

Quasi la metà dei recruiter esclude potenziali candidati per le informazioni pubblicate

I profili digital si trovano online

Social al setaccio degli Hr. Attenzione alla web reputation

Pagina a cura
di ANTONIO LONGO

La web reputation e i social network sempre più importanti per cercare lavoro. Ma il tradizionale «passaparola» continua a essere di moda. In ambito social, i candidati utilizzano prevalentemente LinkedIn per la ricerca di lavoro (58%, era il 54% nel 2015) ma si rafforza anche l'utilizzo di Facebook (32%, era il 27%) e fa la sua comparsa Instagram (10%), superando anche Twitter (4%). Sul fronte dei recruiter, si registra, invece, un leggero calo nell'utilizzo dei social da parte degli Hr sia per quanto riguarda LinkedIn (dall'88% del 2015 al 74% oggi) sia per Facebook (dal 28% al 14%) ma fa la sua comparsa Instagram (15%), che anche in questo caso supera Twitter (11%). E quasi la metà dei recruiter (44,1%) esclude potenziali candidati dalla selezione a causa di informazioni contenute sui social. A rilevare tali trend è il report «Il mondo del lavoro tra social recruiting e personal branding» pubblicato nelle scorse settimane da Adecco, a seguito di un'indagine realizzata, in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, coinvolgendo 1.466 candidati e 259 recruiter.

Attenzione alla web reputation. La percentuale di recruiter che hanno escluso potenziali candidati dalla selezione, a causa di informazioni contenute sui social, era pari al 12% nel 2013, al 25,5% nel 2014, al 35% nel 2015. Per quali motivi, nel 2019? Nel 63,2% dei casi per foto sconvenienti pubblicate, nel 59,2% della casistica per tratti emergenti della personalità, a seguire per informazioni non coerenti con quelle inserite nel cv (46,9%), per la pubblicazione di contenuti discriminatori (32,6%), per commenti negativi sui datori di lavoro attuali o precedenti (26,5%). Il report evidenzia che i candidati prediligono i profili online da inserire nel cv quelli pubblicati su LinkedIn (26,5%), Facebook (7,1%), blog o sito web personale (4,6%).

Chi trova lavoro tramite i social. Lo studio rivela che è pari al 72% il tempo che i candidati impiegano nella ricerca di lavoro online, mentre è pari al 45,1%, ma si prevede un incremento al 55,7% nel 2020, il tempo che i recruiter impiegano nella ricerca di potenziali candidati online. Secondo i recruiter, le bacheche online (job board), che aggregano gli annunci di lavoro, continuano ad essere percepiti come i canali digitali più efficaci per trovare potenziali candidati. E ancora, l'85% dei candidati cerca lavoro

online ma soltanto il 46% ha ricevuto via mail un'offerta di lavoro, il 33% usa i social network per cercare lavoro ma solo il 12% è stato contattato tramite tali strumenti. Il 60% usa altri canali, come il passaparola, rivelatosi fruttuoso nel 57% dei casi. Rispetto al 2015, scende dall'8 al 3% la percentuale di candidati che, dopo essere stato contattato da un recruiter tramite social network, ha anche ottenuto un posto di lavoro. I social, in base al focus, risultano utili anche per sviluppare online il classico passaparola, infatti il 38% dei candidati intervistati dichiara di avere ricevuto segnalazioni di opportunità professionali da amici, conoscenti, colleghi e il 43% di averle inviate. Per i recruiter, invece, le attività legate alla ricerca di potenziali candidati online comporta nel 70,2% dei casi minori investimenti economici, nel 58,1% degli intervistati un risparmio di tempo, nel 48,6% delle ipotesi maggiori competenze.

I tools di recruiting. I recruiter dichiarano di cercare esclusivamente online soprattutto professionisti del settore marketing (57,8%), dell'it

(57,1%), della comunicazione e Pr (53,4%). Negli ultimi anni si sono anche sviluppati applicativi informatici dedicati alla selezione del personale, i recruiter conoscono ed utilizzano, in particolare, LinkedIn Talent Insight (23,4%), Glassdoor (4,6%), Google tools (3,7%), Facebook for Jobs (3,7%), Hr Tech (3,7%). Ma con quali finalità, principalmente, vengono usati i social network in ottica professionale? I recruiter, nell'ordine, verificano i cv (72,2%),



inseriranno annunci di lavoro (53,2%), curano l'employer branding (53,1%), verificano i contenuti pubblicati dai candidati (49,4%), cercano candidati passivi (49,4%), scoprono i tratti della personalità dei candidati (48,1%), verificano la

web reputation dei candidati (40,5%), pubblicano post che creano valore aggiunto per chi cerca lavoro (39,3%). Sul versante opposto, i candidati cercano lavoro (61%), rispondono a candidature (52,3%), cercano le pagine di potenziali datori di lavoro (50,1%), creano e coltivano una rete professionale (41,5%), cercano informazioni su azienda o datore di lavoro (41,5%), distribuiscono il proprio cv (39,7%), cercano recruiter (29,8%), curano la personal branding (28,6%).

I candidati «passivi». In base agli esiti dell'indagine condotta da Adecco, il 38,7% dei recruiter coinvolti ha chiesto, almeno una volta, ad un candidato specifici chiarimenti sulla sua presenza online. Secondo gli Hr, l'aspetto più rilevante riguarda i tratti di personalità necessari per svolgere la posizione lavorativa per cui si candida. Interessante rilevare che è anche l'aspetto che i candidati dichiarano di possedere con maggiore sicurezza. Ma

la presenza online e i social network risultano importanti anche quando non si stia cercando attivamente un'occupazione. Infatti, come evidenzia il report, sul totale dei candidati contattati dai recruiter, quelli passivi sono stati pari nel 2019 ad una percentuale del 28,1%. Per «candidati passivi» il report intende quei profili che non stanno attualmente cercando lavoro in maniera attiva. Sono presenti sui social, ma non si stanno muovendo per cambiare posizione professionale, possono, quindi, essere contattati dai recruiter sui canali digitali, ricevendo così proposte di colloqui ed opportunità di lavoro. In tal senso, Adecco sottolinea che i recruiter si dichiarano disposti ad aumentare sia il tempo impiegato per effettuare la ricerca, sia il compenso proposto al profilo professionale, quando si tratta di individuare e soprattutto «ingaggiare» candidati passivi. E alla domanda: «Quanto tempo dedichi all'analisi del profilo social di un candidato passivo rispetto a quello di un candidato attivo?», il 40,4% dei recruiter ha risposto «lo stesso tempo», il 36,3% «minor tempo», il 23,3% «maggior tempo».

—© Riproduzione riservata—

I cinque step per prepararsi alla selezione

Il 2020 anno di svolta per la propria carriera professionale? Sembra proprio di sì, in base a quanto emerge da un recente sondaggio condotto da Hays che ha coinvolto oltre 5.500 professionisti provenienti da 150 Paesi. L'80% degli intervistati ha, infatti, dichiarato di avere l'intenzione di cercare un nuovo impiego nel nuovo anno. Diverse le motivazioni su cui si basa tale volontà: il 40% del campione ha affermato di volere cambiare ruolo e progredire nella propria carriera, il 22% si dichiara insoddisfatto per mancanza di formazione e di crescita professionale, il 13% non è contento della propria retribuzione e dei benefit garantiti dall'azienda. «Coloro che si attivano per cercare una nuova opportunità professionale devono avere ben chiaro cosa desiderano dalla futura posizione lavorativa e non devono buttarsi a capofitto sulla prima vacancy disponibile» sottolinea Carlos Manuel Soave, Managing Director Hays Italia, «è fondamentale prepararsi adeguatamente per la ricerca, aggiornando il cv e i profili social, rendendoli il più possibile appealing per i recruiter». I professionisti che, invece, hanno risposto di non essere attivamente alla ricerca di un nuovo impiego, pari all'11% del campione, hanno evidenziato che potrebbero essere stimolati a cambiare lavoro nel caso in cui venissero offerti loro stipendio e gratificazioni migliori (32%), se il ruolo futuro prevedesse maggiori stimoli e mansioni diversificate (23%) e se fossero disponibili opportunità

di training e progressione di carriera più allettanti (22%). Gli esperti Hays hanno, quindi, stilato un vademecum contenente i cinque consigli utili per coloro che si apprestano a cercare lavoro nel nuovo anno, prestando particolare attenzione anche ai propri profili social.

1) Le giuste motivazioni. Innanzitutto, è importante analizzare ed approfondire, con la massima onestà intellettuale, quali sono le reali ragioni per cui si sceglie di cambiare impiego. Secondo Hays, se nel tempo è andata scemando la passione per il proprio lavoro, probabilmente è davvero giunto il momento di dare una svolta alla propria vita professionale. Ma se, invece, si tratta soltanto di una questione di mancanza di stimoli nel proprio ruolo, ma l'azienda per cui si lavora offre ancora numerose opportunità di crescita, è opportuno prima considerare la possibilità di provare a chiedere un ricollocamento interno.

2) Cosa si desidera dal prossimo lavoro. Prima di avviare la ricerca del nuovo lavoro è imprescindibile porsi un quesito: quale sarebbe la propria professione ideale per quanto riguarda le mansioni, il teorico percorso di crescita, la dimensione dell'azienda, la cultura organizzativa e il settore?

3) Aggiornare il cv e i profili social. Prima di candidarsi è necessario essere sicuri di avere aggiornato il proprio curriculum vitae e i propri profili social, inserendo tutte le skill acquisite, le esperienze, i rico-

noscimenti ottenuti e i percorsi di formazione seguiti. Gli esperti Hays ricordano quanto sia importante prestare particolare cura alla struttura del curriculum che deve rispondere ai più recenti trend in voga nell'ambito della selezione di nuovo personale, certamente influenzati dagli sviluppi della tecnologia digitale. E quindi, Hays suggerisce di inserire nel testo le parole chiave più adeguate, utilizzare ruoli professionali ben riconoscibili, porre in evidenza competenze e obiettivi raggiunti, prevedere in ogni caso una sintetica presentazione personale e usare il corretto formato del file in base alle specifiche richieste dell'azienda che sta svolgendo la selezione.

4) Prepararsi per il colloquio. Sembra ovvio ma gli esperti Hays sottolineano che durante i colloqui di selezione è importante essere in grado di collegare, in maniera chiara, le proprie competenze ed esperienze con quelle richieste nella job description. Pertanto, risulta fondamentale fare comprendere ai selezionatori come la propria attuale occupazione renda il candidato ideale per ricoprire il ruolo per cui ci si sta proponendo.

5) Essere motivati. Mantenere elevato il morale durante la ricerca di lavoro, anche se non si ottiene un colloquio per il posto desiderato, è uno dei requisiti principali, secondo Hays. Infatti, è ovvio che non tutte le candidature presentate avranno successo ma per tale motivo non bisogna arrendersi.

—© Riproduzione riservata—