

<http://www.kongnews.it/nuove-tendenze/ingaggiare-talenti-necessario-saper-comunicare/>

Nuove Tendenze

LUNEDÌ, 16 APRILE 2018

Per ingaggiare i talenti è necessario saper comunicare

Secondo EasyHunters è fondamentale la comunicazione con i potenziali candidati e l'immagine verso l'esterno.

Ingaggiare i talenti migliori per la propria azienda è forse una delle attività più complicate. In alcuni casi mancano le competenze, in altri c'è una concorrenza agguerrita per aggiudicarsi un candidato, in altri ancora c'è un processo di selezione condotto in modo errato. Ma c'è un elemento che, in un momento storico come quello attuale, è fondamentale: la comunicazione con i potenziali candidati e l'immagine verso l'esterno.

Articoli correlati

- Dalla gerarchia al self management
- Employer Branding, una strategia vincente
- Una ricerca misura

Per ingaggiare i talenti è necessario saper comunicare

Secondo EasyHunters è fondamentale la comunicazione con i potenziali candidati e l'immagine verso l'esterno

Ingaggiare i talenti migliori per la propria azienda è forse una delle attività più complicate. In alcuni casi mancano le competenze, in altri c'è una concorrenza agguerrita per aggiudicarsi un candidato, in altri ancora c'è un processo di selezione condotto in modo errato. Ma c'è un elemento che, in un momento storico come quello attuale, è fondamentale: la comunicazione con i potenziali candidati e l'immagine verso l'esterno.

“Sappiamo – dichiara Francesca Contardi (nella foto), managing director di EasyHunters, società di Ricerca & Selezione che offre servizi di recruitment digitali a elevata qualità – che per ingaggiare e trattenere i talenti l'aspetto economico non è più sufficiente. I candidati vogliono lavorare per un'azienda con cui condividono i valori, che offra piani di carriera e di formazione a lungo termine e che abbia un'immagine positiva e ben riconoscibile. Non è più possibile, quindi, sottovalutare alcuni elementi (come per esempio la pagina 'lavora con noi del sito', una mail pre

post colloquio o una telefonata in cui si annuncia che è stato scelto un altro candidato) perché si rischia di compromettere la reputazione e l'immagine e, nel tempo, perdere i talenti migliori".

La maggior parte dei futuri candidati visiterà la pagina "lavora con noi" del sito aziendale, spesso prima di ogni altra, per conoscere le offerte di lavoro. Perché non sfruttare questo spazio per mostrare i valori e la cultura aziendali? La costruzione di una brand identity ben definita e chiara passa anche da qui.

Un altro modo per mostrare l'ambiente di lavoro è un tour virtuale – con foto e video – degli uffici. I 10 minuti di attesa prima del colloquio, infatti, non potranno mai fornire elementi utili per farsi un'idea abbastanza precisa dell'azienda. Ci sono spazi relax? C'è una mensa? Una palestra? Un asilo nido? Sono tutti elementi che, insieme ovviamente a retribuzione, tipologia di lavoro, vicinanza a casa, possono aiutare un candidato nella scelta.

Il processo di selezione è un momento cruciale per tutti. È proprio nel momento in cui il candidato manda il suo curriculum vitae che l'azienda inizia a parlare di sé: viene inviata un mail di conferma di ricezione del cv? Dopo quanto tempo viene inviato un feedback al candidato? Come avviene il primo contatto? Come – nel caso in cui venga fatto – si comunica che si è scelto un altro profilo?

"Sapere che la propria candidatura – sottolinea Francesca Contardi – non è caduta in un buco nero non è solo un gesto di cortesia che tutti dovrebbero fare, ma è un'occasione per dimostrare quanta attenzione si ha nei confronti di un professionista che ha investito del tempo per scrivere e per comunicare quanto le persone siano tenute in considerazione all'interno dell'azienda. Allo stesso modo, anche il colloquio deve essere uno scambio reciproco per entrare in contatto con potenziali collaboratori e, allo stesso tempo, per farsi conoscere: può bastare un testo che descriva i valori e la mission dell'azienda e che dia una panoramica del processo del selezione (tempi, modi, step), per esempio".

Da non sottovalutare, inoltre, la comunicazione ai candidati che non hanno ottenuto il lavoro che, tuttavia, possono essere perfetti per una opportunità futura. Tenersi in contatto con loro è indispensabile per costruire una community di talenti che possono essere ingaggiati in caso di necessità.

Dopo il processo di selezione non basta creare una community. Il segreto è alimentarla costantemente condividendo contenuti di interesse che possano raccontare l'azienda e promuovere un'immagine positiva e di qualità: può trattarsi di premi vinti, di obiettivi raggiunti o di piani di welfare e/o formazione messi in atto per i propri dipendenti. Dare visibilità a questi aspetti può fornire a un candidato, che magari è indeciso, un elemento in più per scegliere un'azienda che offra più benefit rispetto a un'altra o che permetta, per esempio, di seguire corsi professionalizzanti o ancora di usufruire dello smart working.