Mercoledì 8 novembre 2017
Il Mattino

La Borsa del placement

Neolaureati caccia al posto senza obiettivo

Emblema: i curriculum sono scritti male Lingue: alta richiesta, bassa conoscenza

«Più della metà dei curriculum che vengono presentati alle aziende sono fuori target. Al tempo stesso sono tante le imprese che non riescono ad individuare risorse umane adatte alle loro esigenze e, di conseguenza, registrano notevoli difficoltà nella sfida della competitività. Il placement può essere la soluzione a patto, però, che si cambi prospettiva. L'approccio al mondo del lavoro deve essere fatto in modo più consapevole». Lo ha dichiarato Tommaso Aiello, direttore generale della Fondazione Emblema, aprendo i lavori della prima giornata della Borsa del Placement al Centro Congressi della Stazione Marittima di Napoli. presentando lo studio condotto in collaborazione con Laborplay.

Lo studio condotto dalla Fondazione Emblema in collaborazione con Laborplay (spinoff dell'Università di Firenze) è stato realizzato con un metodo assolutamente innovativo a partire proprio dalla selezione del target che ha tenuto presente in primis la composizione del tessuto imprenditoriale italiano, composto prevalentemente da aziende medie, piccole e micro. Proprio la dimensione di queste realtà fa sì che non ci si rivolga a selezionatori professionisti ma si provveda in proprio quando c'è necessità di incrementare la "forza lavoro". Il fatto che tutte queste aziende facciano poco o nulla per promuovere la loro attività comporta che nel 95% dei casi il giovane che si candida ad essere selezionato non conosce il suo potenziale datore di lavoro. La conseguenza è che quasi il 60% dei curriculum vitae spediti dai giovani italiani alle aziende è fuori target. Sono in molti che "sparano nel mucchio" che rende sempre più complicato trovare un posto di lavoro. Anche la redazione di un curriculum vitae in formato europeo, per avere più chance di essere selezionati, è un falso mito. Solo l'11% dei reclutatori intervistati lo ritiene molto importante.

Ma allora quali sono le carte vincenti da giocare per un giovane in cerca di lavoro? «A parità di curriculum, percorso di studi e formazione in generale, il fattore umano conta tanto – risponde Aiello – contano le motivazioni. Dallo studio emerge che la predominanza delle caratteristiche personali nelle scelte dei selezionatori è indiscutibile. La competenza di base, quello che hai studiato, è un prerequisito, quella che mi fa andare avanti nel processo di selezione. Ma quando poi devo scegliere il candidato giusto, soprattutto se parliamo di neolaureati, mi troverò davanti persone che hanno le medesime competenze. Ecco allora che la caratteristica determinante sarà sempre la motivazione». Una notizia curiosa è caratterizzata dalla differenza tra l'esperienza all'estero e la conoscenza della lingua (bassa vista la forte presenza di microimprese). In altre parole, si dà grande importanza alle esperienze di vita (lavori occasionali) incluse quelle all'estero, al di là della competenza linguistica in sé. Anche i social network giocano un ruolo fondamentale. «I profili social dei candidati vengono consultati quasi sempre alla ricezione del curriculum nel caso quest'ultimo sia ritenuto interessante. Molto spesso accade che il profilo del candidato venga visionato dopo questa verifica. La revisione è molto più spesso di quello che si pensa (64% fra 30 e 60), ma, soprattutto, la revisione è quasi sempre negativa (85% oltre il 60). In altre parole, i profili social offrono molto spesso un'immagine diversa, e peggiorativa, rispetto a quella emersa dal cv». Attenzione dunque alla propria immagine sul web perché i selezionatori curiosano un po' su tutto, in particolare gli aggiornamenti di stato e le interazioni con gli amici, oltre alle news di cronaca.

Aiello «A parità di formazione e di studi contano le motivazioni soprattutto nei più giovani»

L'indagine presentata alla Borsa del Placement evidenzia dunque la mancanza di orientamento al lavoro dei giovani neolaureati. Manca la consapevolezza su come approcciare il mondo del lavoro, sull'importanza dei social per la ricerca (attiva e passiva) di lavoro e sul peso fondamentale che hanno le softskills per fare la differenza in un processo di selezione.

Ecco, allora, che risulta centrale il ruolo del placement universitario, non tanto per mettere in contatto giovani e imprese, quanto per preparare i ragazzi ad un accesso efficace al mondo del lavoro.

c.r.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Giocando si trova un lavoro riscritte le regole dei colloqui

La curiosità

Atmosfera di leggerezza per selezionare il personale: il percorso di Laborplay

Il colloquio di lavoro è croce e delizia per tutti i giovani neo-laureati e non solo. La tensione molto spesso sale alle stelle e raramente consente al candidato di riuscire a dare il massimo. Prima dell'incontro con il possibile datore di lavoro si trascorre la notte insonni, a ripassare l'approccio da tenere, cosa è meglio dire e cosa è meglio tacere, ripassare le nozioni principali, ricordare tutto quello che si è studiato in anni di carriera universitaria. E se invece la valutazione venisse fatta attraverso il gioco? È la proposta assolutamente innovativa che Laborplay ha presentato alla Borsa del Placement organizzata dalla Fondazione Emblema alla Stazione Marittima di Napoli.

Il colloquio Ezio Scatolini Cofounder di Laborplay ha illustrato come sia possibile analizzare il profilo motivazionale del candidato

Ezio Scatolini, Cofounder di Laborplay ha illustrato come sia possibile analizzare il profilo motivazionale del candidato valorizzando il fattore umano e abbattendo quelle barriere naturali che si costruiscono quando ognuno di noi si sente "sotto esame". «Abbiamo costruito un modello con il quale misuriamo le competenze soft attraverso i giochi, sia quelli analogici che digitali; da quelli in scatola fino ai videogiochi di ultima generazione. La premessa scientifica c'è tutta. Fin da bambini attraverso il gioco si imparano delle competenze, cosa che è possibile fare anche da adulti. Il nostro lavoro è stato quello di incrociare le competenze con le meccaniche di gioco e come output finale è possibile ottenere, in atmosfera di leggerezza, una valutazione attenta del candidato. Un risultato molto veritiero sulle motivazioni del giovane selezionato che, in questo contesto, abbassa quelle difese classiche che caratterizzano i colloqui di lavoro. I risultati sono soddisfacenti nei diversi ambiti in cui li abbiamo sperimentati. Le persone tendono a dare il meglio e alla fine sono sempre soddisfatte del metodo con il quale sono state selezionate, prima ancora di sapere se sono state scelte oppure no». La proposta di laborplay è senza dubbio attinente ad una modalità orientata più ai "millennials" anche se Scatolini assicura che è un metodo valido anche per le valutazioni di candidati non giovanissimi. «Il punto di forza risiede nell'adottare il linguaggio internazionale del gameing che, mai come adesso, è in grado di superare qualunque barriera grazie alla sua universalità».

r.c.

© RIPRODUZIONE RISERVATA