



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

Training



HAVING ALL THE
TALENT IN THE WORLD IS HUMANLY POSSIBLE



powerGroup



Lorenzo Buscarino

Candidate Manager presso ManpowerGroup Italia
Piacenza, Emilia Romagna, Italia · [Informazioni di contatto](#)



ManpowerGroup Italia



Università degli Studi di
Milano-Bicocca



SEE OPPORTUNITY



Federica Galliani

Sales Services Representative presso ManpowerGroup

Villasanta, Lombardia, Italia · [Informazioni di contatto](#)

[Più di 500 collegamenti](#)



ManpowerGroup



Università degli Studi di
Milano-Bicocca

ManpowerGroup Worldwide Overview

70 Anni d'esperienza nelle Global Workforce Solutions



Fatturato
\$21 billion



88%
del fatturato generato fuori dagli U.S.A.



80 Nazioni



28,000
dipendenti



2,500
Uffici

- Ogni giorno impiega **600,000+** persone
- Connette **milioni** di persone con le aziende, ogni giorno



Most Trusted Brand nel settore



Strong and Connected Brands



ManpowerGroup



Manpower



Experis
ManpowerGroup



Talent
Solutions
Manpower

ManpowerGroup Italy Overview

Oltre 20 anni d'esperienza in Italia

Dal 1994 Ricerca
e Selezione

Dal 1997 Lavoro
Temporaneo



20 Regioni



1.800
dipendenti



230
Filiali

- Ogni anno oltre **110.000** persone lavorano con ManpowerGroup
- **15.000 clienti**



Most Trusted Brand nel settore



Strong and Connected Brands



ManpowerGroup®



Manpower®



Experis®
ManpowerGroup



Talent
Solutions
Manpower®



Evoluzione del recruitment



Evoluzione del Job Seeker



Come è cambiata l'attività
dei job seeker
e dei recruiter
nell'era digitale?



viaggio nel tempo

Le 4 epoche che hanno
segnato il mondo del
Recruiting

1 Era della VOCE - PASSAPAROLA

Raccolta segnalazioni
Autocandidature

Importanza delle relazioni umane
Networking personale
Territorialità limitata
Opportunità limitate



2 Era della CARTA

CV cartacei

Annunci su quotidiani e riviste

Bacheche

Lieve sconfinamento territoriale



http://www.

3 Era del WEB

...vera rivoluzione



Rottura totale dei **confini territoriali**
Possibilità di candidarsi fuori **regione o all'estero**
Max velocità di candidatura e **costo zero**





Diffusione dei Job Site

Nascita servizi di Crawling Indexing Ranking

Nascita strumenti ATS

Importanza attività di SEO

Mondo molto «artificiale»

Mancanza di relazioni umane

...Post and Pray...



4 Era dei SOCIAL NETWORK

... nuova RIVOLUZIONE!



cosa **NON** sono

Non sono enormi Database o contenitori di CV
Non sono elementi statici



cosa sono

Simili ad “organismi viventi” e in evoluzione
Importanza presenza attiva e costante
Importanza delle relazioni umane
Importanza networking
Endorsement e segnalazioni





Possibilità di contatto diretto tra candidati ed HR Manager

Approccio ATTIVO alla ricerca di personale

Tempi velocissimi

Verifica RECENSIONI e pareri dei dipendenti

Verifica COERENZA tra ciò che viene dichiarato e la realtà

Possibilità di esprimere la propria Value Proposition

QUESTION

Diffusione dei concetti di:

Personal Branding

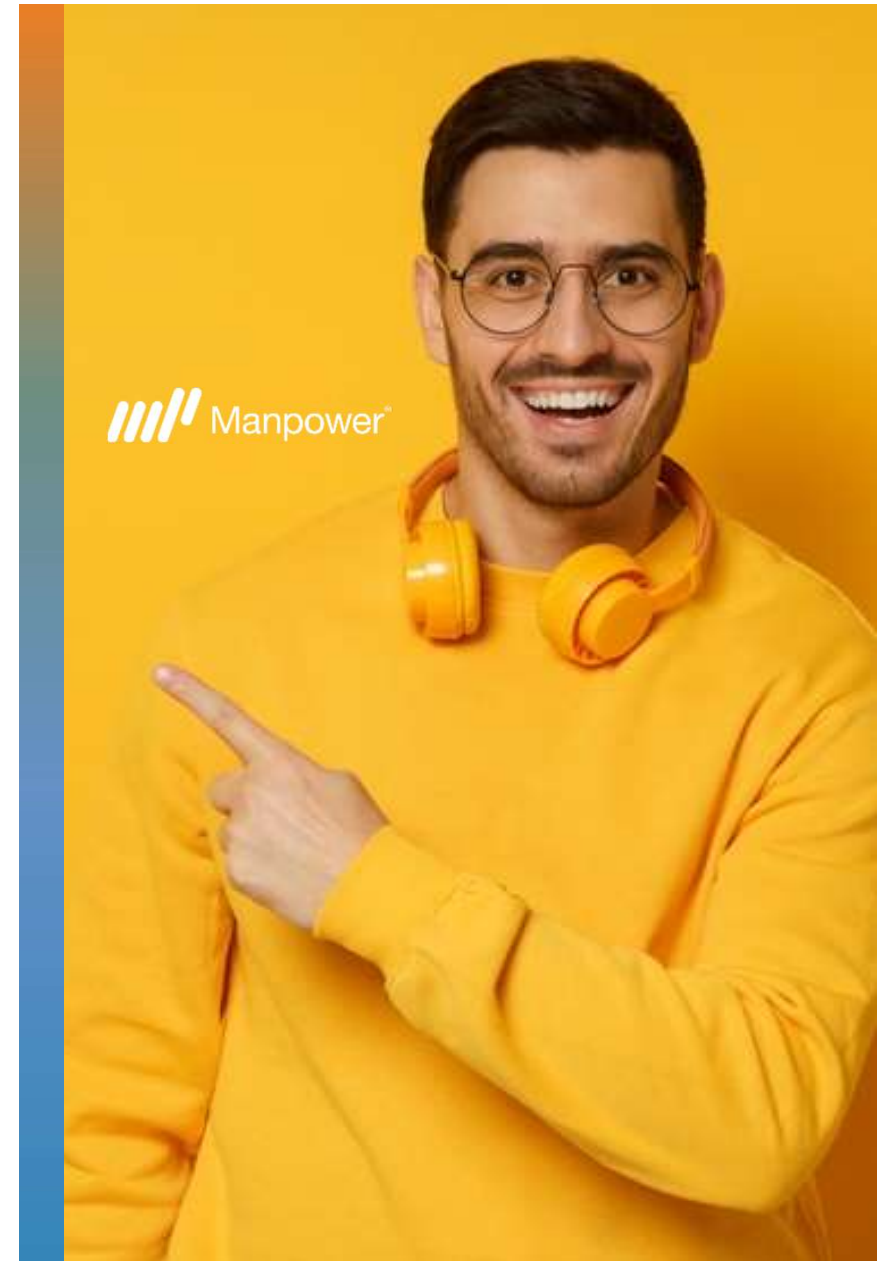
Web Reputation



Attention:

Il 91% dei Recruiter utilizza i Social Network nelle fasi di screening e valutazione dei candidati:

- . 47% subito dopo aver ricevuto la candidatura
- . 27% dopo i primi contatti
- . 15% dopo i primi colloqui
- . 4% prima di fare una proposta di assunzione





Il 61% degli HR Manager ha scartato candidature dopo aver visto i profili social, prevalentemente per:

- . **Commenti inappropriati**
- . **Foto inappropriate**
- . **Stile di vita “eccessivo”**
- . **Commenti sui precedenti luoghi di lavoro / datori di lavoro / colleghi**
- . **Commenti discriminatori**
- . **Qualifiche false o esperienze inventate**
- . **Condivisione di Informazioni aziendali riservate**



Il 68% degli HR Manager ha deciso di ASSUMERE candidati dopo aver visto i profili social, prevalentemente per:

- . Buona impressione circa la personalità del candidato a 360°
- . Endorsement da parte di colleghi
- . Creatività
- . Buone doti comunicative e leadership
- . Premi e riconoscimenti



<https://www.youtube.com/watch?v=-IC5iYTGMIo>

Social Network tra mito, leggenda e realtà



<https://www.youtube.com/watch?v=YIPS1v0AD5o>

Il podio dei Social Network





<https://www.youtube.com/watch?v=VIR8JwFNQIA>

Facebook



<https://www.youtube.com/watch?v=eBOBIfGIL98>

LinkedIn

Costruisci il tuo profilo LinkedIn

Il tuo profilo è la prima cosa che verrà vista dai membri che vogliono scoprire chi ha inviato loro un messaggio InMail o chi ha pubblicato un'offerta di lavoro, quindi deve essere convincente e dire qualcosa di più su di te e sulla tua azienda. Come recruiter, è importante avere un profilo capace di avviare una conversazione. Le persone che visitano il tuo profilo devono pensare "interessante, dimmi di più!".

Usa una foto che ti ritrae in atteggiamento professionale.

Personalizza il tuo URL per i biglietti da visita e la firma digitale.



Jane Jones

Talent Sourcer in cerca delle menti più brillanti in EMEA

Irlanda | Internet

Attuale: LinkedIn

Precedente: Acme

500+

collegamenti

uk.linkedin.com/in/janejones

Informazioni

Percorso

Usa il tuo vero nome.

Spiega in modo creativo quello che fai.

Aggiungi fino a 3 siti Web.



LinkedIn

Utilizza foto professionale (cura anche lo sfondo!)

Tagline attraente

Summary per esprimere il valore aggiunto che puoi dare e I tuoi obiettivi professionali

Esperienze: attuali e precedenti

Aggiungi contenuti multimediali

Studi – lingue – PC

Endorsement!

Keywords

Aggiornamento frequente

Gruppi di settore

il colloquio di Selezione

Per l'azienda è uno strumento tecnico per raccogliere informazioni utili per la valutazione di un candidato rispetto ad una posizione

Per il candidato è un'occasione per dimostrare di essere in linea con la posizione, ma anche per verificare che essa sia allineata ai propri valori e obiettivi professionali



Diapositiva 28

MG1

Assicurati di avere il tempo, la tranquillità e la riservatezza necessari a dare il massimo durante le fasi di valutazione

Fai il technical check

Assicurati che il tuo pc/ smartphone o browser/sistema operativo supporti l'area test

Preparati sul tuo core

Ripassa le basi se devi affrontare un test tecnico o ricorda il tuo Personal Brand se test motivazionali o di personalità. Ricordati cosa vuoi far emergere di te (autentico

Test di lingua

Prova a praticarla nei giorni precedenti magari leggendo un libro o guardando un film in lingua straniera

Meneguzzi, Gilda; 16/06/2020

Consigli per un colloquio efficace

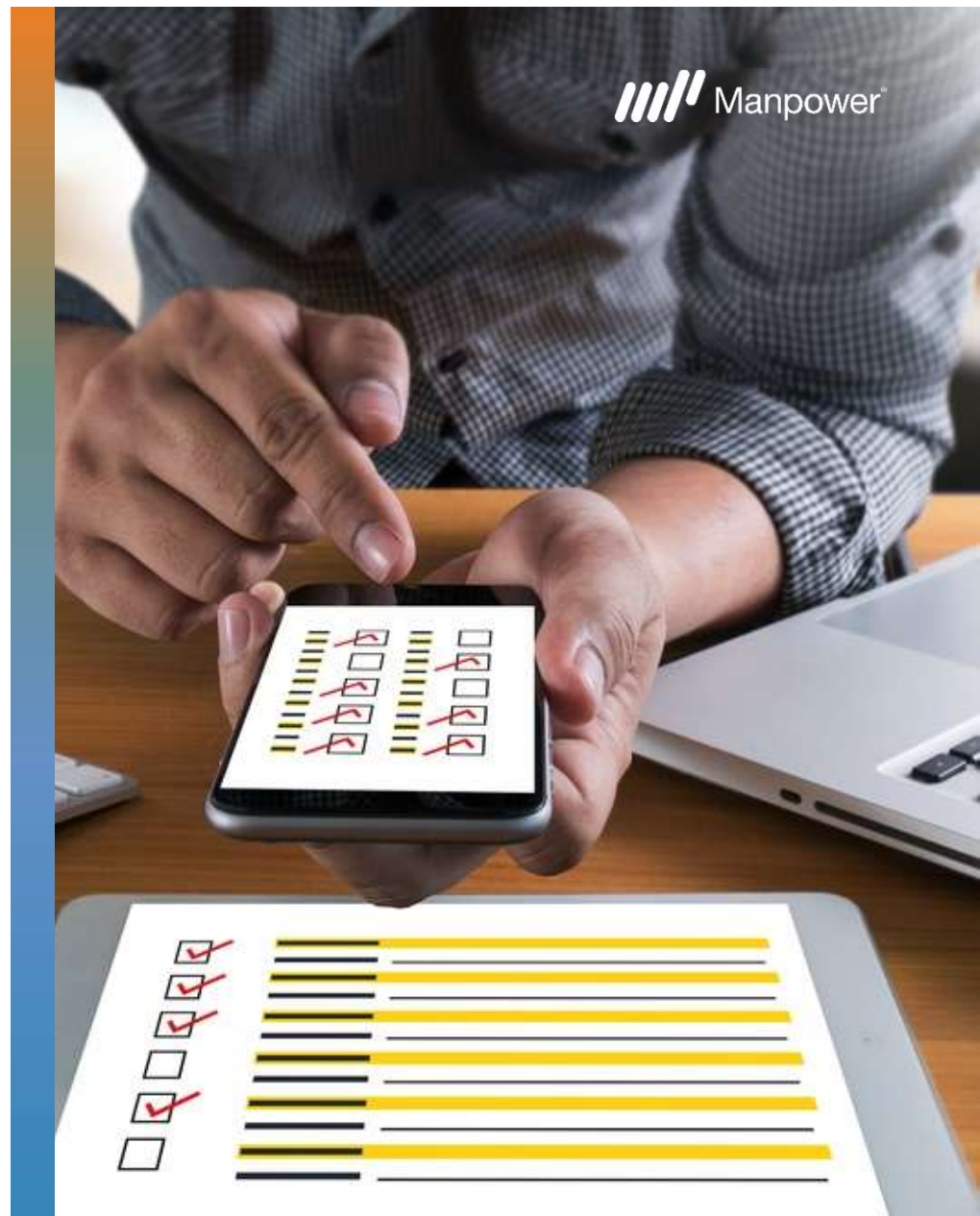
Rileggi il tuo profilo

preparati a rispondere alle domande possibili

Pensa positivo e ricorda le motivazioni che ti hanno spinto a candidarti

Scrivi ciò che ti qualifica, i successi conseguiti

Fai un po' di pratica!



Prima del colloquio

Cerca informazioni
sull'azienda/settore/concorrenti

Cerca informazioni sul tuo selezionatore

Verifica la tua Web Reputation

Rileggi l'annuncio e la Job Description



la prima impressione conta!

Arriva puntuale

Cerca di fare bella impressione anche in reception

Saluta cordialmente gli interlocutori...sorridi!

Rallenta il ritmo e Registra il tono

Il colloquio è a «due vie!»

Durante il colloquio..

Fai attenzione alle domande dell'azienda

Non cercare di sembrare Superman..non inventare!

Dimostra sempre voglia di migliorarti

Evita gaffe e autogo!



Domande domande domande!

Fai le domande «giuste» in linea con la Job

Collega le domande a ciò che avete condiviso

Fai domande circa le aspettative dell'azienda

Se si tratta del primo colloquio...non chiedere di retribuzione e contratto



finito il colloquio...che fare?

chiedi info in merito al successivo step

Saluta cordialmente l'interlocutore

arrivato a casa...

Ripercorri il colloquio e pensa ad eventuali altre domande da fare al 2 step

Manda una mail per ringraziare per il tempo dedicato e per confermare l'interesse per la posizione



VIDEO CV STANDARD

<https://www.youtube.com/watch?v=MFvHK68SO7k>

https://www.youtube.com/watch?v=wsSFkyRil_g

VIDEO CV CREATIVO

<https://www.youtube.com/watch?v=kS4pi76qEZw>

VIDEO CV INGLESE

https://www.youtube.com/watch?v=Mo_vRjtkgSI



Modulo 2

MY PERSONAL BRANDING



**...Parliamo di
Personal Branding**

Once Upon A Time...

**We are CEOs of our own
companies: Me Inc**

Tom Peters

Today...

**People don't buy WHAT you do,
they buy WHY you do it**

Simon Sinek



BUILD YOUR
PERSONAL

BRAND



Io che mi presento



IO



Gli altri che parlano di me

CONOSCERSI





PARTO DA ME



**DEFINISCO IL
MIO TARGET**



**IDENTIFICO I MIEI
CONCORRENTI**

PARTO DA ME

Autovalutazione

- **Visione**
- **Scopo**
- **Valori**
- **Passioni**

- **Flessibilità**
- **Efficacia comunicativa**
- **Tensione all'obiettivo**
- **Teamwork**
- **Resilienza**

**Rilevazione della
percezione esterna**



IL MIO TARGET

A CHI MI RIVOLGO

Aziende
Studi professionali
Partner
Hr Manager
Recruiter

COME MI RENDO VISIBILE AL MIO TARGET

On line
Off line
Eventi
Nicchie di mercato



I MIEI COMPETITORS

CHI SONO E COSA HANNO IN COMUNE CON ME

- Percorsi formativi
- Esperienza
- Competenze tecniche
- Competenze chiave di ruolo

IN COSA MI DISTINGUO DA LORO

- Titoli aggiuntivi/specializzazioni
- Esperienze all'estero
- Conoscenza lingue
- Interessi coerenti agli obiettivi professionali
- Caratteristiche personali (attributi di brand)



ESPRIMERSI



COME MI ESPRIMO

CHIAREZZA

CONSISTENZA

COSTANZA

Scegliere gli
strumenti giusti e
adeguare il
contenuto



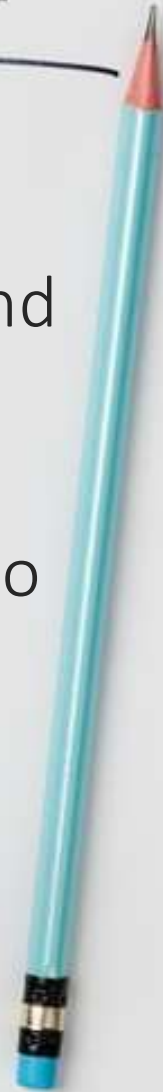
[WHAT'S YOUR STORY?]

3 COSE DA DOMANI



To Do List

- Personal Brand Statement
- Aggiornamento profili social
- Networking



Make a Difference, Start the Change!

C H A N C E

A row of seven light-colored wooden blocks, each with a black letter cut into its top surface. The letters, from left to right, are C, H, A, N, C, G, and E. The blocks are arranged on a light-colored wooden surface, and the background is a plain, light gray wall.

Personal Branding TEST - IO

Ti proponiamo a questo proposito un primo test: utilizza le due schede che trovi nelle pagine seguenti e compilale esprimendo il tuo parere sulla tua efficacia rispetto alle 5 principali competenze che oggi vengono ricercate nel mondo del lavoro:

Efficacia
Comunicativa 01

02 Tensione
all'obiettivo

Lavoro di
gruppo 03

04 Gestione dello
stress

Flessibilità 05

Oggi abbiamo lavorato insieme sul concetto di **Personal Branding**.

Hai condiviso con noi che fare Personal Branding significa puntare finalmente sul proprio asset principale: se stessi!

Ti proponiamo ora di iniziare la tua strategia di Branding provando a pensare ad un possibile interlocutore per chiarirgli la ragione per cui dovresti essere scelto.

Parti dalla tua personalità, da una riflessione su te stesso, valutando quale percezione hai di te.

Quando compili le schede, rifletti sulla tua personalità e unicità, sii accurato e onesto nel rispondere e conserva con cura il risultato del tuo lavoro.

Ti sarà utile in due modi:

1

Come confronto successivo di autovalutazione, quando ti sentirai pronto a valutarti nuovamente, per metterti in discussione, fra qualche tempo



2

Come strumento di confronto immediato rispetto alla percezione che gli altri hanno di te, che svilupperai con il secondo documento proposto (Personal Branding Test).

Il tuo Personal Brand ti consente di essere riconosciuto e scelto per il valore unico e distintivo che esprimi!

Buon lavoro!

**COME
COMUNICO**

Mi piace comunicare

Quando parlo
mi esprimo con chiarezza
/gli altri mi capiscono



Gli altri mi ascoltano con
interesse

Sono convincente
quando parlo



Mi prefiggo degli obiettivi
chiari

Raggiungo gli obiettivi che
stabilisco



**RAGGIUNGO
I MIEI
OBIETTIVI**

Riesco a raggiungere i miei
risultati
in tutte le situazioni



COMPORTAMENTI

10

Leggi con attenzione: come ti
comporti nelle situazioni che ti
vengono proposte sotto?
(pensa in generale,
non riferirti ad un solo episodio)

PUNTEGGIO

Barra, da 0 a 10 (dove 0 corrisponde
a “per niente” e 10 corrisponde a
“tantissimo”), in che misura ti
riconosci la caratteristica descritta

MOTIVAZIONE

Scrivi alcuni esempi rilevanti che
confermino il punteggio che ti sei
assegnato

**COME
GESTISCO
LO STRESS**

Riesco a dare il meglio di me anche in situazioni di tensione, senza stancarmi troppo



Reagisco con auto-controllo alle provocazioni



**COME
LAVORO
IN GRUPPO**

Mi piace lavorare con gli altri e ascolto la loro opinione

Riesco a far valere le mie idee senza impormi



**SONO
FLESSIBILE**

Sono una persona piena di idee

So adattarmi alle situazioni e ai contesti nuovi



COMPORTAMENTI

10

Leggi con attenzione: come ti comporti nelle situazioni che ti vengono proposte sotto? (pensa in generale, non riferirti ad un solo episodio)

PUNTEGGIO

Barra, da 0 a 10 (dove 0 corrisponde a “per niente” e 10 corrisponde a “tantissimo”), in che misura ti riconosci la caratteristica descritta

MOTIVAZIONE

Scrivi alcuni esempi rilevanti che confermino il punteggio che ti sei assegnato

Personal Branding TEST - Gli Altri

Oggi identificare i propri talenti, le proprie caratteristiche distintive è importantissimo per poter costruire il **proprio Personal Brand** e proporsi in modo efficace nel mondo del lavoro.

Per capire cosa ci distingue è importante non solo analizzarsi personalmente, ma anche confrontarsi con il **“mondo esterno”**.

Il parere di amici, parenti, familiari, in generale di tutti coloro con i quali interagiamo è essenziale per capire come questo “mondo esterno” ci vede: a seconda dei casi potremo avere conferma della nostra idea su noi stessi o esserne sorpresi, magari scoprendo che caratteristiche che non pensavamo di avere ci vengono riconosciute o che caratteristiche che ritenevamo distintive non sono poi così visibili.

Tutte queste scoperte saranno utilissime per aiutarci ad affrontare il mondo del lavoro con maggiore consapevolezza, puntando su quegli aspetti di noi che ci rendono unici e che dovremo far emergere, nel curriculum vitae come nel colloquio di selezione.



Ti proponiamo a questo proposito un secondo test che ti consentirà di lavorare alla costruzione del tuo Personal Brand.

Consegna le due schede che trovi nelle pagine seguenti a chi ti conosce e chiedi loro di compilarle (scegli almeno 5 persone provenienti da diversi ambiti, famiglia, giro delle amicizie, scuola, lavoro, ecc in modo che i punti di vista siano differenti).

Le schede chiedono a chi le compila di esprimere il proprio personale parere su di te relativamente alle 5 principali competenze che oggi vengono ricercate nel mondo del lavoro:

Efficacia
Comunicativa 01

02 Tensione all'obiettivo

Gestione dello
stress 03

04 Lavoro
di gruppo

Flessibilità 05

È essenziale che chi compila le schede lo faccia con attenzione, prendendosi del tempo per riflettere: tutti i campi devono essere riempiti perché ognuno di essi servirà a ricavare informazioni preziose su di te.

Al termine raccogli le schede e analizzale: scopri – confrontando tra loro le varie schede compilate – quali sono, secondo il mondo esterno, le tue caratteristiche vincenti, quelle ricorrenti, quelle più votate, gli esempi che dimostrano che le possiedi...

Fai tesoro dei pareri degli altri per aumentare la tua consapevolezza personale e costruire così il tuo Personal Brand!

**COME
COMUNICA**

Ascolto volentieri quando parla

Si esprime con chiarezza



Lo ascolto con interesse

È convincente



Ha le idee chiare

Raggiunge gli obiettivi che stabilisce



**RAGGIUNGE
GLI
OBIETTIVI**

Riesce a raggiungere i risultati
in tutte le situazioni



GLI ALTRI

10

Leggi con attenzione: come consideri il comportamento della persona rispetto alle situazioni che ti vengono proposte? (pensa in generale, non riferirti ad un solo episodio)

PUNTEGGIO

Barra, da 0 a 10 (dove 0 corrisponde a “per niente” e 10 corrisponde a “tantissimo”), in che misura ti riconosci la caratteristica descritta

MOTIVAZIONE

Scrivi alcuni esempi rilevanti che confermino il punteggio che hai assegnato alla persona

**COME
GESTISCE
LO STRESS**

Riesce a dare il meglio di sé anche in situazioni di tensione, senza sembrare stanco



Reagisce con auto-controllo alle provocazioni



**COME
LAVORA
IN GRUPPO**

Sa lavorare con gli altri e ascolta la loro opinione

Riesce a far valere le sue idee senza imporsi



**E'
FLESSIBILE**

È una persona piena di idee

Sa adattarsi alle situazioni e ai contesti nuovi



GLI ALTRI

10

Leggi con attenzione: come consideri il comportamento della persona rispetto alle situazioni che ti vengono proposte? (pensa in generale, non riferirti ad un solo episodio)

PUNTEGGIO

Barra, da 0 a 10 (dove 0 corrisponde a “per niente” e 10 corrisponde a “tantissimo”), in che misura ti riconosci la caratteristica descritta

MOTIVAZIONE

Scrivi alcuni esempi rilevanti che confermino il punteggio che hai assegnato alla persona

Personal Branding TEST – I Risultati

Ti sei analizzato e hai chiesto al “mondo esterno” di farlo.

Ora hai tutte le informazioni necessarie per poter costruire il tuo Personal Brand: quanto hai ricavato ti sarà essenziale per individuare quali sono davvero le tue caratteristiche distintive

FASCIA ROSSA

Se la maggior parte dei punteggi riportati compare in questa fascia la caratteristica relativa non sembra far parte di te o ti appartiene troppo poco perché tu la possa considerare un tuo segno distintivo per la costruzione del tuo Personal Brand.

Ti suggeriamo di non inserirla nel tuo curriculum vitae e tanto meno in una eventuale lettera di presentazione.

Allo stesso modo, se puoi, ti suggeriamo di ricercare opportunità di lavoro in cui questa caratteristica non sia dichiarata come essenziale: alla lunga quel lavoro potrebbe stancarti o, peggio, è probabile tu non sia in grado.

FASCIA GIALLA

Se la maggior parte dei punteggi riportati compare in questa fascia, la caratteristica relativa non sembra essere del tutto un tuo segno distintivo: la possiedi, ma ci sono caratteristiche che senz'altro sono più tue, che davvero fanno parte del tuo Personal Brand.

Ti suggeriamo di inserire questa caratteristica nel tuo curriculum vitae, ma di non evidenziarla come tuo “biglietto da visita” in una eventuale lettera di presentazione.

I lavori in cui questa caratteristica viene dichiarata come essenziale possono fare al caso tuo: è probabile che ce ne siano altri in cui puoi davvero fare la differenza

FASCIA VERDE

Se la maggior parte dei punteggi riportati compare in questa fascia la caratteristica relativa ti appartiene completamente. Tutti te la riconoscono, non solo te stesso ma anche gli altri; è assolutamente parte del tuo Personal Brand.

Ti suggeriamo fortemente di inserire questa caratteristica nel tuo curriculum vitae e di puntare su di essa in una eventuale lettera di presentazione. I lavori in cui questa caratteristica viene dichiarata come essenziale sono quelli che davvero fanno per te!!

**EFFICACIA
COMUNICA-
TIVA**

So comunicare con efficacia (mi esprimo con chiarezza, mi faccio capire)

IO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

So convincere e motivare gli altri a fare o non fare una cosa

IO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

So raggiungere gli obiettivi che mi prefiggo

IO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Raggiungo i miei risultati in qualsiasi situazione

IO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**TENSIONE
ALL'OBIE-
TIVO**

PUNTEGGIO

barrare per ogni scheda raccolta il punteggio ottenuto

**GESTIONE
DELLO
STRESS**

Riesco a dare il meglio di me in ogni situazione, senza stancarmi troppo

IO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

So mantenere le mie emozioni sotto controllo anche quando sono provocato

IO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**LAVORO
DI GRUPPO**

So lavorare bene in gruppo, dando il mio contributo e senza prevaricare gli altri

IO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

FLESSIBILITA'

Sono creativo, di fronte a situazioni consuete le so affrontare ogni volta in modo diverso, innovativo

IO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GLI ALTRI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

PUNTEGGIO
barrare per ogni scheda raccolta il punteggio ottenuto



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

GRAZIE

 Manpower®

 Manpower®