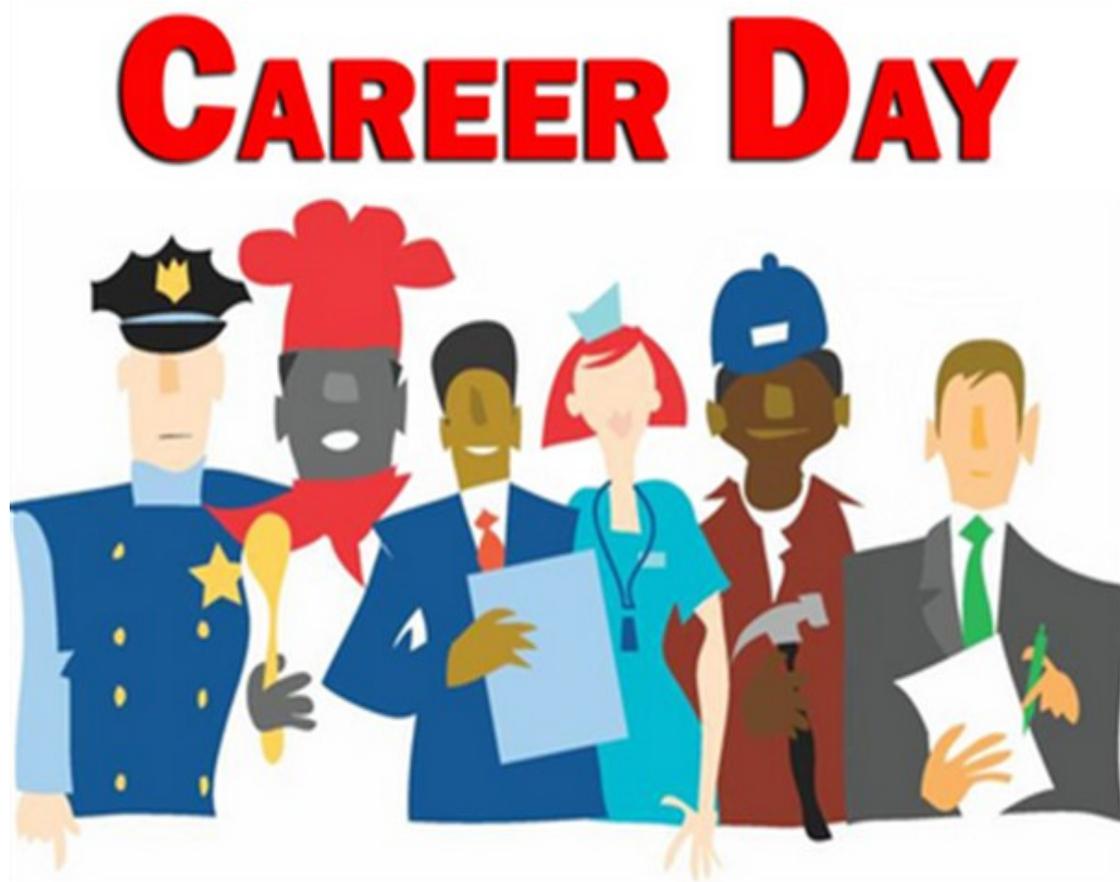


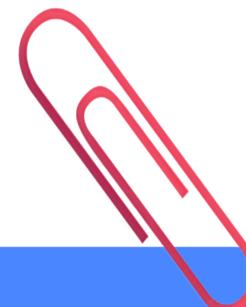
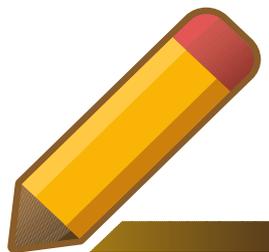


I Career day

Metodi per favorire l'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro, tra aziende e potenziali candidati



Dott. Sepe Gianmarco



Cosa sono i career day?

- *Un **career day** è un evento, che trova il suo scopo principale, nel mettere in contatto **domanda e offerta** di lavoro e guidare nell'**orientamento professionale** i più giovani.*

Esistono career day dedicati a:

- *Neolaureati/diplomati (orientamento)*
- *Uno specifico settore professionale*
- *A vari settori*
- *Recruiting day (con possibilità di colloqui, prove di gruppo, assessment, prove pratiche)*
- *Workshop, seminari, convegni, interviste*



Career day

- I **career Day** organizzati spesso dalle Università, ma non solo, rappresentano un'opportunità per chi è in cerca di lavoro, consentendo un **contatto diretto con le aziende**.
- Un modo per farsi conoscere, **fare personal branding** e nello stesso tempo conoscere le aziende, il settore nel quale operano, le novità, i problemi legati al mondo del lavoro, le tendenze e molto altro, grazie ai tanti eventi collaterali, **conferenze, seminari, recruiting day, orientamento, bilancio di competenze e workshop**.
- Rappresentano uno strumento prezioso anche per le stesse aziende, per fare **employer branding, ampliare la rete**, restare aggiornate e attirare **follower** tra i professionisti del settore



Career day

Perchè partecipare come azienda

- *Condivisione idee, progetti, contenuti;*
- *Employer branding*
- *Condivisione della cultura aziendale, con seminari, interventi di esperti, workshop*
- *Affrontare e aggiornarsi su tematiche e tendenze del settore;*
- *Creare touch point con i professionisti*
- *Rielaborare idee;*
- *Stimolare il dibattito, le discussioni tra i partecipanti;*
- *Inbound recruiting*
- *Ingaggiare follower tra potenziali candidati*



Career day

Perchè partecipare come professionista/candidato

- *Condivisione in una o più giornate;*
- *Lezioni, seminari e interventi di esperti*
- *Laboratori di orientamento al lavoro;*
- *Affrontare tematiche e tendenze del settore;*
- *Possibilità di colloqui/prove di gruppo/test*
- *Immergersi in un percorso esperienziale;*
- *Stimolare il dibattito, le discussioni tra i partecipanti;*
- *personal branding*



Un modo per conoscersi, per iniziare a scegliersi...

- *I Career Day sono un modo per scegliersi, sono l'inizio di una potenziale storia, collaborazione, rappresentano un primo incontro, un reciproco scambio di biglietti da visita e prime impressioni tra aziende e candidati*
- *Il biglietto da visita deve essere tuttavia supportato da elementi reali, veritieri, altrimenti un buon biglietto da visita rischia di essere solo fumo e fuffa, producendo un effetto boomerang distruttivo per il brand personale o aziendale e decretando la rottura di quel contratto psicologico azienda-candidato, che già in fase di selezione inizia a formarsi...*



Aiutano le aziende a trovare nuovi collaboratori e ai candidati un nuovo lavoro?

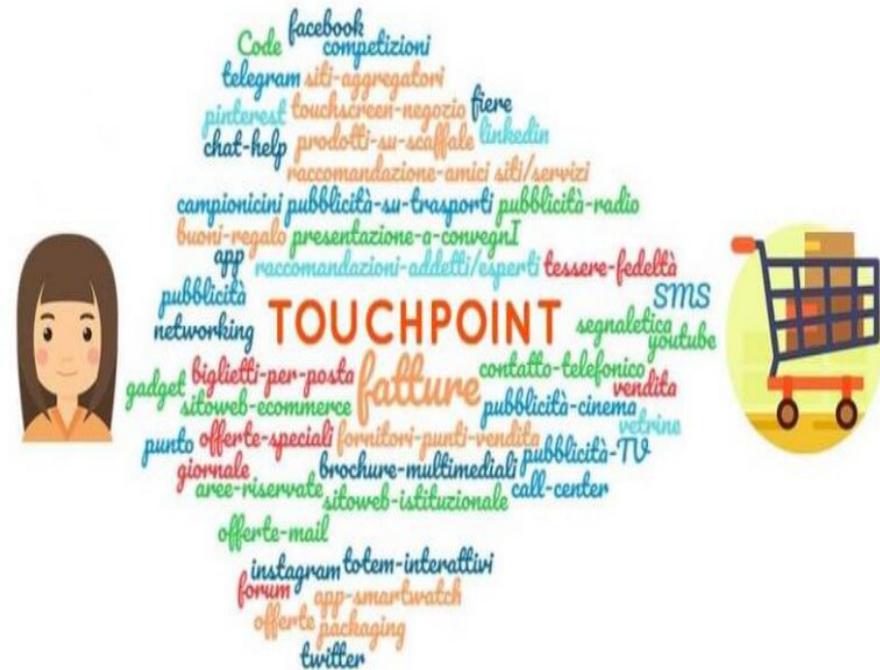
*Il mondo del lavoro è mutato profondamente; l'idea che un **career day** possa risolvere i problemi dei candidati disoccupati che decidono di partecipare all'evento o delle aziende che non trovano collaboratori è errata all'origine*

- *Un **career day** rappresenta un'occasione valida ed è uno dei **touch point** azienda candidato, che permette a entrambi di conoscersi*
- *Va valutato sotto il profilo formativo, dell'**employer/personal branding** e del **recruiting marketing***
- *E' infine un momento di sicura crescita e formazione, per tutti i partecipanti e organizzatori*



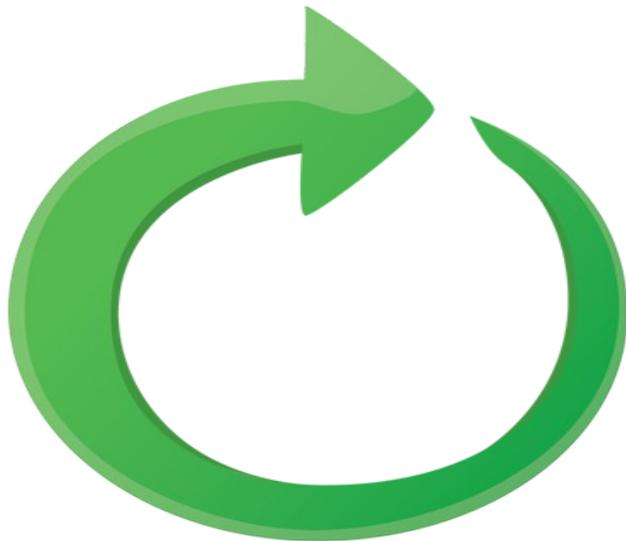
Touch point

- Una “lezione” che il recruiter può imparare dai colleghi del marketing, è legata al concetto di **touch point**.
- Durante il percorso di **recruiting** – ma anche al di fuori di esso – un candidato entra infatti in contatto con l'azienda in varie occasioni.
- **Conoscere e migliorare questi punti di contatto** è un esercizio utilissimo per certificare l'efficienza del processo di ricerca e selezione.
- Un **career day** rappresenta un ottimo **touch point** azienda-professionisti



Touch point azienda candidato

- *Tra i “nuovi compiti” dei recruiter di oggi c’è quello di monitorare tutti i touch point azienda-candidato e far sì che siano efficaci e coerenti tra loro.*
 - *I punti di contatto possono variare da azienda ad azienda, ma i principali sono tipicamente i seguenti.*
- **Job post**
 - **Canali di ricerca**
 - **Career site**
 - **Career day**
 - **Presenza e valore dell'azienda sul web**
 - **Recensioni ex dipendenti**
 - **Social media**
 - **Colloqui**
 - **Feedback ai candidati**
 - **Lettera d'offerta**
 - **Onboarding**



La ricerca di candidati come processo di vendita

Ogni processo di vendita presuppone la cura di una serie di aspetti e il rispetto di regole universalmente valide, indipendentemente dal prodotto offerto.

- Conoscenza del prodotto
- Studio del mercato e individuazione della clientela
- Attività di marketing
- Negoziazione
- Sottoscrizione del contratto



Employer branding

- *L'employer branding, non influenza soltanto la percezione del **brand** e l'abilità dell'azienda di saper attrarre i talenti che più corrispondono ai propri valori, ma ha effetti diretti anche sulla capacità di **retention** del personale e sulla sua **performance**.*
- *Intervento coordinato di più componenti dell'azienda: Risorse Umane, Marketing e Management.*
- *Posizionamento e **EMPLOYER IDENTITY**
Che atmosfera si respira in azienda?*
- *Investire sulla **valorizzazione dei DIPENDENTI***
- *Comunicazione uniforme*
- **Trasparenza, autenticità**
- **SEO**
Pagine e testi ottimizzati secondo i principi della Search Engine Optimization godono di maggiore visibilità in rete e potranno portare un flusso maggiore di candidati.
- **Cura dei social network**
- **Mobile first**
- **Sviluppare la rete anche attraverso eventi, convegni, career day etc.**

Content is king

*Il valore dei contenuti offerti, sia in rete che in eventi live, è un fattore importante in una strategia di **inbound marketing**.*

- *Essere trasparenti e veritieri, le bugie hanno le gambe corte...*
- *Curare gli annunci*
- *Affrontare con professionalità i processi di recruiting*
- *Valorizzare la cultura del feedback*
- *Promuovere contenuti di qualità*
- *Promuovere la cultura del valore*
- *Attrarre recensioni positive in primis dai dipendenti*



Il valore del talent marketing

Questa disciplina è nata per consentire alle aziende, di superare la concorrenza nella ricerca dei candidati migliori

Esistono settori con un basso tasso di disoccupazione, figure in contesti specializzati e competitivi come l'IT, il farmaceutico, il finanziario; in tali settori il recruiting marketing si rivela essere cruciale

La situazione attuale ha favorito lo sviluppo del recruiting marketing, Lo sviluppo dello smart working ha abbattuto le barriere dei confini territoriali e allargato la concorrenza sui talenti, reclutabili anche tra aziende di altre città, regioni, persino nazioni.



Inbound recruiting

- *Negli ultimi anni l'**inbound recruiting** è stata la tecnica privilegiata tra le aziende più innovative, tanto da diventare quasi un sinonimo di **recruiting marketing**.*
- *Consiste nell'attrarre l'attenzione di profili interessanti e convertirli successivamente in candidati attraverso l'utilizzo di contenuti di qualità, scegliendo i giusti canali e curando un processo di recruiting, che curi la centralità del candidato dal primo all'ultimo step della selezione*
- *Grazie a questa strategia, si coltiva anche l'interesse dei candidati passivi per la nostra azienda.*



Career day

Le aziende devono

- *Curare l'immagine del proprio spazio/stand*
- *Curare i contenuti/prodotti offerti (biglietti da visita, flyer, riviste)*
- *Provare a trasmettere la mission, la vision e la personalità dell'azienda*
- *Trasmettere un'immagine veritiera*
- *Studiare la concorrenza e i trend del mercato*
- *Attirare i professionisti e trasformarli in nuovi follower*
- *Organizzare seminari, workshop, partecipare a interviste*
- *Dedicare ampio spazio al "recruiting day" e alla raccolta di cv*



Career day

I candidati devono

- *Studiare il programma*
- *Selezionare e studiare le aziende di proprio interesse*
- *Iscriversi ai seminari di proprio interesse*
- *Portare con sé cv cartaceo e digitale*
- *Mettersi in gioco*
- *Partecipare ai colloqui conoscitivi*
- *Partecipare alle eventuali prove individuali, tecniche, di gruppo etc.*
- *Interagire con i recruiter*



Recruiting day

candidate experience

Gaming:

Quando parliamo di **“recruiting gamification”**, intendiamo un nuovo modo di concepire il processo di selezione del personale basato sui principi e le tecniche del gioco, che consentono un’attività più snella per i recruiter e più ingaggiante ed esperienziale per i candidati.



Career day e candidate experience come biglietto da visita dell'azienda

Recruiting day candidate experience

Prove di gruppo:

- *La caratteristica principale di una **prova di gruppo**, consiste nel fatto che il candidato si trova a **confrontarsi con altri candidati**, per concorrere alla medesima posizione.*
- *In concreto una prova di gruppo consiste in un **problema da risolvere**, un **gioco da effettuare**, una **decisione da prendere** etc.*
- *Generalmente la prova di gruppo prevede **3 fasi**:*

Individuale

Di confronto

Decisione condivisa



*Career day e candidate experience come
biglietto da visita dell'azienda*

Career day settore IT

- *Il settore dell'Information Technology è certamente uno dei più competitivi e difficili, per operare come **recruiter***
- *Basso livello di disoccupazione*
- *Sproporzione tra domanda e offerta*
- *Professionisti migliori, che ambiscono a lavorare in aziende internazionali*
- *Potere negoziale che pende dalla parte dei candidati*
- ***Rapidità, marketing e inbound recruiting** assolutamente necessari per portare a bordo i professionisti migliori*



La partecipazione delle aziende operanti nel settore it, a eventi career day dedicati, può rivelarsi una delle armi vincenti sulle quali puntare

Tech job fair

Per chi cerca lavoro

- *Una o più giornate di aggiornamento e di incontro tra le aziende e i professionisti del settore tecnologico.*
- *La finalità dell'evento è attirare naturalmente l'interesse dei professionisti più qualificati e stimolarli a mettersi in contatto con le aziende TECH partecipanti*
- *Permettere alle aziende di essere aggiornate e confrontarsi sul mondo del lavoro nel settore tech, un settore ove riuscire ad attirare i talenti migliori, richiede una strategia mirata, conoscenza dei trend del momento e una realtà aziendale solida, ben posizionata e appetibile ai candidati*



tech jobs fair

TECH JOBS FAIR SOUTH WORKING EDITION

16-17 SETTEMBRE 2022

due giornate di incontro tra neolaureati, professionisti e aziende del settore TECH

INCONTRA LE MIGLIORI AZIENDE TECH CHE CERCANO PERSONALE

PARTECIPA >

The banner features a collage of images showing people at a fair, with logos for 'NAVIONICS' and 'CELL' visible. The overall color scheme is blue and orange.

Perchè un tech job fair?



Rodolfo Duè

*Per dare la possibilità, alle numerose aziende che operano nel settore TECH, spesso poco note ma all'avanguardia mondiale nel loro settore, di fare **employer branding** così da intercettare e interessare i migliori professionisti e i migliori neolaureati, in modo da creare un bacino di follower , dal quale attingere potenziali candidati in vista di future offerte lavorative*

Tech job fair

Per i professionisti

E' un' occasione giusta per far crescere la propria rete e costruire relazioni a lungo termine con le aziende. Conoscere le tendenze del mercato del lavoro e le novità nel settore tech.

Incontrare e interagire con i recruiter faccia a faccia.

Opportunità di mettersi in gioco e magari mostrare le proprie capacità.

Fare networking con diverse aziende



Antonio Barbatì Minischetti
intervistato da Marco Fattizzo



photo by Enikő Lőrinczi



Lara Martini intervistata da Marco
Fattizzo



Rodolfo Duè e Francesco Cosentino



Emilia Traficante intervistata da
Marco Fattizzo



photo by Enikő Lőrinczi

Tech job fair

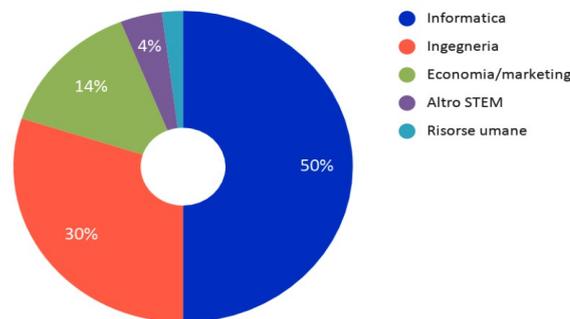
Per le aziende

- *Tech Jobs Fair permette d' incontrare migliaia di talenti con grandi competenze. Si ha l'opportunità di entrare in contatto con professionisti del settore e giovani talentuosi.*
- *Accesso a un gran numero di candidati, con background e competenze diverse in un ambiente unico.*
- *Incontrare i candidati di persona e stabilire subito una connessione per fare una valutazione chiara e migliore dei loro profili*
- *Entrare in contatto con altre aziende e creare eventuali partnership*

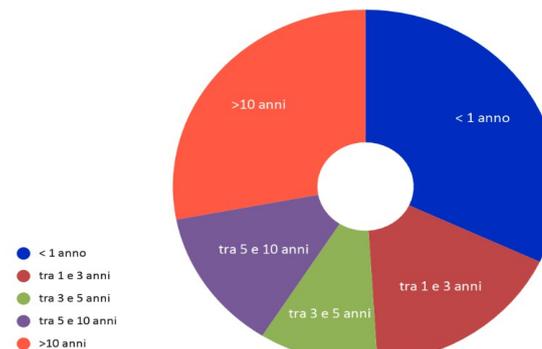


Edizione Pisa 2019 - Partecipanti

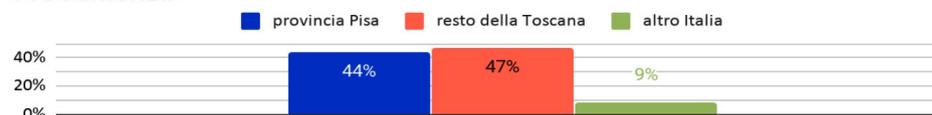
Area di competenza



Esperienza lavorativa



Provenienza



Conclusioni

- *I **career day** sono eventi, che hanno lo scopo principale di favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, tra **aziende e candidati**.*
- *Esistono varie tipologie di **career day**, alcuni dedicati a studenti, neodiplomati, neolaureati hanno l'obiettivo di favorire l'ingresso nel mondo del lavoro e dare l'opportunità ai candidati di muovere i primi passi nel mercato del lavoro, conoscere le aziende, partecipare a **workshop, seminari di orientamento al lavoro, esperienze di recruiting** etc.*
- *Altre forme di **career day** sono invece dedicate a settori specifici (pensiamo al settore IT) e hanno lo scopo di creare un interessante **touch point** azienda/professionisti del settore, i quali potranno curare il **personal/employer branding**, essere aggiornati sulle novità del mercato del lavoro e del settore di riferimento, conoscere altri professionisti, valutare partnership, partecipare a colloqui, prove per testare le proprie competenze e restare aggiornati facendo networking.*
- *I **career day** vanno ad inserirsi in maniera perfetta, nel concetto di **Touch-point e talent marketing**, soprattutto in quei settori nei quali la sproporzione tra domanda e offerta di lavoro e un tasso di disoccupazione ridotto, impone alle aziende di agire prima, curando ogni dettaglio del processo di selezione e della **candidate experience**, attirando **follower**, che andranno a costituire un bacino di utenti che saranno dei potenziali candidati, quando sarà necessario reclutare nuovi collaboratori.*