

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



Presentazione breve, gennaio 2021 (il tutorial completo è scaricabile su www.primobonacina.com/talement)



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 1-2 settimane. Garantito!
4. Ricapitolando

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



Updated: 13/5/20

Business Highlights

2014

founded

1000

transactions

€1.7M

revenue since start

1.2M

Top Alexa web site rank

90

events

290

customers

€458k

top yearly revenue

19

countries of business

29

brands/customers
(Google Ads)

55+

sponsors (podcasting)

17

managed companies
(social media)

400

job posts
(digital recruiting)

Updated: 1/1/2021

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

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

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

Manufacturing, Graphics, Printing, Rental Services	Finance	HR, Design, Marketing, Other Distribution	Fashion, Retail, Real Estate, Building Restructuring, Transportation	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 1-2 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** che cerchiamo 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 **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:



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

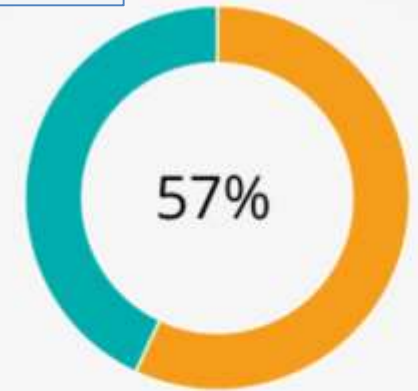


TALENT LEADERS:

Q. What are the most important metrics/KPIs you use to track recruiting success?



Per l'azienda



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

Source: Robert Half

Per il candidato

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



Definiamo «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
Semantica/Intelligenza Artificiale
Employer Branding



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

- «L'utilizzo *smart* delle informazioni reperibili (e scambiabili) **tramite la rete** per supportare le aziende nel recruiting di personale qualificato»
- Un'attività di *intelligence* (prima, durante, dopo)
- **Copywriting, competenze, processi, procedure, software, analisi semantica/AI**
- Si basa su LinkedIn (o comparabili), ma va **molto oltre**

Recruiting: una necessità, tante alternative



Semplificando, le dividiamo in 3



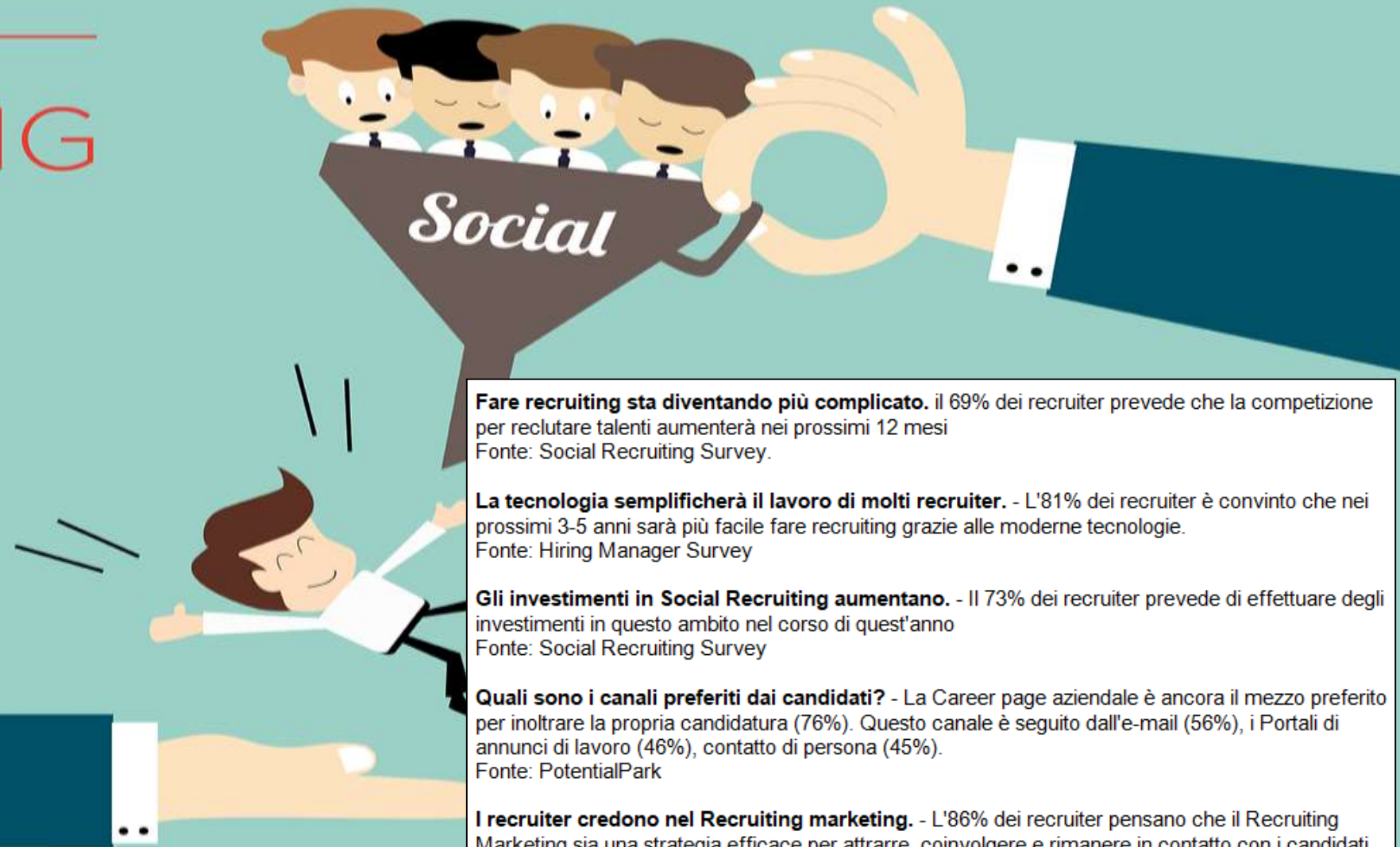
Il parere degli esperti: il recruiter è un mestiere che cambia velocemente (e si avvicina al *Digital marketing*)

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

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

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

SOCIAL RECRUITING



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

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

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

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

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

8 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. Raggiungere i candidati 7 giorni su 7
5. Entrare in contatto con i candidati «passivi»
6. Migliorare l'interazione col candidato
7. Fare in modo che i candidati ci conoscano meglio («Employer branding»)
8. Ridurre i costi del recruiting

Il Digital Recruiting interviene in 2 punti ben precisi

Employer Branding/Annuncio/
Inviti/Newsletter/Post/
Promozione/SEO



Visualizzazioni significative

candidature

«Fit»

Algoritmi, AI,
Comunicazione, Processi

Dossier

Interviste 1:1



Il *Digital Recruiting* NON introduce «distorsioni cognitive» delle metodologie tradizionali: TUTTO è proposto 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]}

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



© 2007 Geology.com

Il Digital Recruiting 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



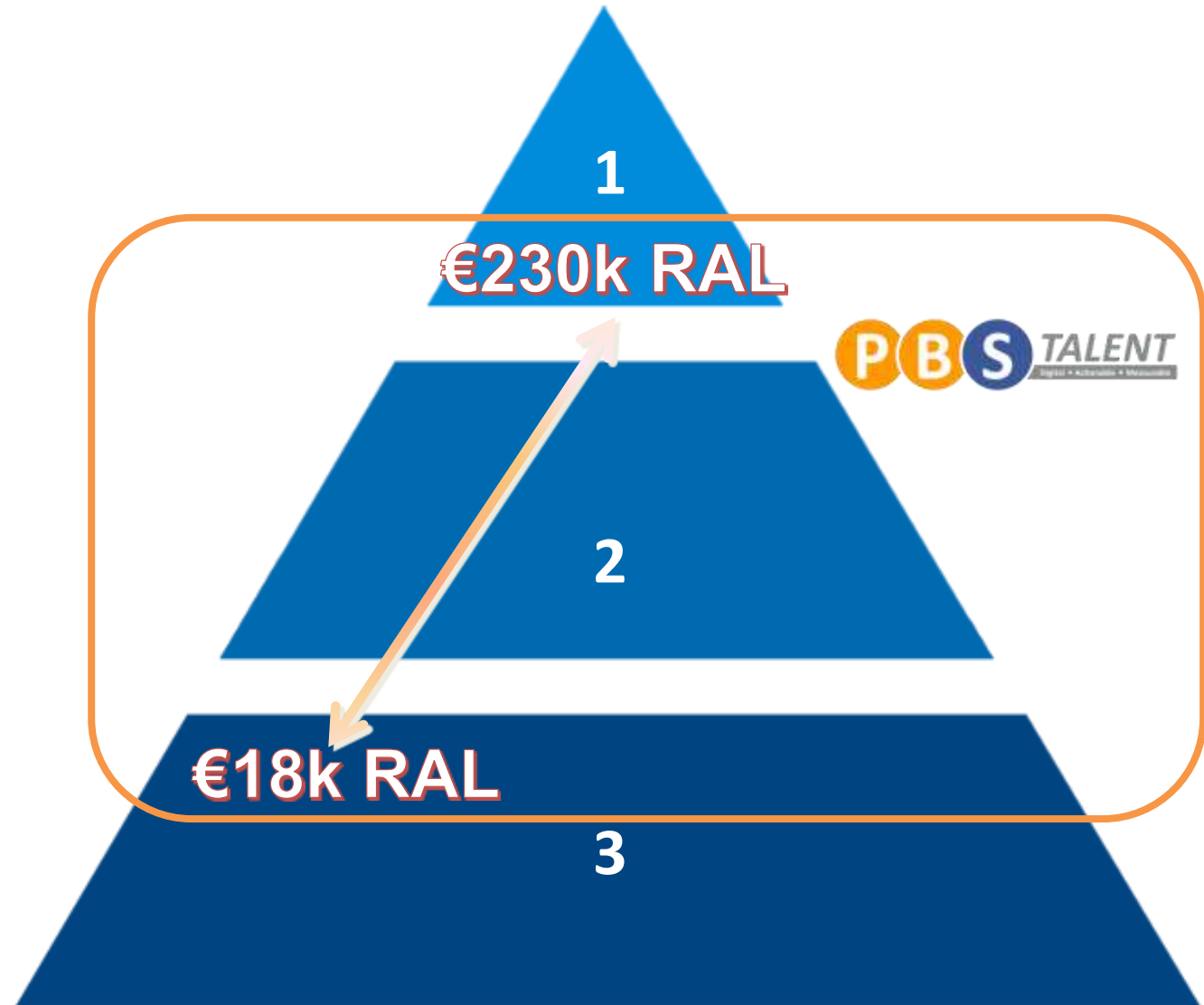
L'area meglio indirizzabile

1. *Fascia «top»: ricerche altissime o 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*



Tutte le aziende beneficiano del Digital Recruiting



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



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

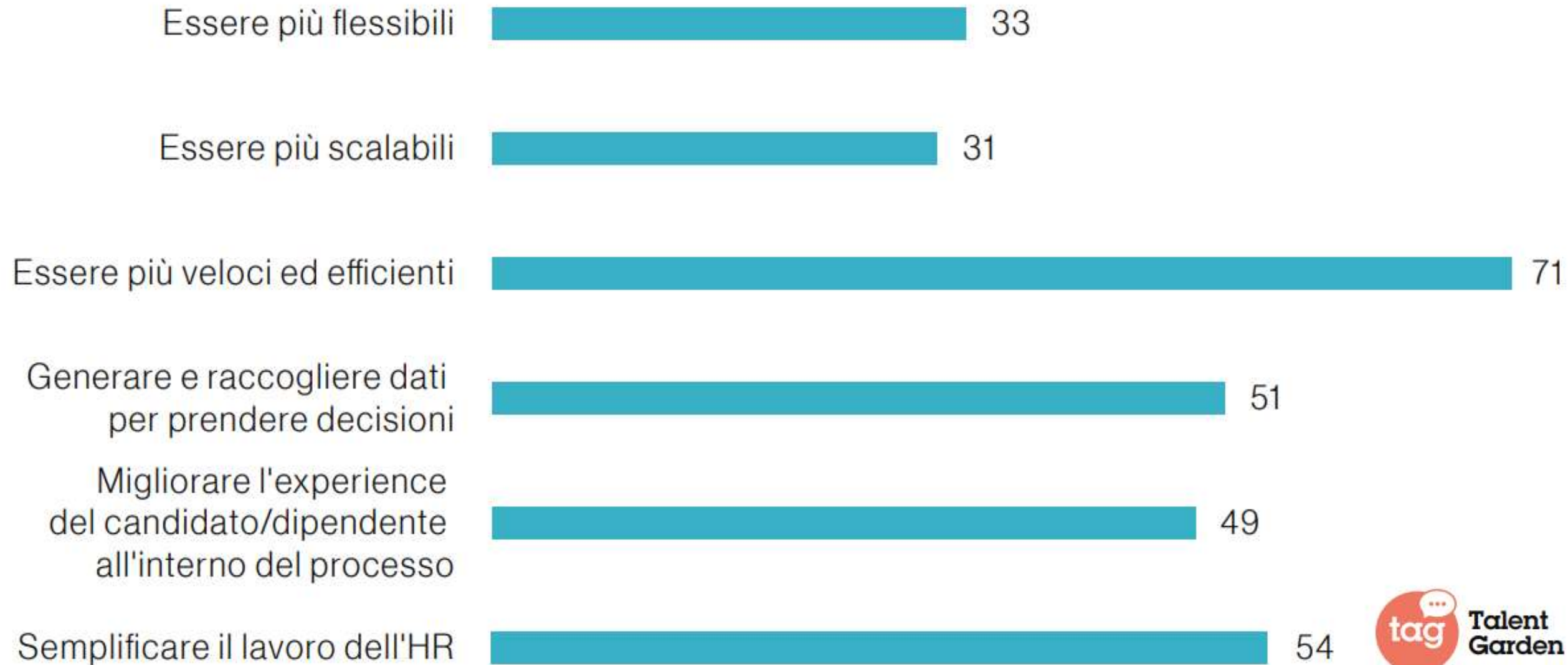


7. Che ricercano spesso lo stesso profilo, vogliono avere sempre disponibile un set di candidati



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

Concludendo: come le aziende beneficiano del Digital Recruiting



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 1-2 settimane. Garantito!**
4. Ricapitolando

Digital Recruiting by PBS: l'algoritmo in 43 passi

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



21. Tuning griglia parole chiave per analisi semantica
22. Verifica Candidati rispetto a griglia requisiti
23. (opzionale) Test di valutazione candidati
24. Riscontri continuativi all'azienda (statistiche parziali)
25. Ricezione Interviste Scritte
26. Verifica timeline e tempi di consegna
27. Sollecito ai ritardatari
28. Compilazione database Dossier e tabella sinottica
29. Analisi semantica, ranking, suddivisione in fasce
30. Scelta profili da evidenziare
31. Analisi demografica candidature presentate
32. **Presentazione e confronto con management aziendale**
33. **Informazione ai candidati che la selezione aziendale è in corso**
34. **(riservato all'azienda) Analisi e selezione candidature**
35. **Ricezione candidati ritardatari**
36. **Chiusura job post**
37. **Integrazione keyword per future analisi semantiche**
38. **Riscontro ai candidati**
39. **Aggiornamento database generale**
40. **(opzionale) Interview day**
41. **(opzionale) Assessment dei candidati («Talent DIScovery»)**
42. **(opzionale) Analisi, valutazione ripubblicazione, rilancio annuncio**
43. **(riservato all'azienda) Decisione, negoziazione, assunzione**



Aggiornato: 1/1/21

Un sistema in 1-2 settimane

Preparazione

Giorno 0:
Lancio (job
post)

Verifica di
andamento

Dopo 1-2 settimane:
Appuntamento col
management per la
consegna dei lavori

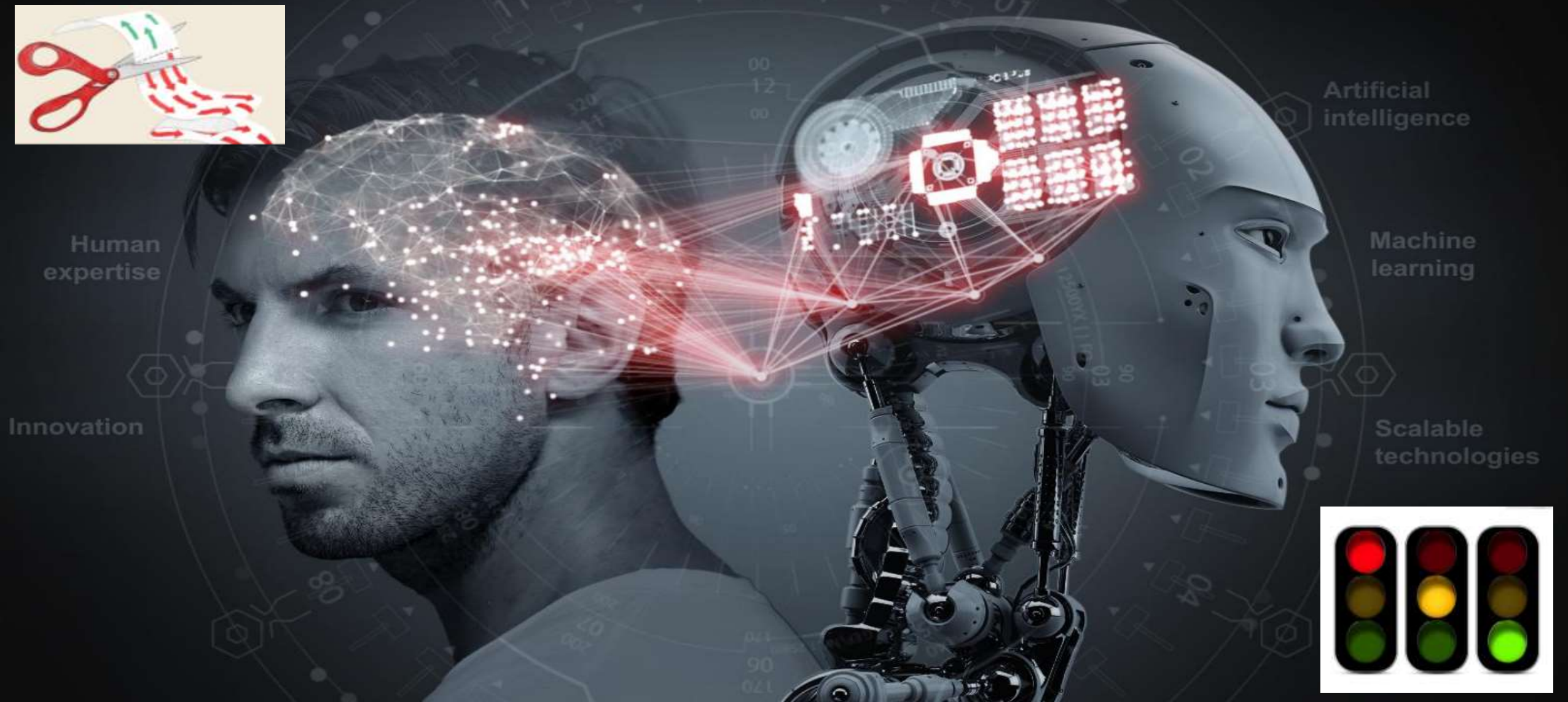
Selezione a cura
dell'azienda



**CALL TO
ACTION**

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

Ogni candidatura è vista da occhio umano (supportato da algoritmi software/AI, best practice, processi, metriche)



Li mettiamo in ordine: 18 criteri di «Ranking»



1. Residenza
2. Età
3. Competenze
4. Lingue
5. Maschio/Femmina
6. Occupato/Libero
7. Dipendente/Partita IVA
8. Attuale Livello salariale
9. Auto Aziendale Sì/No
10. AI (Analisi Semantica) CV
11. AI (Analisi Semantica) Intervista
12. Livello Dettaglio Intervista
13. Skill match in LinkedIn
14. Skill assessment in LinkedIn
15. Fit profilo LinkedIn
16. Materiale aggiuntivo fornito
17. Già conosciuto in azienda
18. Finalista in precedenti ricerche

Quali metriche per il Digital Recruiting?



Selezione a cura dell'azienda

Metriche ben testate per la copertura dell'audience potenziale



Alla fine, come assumere le persone giuste? «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

- E' «asincrona», non necessita di incrociare le agende, accorcia i tempi
 - Il candidato risponde quando vuole, nei tempi indicati
- Consente al candidato di esprimersi con **calma, chiarezza e completezza, senza emotività o nervosismo**
 - **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 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) **5-8 incontri a distanza di 60-90 minuti**
 - Luogo tranquillo e appartato (hotel o sala dedicata) oppure **online**
- **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!**

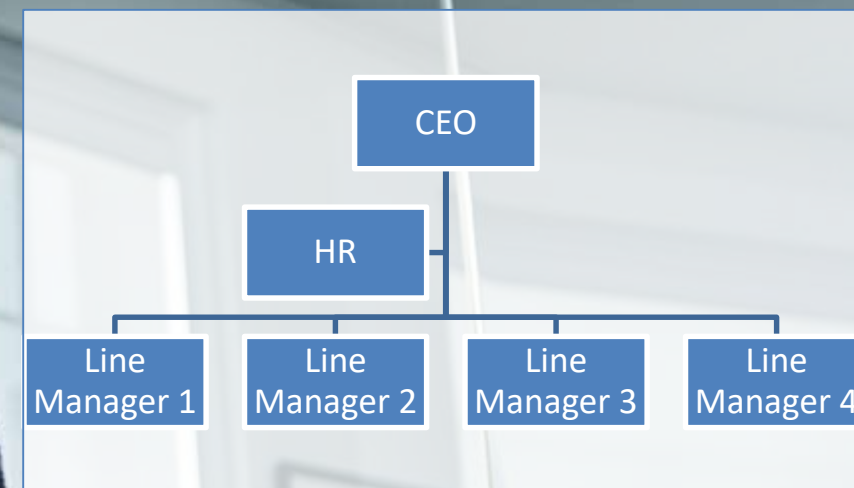


Digital Recruiting



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 1-2 settimane. Garantito!
4. **Ricapitolando**

In concreto: un giorno normale nella vita di una «media» (definizione = esiste un middle management) azienda



Tutti vogliono risolvere il problema ma hanno priorità e svolgono lavori differenti

1. CEO

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

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 subito operativa
- Non **voglio** perdere tempo
- La **voglio alla svelta**, costi quel che costi

3. Line Manager

Il Digital Recruiting vince su tutti i fronti!

- HR impiega 2-3 settimane per ottenere 12-18 candidati, ne convoca 6-8 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: 8-10 settimane**



- In 2 settimane, 18-24 DOSSIER (inclusivi di 1° intervista) da 100 candidature vengono passati a HR/LINE MGR **[NO 1° round]**
- HR/LINE MGR ne scelgono e intervistano 6-8 (+ 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**



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 44

