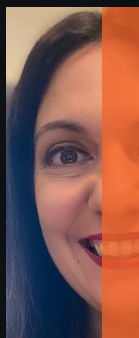


Tomaso **Garella**

Fenomenologia del recruiting: strumenti, social e cv. Strategie per scegliere bene

Abbiamo analizzato con Claudia Campisi, psicologa del lavoro e career coach i diversi strumenti per ricercare talenti. Si comincia dal portale aziendale. Sì a LinkedIn. Attenzione al passaparola, può nascondere insidie. E un buon recruiter può essere la carta vincente



Claudia Campisi
Psicologa del lavoro,
Hr e career coach



In un mondo del lavoro sempre più competitivo anche le piccole e medie imprese devono affrontare **nuove sfide nel reclutamento di talenti**. Una campagna di recruiting ben strutturata è essenziale per attrarre professionisti qualificati.

Ne abbiamo parlato con **Claudia Campisi**, psicologa del lavoro, Hr e career coach.

PROGRAMMARE E COMUNICARE LE ESIGENZE DELL'AZIENDA

Prima di avviare una campagna di recruiting, è fondamentale la programmazione: comprendere le esigenze dell'azienda, analizzare i ruoli vacanti, identificare le competenze richieste e stabilire obiettivi realistici.

Uno strumento spesso sottovalutato è **il portale aziendale**.

«Spesso chi fa recruiting – spiega Campisi – per massimizzare gli sforzi utilizza canali esterni tralasciando il portale aziendale. È invece buona prassi iniziare da lì per spiegare bene cosa si sta cercando. Poi ci sono i canali esterni».

LINKEDIN E GLI ALTRI

Oggi anche il mondo del lavoro e del recruiting si muove sui **social network**.

«In relazione al proprio budget è bene usare i canali più riconosciuti, a partire da **Indeed**. Poi naturalmente c'è **LinkedIn**, dove si può fare una selezione efficace senza particolari investimenti. Anche i **Centri per l'impiego**, grazie ai fondi del Pnrr, si sono dotati di piattaforme molto simili e complete».

LA FIGURA DEL RECRUITER

Anche in una Pmi la figura del recruiter è fondamentale. Non solo va alla ricerca di talenti, ma **è anche una sorta di "termometro" della Pmi**, che raccoglie richieste, fabbisogni e fa da filtro tra proprietà e dipendenti. Per questo investire su una figura del genere, competente e qualificata, è senza dubbio una buona idea.

PAROLA D'ORDINE: TRASPARENZA

Anche perché oggi il mondo del lavoro è cambiato, di pari passo con la società. Chi cerca lavoro ha esigenze e priorità diverse rispetto al passato, anche recente.

«Le generazioni precedenti sono cresciute con una cultura del lavoro differente, **con un rapporto di gratitudine nei confronti dell'azienda** – prosegue Campisi – Oggi la situazione è sbilanciata dall'altra parte. Chi cerca lavoro mette in chiaro subito le proprie esigenze e richieste, dai giorni di smart working ai benefit a cui non vuole rinunciare».

In questo senso la parola d'ordine è **trasparenza**. Una campagna di recruiting efficace e immediata deve essere precisa, illustrare il pacchetto completo (mansioni, retribuzione, benefit, possibilità di carriera) e conquistare la fiducia di chi abbiamo di fronte.

«È necessario contestualizzare, conoscere il nostro interlocutore e i suoi desiderata e mettere in chiaro subito tutto quanto. L'azienda alla fine sceglie, ma il rapporto è reciproco».

IL PASSAPAROLA FUNZIONA ANCORA?

Soprattutto nel mondo delle Pmi – e in particolare in quelle più piccole – il vecchio passaparola funziona ancora tanto. Ma bisogna fare molta attenzione, perché nasconde più di un'insidia.

«È ancora funzionale, ma è poco filtrato – spiega Campisi – Dunque, attenzione a **non farlo diventare un boomerang per l'impresa**, che potrebbe reclutare persone poco adeguate al ruolo che si sta cercando e avere qualche problema di trasparenza interna, creando malcontento tra i dipendenti. Sì al passaparola, dunque, ma se si hanno strumenti aziendali di filtraggio strutturati».

SCUOLE E TERRITORIO

Un discorso a sé merita il **rapporto con il territorio, le scuole e gli enti di formazione**. Anche in questo caso le parole chiave sono **programmazione e trasparenza**.

«Se riesco a immaginare le necessità della mia azienda posso ipotizzare che ogni anno assumerò un numero definito di risorse – aggiunge Campisi – A questo punto posso propormi a vari enti territoriali con un piano preciso, in modo da instaurare un rapporto proficuo per entrambi che duri con soddisfazione nel tempo».

MEGLIO UN BUON CV O UN BEL PROFILO LINKEDIN?

E chi cerca lavoro, cosa deve fare? Oggi il **curriculum** non è certo passato di moda, anche se va a braccetto con LinkedIn e i social network.

«Io preferisco un Cv, curato e snello, di una pagina, ma con molti link che rimandino a un portfolio personale, certificazioni di competenze e tutto ciò che c'è di qualificante – conclude Campisi - Anche i social però fanno la loro parte. Oltre a un profilo LinkedIn curato bisogna fare attenzione anche a ciò che si pubblica su altre piattaforme. Proprio nell'ottica della conoscenza del proprio interlocutore i recruiter controllano i profili social e bisogna tenere a mente che il web non dimentica e anche quello che abbiamo scritto tempo fa rimane ben fissato. Non vuol dire che si cerchino 'soldatini' senza identità e libertà di pensiero, ma è sempre bene **mantenere una certa sobrietà**. Non solo per chi cerca lavoro, ma anche da parte di chi seleziona».

Insomma, presentarsi bene ancora prima di incontrarsi e stringersi la mano è importantissimo per capire di essere sulla stessa lunghezza d'onda e iniziare con il piede giusto.