motivate them to **act!!!**

L'approccio a LinkedIn deve essere «strategico»

Hire
Market
Sell



This is what Linked



does better than anyone else

LinkedIn in 3 parole chiave: Trust, Target, Scale



Build trust with your
target audience at scale

Content (Sales &) Marketing via LinkedIn: un approccio strategico in 7 punti

Content Marketing on LinkedIn

“Sound strategy starts with
having the right goal.”

– Michael Porter, Bishop William Lawrence
University Professor, Harvard Business School

Today's B2B organizations are primarily focused on three key objectives with their content marketing: brand awareness, thought leadership, and lead generation. LinkedIn presents an avenue for strategically achieving all three.

There are **7 core reasons** why the platform is critical to an effective modern marketing strategy:

1. Research
2. Targeted Reach
3. Context and Relevance
4. Versatility
5. Inbound Influx
6. Relationship-Building
7. Measurement



92%

92% of B2B marketers use LinkedIn
to distribute content.⁴

1. Trovare

1 | Researching Buyers

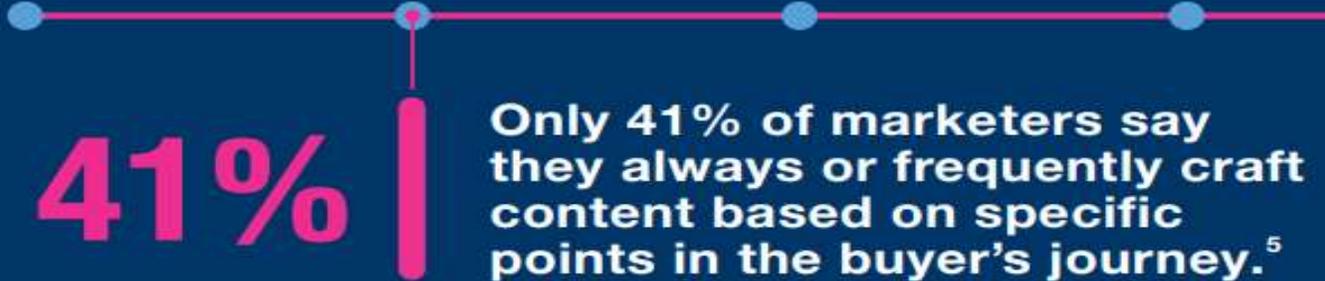
“The aim of marketing is to know and understand the customer so well the product or service fits him and sells itself.”

– Peter Drucker, Father of Modern Management

It's been many, many decades since Mr. Drucker – revered as the father of modern management – coined those famous words of wisdom. But still, all these years later, too many businesses are trying to fit customers to their marketing and solutions, rather than the other way around.

Only by fully knowing and understanding the people you serve – their interests, their challenges, their preferences – can you speak to them directly and solve their problems.

Drucker couldn't have dreamed of accessing a resource like LinkedIn, where the learning opportunities are endless. By carefully researching individuals, companies, and demographics on the platform, you can develop an acute understanding of customers that permeates your entire strategy.



41%

Only 41% of marketers say they always or frequently craft content based on specific points in the buyer's journey.⁵

2. Indirizzare

2 | Achieving Targeted Reach

“Marketing in general used to be focused on mass audiences ... Today, we are living in an age where niche audiences rule.”

– Chris Gee, Managing Director of Digital Strategy, Finsbury

The inferior ROI of mass-blast marketing campaigns has been exposed. Trying to deliver the same message to as many eyeballs is possible just doesn't equate to a winning gameplan. The most effective companies are zeroing in on their target audiences with extreme precision, ensuring that every impression counts and every engagement is valuable.

LinkedIn offers a wealth of filtering options that enable marketers to do just that. With the ability to narrow your scope by parameters such as Job Title, Company Size, Location, Seniority, and more, you can not only target more exactly within your industry, but even within specific accounts. The research completed in the previous step should clearly illuminate the subsets you want to be targeting.

3. Dare informazioni rilevanti

3 | Delivering Context and Relevance

“Content marketing is no longer a numbers game. It’s a game of relevance.”

– Jason Miller, Head of Content and Social Media Marketing,
LinkedIn Marketing & Sales Solutions EMEA

Reaching the right audience is a crucial first step, but won’t drive results if you cannot deliver them the right content. Aligning your message with the context and circumstances of its recipients should be a foremost consideration in this crowded digital space. Content simply will not get noticed or engaged with if it’s not highly relevant to the person who comes across it.

LinkedIn has the built-in advantage of generally being more relevant to a business audience than other networks, making it a natural destination for B2B marketing efforts. By customizing your content to the segments you target, you can strengthen that relevance and speak directly to your ideal prospects.

| **91%**
of executives
rate LinkedIn
as their

| **NO.1**
choice for
professionally
relevant content.⁶

4. Utilizzare efficacemente molteplici canali

4 Versatile Content Deployment

“The easiest way to turn off your community members is to broadcast the same message across multiple channels.”

– [Joe Pulizzi](#), Founder,
Content Marketing Institute

Any effective content strategy in 2018 must be diverse, incorporating many different elements. A myopic focus on one tactic, or channel, or content type, greatly lowers your odds of breaking through.

On LinkedIn, marketers can utilise a variety of different methods to earn the attention of members. These include:

Organic Content:

Thought leadership, company news, anecdotes, employee advocacy

Paid Content:

Sponsored Content, Sponsored InMail, Text Ads, video for Sponsored Content

Earned Media:

Mentions and recognition from other companies, influencers, and media entities

Network Growth:

Building new connections, engaging content from others, participating in LinkedIn Groups

Visual Elements:

Images, infographics, native video

76%

76% of executives watch business video once per week, including 40% daily.⁷

5. Stimolare

5 | Increasing Inbound Interest

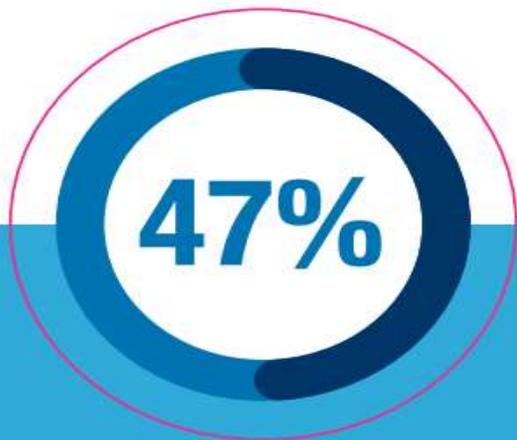
“If you have more money than brains, you should focus on outbound marketing. If you have more brains than money, you should focus on inbound marketing.” – [Guy Kawasaki](#), Chief Evangelist, Canva

While Kawasaki might be overstating things a bit, the tremendous return on investment for inbound tactics is undeniable. Creating a Company Page and maintaining an active presence on LinkedIn costs almost nothing, but can deliver huge benefits for your business.

Think about just a few of the ways a prospect could organically come across your brand and take a next step:

- They actively looked for your company on the platform. (**72% of buyers use social media** to research solutions for purchase.⁷)
- They came across your Company Page or personal profile in a search result. (In addition to built-in search on the platform, LinkedIn pages are crawled by search engines and deliver SEO impact.)
- Your update popped up on their feed because a connection commented on it.
- They came across your company because they were seeking out content around a topic you discuss frequently.
- They're connected to employees in your company and noticed those employees sharing content and advocating for your brand.

These inbound leads are among of the most cost-effective types you can generate. A strategy that isn't designed to draw them in is not built to sustain.



47% of B2B buyers consume 3-to-5 pieces of content prior to engaging with a salesperson.⁸

6. Costruire una rete

6 | Building Relationships on LinkedIn

“Content builds relationships. Relationships are built on trust. Trust drives revenue.”

– Andrew Davis, Keynote Speaker & Best-selling Author, *Monumental Shift*

For many B2B organizations working under lengthy, high-consideration buying cycles, deals aren't won in a day. Cultivating relationships and building trust is a process, requiring genuine investment and earnest effort. But the payoff can be huge – lifelong customers, vocal advocates, windows to new opportunities.

By simply keeping a finger on the pulse of pertinent individuals and accounts – through their public LinkedIn activity, as well as notifications about job changes, anniversaries, and so forth – you can maintain and strengthen bonds from afar. And on their end, consistently seeing your name or brand on their feeds will bolster familiarity.

Expand your circle, tap into the networks of colleagues, and gain recognition from peers and influencers. Over time, people will increasingly go from listening to you, to trusting you.

83% of consumers trust recommendations from their peers over advertising.⁹

7. Misurare

7 | Measuring Success

“There is no content strategy without measurement strategy. Before embarking on a content initiative, irrespective of medium or platform, it’s important to know what you want to achieve.”

– Rebecca Lieb, Analyst & Founding Partner, Kaleido Insights

The old paradigms around marketing would often cast it as a cost center, with mostly intangible value and vaguely defined ROI. Today, this perception is less common, because the methods for measuring and attributing revenue have evolved dramatically.

LinkedIn offers a deeper suite of analytical features than you’ll find on any other platform, enabling you to quickly determine who’s interacting with your content, how they’re engaging with it, and whether they’re taking the desired next steps.

What’s working, and what’s not? Nix the latter and double-down on the former. This formula is foundational to any sustainable strategy. LinkedIn makes it incredibly easy to track, learn, and optimize so you can continually move toward your goals.

Il processo di vendita B2B

PROFILAZIONE



QUALIFICAZIONE



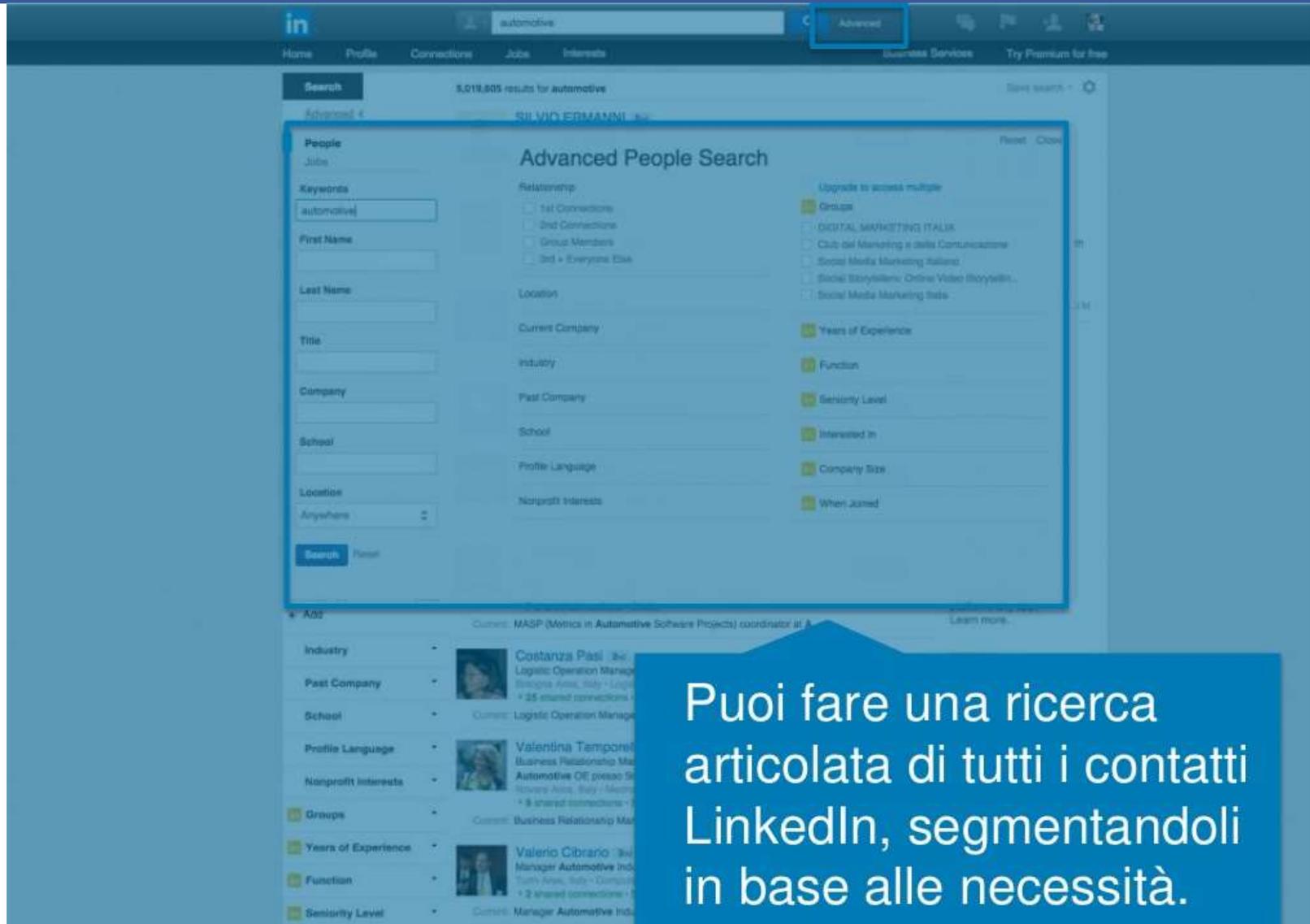
NEGOZIAZIONE



Cominciamo dalla profilazione



Puoi cercare clienti, concorrenti, persone target ...



The image shows a screenshot of the LinkedIn Advanced People Search interface. The search term 'automotive' is entered in the search bar, and the results show 5,019,805 results. The interface is divided into several sections: 'People' (with filters for Keywords, First Name, Last Name, Title, Company, School, Location), 'Advanced People Search' (with filters for Relationship, Location, Current Company, Industry, Past Company, School, Profile Language, Nonprofit Interests), and 'Upgrade to access multiple' (with filters for Group, Years of Experience, Function, Seniority Level, Interested in, Company Size, When Joined). Below the search filters, there are several profile cards for people in the automotive industry, such as Costanza Pasi, Valentina Tomponi, and Valerio Cibrario.

Puoi fare una ricerca articolata di tutti i contatti LinkedIn, segmentandoli in base alle necessità.

Un esempio



Aziende con > 200 dipendenti

Anzianità

Proprietario

CXO

Vicepresidente

Direttore

Funzione

Contabilità

Amministrativo

** solo contatti con facoltà di siglare accordi*

Un esempio, #2

LA PROFILAZIONE

2252 target

The screenshot shows the LinkedIn Sales Navigator 'Lead Builder' interface. At the top, there is a search bar with the text 'Carica persone e aziende...' and a magnifying glass icon. Below this, the 'Lead Builder' section contains several filter categories:

- Parole chiave:** es. Big data
- Azienda attuale:** es. LinkedIn
- Località:** es. Milano
- Qualifica attuale:** es. Vicepresidente
- Funzione:** Imprenditoria, Contabilità, Amministrativo, Arte e design
- Livello di anzianità:** Proprietario, Non retribuito, Formazione, Livello base
- Dimensioni dell'azienda:** Io, 1-10, 11-50, 51-200
- Settore:** Accessori e moda, ADR - Metodo alternat..., Affari internazionali, Agricoltura

At the bottom right of the filter area, there are 'Cerca' and 'Annulla' buttons. The interface also includes a sidebar on the left with navigation options like 'FILTRA I TUOI AGGIORNAMENTI' and 'PER TIPO', and a right sidebar with a profile picture and a list of industries.

Pubblico

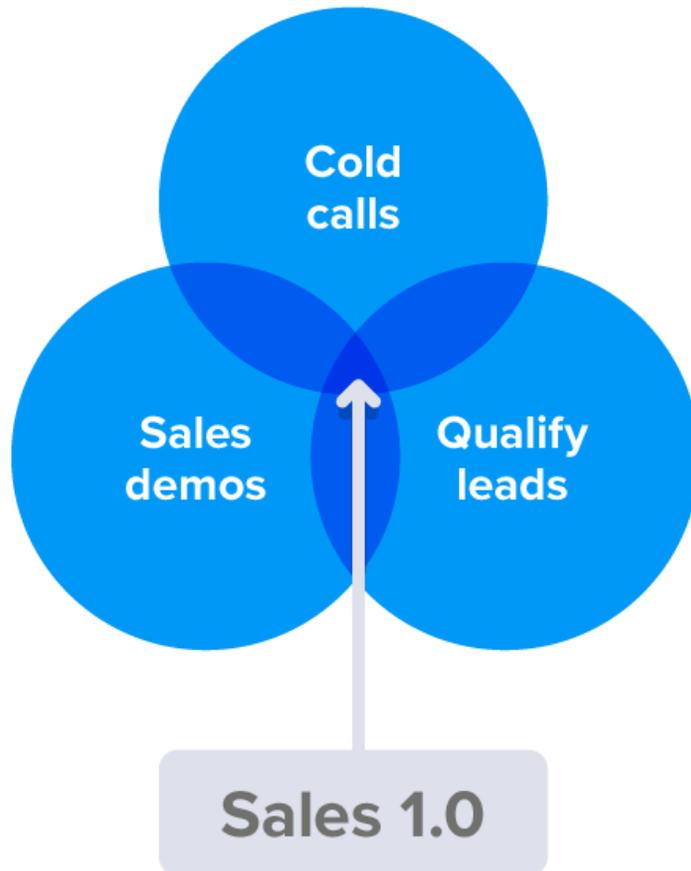
2.252 membri di LinkedIn

Località: Alessandria, Italia; Asti, Italia; Belluno, Italia; Bergamo, Italia; Biella, Italia; Bologna, Italia; Brescia, Italia; Como, Italia; Cremona, Italia; Cuneo, Italia; Ferrara, Italia; Forlì Cesena, Italia; Genova, Italia; Imperia, Italia; La Spezia, Italia; Lecco, Italia; Lodi, Italia; Mantova, Italia; Massa Carrara, Italia; Milano, Italia; Modena, Italia; Monza e Brianza, Italia; Novara, Italia; Padova, Italia; Parma, Italia; Pavia, Italia; Piacenza, Italia; Pordenone, Italia; Ravenna, Italia; Reggio Emilia, Italia; Rimini, Italia; Rovigo, Italia; Savona, Italia; Sondrio, Italia; Torino, Italia; Venezia, Italia; Verbano-Cusio-Ossola, Italia; Vercelli, Italia; Verona, Italia o Vicenza, Italia

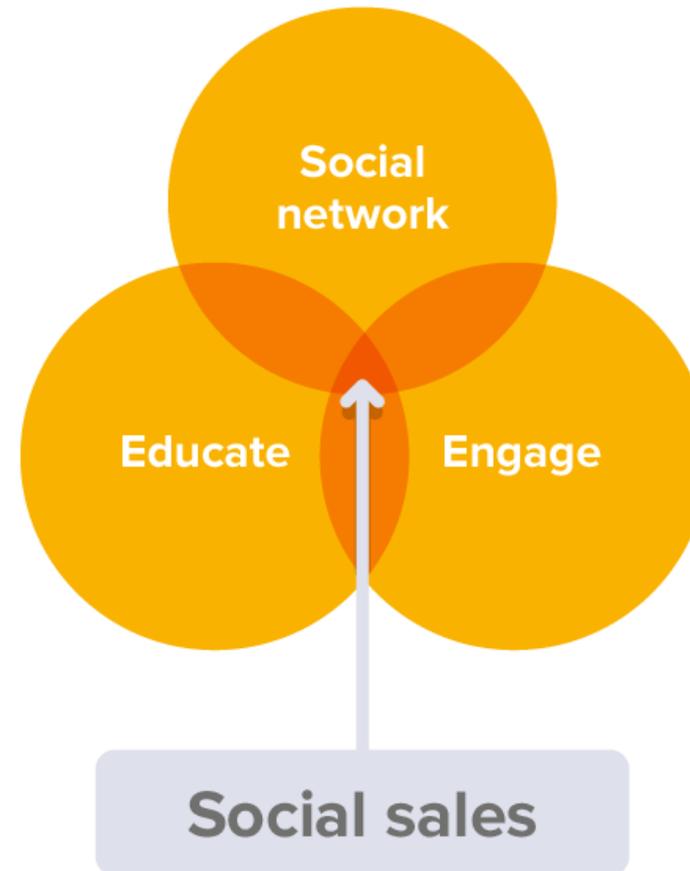
Settore: Lattiero caseario, Settore pesca, Agricoltura, Allevamento, Difesa e spazio, Semiconduttori, Reti informatiche, Telecomunicazioni, Nanotecnologie, Progettazione grafica, Fotografia, Musica, Arti e mestieri, Design, Cinematografia e film, Forniture aziendali, Risorse umane, Outsourcing/Offshoring, Servizi infrastrutturali, Sicurezza e investigazioni, Selezione e ricerca di personale, Marketing e pubblicità, Ricerche di mercato, Consulenza manageriale, Pubbliche relazioni e comunicazioni, Beni di lusso e gioielli, Vino e liquori, Vendite all'ingrosso, Beni di consumo, Arredamento, Commercio al dettaglio, Tabacco, Grande distribuzione, Produzione di alimenti, Elettronica di consumo, Prodotti per lo sport, Cosmetica, Accessori e moda, Architettura e progettazione, Ingegneria civile, Edilizia, Materiali edili, Mercati dei capitali, Immobili commerciali, Capitale di rischio e private equity, Settore bancario, Assicurazioni, Contabilità, Servizi finanziari, Immobiliare, Investimenti, Finanza, Credito, Investimenti

LinkedIn serve a vendere ...

Old sales model



New Sales Model



... e la prima cosa da vendere sei tu e la tua azienda!



Agenda

- PBS, in breve
- Comunicare
- Interagire
- Vendere
- Assumere



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**



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)*

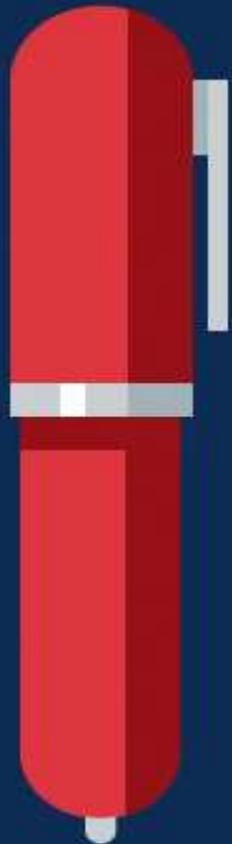
Depending on the job, this cost can be anywhere from \$100 to even \$10,000 (or more) a week. How many fewer sales calls can you make because no one was there to pick up the phone? How many deadlines got missed because no project manager was there to meet expectations? How much longer did angry customers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



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



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, prendiamo tutte le giuste informazioni, assumiamo le persone giuste con tempi e costi giusti e certi (e che poi restino e crescano in azienda!)»



Google

take the guesswork out of your recruitment process

Tutti Immagini Notizie Video Shopping Altro ▾ Strumenti di ricerca

Circa 834.000 risultati (0,51 secondi)

Big data can take the guesswork out of the hiring process — Quartz
[qz.com/.../big-data-can-take-the-guesswork-out-of-the-hiring-p...](#) ▾ Traduci questa pagina
If you want to improve employee retention, and reduce training costs, your recruiting process must change, even for hourly employees, according to the ...

XeroxVoice: Big Data Can Take the Guesswork Out of the Hiring Process
[www.forbes.com/.../big-data-can-take-the-guesswork-out-of-the...](#) ▾ Traduci questa pagina
30 ago 2013 - Big Data Can Take the Guesswork Out of the Hiring Process ... training costs, your recruiting process must change, even for hourly employees, ...

5 Ways to Take the Guesswork Out of Hiring - Indeed Blog
[blog.indeed.com/.../5-ways-to-take-the-guesswork-out-of-hirin...](#) ▾ Traduci questa pagina
07 apr 2015 - 5 Ways to Take the Guesswork Out of Hiring ... A critical step in that process is setting goals around the data you have at your fingertips, and your ... The report will help you assess the effectiveness of your hiring efforts and ...

Take the Guesswork Out of the Recruiting Process | ThinkSales
[www.thinksales.co.za/take-the-guesswork-out-of-the-recruiting-...](#) ▾ Traduci questa pagina
Sales roles vary widely and place very different demands on the people fulfilling them. Profiling your entire sales team prevents you from making all the obvious ...

Assessment tests can take the guesswork out of hiring - TechRepublic
[www.techrepublic.com/.../assessment-tests-can-take-the-guessw...](#) ▾ Traduci questa pagina
Find out whether testing might help you make your hiring process more productive and successful. ... Assessment tests can take the guesswork out of hiring.

Taking the guesswork out of recruiting | Cammio Video Recruitment
[https://cammio.com/blog/taking-the-guesswork-out-of-recruiting/](#) ▾ Traduci questa pagina
20 apr 2015 - The recruitment process is supposed to weed out bad matches, but truthfully, ... and take the guesswork out of recruiting, preventing wasting hours, and high ... Using the right technology and knowing how to leverage it to your ...

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.

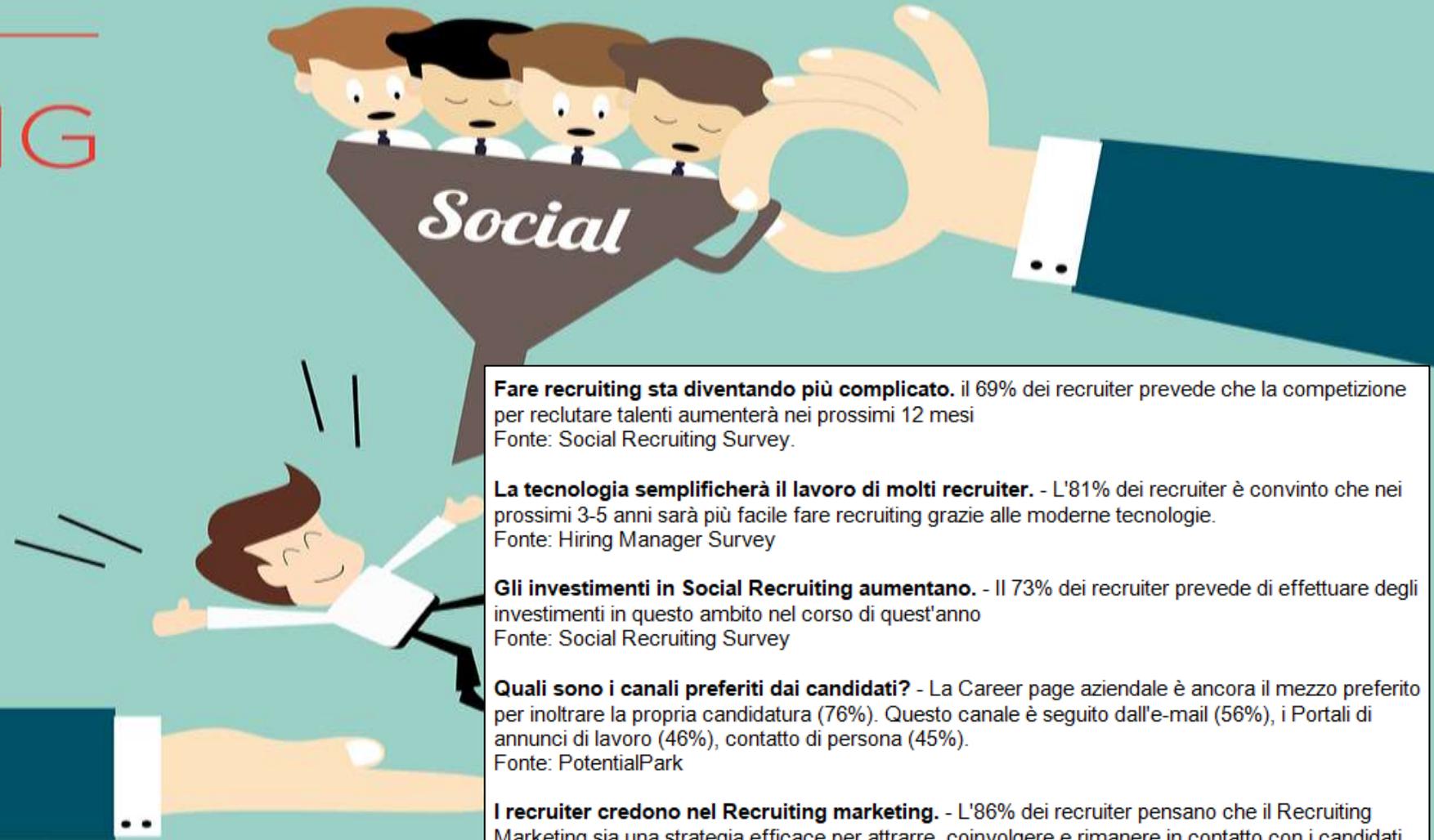
Il nostro primo ospite è **Silvia Zanella**, Global Social Media & Online Marketing Director per il gruppo Adecco.

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 mutuata dal marketing digitale.

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

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

SOCIAL RECRUITING



Know the Importance of Recruitment Marketing

86% of HR professionals agree that recruitment is becoming more like marketing.²



Prepare for future hiring needs and avoid talent shortages by thinking like marketers. Create an engaged pipeline of the right talent by utilizing automation tools, sourcing, and big data.



8 ragioni a favore del *Social Recruiting*

SOCIAL RECRUITING



HR Software

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.

Reaching The Right Candidate Easily

Traditional recruiting required you to go through all the submitted CVs/Resumes, and as 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 domain expertise 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.

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.

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.

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 confidence level will increase and they will have a better candidate experience. If potential candidates have a good experience and a friendly disposition, they are more likely to apply for the job you have to offer.

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.

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.

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 just reach masses which pretty much solve the purpose. In a consulting or, social recruitment holds an upper hand, especially for small and medium business types.

Il Social 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 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:



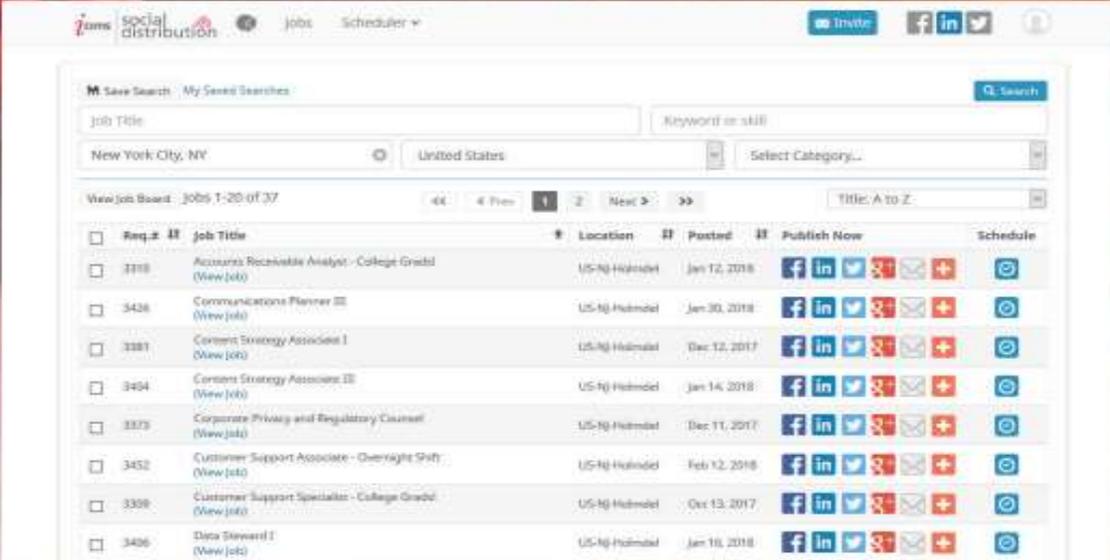
Post open roles to your corporate social profiles to encourage followers to apply.



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.

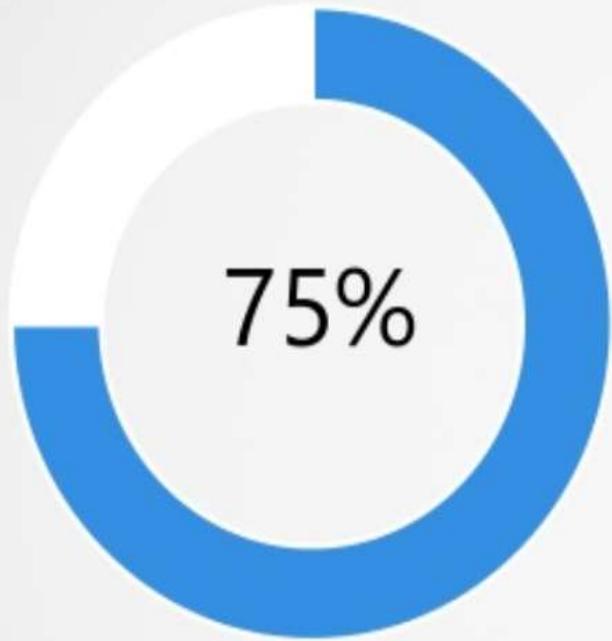


Req.#	Job Title	Location	Posted	Publish Now	Schedule
3118	Accounts Receivable Analyst - College Grad (View job)	US-NJ Hoboken	Jan 12, 2018		
3428	Communications Planner III (View job)	US-NJ Hoboken	Jan 30, 2018		
3381	Content Strategy Associate I (View job)	US-NJ Hoboken	Dec 12, 2017		
3404	Content Strategy Associate II (View job)	US-NJ Hoboken	Jan 14, 2018		
3373	Corporate Privacy and Regulatory Counsel (View job)	US-NJ Hoboken	Dec 11, 2017		
3452	Customer Support Associate - Overnight Shift (View job)	US-NJ Hoboken	Feb 12, 2018		
3308	Customer Support Specialist - College Grad (View job)	US-NJ Hoboken	Oct 13, 2017		
3406	Data Steward I (View job)	US-NJ Hoboken	Jan 10, 2018		

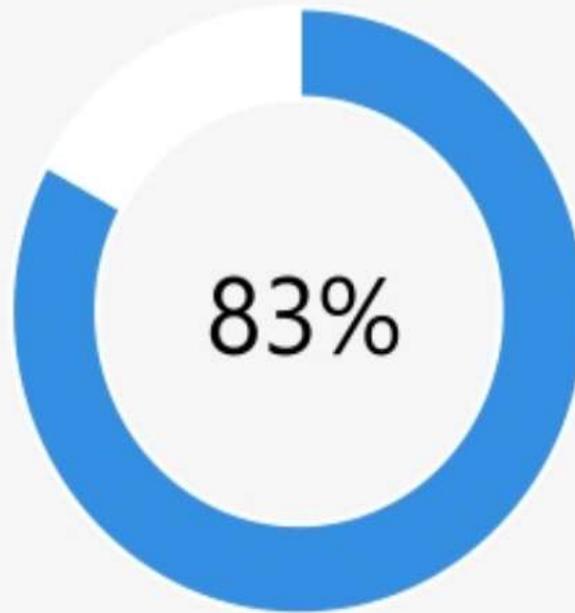
Empower Your Employees

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

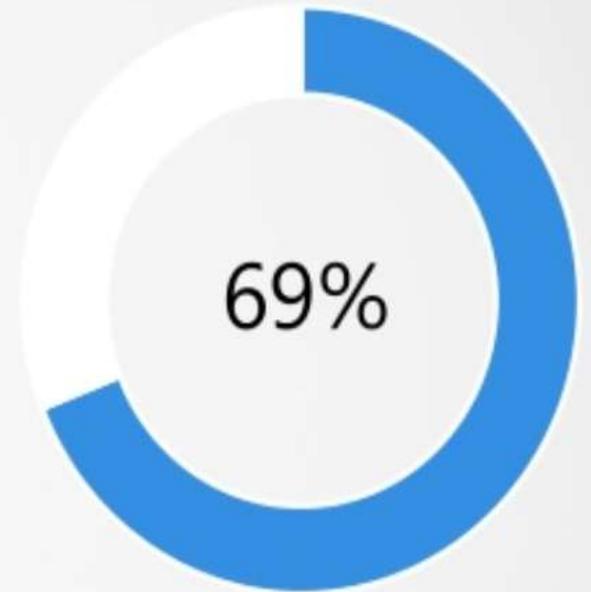
Focus: “Employer Branding”



...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.



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

Younger workers 31%

Older workers 14%

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!

Social Recruiting: il tour guidato



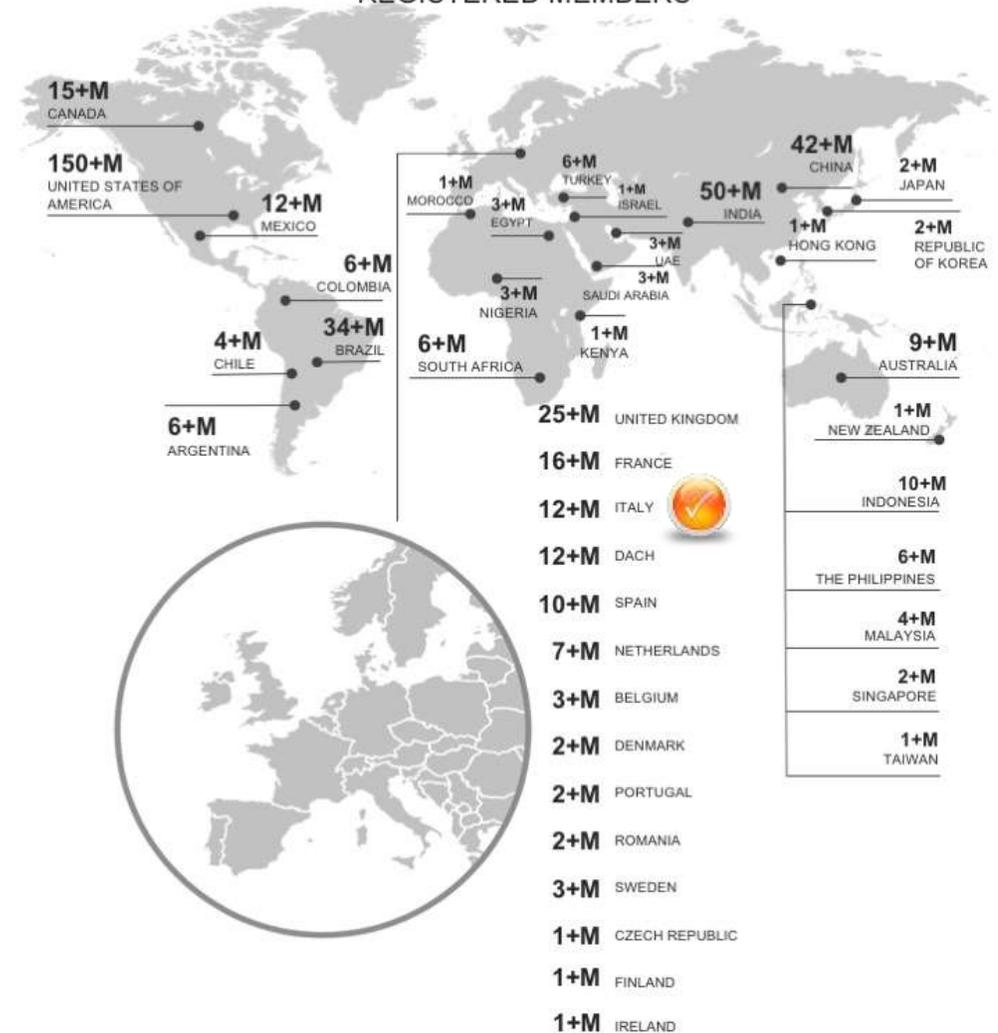
Da dove partiamo? Dall'universo LinkedIn



Our Core Value Proposition

Connect talent with opportunity at **massive scale**

575,000,000+
REGISTERED MEMBERS



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

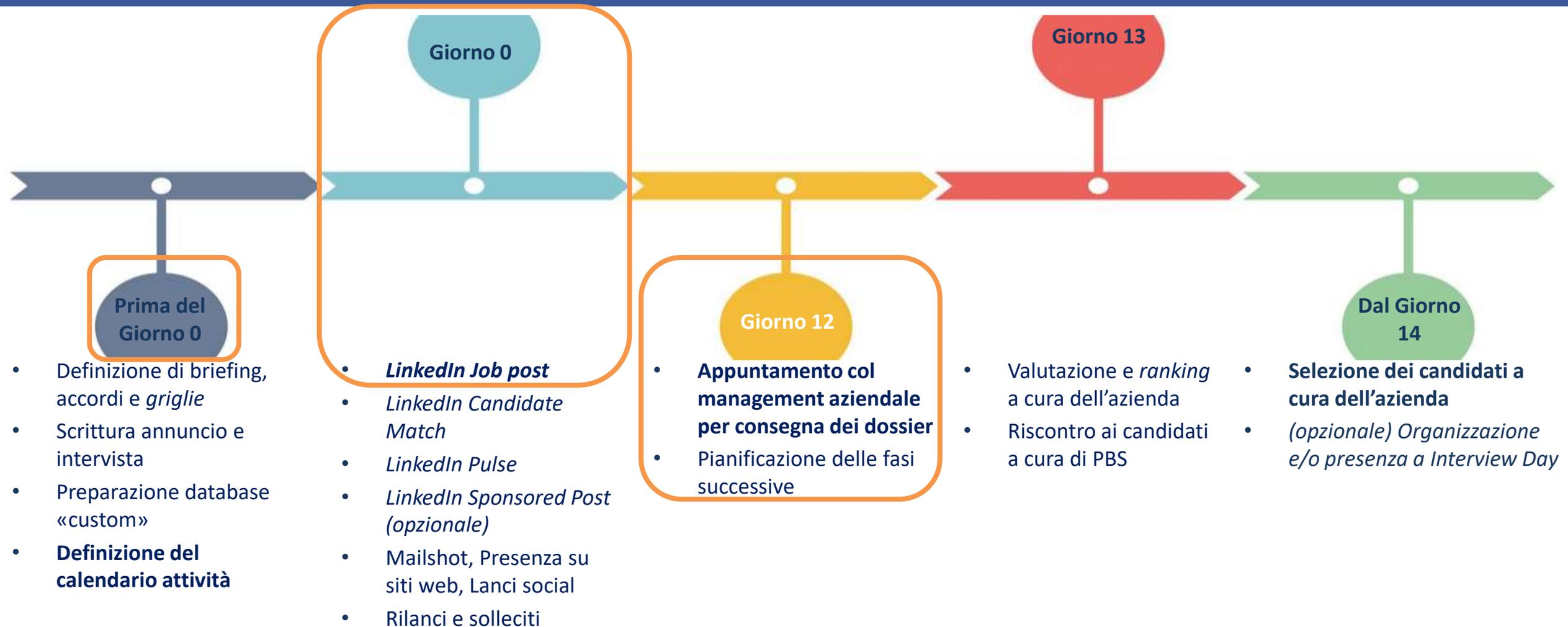


Elena Kalova

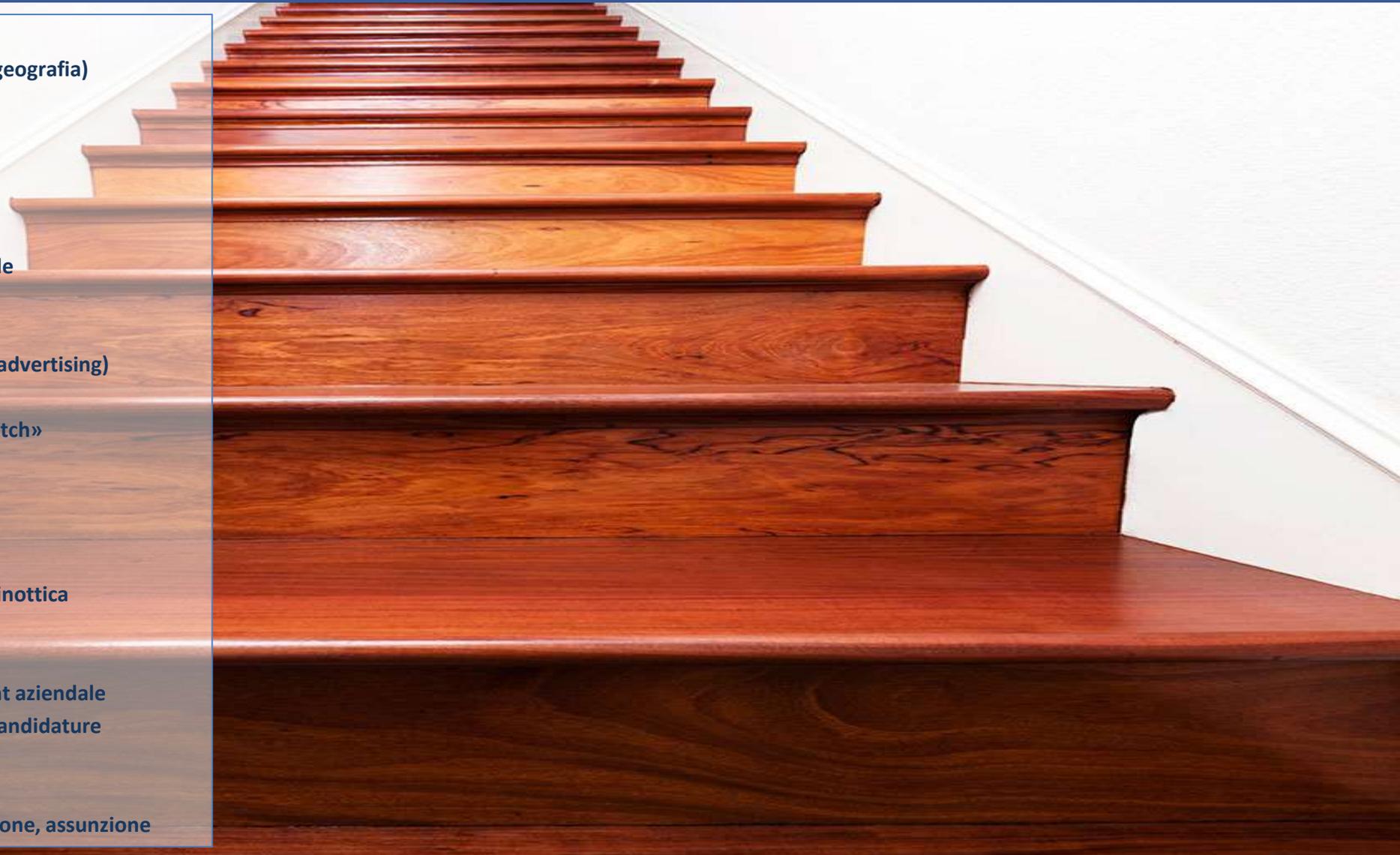
Insightly, VP of People Operations, SMB



Un sistema in massimo 12 giorni lavorativi, garantito!



Social Recruiting by PBS in 25 passi



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

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

[INFORMAZIONI GENERALI (in GIALLO le informazioni indispensabili per le operazioni)]

PBS TALENT

1. Data documento:
2. **Nome azienda committente:**
3. Pagina LinkedIn aziendale:
4. Dati azienda (fatturato, sedi principali/altra, 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 (le 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 di solito (determinato/indeterminato/agenzia mono e plurimandatario/consulente, contratto/ivello):**
18. Aut. aziendale? Per uso promozivo?
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. s'interfaccia con clienti? Di che tipo?
24. La figura è in grado presso un cliente?
25. % stimata trasferte/tempo passato fuori ufficio:
26. Con che frequenza si deve recare in ufficio? Smart Working?
27. Durata tipica delle trasferte:

ALTRO

28. La ricerca è urgente? Quale data di lancio?
29. Area geografica su cui indirizzare la ricerca (provincia/regione)?
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. Come policy applicabile per i candidati

Aggiornato il 28/07/20



Le attività preparatorie: studiare il mercato dei candidati

«Buongiorno, cosa avete per €5mila?»



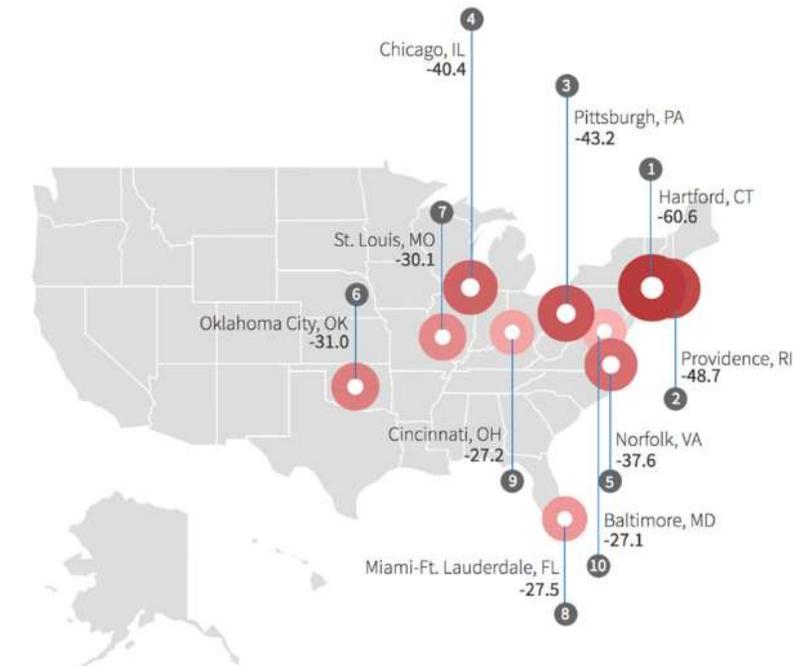
Le attività preparatorie: studiare il mercato dei candidati

MARKET ANALYSIS

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.

Cities that Lost the Most Workers

Population Loss per 10,000 Members



- **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.

Research suggests cybersecurity skills shortage is getting worse

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

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

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 2018 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.

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

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**.

Il buon annuncio: un NON esempio, #1

Mansione:

La figura si occuperà della 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 altro NON esempio

Sicuro | https://offerte-di-lavoro.monster.it/hr-director-milano-rom-italia-asm-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



Il *buon annuncio*: un altro NON esempio

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 altro NON esempio

L'azienda nostra cliente, leader internazionale

nel settore energetico e movimentazione di materiali,

ci ha incaricato di ricercare e selezionare un

HR MANAGER



**KEEP
CALM
ONLY
35 DAYS
TO GO**

personali) collegandosi al sito  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.  entrerà in contatto entro 35 gg. con tutte le candidature ritenute adeguate. La ricerca è rivolta ad ambo i sessi. Per 



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



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

- **Organizzazione del database** per il mailshot
 - Mappatura funzioni, competenze, keyword, aziende target, aree geografiche
- **Profilazione**
 - Identificazione di settori, mercati, aziende, professionalità target
 - **Espansione del database per la specifica attività e personal networking** con questo mercato
 - *I potenziali candidati vengono identificati prima del lancio*
- **Keyword matching** nei profili LinkedIn:
 - Le keyword tra «» (esempio: «software developer») richiedono la corrispondenza esatta della stringa
 - Le keyword multiple (esempio: software developer) richiedono che tutte le parole siano presenti

Esempio: Esperti di «Big Data» a Bologna

117 results for "big data"

2nd Connections x Bologna Area, Italy x Reset

Search
Advanced >

All
People
More...

Relationship

- All
- 1st Connections
- 2nd Connections (117)
- Group Members
- 3rd + Everyone Else

Location

- All
- United States (11929)
- United Kingdom (4380)
- Italy (4301)
- San Francisco Bay Ar... (4274)
- Bologna Area, Italy (117)

+ Add

Current Company

- All
- ICONSULTING (13)
- CRIF (8)
- BitBang (8)
- CINECA (4)
- University of Bologna (4)

+ Add

Michele Giordani 2nd
Senior Director - Big Data Analytics presso CRIF
Bologna Area, Italy · Information Technology and Services
▶ 28 shared connections · Similar
Current: Senior Director - Big Data Analytics at CRIF [Connect](#)

Erica Maccaferri 2nd
Master's Degree in Physics
Bologna Area, Italy · Information Technology and Services
▶ 4 shared connections · Similar
Current: Big Data Analyst at BitBang [Connect](#)

Pietro Giuffrida 2nd
Data Scientist - Big Data Analyst
Bologna Area, Italy · Higher Education
▶ 3 shared connections · Similar
Current: Data Engineer at Big Data Analytics, CRIF [Connect](#)

Sauro Grandi 2nd
Healthcare IT Executive (NoemaLife) | Lab Informatics & Automation | Big Data Science
Bologna Area, Italy · Information Technology and Services
▶ 16 shared connections · Similar
Summary: ... · Machine Learning and Big Data Science Areas... Architectures, Design patterns, Agile lifecycle, Big Data... [Connect](#)

Luca Santirocco 2nd
Big Data & Dashboard Architect at BitBang
Bologna Area, Italy · Information Technology and Services
▶ 15 shared connections · Similar [Connect](#)

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



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 **outsourcing** 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 Annuale 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 costituisce 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"),

declino 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 assistenza 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



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

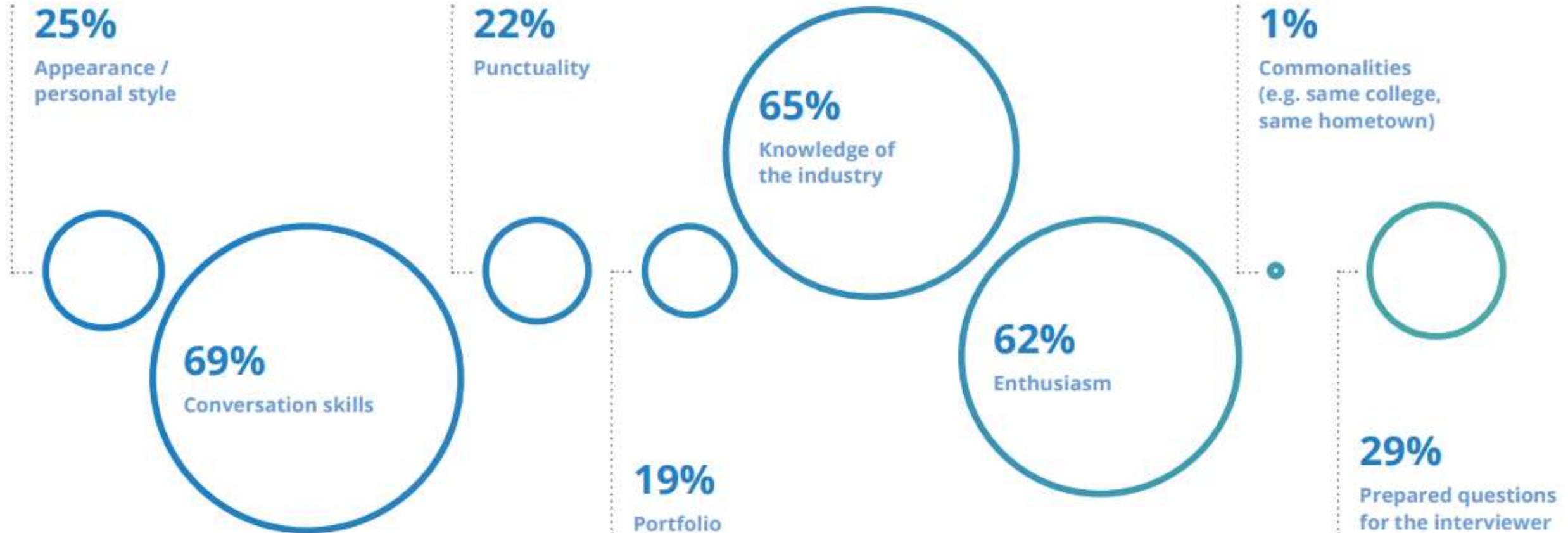
- Consente al candidato di esprimersi con **calma, chiarezza e completezza**
 - **Almeno 3 giorni** per rispondere
- Non necessita di incrociare le agende, accorciando così i tempi
 - Il candidato risponde quando vuole, nei tempi indicati
- Consente al candidato di esprimersi con **impegno e intelligenza 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: sciattezza e frettezza 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: *Jobvite Recruiter Nation 2017*): traspaiono entusiasmo, competenze, capacità espressive

Which of the following positively impact your decision to hire a candidate during an initial in-person interview?



L'intervista scritta da parte del candidato è uno strumento formidabile, #5 (Fonte: *Jobvite Recruiter Nation 2017*): evitiamo i malintesi, favoriamo i controlli

Recruiters say candidates lie most about money and experience:

72% Inflated experience



63% Inflated salary history

..... 70% of recruiters believe it is appropriate to ask about previous salaries. Several U.S. states have drafted legislation to make asking that question illegal in an effort to improve wage equality.

56% Technical skills

50% Competitive offers

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



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

FLAVIO BINI

Lo leggo dopo: 27 giugno 2010

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, RICERCANALISTA...
- AGENTE ELETTRONICA DI CONSUMO**
AZIENDA (www.aungo.it) importante azienda presente da oltre 30 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**



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



La differenza di operatività tra Recruiting Tradizionale e Social

Plan A

Plan B

• 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 2-3 finalisti al CEO che li intervista [**2° round**]
- **Tempo necessario: max 4-5 settimane**

Pronti per partire? (www.primobonacina.com)



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

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

www.primobonacina.com

