

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

PBS
PRIMO BONACINA SERVICES
TALENT



aprile 2020



Digital Recruiting



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

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



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



Business Highlights

2014

founded

850

transactions

€1.5M

revenue since start

1.2M

Top Alexa web site rank

80

events

240

customers

€458k

2019 revenue

14

countries of business

28

brands/customers
(Google Ads)

17

managed companies
(social media)

300

job posts
(digital recruiting)

Updated: 19/3/20

Clienti PBS Talent, Information Technology

(www.primobonacina.com/jobs)

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

Clienti PBS Talent, altri settori (www.primobonacina.com/jobs)

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

Digital Recruiting



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

Tutti dicono che il **Team** è tra i **5 valori fondanti** di un'azienda



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



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



La prima metrica: il tempo




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

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

By Dr. John Sullivan · April 23, 2018



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

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



In Italia è anche peggio



Average Hiring Duration by Country

Country	Average Length of Interview Process (Days)
Brazil	39.6
France	38.9
Switzerland	37.6
Italy	36.0
Belgium	36.0
United Arab Emirates	35.8
Egypt	35.2
Spain	31.7
Mexico	31.2
Japan	30.9
Germany	28.5
United Kingdom	27.5
Poland	25.9
Ireland	25.5
Netherlands	25.4
Singapore	25.4
China	24.7
United States	23.8
Australia	23.3
Philippines	21.8
Malaysia	21.7
Canada	20.1
Romania	19.2
Israel	16.9
India	16.1

Source: Glassdoor Research Services, based on data from 100+ member firms
Average Length of Interview Process, January 1, 2011 to June 30, 2012

glassdoor

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

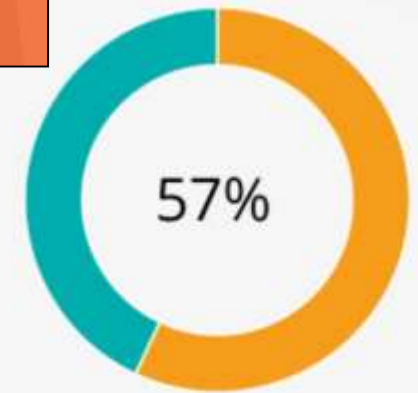


TIME-TO-HIRE

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

Per l'azienda

Per il candidato



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

Source: Robert Half

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



Da dove partiamo? Dall'universo LinkedIn

675 million members in 200 countries and regions worldwide



in Search jobs

Jobs ▾ Date Posted ▾ Link

Sort by: Relevancy

- Past 24 hours (9,660)
- Past Week (36,684)
- Past Month (155,588)
- Any Time (260,292)

Jobs in Italy
260,292 results

ALSTOM AI

LinkedIn è un immenso database di CV, sempre aggiornato a cura del candidato



Una definizione di Digital Recruiting

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



CALL TO ACTION

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

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

Recruiting: una necessità, tante alternative



Semplificando, le dividiamo in 3



Recruiting: è un momento di discontinuità

The Recruitment Industry to die in 2018

Published on November 1, 2016



Simon Young [Follow](#)

Based in Yorkshire - Let me help you generate new bu...



633



235



168

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

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

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



Il recruiter: un mestiere che cambia velocemente (e si avvicina al *Digital marketing*)

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

Recruiting tips



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

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



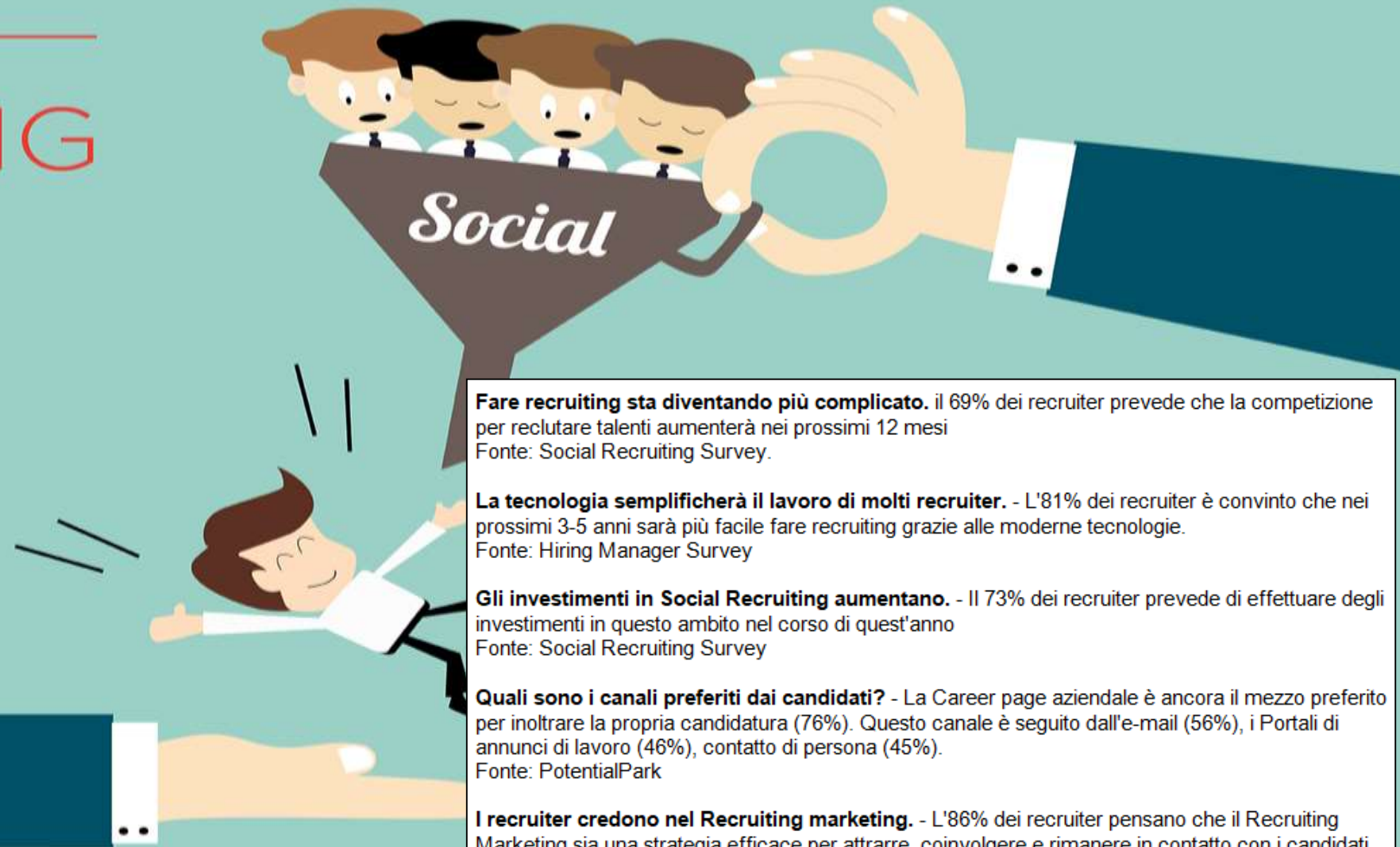
Silvia Zanella · 2nd
Head of Employer Branding and HR Communications Italy, Spain, Portugal at EY

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 mutuato dal marketing digitale.

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

SOCIAL RECRUITING



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

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

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

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

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

7 ragioni a favore del *Digital Recruiting*

SOCIAL RECRUITING



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

Fare Digital Recruiting richiede di pensare come un'agenzia matrimoniale



HOME PODCAST RUBRICHE BLOG CANALI PARTNER CHI SIAMO PRESS

DIGITAL HR – FAI DIGITAL RECRUITING? PENSA COME UN'AGENZIA MATRIMONIALE

DIGITAL HR | EPISODIO 7 - Fai Digital Recruiting? Pensa come un'agenzia matrimoniale Spreaker

00:00 23:34

7 episodi 2 ore

- In primo piano** DIGITAL HR | EPISODIO 7 - Fai Digital Recruiting? Pensa come un'agenzia matrimoniale 23:34
- DIGITAL HR | EPISODIO 6 - Lo scoiattolo viola, ovvero il candidato migliore: è lui la persona da assumere? 19:10
- DIGITAL HR | EPISODIO 5 - ... 20:10



APPROFONDIMENTI

🔗 [SCARICA LIBERAMENTE IL TUTORIAL DI PBS SUL DIGITAL MARKETING APPLICATO AL RECRUITING](#)

VUOI RICEVERE VIA E-MAIL I PROSSIMI CONTENUTI DI RADIO IT?

✉ Iscriviti alla nostra newsletter

Siamo di nuovo in compagnia di Primo Bonacina, Managing Partner di PBS – Primo Bonacina Services ed esperto, tra le altre cose, di Digital HR e Digital Recruiting.

Il Digital Recruiting è realtà

SOCIAL RECRUITING



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

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

Fonte: Censuwide

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

amazon



Amazon ha reinventato il Retail:

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

Questi 12 punti si applicano anche al «Digital Recruiting»: il Digitale cambia il Recruiting come Amazon il Retail

Le aziende sono pronte per il Digital Recruiting?

Loro lo sono!



La vostra presenza web/social è adeguata?

CALL TO ACTION

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



Storytelling & Employer Branding? Di più: “Radical Transparency”

Transparency is the New Standard

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



Candidates head straight to the company website

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



Chat up personal connections



Do some social media stalking

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



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

Especially younger workers



Jobvite



CALL TO ACTION

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



Il *Digital Recruiting* interviene in 2 punti ben precisi

Annuncio/Inviti/Newsletter/Post/
Promozione/SEO



Visualizzazioni significative

candidature

«Fit»

Algoritmi, Comunicazione, Processi

Dossier

Interviste 1:1



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

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

[rose-colored glasses - Wiktionary](#)



Emotional intelligence

From Wikipedia, the free encyclopedia

Emotional intelligence (EI), **emotional leadership** (EL), **emotional quotient** (EQ) and **emotional intelligence quotient** (EIQ), is the capability of individuals to recognize their own emotions and those of others, discern between different feelings and label them appropriately, use emotional information to guide thinking and behavior, and manage and/or adjust emotions to adapt to environments or achieve one's goal(s) ^{[1][2]}

Although the term first appeared in "The Communication of Emotional Meaning" paper by a member of Department of Psychology Teachers at College Columbia University Joel Robert Davitz and clinical professor of psychology in psychiatry Michael Beldoch^[3] in 1964, it gained popularity in the 1995 book "Emotional Intelligence", written by author and science journalist Daniel Goleman.^[4] Since this time, EI, and Goleman's 1995 analysis, have been criticized within the scientific community,^[5] despite prolific reports of its usefulness in the popular press ^{[6][7][8][9]}

Digital Recruiting

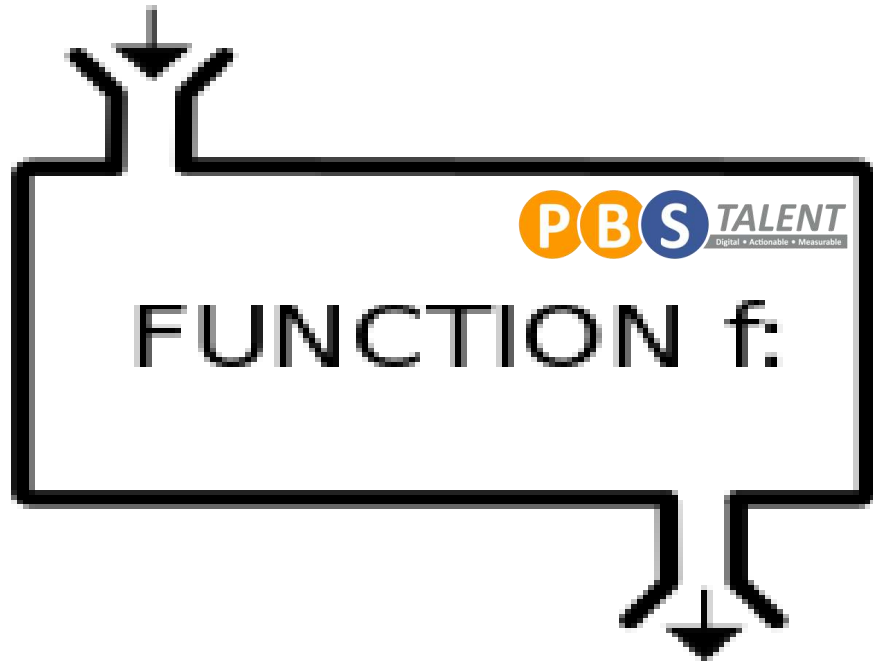


1. Chi è PBS
2. Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti
3. **Una metodologia basata su Digital Marketing che porta risultati in 2 settimane. Garantito!**
4. Ricapitolando

La «macchina» del Digital Recruiting

Descrizione dell'esigenza da parte dell'azienda

INPUT x



OUTPUT $f(x)$

Affiancamento alle attività di recruiting dell'azienda per **2 settimane**

*Digital
(Marketing
applicato al)
Recruiting*

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



Cos'è un DOSSIER?



CALL TO ACTION

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

Un Insieme di Informazioni che descrive compiutamente un Candidato, in un formato uniforme

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

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



Sì, è la risposta per TUTTE le necessità (ruolo, mercato, geografia) con 2 sole eccezioni

1. Le ricerche confidenziali



2. Le professionalità (e sono sempre meno) non presenti su LinkedIn



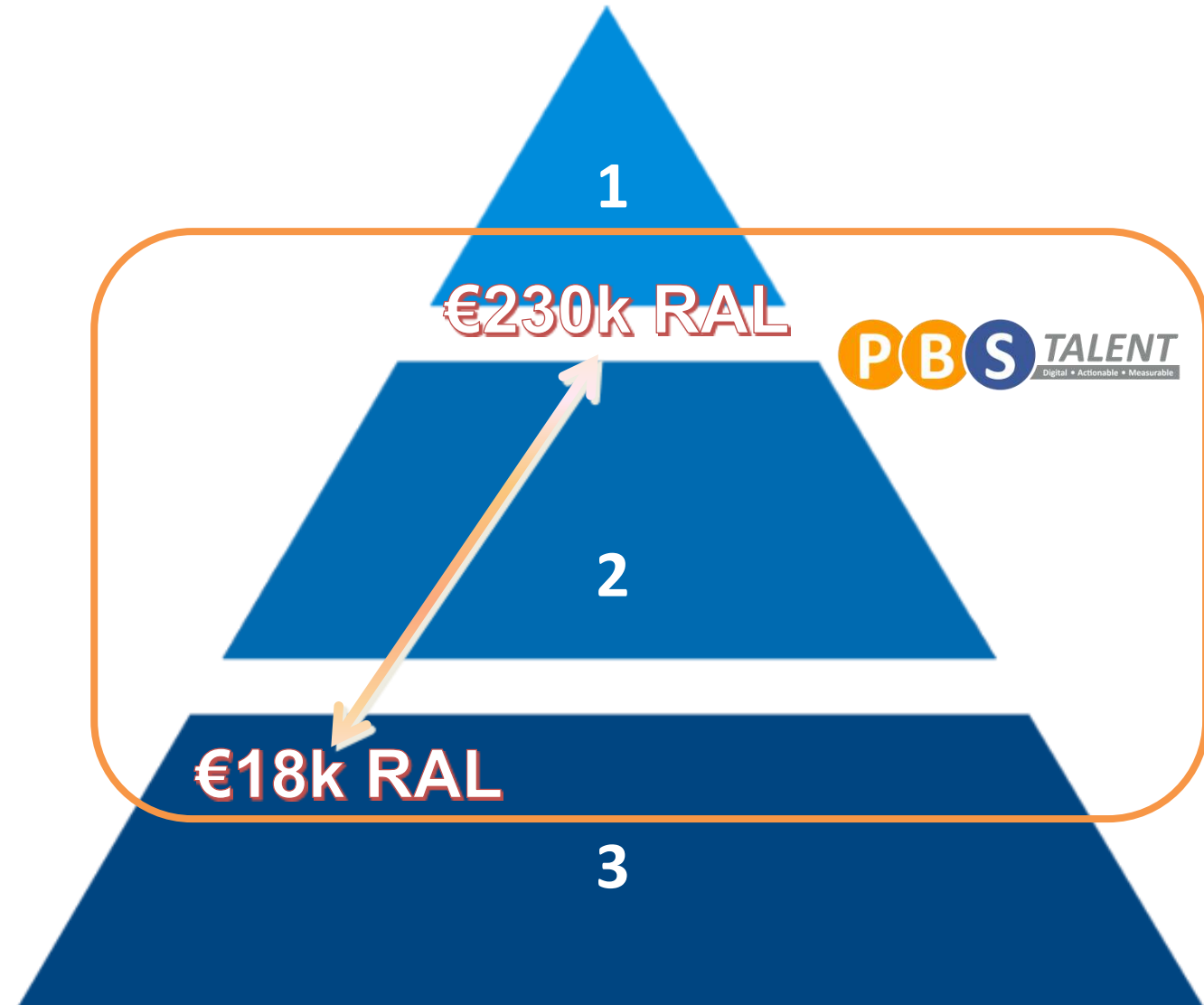
L'area più facilmente indirizzabile

1. *Fascia «top»: ricerche confidenziali*

2. Fascia «da medio-bassa ad alta»:

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

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



Le aziende che possono beneficiare del Digital Recruiting: 8 casi



1. Non strutturate lato HR: necessità di risultati in tempi brevi e certi, senza occuparsi di queste attività



2. Complesse (internazionali, più sedi e dipartimenti): supportare il dialogo interno (BU/HR, locale/internazionale)



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



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



5. Con un piano di rapida crescita, necessitano supporto su picchi di lavoro



6. Che vogliono delegare alcune attività per concentrarsi sul core business



7. Che ricercano spesso lo stesso profilo, vogliono avere sempre disponibile un set di candidati



8. Che vogliono delegare le ricerche su specifici territori, magari lontani dalla sede principale

Digital Recruiting: il tour guidato



Un sistema in 2 settimane

Preparazione

Giorno 0:
Lancio (job
post)

Verifica di
andamento

Dopo 2 settimane:
Appuntamento col
management per la
consegna dei lavori

Selezione a cura
dell'azienda



**CALL TO
ACTION**

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

Digital Recruiting by PBS: l'algoritmo in 40 passi

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



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



Aggiornato: 19/3/20

Titolo annuncio e strategia di posizionamento

Channel (**specializzazione**) Sales Account Manager (**ruolo**),
Software/Security/Data Center (**competenze**) (Nord Est)
(**zona/baricentro**)



Il *buon annuncio*: 9 sezioni

1. Titolo in 3 segmenti: *ruolo, qualifica (sede)*

2. Breve e motivante descrizione azienda (storytelling)

3. Breve e motivante descrizione ruolo (storytelling)

4. Linee di riporto e dettaglio sede

5. Compiti

6. Competenze

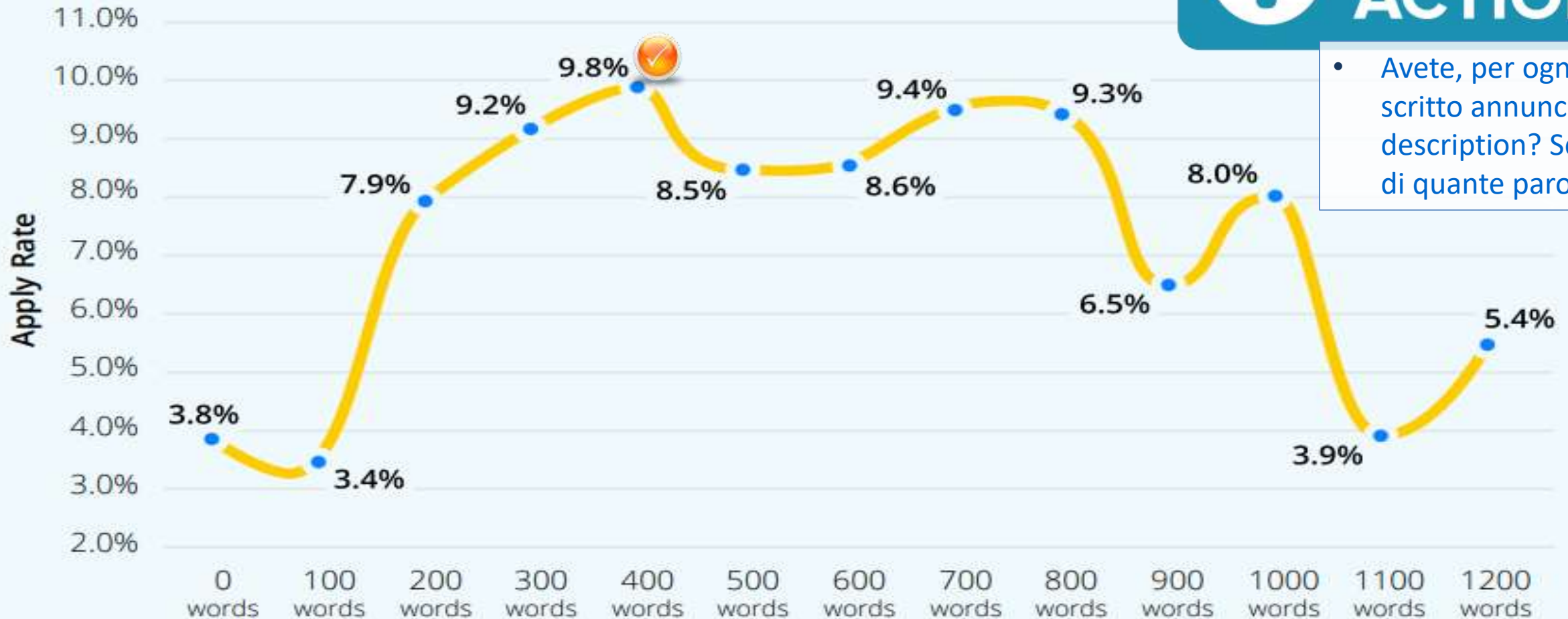
7. Soft Skill

8. Livelli retributivi e benefit

9. Contatto e riscontro

400-600 parole (una pagina A4 corpo 11)

Apply Rate by Length of Job Description



CALL TO ACTION

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

Un esempio di «buon annuncio»

1. Titolo in 3 segmenti: *ruolo, qualifica (sede)*

2. Breve e motivante descrizione azienda (storytelling)

3. Breve e motivante descrizione ruolo (storytelling)

4. Linee di riporto e dettaglio sede

5. Compiti

6. Competenze

7. Soft Skill

8. Livelli retributivi e benefit

9. Contatto e riscontro

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

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

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

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

I **compiti** principali:

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

Le **competenze** più importanti:

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

Le **caratteristiche** vincenti:

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

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

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

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

 **CALL TO ACTION**

- Avete definito una struttura standard per l’annuncio?

La pubblicazione dell'annuncio su LinkedIn Jobs

in sales manager Prato Area, Italy Search

Jobs Date Posted LinkedIn Features Company Experience Level All filters

Sort by: Relevance Split View

Sales manager in Prato Area, Italy 7 results Job alert Off

Sales Manager, Soluzioni ERP proposte tramite Rivenditori/Software House (Prato e province limitrofe)
Open Source Italia Srl
Prato Area, Italy
Open Source Italia (in breve: OSItalia) nasce nel 2001 come software-house specializzata nella produzione di soluzioni gestionali ...
1 connection works here
3 weeks ago · Easy Apply

Sales & Business Development Manager - Toscana
Atelier Recruitment
Pistoia, IT
Nell'ambito di un forte progetto di espansione della presenza di Bancomat nell'area della To... it.jobble.org
Be an early applicant
3 days ago

SALES ACCOUNT MEDICAL DEVICES TOSCANA
ab medica spa
Pistoia, IT
Monitorare l'andamento delle vendite, dei prezzi di mercato e la concorrenza nella zona di co... it.jobble.org
2 connections work here
1 week ago

ru44968 - responsabile commerciale italia/estero
La Risorsa umana.it
Prato, IT

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

Save Easy Apply

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

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

Contact the job poster

Primo Bonacina
Managing Partner, PBS - Primo ...
Iseo, Lombardy, Italy
PREMIUM
Send InMail

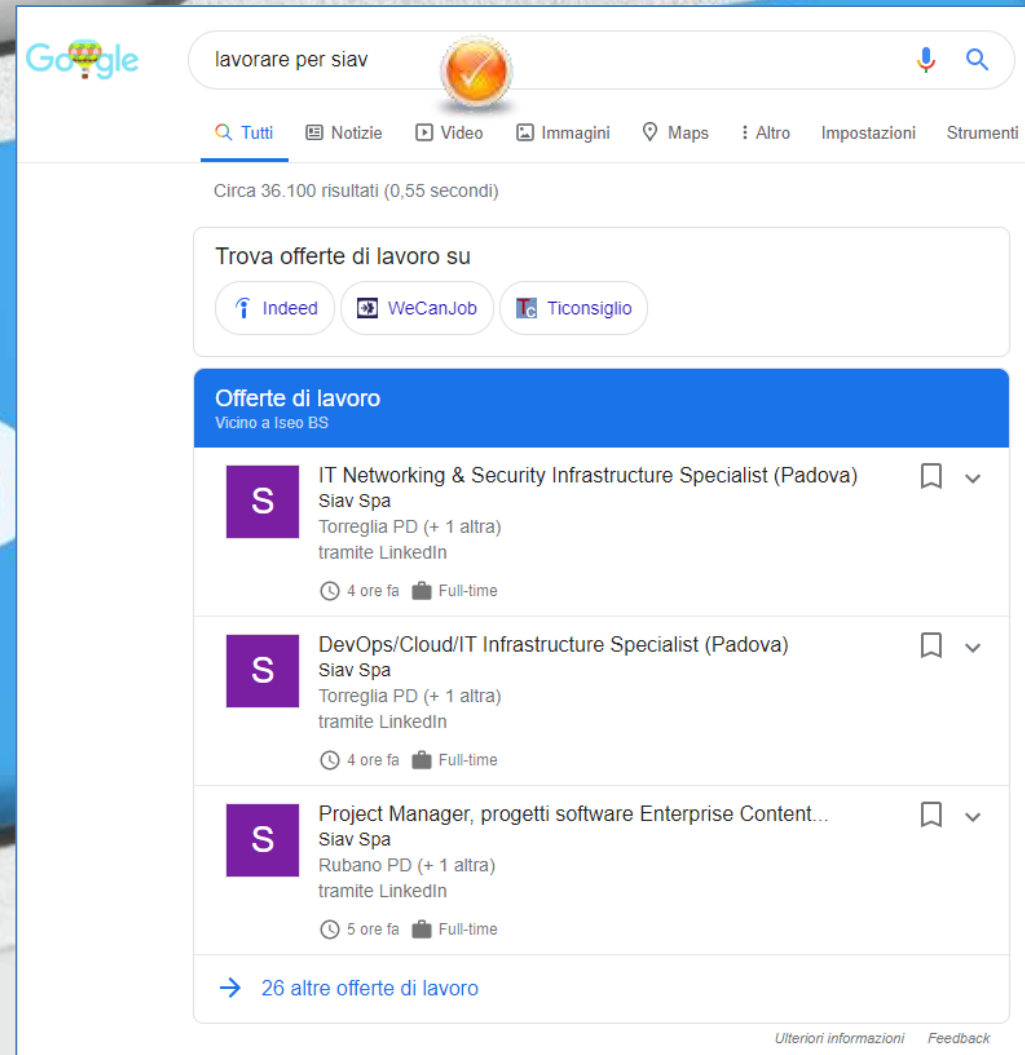
Primo Bonacina
Managing Partner, PBS - Primo Bonacina Services: consultancy on marketing/digital, business/sales, management/HR
Iseo, Lombardy, Italy
[Review profile](#)

Email
primobonacina@gmail.com

Phone

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

La candidatura è visibile in Google (SEO)



The screenshot shows a Google search for "lavorare per siav". The search results page displays approximately 36,100 results in 0.55 seconds. Below the search bar, there are navigation options for "Tutti", "Notizie", "Video", "Immagini", "Maps", "Altro", "Impostazioni", and "Strumenti". A section titled "Trova offerte di lavoro su" includes buttons for "Indeed", "WeCanJob", and "Ticonsiglio". The main section, "Offerte di lavoro", is filtered for "Vicino a Iseo BS" and lists three job openings from Siav Spa:

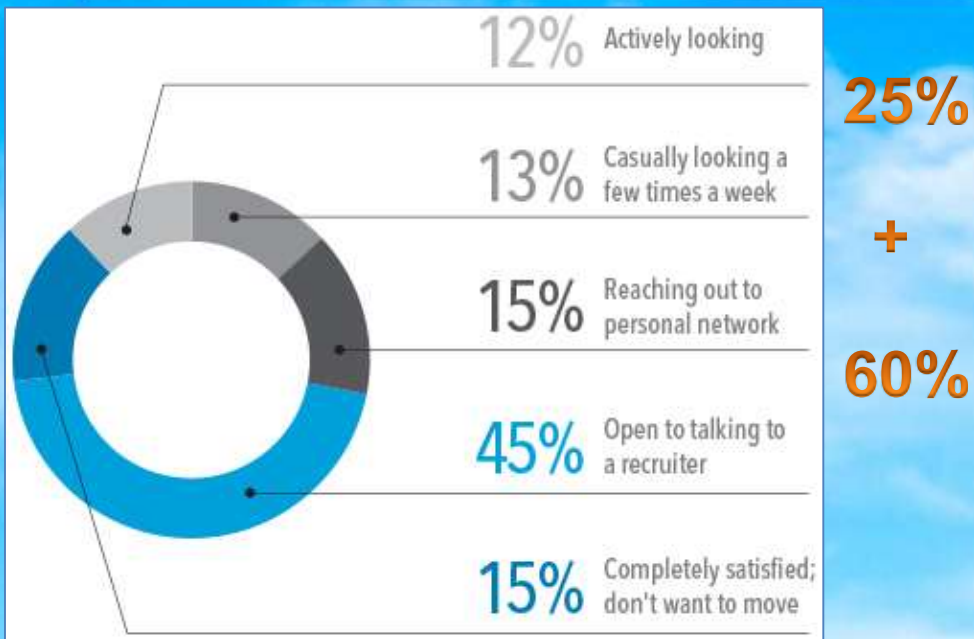
- IT Networking & Security Infrastructure Specialist (Padova)**
Siav Spa
Torreglia PD (+ 1 altra)
tramite LinkedIn
4 ore fa • Full-time
- DevOps/Cloud/IT Infrastructure Specialist (Padova)**
Siav Spa
Torreglia PD (+ 1 altra)
tramite LinkedIn
4 ore fa • Full-time
- Project Manager, progetti software Enterprise Content...**
Siav Spa
Rubano PD (+ 1 altra)
tramite LinkedIn
5 ore fa • Full-time

At the bottom, there is a link for "26 altre offerte di lavoro" and a footer with "Ulteriori informazioni" and "Feedback".

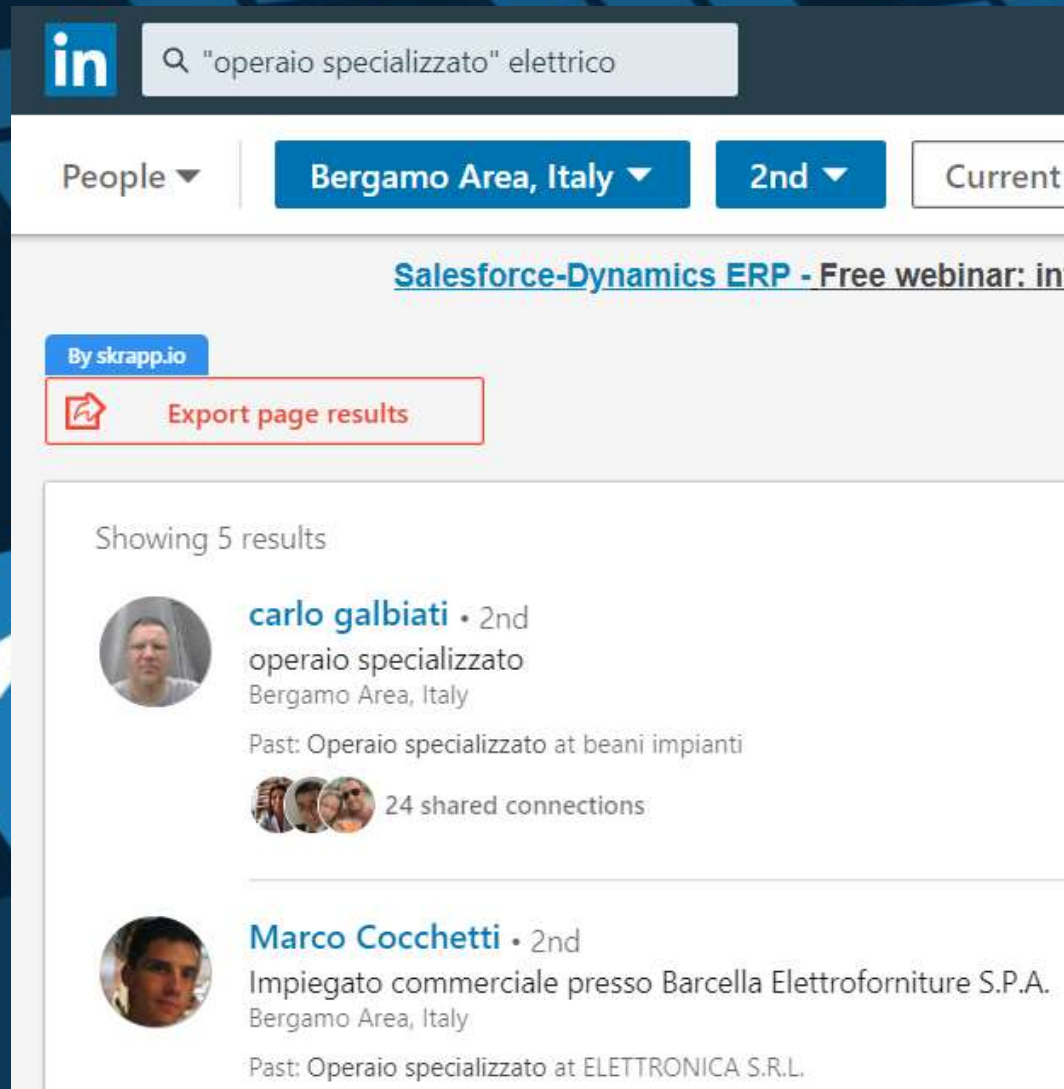
Fino a 10 skill LinkedIn nell'annuncio



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



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



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



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

10

Antares Vision

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

Field Service Engineer, Manufacturing

"operaio specializzato" elettrico

"tecnico elettrico"

electric engineer manufacturing

elettricista

field engineer manufacturing

impiantista

maintenance engineer manufacturing

manutentore elettrico

quadrista

trasfertista

Antares Vision

125

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

CALL TO ACTION

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

JOBS

[ITA] AD CONSULTING SPA ASSUME: SQL Server DBA (Modena)

PBS - Primo Bonacina Services

AD CONSULTING SPA ASSUME: SQL Server DBA
<http://www.primobonacina.com/ita-ad-consulting-spa-job/#hiring#recruiting#HR#jobs>

PBS
Digital • Actionable • Measurable
TALENT

Primo Bonacina
@PrimoBonacina

AD CONSULTING SPA ASSUME: SQL Server DBA (Modena)
[primobonacina.com/ita-ad-consult ...](http://primobonacina.com/ita-ad-consult...)
#job #hiring #recruiting #HR #jobs

[ITA] AD CONSULTING SPA ASSUME: SQL Server DBA (Mo...)
AD Consulting SPA è un system integrator fondato a Modena nel 2011 e specializzato nella progettazione di soluzioni infrastrutturali IT. Società giovane, dinamica e con forti competenze tecniche...
primobonacina.com

Primo Bonacina
Managing Partner, PBS - Primo Bonacina Services

AD Consulting SPA ASSUME: SQL DBA (Modena)
<http://www.primobonacina.com/ita-ad-consulting-spa-job/#hiring#recruiting#HR#jobs>

PBS
Digital • Actionable • Measurable
TALENT

I criteri di «Fit»

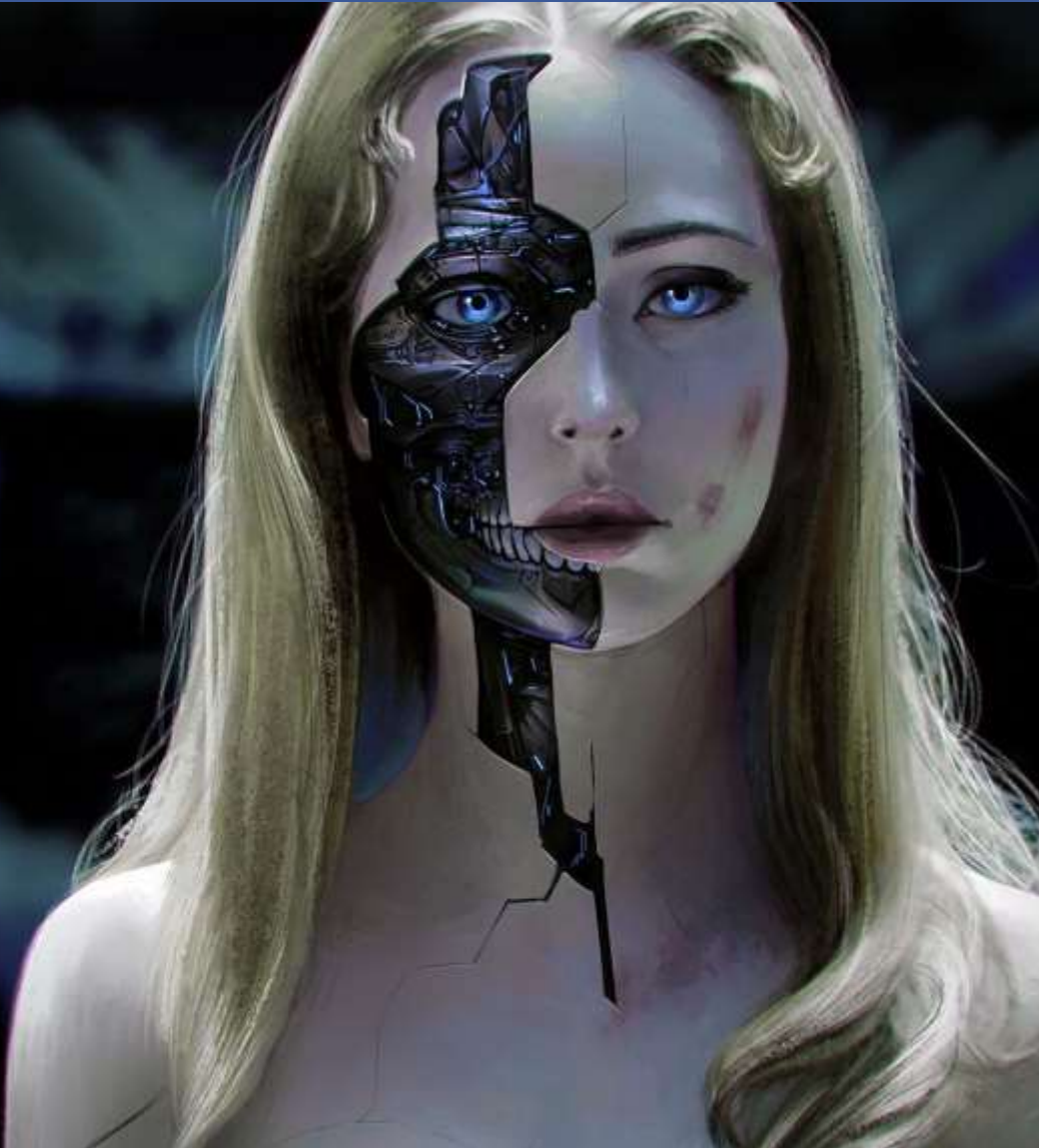


- Residenza
- Nazionalità
- Età
- Anni di esperienza
- Esperienze, Percorso
- Mercato, Settore
- Competenze
- Maschio/Femmina
- Sovrapposizione annunci
- Candidati da non considerare



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

ATTENZIONE: NON stiamo parlando di AI e *Chatbot*



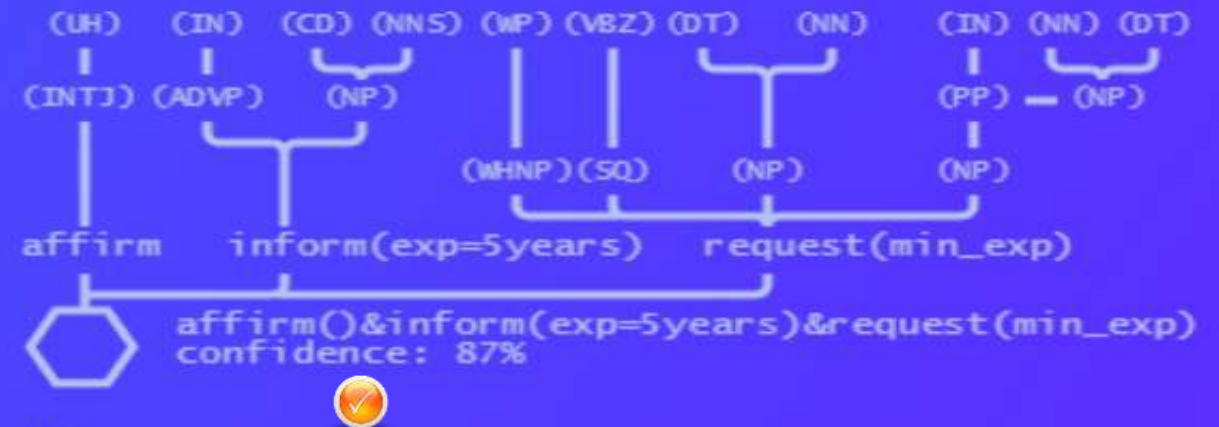
Mya
10:23 AM

Hey Daniel, do you have managerial experience?



Daniel Callaway
10:23 AM

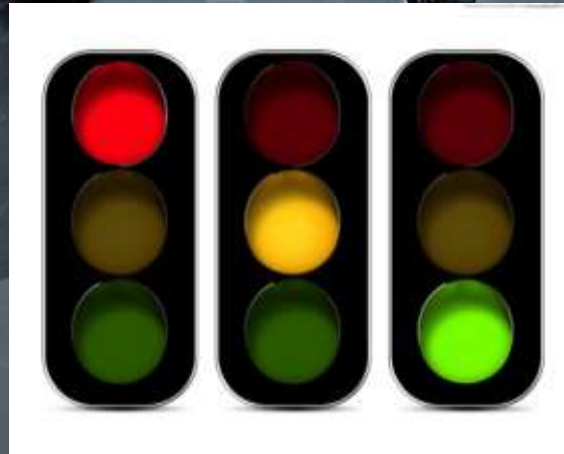
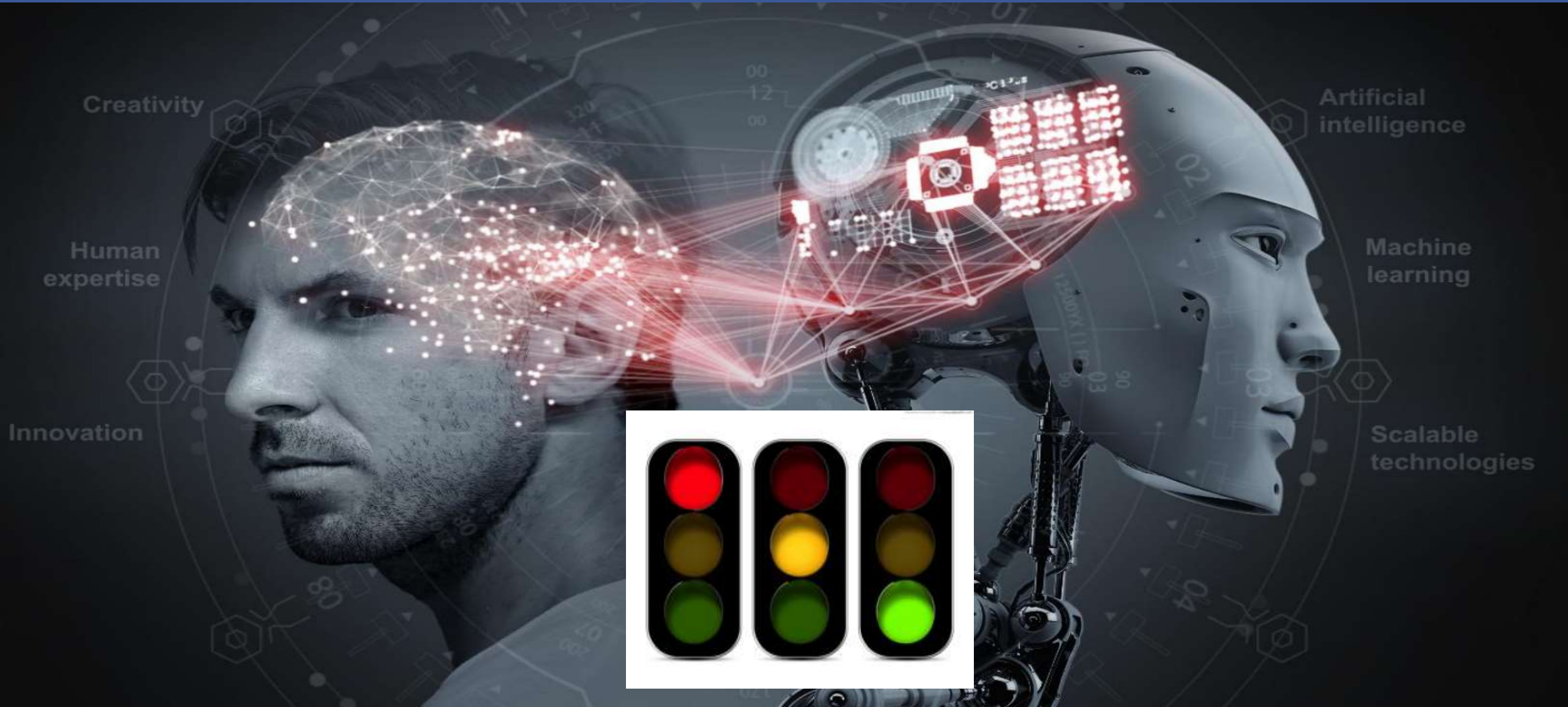
Yes, about five years. What's the minimum for this role?



Mya
10:23 AM

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

Ogni candidatura deve venire vista da occhio umano (supportato da algoritmi, best practice, processi)



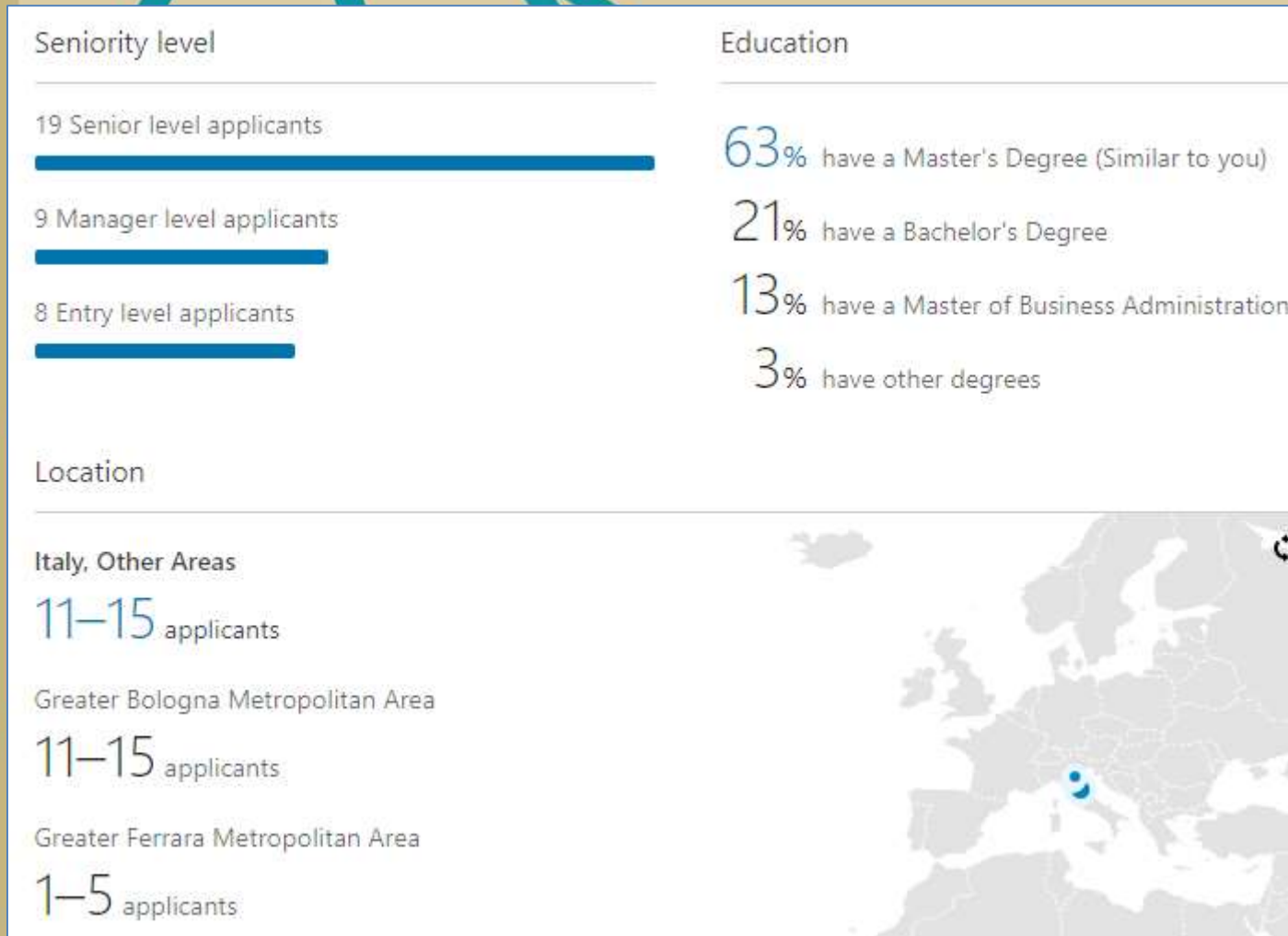
L'analisi dei ritorni per provincia

View by: Geography ▾

Geography	View to apply rate	A: Daily unique member job views	B: Unique member job applies
Bologna Area, Italy	30%	A: 63	B: 19
Modena Area, Italy	20%	A: 10	B: 2
Reggio Emilia Area, Italy	12%	A: 8	B: 1
Ferrara Area, Italy	42%	A: 7	B: 3
Rome Area, Italy	14%	A: 7	B: 1



«Seniority & Education» (*codifica* profilo LinkedIn)



La provenienza dei candidati

Companies	View to apply rate	● A: Daily unique member job views	● B: Unique member job applies
Ferrari	66%	A: 3	B: 2
Consulente	33%	A: 3	B: 1
YOOX NET-A-PORTER GROUP	33%	A: 3	B: 1
Capgemini	100%	A: 2	B: 2
Alterna	50%	A: 2	B: 1
INTEGRA SRL (Gruppo L'Operosa) - Partner Zucchetti	50%	A: 2	B: 1

«Dice il saggio ...»

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



Come avere più informazioni oggettive/soggettive sui candidati?

La 1° intervista (scritta)



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



CALL TO ACTION

- Metodologia molto **testata**
 - **Chiara ed esaustiva**
 - Domande precise, risposte verificabili
- ***Behavioural-Based Interview***
 - *«tecnica di colloquio che indaga il potenziale del candidato analizzando il suo comportamento passato e chiedendo esempi relativi alla sua esperienza, permettendo di raccontare, ad esempio, storie di successo»*
- **Rimane traccia (a differenza dei colloqui orali dove ognuno prende i propri appunti), funge da sicuro elemento di riferimento**
 - **Soprattutto in caso di più incontri nel tempo**

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

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

- Non necessita di incrociare le agende, accorciando i tempi
 - Il candidato risponde quando vuole, nei tempi indicati
- Consente al candidato di esprimersi con **calma, chiarezza e completezza**
 - **3 giorni** per rispondere
 - Tipicamente 2-4 pagine di testo
- Consente al candidato di esprimersi con **impegno e *intelligenza emotiva***
 - Modulando il discorso sulla base dell'interlocutore e dell'opportunità
- **Evita il filtro della prima intervista orale**
 - **Le informazioni arrivano direttamente ai Decisori**
- Fondamentale per **successive analisi**
 - Stabilire una prima empatia, incontrare i **candidati più centrati**, scremare persone **che non sanno scrivere correttamente** e/o che non sanno usare il correttore ortografico ...



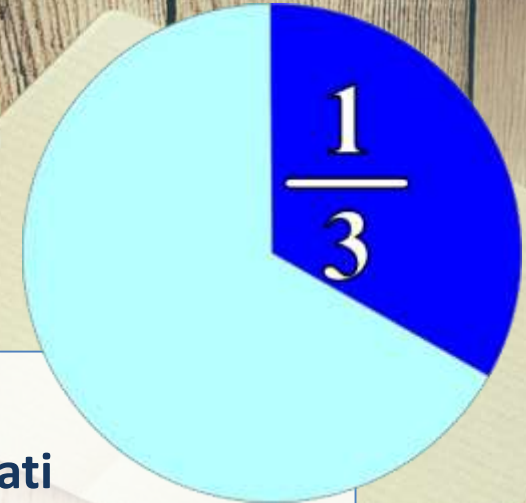
NO!

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

- Permette di valutare non solo sulla base degli **skill e competenze** ma anche delle **attitudini e comportamenti**
 - Aiuta a identificare (a priori o a posteriori) i «millantatori»
 - Permette di percepire **l'impegno, la cura, l'attenzione al dettaglio** con cui il candidato ha risposto: sciattezza e fretteolosità sono mali dei tempi moderni
- Permette, durante l'incontro, di **non perdere tempo con domande preliminari**
 - Massimizzare il tempo utile dedicato all'incontro
 - Scegliere i temi da **approfondire**
 - Concentrarsi sulle **aree di attenzione** e sulle sensazioni
 - Capire se il candidato è in linea con la **cultura aziendale**

La scrematura automatica: non tutti i candidati rispondono all'intervista. Ci sono «quelli che» (cit.)

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



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

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

Una priorità costante: la comunicazione con i candidati



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



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



L'Interview Day

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



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

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



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



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

Due possibili approcci: Top Down vs. Bottom Up

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

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



Top Down?

OR



Bottom Up?

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



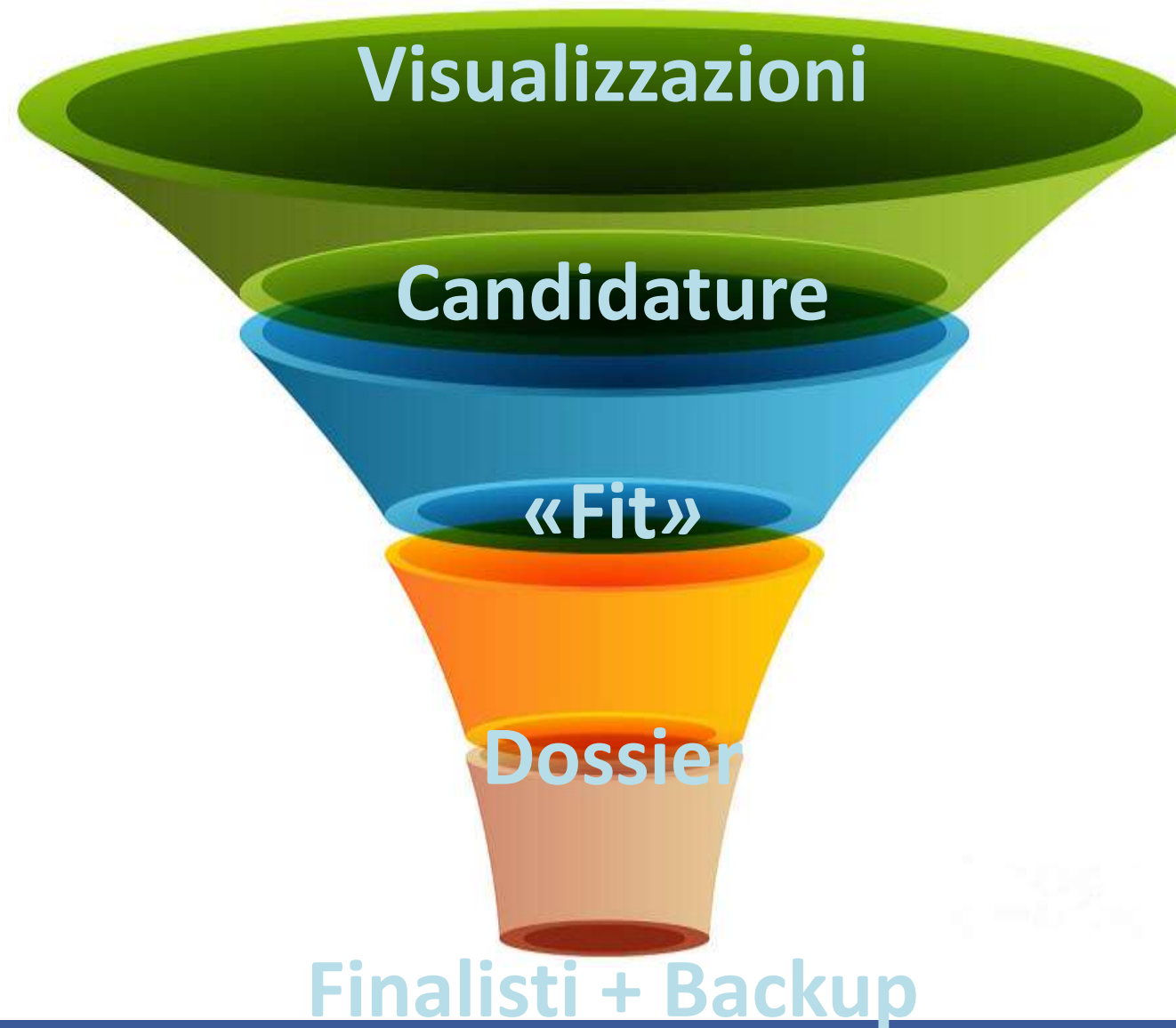
28%

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

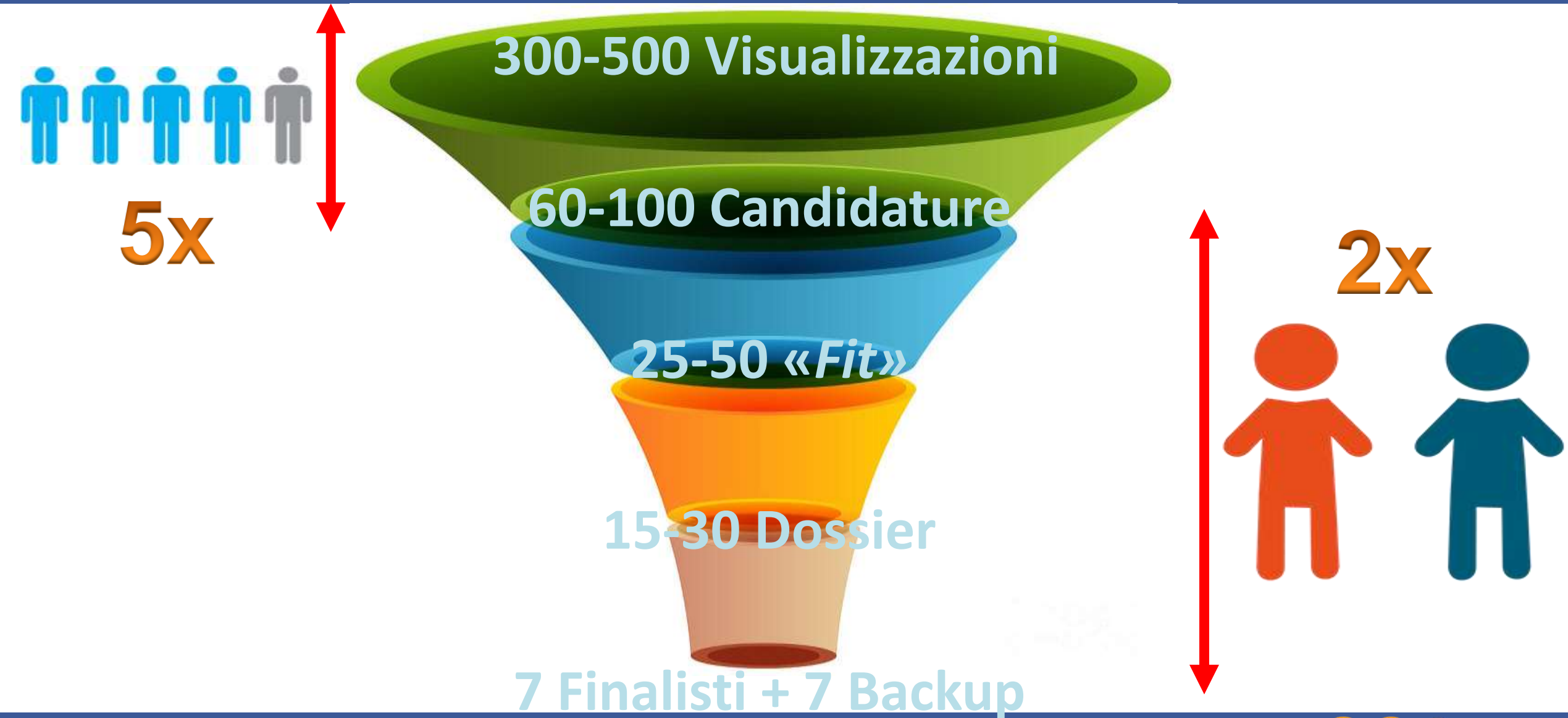
	2015	2016	2017
Visitors to Applicants	11%	8.58%	12%
Applicants per Open Requisition	59	52	36
Applicants to Interviews	12%	15.25%	12.31%
Interviews to Offers	17%	19.78%	28%
Offers to Hires	89%	83%	90.64%

2018
RECRUITING
BENCHMARK
REPORT
How to Optimize Your
Recruiting Performance
Jobvite

Quali metriche per il Digital Recruiting?



Metriche ben testate per la copertura del mercato potenziale



L'interessante analogia con la Lead Generation



Digital Recruiting



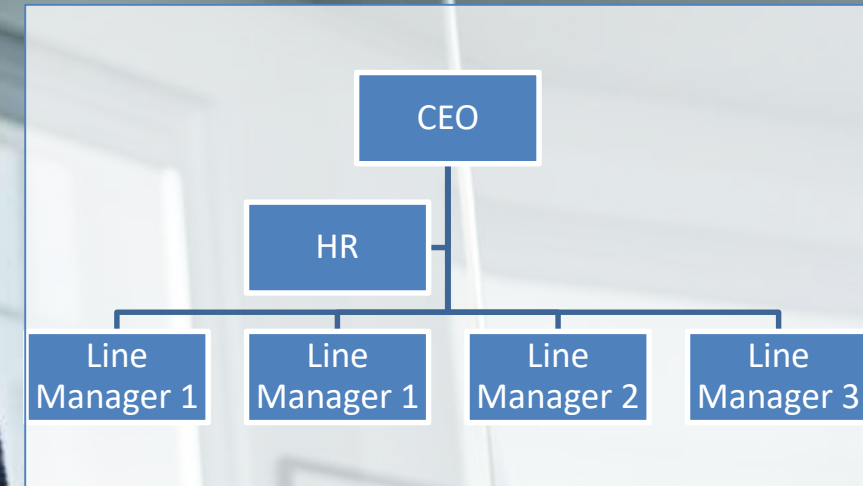
1. Chi è PBS
2. Il recruiting di professionisti e manager di valore con tempi, costi, impegni di risorse garantiti e soddisfacenti
3. Una metodologia basata su Digital Marketing che porta risultati in 2 settimane. Garantito!
4. **Ricapitolando**

Simuliamo un'azienda di medie dimensioni



CEO

HR



Line Manager

Tutti vogliono risolvere il problema ma con **priorità** differenti

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

1. CEO

2. HR

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

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

3. Line Manager

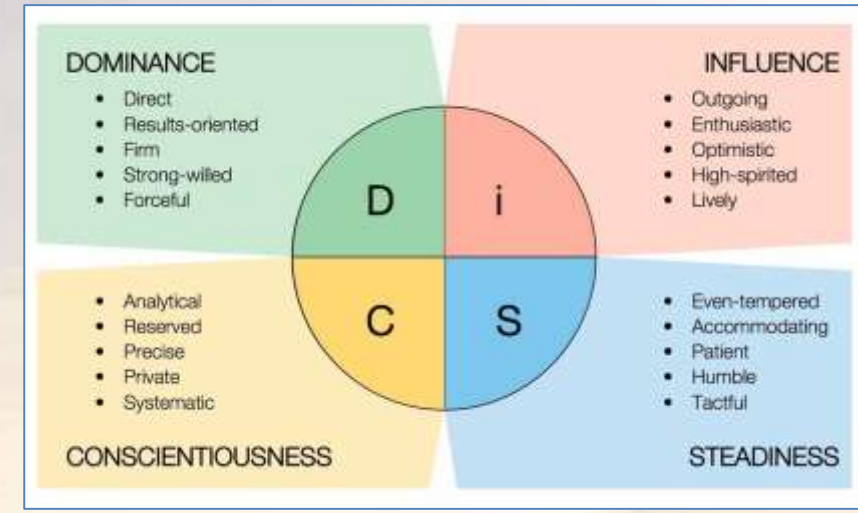
Il Digital Recruiting vince sui 3 fronti!

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

- In 2 settimane, 24 DOSSIER (inclusivi di 1° intervista) da 100 candidature vengono passati a HR/LINE MGR [**NO 1° round**]
- HR/LINE MGR ne scelgono e intervistano 6 (+ backup) in 1 «interview day» [**2° round**]
- HR/LINE MGR passano 2-3 finalisti al CEO che li intervista [**3° round**]
- **Tempo più che dimezzato: 4 settimane**



E se alla fine non sai scegliere? Ecco PBS Talent DIScovery



PBS Talent DIScovery è basata su «Extended» DISC di FINXS

- Analisi del profilo comportamentale basata sulla tecnologia «**Extended**» **DISC Assessment** che si fonda su teorie sul comportamento, riconosciute in varie parti del mondo
- Non si tratta solo di teorie psicologiche, ma anche di strumenti di management per migliorare l'efficienza aziendale
- Le teorie alla base sono di **Carl Jung**, poi sviluppate da William Moulton-Marston (mappa delle 4 dimensioni caratteriali) e ulteriormente approfondite
- Disegnato nel 1991 e lanciato nel 1998, è considerato uno dei migliori prodotti web per gestire un Assessment



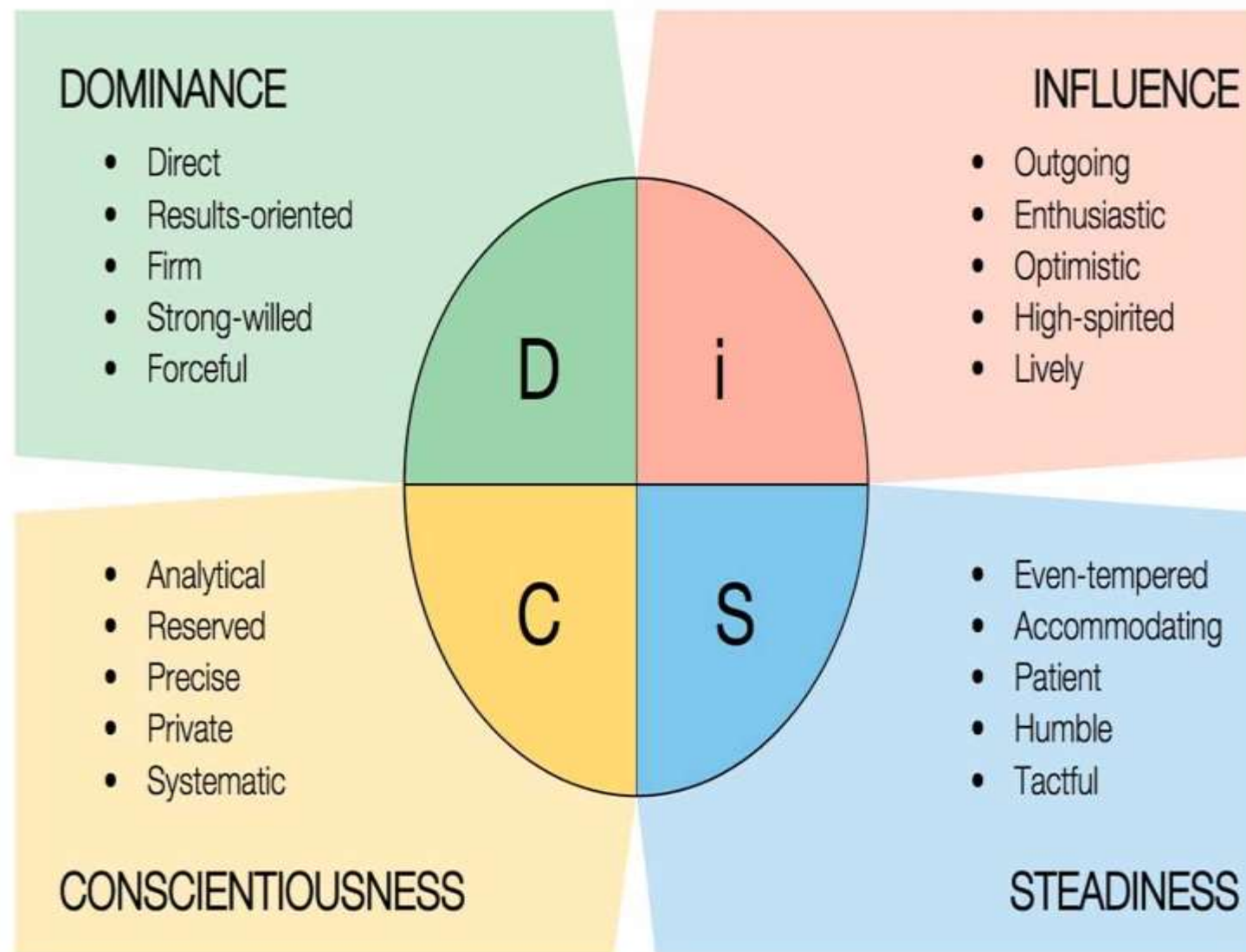
Un test «comportamentale»

- Alla base c'è il **comportamento** di un individuo. Comportamento è una parola che non ha contrario: un essere vivente non può avere un «non comportamento», anche starsene immobili è un comportamento
- **Talent DIScovery non è valutativo:** rivela cosa ogni persona (e azienda) dovrebbe fare per migliorare le proprie performance e le relazioni interpersonali
- **Non è «necessariamente» discriminante in fase di selezione:** i candidati non sono scelti in base alle risposte. Talent DIScovery aiuta a conoscere le loro caratteristiche



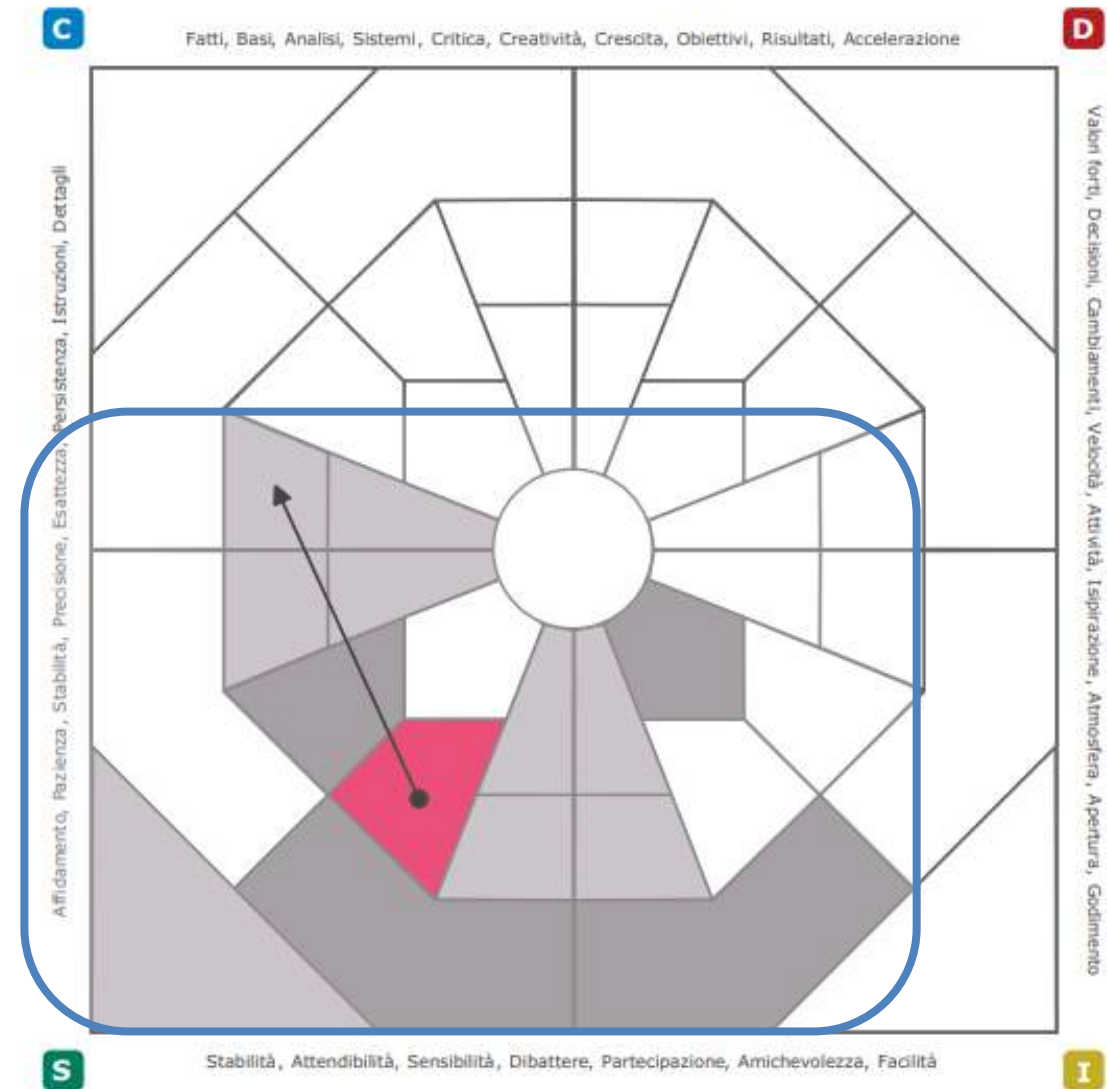
I 4 tipi («dimensioni caratteriali») del DISC

- **Dominance (Dominanza)**: controllo, potere, autoaffermazione
- **Influence, Inducement (incentivo, stimolo, Influenza)**: situazioni sociali, comunicazione
- **Steadiness, Submission (sottomissione, supporto, Stabilità)**: pazienza, persistenza, pensosità
- **Coscientiouness, Compliance (Competenza, adempienza)**: strutture, organizzazione, competenze tecniche/specialistiche, serietà
- "D" e "I" rappresentano gli aspetti **estroversi** della personalità, "C" e "S" quelli **introversi**
- "D" e "C" rappresentando l'attenzione agli **obiettivi e risultati**, "I" e "S" agli aspetti **sociali**



Il «Diamante»

- **Diamante:** rappresentazione grafica «sfaccettata» dei 4 modelli comportamentali
- Descrive **lo stile naturale e adattato** del comportamento:
 - Lo **stile naturale (zona rossa)** è modo in cui normalmente si agisce quando non c'è tempo per riflettere, è l'atteggiamento «spontaneo» con cui si affrontano le situazioni. E' il modo di comportarsi che richiede meno energia/sforzo/concentrazione. E' più congeniale e immediato. Emerge sotto stress
 - Lo **stile adattato (zona di arrivo con la freccia)** è il modo in cui tendiamo ad adeguarci all'ambiente in cui operiamo, richiede uno sforzo per essere mostrato. E' il modo di comportarsi «ragionato»
 - *Le zone grigio chiaro/scuro indicano altri comportamenti accessori più o meno rilevanti; La loro distribuzione indica l'area coperta dalla persona*



Ascolta i podcast di Digital HR di PBS (www.radioit.it/pbs)



RADIOIT

HOME PODCAST



Scopri i podcast di PBS – Primo Bonacina Services

 **RADIOIT**
DIGITAL HR

 **RADIOIT**
MANAGEMENT

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



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

www.primobonacina.com - slide 87

