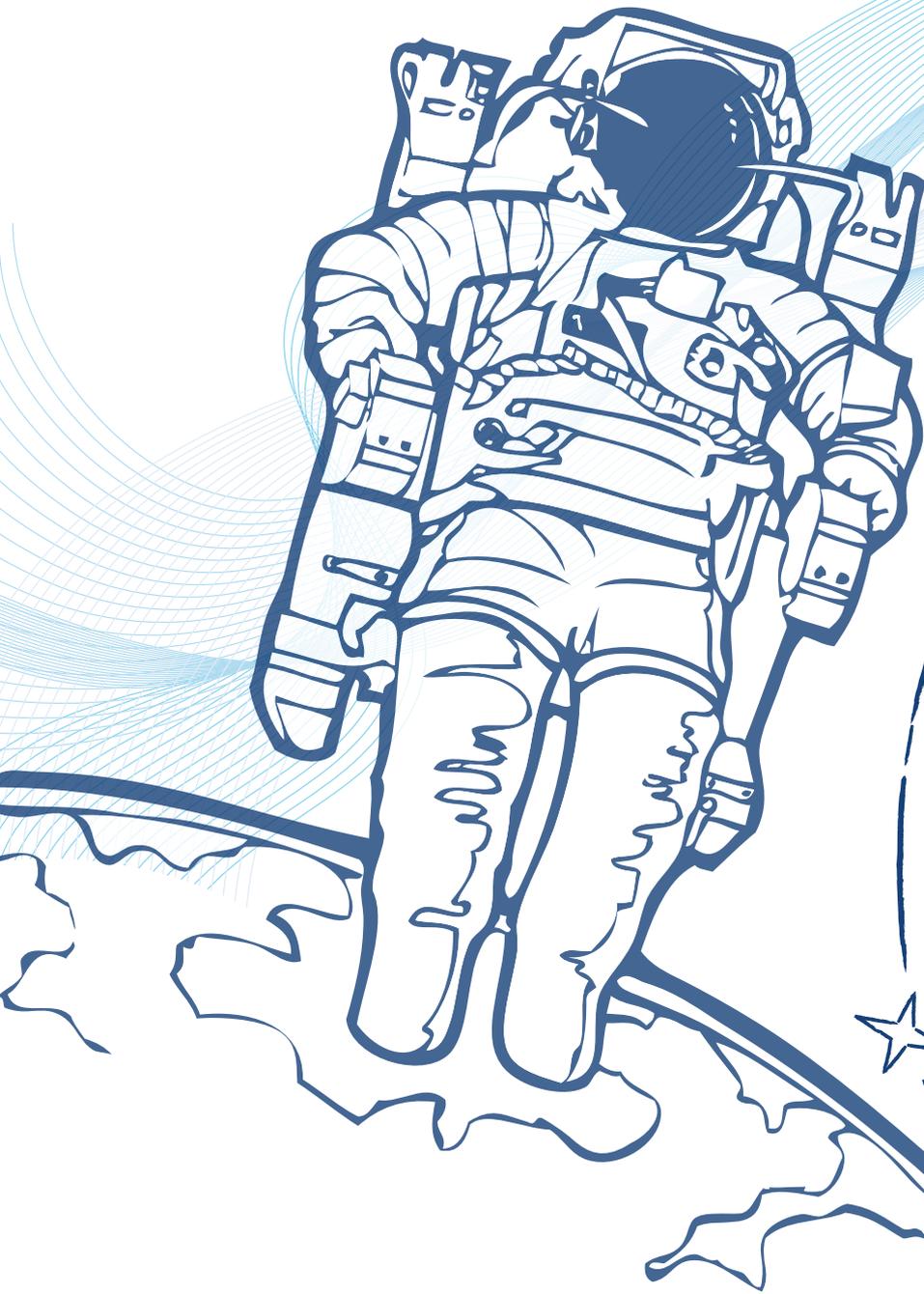


Chi non si forma, si ferma!

#MECSuicide

del Digital Recruiter



Ringraziamenti

Vorremmo esprimere la nostra gratitudine a tutti i docenti di Meg Italia Formazione per il loro lavoro altamente professionale, per il coinvolgimento e l'entusiasmo giornaliero.

È stato un momento di formazione che ci ha arricchito dal punto di vista umano e professionale.

Grazie a tutti i corsisti, che con il loro impegno ed il loro prezioso contributo hanno reso possibile la realizzazione di questo eBook.

Il talento fa vincere le partite, ma l'intelligenza e il lavoro di squadra fanno vincere i campionati.

(Michael Jordan)

Parte 1 Lato Azienda

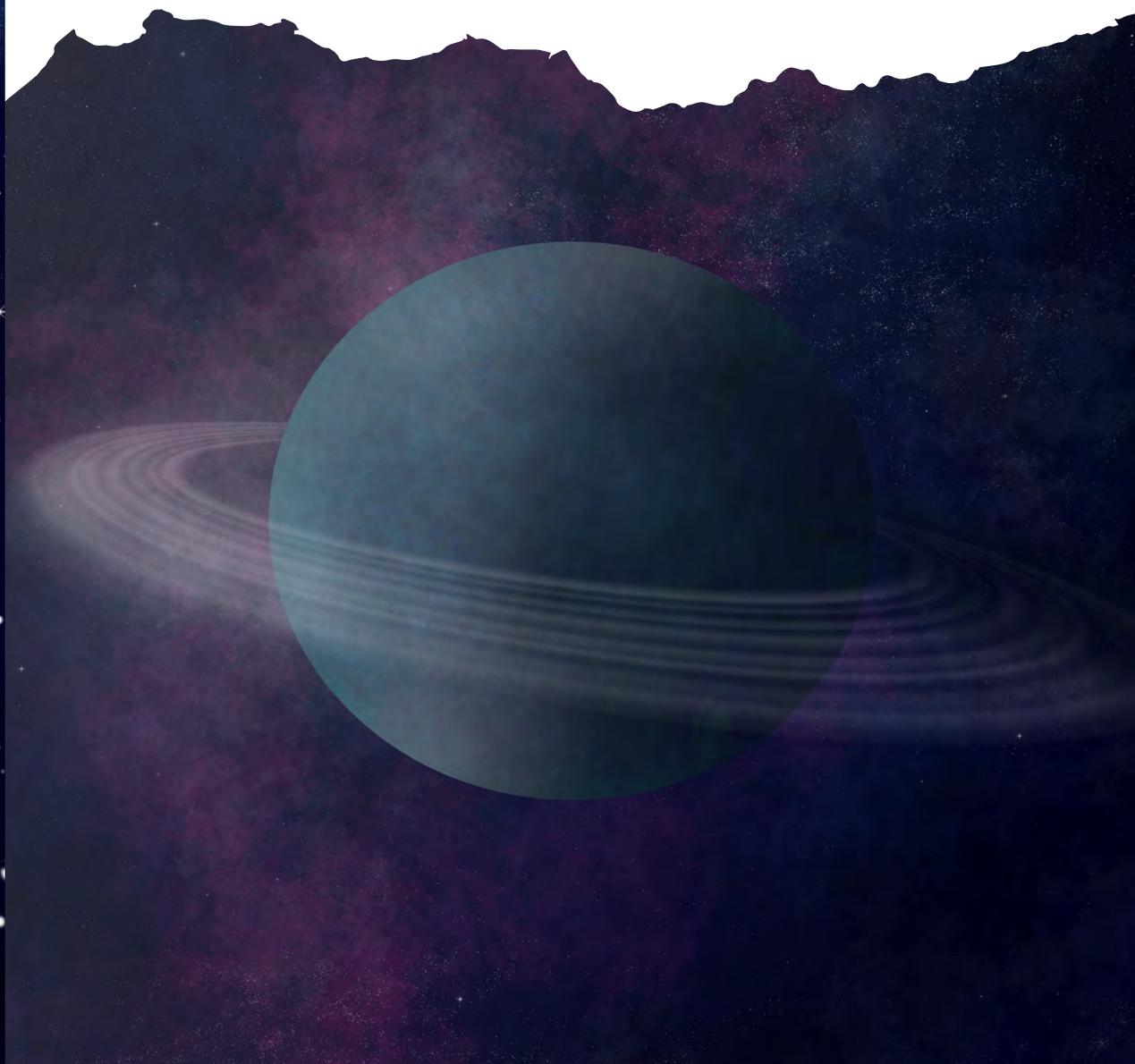
1.1 Introduzione. Che cos'è un'azienda?	pag 1
1.1.1 Come si deve organizzare un'azienda?.....	pag 2
1.1.2 Come si articola una Swot Analysis.....	pag 3
1.1.3 La Swot di Unilever?.....	pag 5
1.1.4 Analisi dei bisogni formativi?.....	pag 10
1.2 Bilancio delle competenze?	pag 17
1.2.1 Employer Branding e Unilever?.....	pag 20
1.2.2 Perché fare Employer Branding?.....	pag 26
1.2.3 I principi dell'Employer Branding.....	pag 31
1.2.3 L'importanza dei Social Network.....	pag 34
1.2.4 Monitoraggio Employer Branding:KPI.....	pag 38
1.2.5 Il caso Unilever.....	pag 41
1.3 Comunicazione interna aziendale	pag 52
1.3.1 Le reti di relazioni.....	pag 53
1.3.2 Il vero Booster ai tempi dell'emergenza.....	pag 55
1.3.3 Gamification:Touch point.....	pag 58
1.3.4 La Gamification nel reclutamento delle risorse umane.....	pag 61
1.3.5 Resoconto del diario di bordo.....	pag 65

Parte 2 Lato Recruiter

2.1 Introduzione. Cos'è il Digital e Social recruiting?	pag 66
2.1.1 Il mercato del recruiting in Italia	pag 68
2.1.2 Recruitment ADS.....	pag 69
2.1.3 La giornata tipo del Digital Recruiter.....	pag 71
2.2 Il Talent Sourcing	pag 75
2.2.1 Cos'è il Digital e Social recruiting ?.....	pag 75
2.2.2 Il Talent Sourcer deve attrarre a se i migliori Talenti.....	pag 80
2.2.3 Budget.....	pag 81
2.2.4 Networking.....	pag 82
2.2.5 Job Analysis – Job Description – Job Profile.....	pag 85
2.2.6 Coinvolgere i potenziali candidati.....	pag 91
2.2.7 Attrarre le nuove generazioni.....	pag 92
2.2.8 Attrarre i candidati passivi.....	pag 99
2.3 6 Social Media che ogni Recruiter dovrebbe conoscere	pag 102
2.3.1 Trova il candidato giusto, velocemente, inizia da LinkedIn!.....	pag 103
2.3.2 Facebook.....	pag 106
2.3.3 Come arrivare ai migliori candidati su Instagram?.....	pag 108
2.3.4 Ti mando un invito su Clubhouse!.....	pag 109
2.3.5 Quello che devi sapere su Tik Tok.....	pag 111
2.3.6 Recruiting e Gamification.....	pag 112
2.3.7 Ultimi consigli per il Social Recruiting e per la tua Digital Reputation	pag 115

Parte 3 Lato Candidato

3.1 Introduzione. Cos'è la Comunicazione ?.....	pag 116
3.1.1 La comunicazione efficace: Il Feedback.....	pag 117
3.1.2 L'assertività.....	pag 117
3.1.3 L'anasservità.....	pag 119
3.1.4 Curiosità sulla comunicazione.....	pag 120
3.2 Le tre parti della comunicazione.....	pag 121
3.2.1 La comunicazione non verbale.....	pag 122
3.2.2 Essercizi.....	pag 123
3.3 Quali sono le competenze?.....	pag 124
3.3.1 Soft skills e Hard skills.....	pag 125
3.3.2 Problem Solving.....	pag 127
3.3.3 Indovinelli.....	pag 132
3.4 Videocolloquio e domande.....	pag 134
3.4.1 Quali sono le domande che mi possono essere poste?.....	pag 137



Introduzione

Cos'è il Digital e Social recruiting ?

Il Digital recruiting è una nuova modalità di selezione del personale che usa le potenzialità e gli strumenti del web per ampliare il suo raggio d'azione

nella ricerca di candidati. Oggi i recruiter sono più vicini al mondo del marketing e della comunicazione, sono più orientati al digitale e affrontano la selezione del personale in maniera innovativa.

Chi è il Digital recruiter?

Il Digital recruiter ha la capacità di sfruttare al meglio l'universo digital, di relazionarsi sui social media con i candidati, i suoi colleghi, i clienti e sa usare perfettamente le tecnologie più recenti.

Il risparmio di tempo ottenuto con l'utilizzo di strumenti come il video colloquio in differita o i social network, per esempio, è un vantaggio economico per le aziende che sempre più prediligono modelli tecnologici orientati all'ottimizzazione di costi e tempi.

Il Recruiter moderno

Cupido

Ha un fiuto innato per riconoscere quello che accomuna team e candidati

Fanatico dei dati

Sa che i numeri e i dati lo aiuteranno a prendere decisioni migliori

Ricercatore

Fa ricerche su pool di candidati e sui trend in materia di assunzioni e si tengono aggiornati sulla concorrenza

Esperto di marketing

Pensa alle offerte di lavoro come gli esperti di marketing pensano ad un prodotto

Esperto di tecnologia

Conosce e usa al meglio gli strumenti e le innovazioni introdotte nel campo hr

Venditore

Sa negoziare e trattare con le persone e rendere tutti contenti



IL MERCATO DEL RECRUITING IN ITALIA

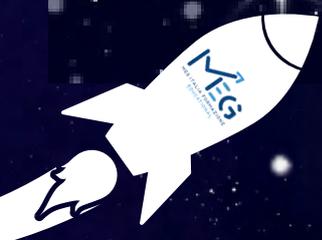
WEB SVILUPPO INTERNET
SOCIAL MEDIA



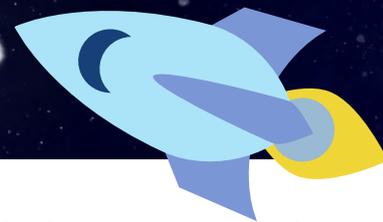
Grazie alla facilità di utilizzo di Internet, in Italia il mercato della ricerca e selezione del personale ha visto un grande cambiamento rispetto al passato.

In contemporanea candidati e recruiter possono cercarsi reciprocamente sul Web.

La vera novità è come oggi sia necessario per i recruiter essere convincenti, capaci di comunicare all'esterno i propri valori e quelli dell'azienda e trasferire il tutto al candidato per una scelta reciproca nella collaborazione lavorativa che si andrà a concretizzare. L'online recruiting anche se ha avuto uno sviluppo più lento in Italia è in continua crescita e si sta affermando come elemento chiave. Il fenomeno è dovuto anche in gran parte dalla rivoluzione social sempre in continua evoluzione.



RECRUITMENT ADS



Aiutano ad identificare i candidati secondo precisi campi d'interesse per l'azienda. Si tratta di vere e proprie campagne di recruitment advertising che hanno l'obiettivo di aumentare il numero di followers e attirare talenti nella pagina del recruiter.

GLI ADS

Si tratta di banner presenti nei profili professionali dei dipendenti di un'azienda. L'azienda acquista questi spazi e li personalizza con contenuti specifici in funzione del profilo utente che li visualizza. Lo scopo è quello di invitare gli utenti a raggiungere la landing page desiderata e di conseguenza attirare candidati passivi utili all'attività di sourcing.



COME FUNZIONA?



Il Recruitment ADS consente di inserire degli annunci in alto della pagina LinkedIn del recruiter. Nell'annuncio si deve specificare il target dei candidati al quale è rivolta la campagna specificando il ruolo, la posizione, il settore, l'area geografica, l'età, il sesso, il nome dell'azienda. Una volta che gli annunci vengono postati sono visibili nella parte superiore della pagina di LinkedIn.

Annuncio candidatura su LinkedIn

TESTO
da dettagli sul lavoro
e aggiunge
un tocco personale

IMMAGINE
deve essere chiaro
che si tratta di
annunci di lavoro
per attirare
potenziali candidati

CALL TO ACTION
si va alla descrizione
completa del lavoro e
alla candidatura



LA FONDAZIONE MEYER PER UN OSPEDALE A MISURA DI BAMBINO



La cura, la salute e il benessere del bambino sono al centro di tutto

Per i bambini

A misura di bambino perchè tutto nell'Ospedale è pensato e realizzato in funzione dei piccoli pazienti.

Pareti colorate, grandi video d'animazione, "mini" arredi, quadri, giochi e tanto verde grazie al bellissimo parco esterno.

Il sorriso fa parte della cura. Nell'Ospedale per il periodo di cure e ricovero all'elevata competenza sanitaria e tecnologica affianchiamo una "cura" speciale: quella del sentirsi come a casa propria. Per questo la Fondazione Meyer è responsabile diretta di tutti gli interventi di animazione in Ospedale: il gioco ed il teatro in Ludoteca, l'allegria dei clown in corsia e dei cani della Pet Therapy, le note distensive dei nostri musicisti.

Per le famiglie

Un importante impegno della Fondazione Meyer è riservato al sostegno per l'ospitalità delle famiglie che hanno il proprio bambino ricoverato presso l'Ospedale.

Tanto più è lunga la degenza e delicata la malattia e tanto più cresce il disagio, se a tutto questo si aggiunge la distanza dal proprio ambiente, il disagio diventa vera e propria difficoltà spesso anche economica.

Cerchiamo di garantire ospitalità per i nuclei familiari dei nostri piccoli degenti, soprattutto di quelli provenienti da lontano, per permettergli di affrontare uniti il periodo di ricovero dei propri bimbi presso l'Ospedale.