

Luca Tamburrino, Emil Abirascid

COSA E DOVE: STRATEGIE DIGITALI DI RICERCA DEL LAVORO



FrancoAngeli/Trend

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile **con Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.

Trend

Le guide in un mondo che cambia

In testi agili, di noti esperti, le conoscenze indispensabili nella società di domani.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a “FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano”.

Luca Tamburrino, Emil Abirascid

COSA E DOVE: STRATEGIE DIGITALI DI RICERCA DEL LAVORO

FrancoAngeli/Trend

Progetto grafico di copertina di Elena Pellegrini

Copyright © 2023 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it

Indice

| | | |
|--|------|----|
| Introduzione | pag. | 9 |
| 1. Ricerca del nostro obiettivo di ricerca | » | 13 |
| 1.1. Perché la ricerca è il nostro primo obiettivo | » | 13 |
| 1.2. La costruzione di una ricerca | » | 14 |
| 1.3. Come ricercare il proprio <i>what & where</i> | » | 16 |
| 1.4. Gli strumenti per il vostro viaggio di ricerca: tool | » | 19 |
| 1.5. Tool di pre-ricerca: strumenti di project management | » | 21 |
| 2. Come ricercare nuove opportunità di lavoro? | » | 27 |
| 2.1. Processo di creazione di un'opportunità di lavoro | » | 27 |
| 2.2. I punti di contatto di una opportunità | » | 29 |
| 2.3. Boolean Search: ricerche avanzate del nostro Cosa | » | 33 |
| 2.4. Perché il CV non rappresenta più la tua identità professionale? | » | 39 |
| 2.5. Tool di "Design your CV" | » | 42 |
| 3. Piattaforme e tool di ricerca di prospecting | » | 47 |
| 3.1. Piattaforme di prospecting di aziende e persone | » | 49 |
| 3.2. Digital networking | » | 54 |
| 3.2.1. LinkedIn | » | 54 |
| 3.2.2. InMail template | » | 60 |
| 3.2.3. Job board (piattaforme di ricerca di offerte di lavoro) | » | 61 |
| 3.3. Freelance job platforms | » | 64 |

| | | |
|--|------|-----|
| 3.4. Interviste | pag. | 65 |
| 3.4.1. Silvia Zanella – Employer Branding and Employee Experience Leader at EY | » | 65 |
| 3.4.2. Federica Leotta – Head of Education and Employer Branding at WeSchool | » | 67 |
| 3.4.3. Caterina Barusi – Head People & Culture at OneDay | » | 70 |
| 3.4.4. Matteo Cocciardo – 3CEO di In-Recruiting | » | 73 |
| 3.4.5. Osvaldo Danzi – Founder di Fior di Risorse | » | 76 |
| 4. Lavorare all'estero | » | 79 |
| 4.1. Perché partire? E da dove iniziare? | » | 79 |
| 4.2. Piattaforme e job board per trovare lavoro all'estero | » | 89 |
| 4.3. Programmi europei per esperienze in Europa | » | 92 |
| 4.4. Interviste | » | 94 |
| 4.4.1. Ramon Magi – Chairman di Eurodesk Italy | » | 94 |
| 4.4.2. Gianluigi Rago – Co-Founder Eurocultura | » | 99 |
| 5. E-learning e nuove Università | » | 101 |
| 5.1. Quali sono le competenze soft & hard più richieste? | » | 106 |
| 5.2. Top 4 piattaforme e-learning a livello internazionale | » | 108 |
| 5.3. Interviste | » | 109 |
| 5.3.1. Michele di Blasio – CEO Lacerba.io | » | 109 |
| 5.3.2. Luca La Mesa – Co-Founder Carriere.it & Singularity University Investor | » | 112 |
| 6. Personal branding | » | 117 |
| 6.1. Inbound ed outbound marketing | » | 117 |
| 6.2. Social media data | » | 122 |
| 6.3. Tool di digital marketing | » | 123 |
| 6.3.1. Video streaming | » | 124 |
| 6.3.2. E-mail marketing | » | 127 |
| 6.3.3. Podcast | » | 128 |
| 6.3.4. Blog | » | 129 |
| 6.4. Interviste | » | 133 |
| 6.4.1. Raffaele Gaito – Scrittore e formatore | » | 133 |
| 6.4.2. Andrea Giuliodori – Founder EfficaceMente.com | » | 137 |
| 6.4.3. Riccardo Scandellari – Autore di “Fai di te stesso un brand” e consulente aziendale | » | 139 |
| 7. Remote working | » | 143 |
| 7.1. Come nasce e cos'è realmente il remote working? | » | 144 |
| 7.2. Flex, remote ed anywhere | » | 146 |

| | |
|---|----------|
| 7.3. Tool per lavorare come remote worker | pag. 149 |
| 7.4. Come potrebbe essere il futuro del remote working? | » 152 |
| 8. Lavorare nel mondo delle startup , di <i>Emil Abirascid</i> | » 155 |
| Introduzione, di <i>Luca Tamburrino</i> | » 155 |
| 8.1. Il mondo del lavoro oggi | » 156 |
| 8.2. Lavorare nella startup | » 164 |
| 8.3. Olocrazia | » 166 |
| 8.4. Interviste | » 167 |
| 8.4.1. Matteo Masserdotti – Founder di Viceversa | » 167 |
| 8.4.2. Lorenzo Chiavarini – B2B Researcher Lead Dealroom.co | » 168 |
| 8.4.3. Alessio Pisa – CEO di Instilla | » 171 |
| 8.4.4. Elena Lavezzi – Chief Strategist Officer at Kuda | » 174 |
| 8.4.5. Federica Pasini – Co-Founder Hacking Talents | » 176 |
| 8.4.6. Chiara Bacilieri – Head of Research & Innovation at Lifeed | » 178 |
| Ringraziamenti | » 181 |

Introduzione

Il Cosa ed il Dove rappresentano – nel mondo digitale – due campi di Ricerca fondamentali.

Nella maggior parte dei casi, queste due identità digitali creano un'unica ricerca collegata ad un solo obiettivo finale. Il Cosa non è più importante del Dove per questa ricerca. E viceversa.

Ma queste due identità non possono vivere separate. Senza il Cosa, teoricamente non avremmo un Dove. E – sempre teoricamente – senza il Dove, non ci sarebbe un Cosa.

Sono uniti. E lo saranno per sempre, anche se anche loro hanno avuto modo di evolversi negli ultimi mesi e hanno scoperto che l'identità del Dove è diventata più forte ed indipendente (finalmente) del valore personale del Cosa.

Con queste due identità di ricerca, ognuno di noi nel mondo ha accesso alla possibilità di scoprire una parte fondamentale della sua vita e del suo futuro. In due click, in due secondi. Tramite due parole chiave inserite, questo meccanismo permette a qualsiasi persona nel mondo di accedere ad infinite opportunità di lavoro. Ogni giorno, senza limiti, gratuitamente.

Questo stesso obiettivo – chiamato lavoro – è allo stesso tempo considerato uno dei tre obiettivi più importanti dell'essere umano, ed è caratterizzato da sogni, paure, ambizioni, rifiuti, successi e fallimenti. Un obiettivo che ha una sua nascita ed una sua base, e che è denominato come “Cosa e Dove”.

Teoricamente Cosa e Dove sarebbero differenti tra di loro. Non hanno niente di speciale. Alla fine sono solo due campi di ricerca che esistono dalla nascita di Internet. In tanti non ci fanno mai caso, e tantissimi altri continueranno a non pensarci. Però sono anche le due prime domande che non trovano subito una risposta istantanea.

Ma se ci fermiamo un secondo, tutto incredibilmente parte da qui.

Ogni persona nel mondo, in qualsiasi parte del mondo ed in qualsiasi momento della sua giornata, potrà decidere di cambiare il suo percorso di vita semplicemente aprendo il proprio portatile e/o il proprio smartphone, collegandosi ad una porta Wi-Fi. Una volta fatto questo, centinaia di piattaforme costruite proprio sul “Cosa e Dove” ci permetteranno di scoprire quali potrebbero essere le migliori opportunità di lavoro per noi.

Tutto questo avviene dal 2004 fino a oggi, dalla nascita dei primi portali e job board.

Proviamo a fare – insieme – una prova ed un esercizio: andate su LinkedIn, Indeed, Glassdoor, Angelist, InfoJobs, Monster, Google Jobs o qualsiasi strumento digitale che avete utilizzato fino ad oggi per cercare offerte di lavoro. Troverete sempre lo stesso gancio. O se volessimo utilizzare un termine tecnico di prodotto e di marketing, troveremmo sempre la stessa “*call to action*”.

L’esperienza dell’utente (UX), creata da ogni piattaforma di ricerca lavoro nel mondo dal 2004 ad oggi, è sempre stata la stessa:

- *What?* (Dimmi quale lavoro/figura professionale vuoi ricercare?)
- *Where?* (Ok, ora dimmi dove stai cercando questo lavoro?)

Risultato: ecco per te, XXX (numero strabiliante) di offerte lavoro in linea con la tua ricerca. Candidati.

Perché? È così semplice e rappresenta la sintesi sociale di due domande che tendono (teoricamente) a definire un obiettivo di ricerca. Tecnicamente *what and where*, nel mondo del recruiting e delle job board, sono definite **Query**, praticamente sono due domande assolutamente aperte ma incredibilmente complesse soprattutto per tutte quelle persone che non hanno risposte certe e definitive ora, o quando pensano al loro imminente e/o prossimo futuro.

I due concetti sono declinati in modo diverso, ma la loro unione ci permetterà prima di fare un tuffo nel passato, per poi riprenderli nell’analisi del nostro obiettivo (o non obiettivo) presente. Ed infine saremo in grado di conoscere nuove modalità, strategie e forme innovative ed originali come opportunità del nostro futuro professionale.

Chi ha creato il Cosa ed il Dove?

Il Cosa ed il Dove – prima di diventare due semplici query o campi di ricerca digitali – sono da sempre, nella maggior parte dei casi, due domande che abbiamo tutti noi ricevuto fin dai nostri primi anni della nostra adolescenza. Almeno una volta sarà successo. Direttamente o indirettamente. Dal remoto Nord al remoto Sud. Da un padre, madre, parente, amico/a, allenatore, insegnante etc. Due domande che sono state tramandate di generazione in generazione.

- «Cosa vuoi fare in futuro?»

Tradotta anche secondo le diverse interpretazioni seguenti:

- «Cosa vuoi fare da Grande?»
- «Hai deciso cosa fare dopo?»
- «Che lavoro vuoi fare?»
- «Allora hai capito?»

Dove hai pensato di andare per ... fare questa cosa? Tradotta, in questo caso, come:

- «Dove pensi di andare all'Università?»
- «Dove pensi di andare a lavorare?»

Vi torna? Oggi, probabilmente, le due risposte principali a queste domande, al di là delle varie interpretazioni che state iniziando a ricordare del vostro non recente passato o attuale presente, sarebbero queste.

- Come si fa ad avere – o semplicemente a cercare – risposte in un mondo così veloce e pieno di cambiamenti istantanei, non controllabili?
- Come possiamo dire cosa voglio fare e dove voglio andare se ci sono infinite opportunità ad oggi nel mondo? E se non riuscisci a vederle o semplicemente a non entrare in contatto con loro?

Come è organizzato questo libro

Per scoprire il nostro Cosa e Dove avremo bisogno di due altre identità: persone e tecnologia.

Le persone sono le nostre prime opportunità. E in loro troviamo nuovi stimoli, idee, ispirazioni, vibrazioni positive. Crediamo fortemente, ancora di più, al valore dei nostri sogni e dei disegni di percorsi lavorativi che circolano nelle nostre menti quando abbiamo la fortuna di fare “match” con persone e professionisti che riescono ad avvicinarci ai nostri obiettivi.

Il digitale è il modo in cui noi ripensiamo al concetto di Dove. Il digitale crea ponti e connessioni con persone, aziende e numerose (se non infinite) identità che diventano facilmente accessibili. Per tutti.

Immaginate la vostra città. Immaginate che da oggi la “vostra città” non sarà più la vostra città di origine e nascita, o dove siete cresciuti tra Università e Lavoro.

Immaginate che da domani potreste creare la vostra città e siete voi a decidere chi volete aggiungere come persone per voi interessanti, oltre a tutte le attività per voi di grande interesse come eventi, attrazioni, aziende, etc.

Il digitale è esattamente questo. Il nostro obiettivo è quello di proporvi alcune delle tante persone che vivono in questo mondo, che hanno creato

o seguito percorsi professionali non canonici, permettendovi di effettuare un collegamento con tool e piattaforme digitali che avranno come obiettivo quello di darvi delle reali strategie e conoscenze pratiche in modo da poter raggiungere nuove idee, progetti, percorsi e mappe per il vostro prossimo viaggio nel mondo del lavoro. Come dipendenti, freelance ed/o imprenditori nel mondo tech.

La chiave di lettura di questo libro (e del nostro stesso *what e where*) è la seguente: viaggiare. Sarà un viaggio – infatti – di ricerca del nostro Cosa e Dove.

Tutti noi condivideremo la stessa città e base di partenza. Attenzione, questa base non è quella di avere o meno un obiettivo, ma di mettere insieme i pezzi dei vari frammenti significativi di questo puzzle e costruire in maniera indipendente il vostro prossimo viaggio nel mondo della ricerca e del lavoro.

Questo viaggio sarà diviso in sette tappe. Devono essere seguite tutte in ordine perché queste tappe si collegano a storie, persone, piattaforme ed aziende che abbiamo individuato per conoscere al meglio un nuovo *what* ed un nuovo *where*.

- Ricerca del nostro obiettivo di ricerca.
- Come e cosa ricercare.
- Lavorare all'estero.
- E-learning e nuove università.
- Personal branding.
- Lavorare da remoto.
- Startup.

Ci sono, inoltre, 18 persone che abbiamo voluto intervistare per condividere i loro percorsi, partendo proprio dal loro Cosa e Dove e creando una integrazione con tutti i contenuti che troverai in ogni specifico capitolo.

Persone che lavorano come imprenditori o HR Manager in Italia o all'estero. Professionisti che abbiamo selezionato con l'obiettivo di poterti regalare ulteriori consigli pratici, riflessioni e strategie in questo mondo chiamato lavoro, che è semplicemente e costantemente un mondo caratterizzato dalla ricerca.

Buon viaggio!

Ricerca del nostro obiettivo di ricerca

1.1. Perché la ricerca è il nostro primo obiettivo

La ricerca è un viaggio. È un viaggio costruito su determinate ed infinite tappe di viaggio.

La nostra prima tappa di viaggio insieme, dunque, si chiama ricerca del nostro obiettivo. Parte e partirà sempre tutto da qui e da questa tappa. Per affrontare questo viaggio insieme dobbiamo partire dalla sua base e dalle sue fondamenta. Un obiettivo di ricerca non è dato da due entità come Cosa e Dove, bensì si crea rispetto a parametri prima variabili che successivamente diventeranno solidi.

Questo viaggio ha una sua mappa che ovviamente in questo momento non possiamo definire. L'unica mappa che abbiamo è quella che abbiamo utilizzato fino ad oggi. Una mappa caratterizzata da una serie di azioni automatiche che ti hanno permesso di avvicinarti o meno al tuo obiettivo.

Immagina una ricerca di lavoro. La tua ricerca di nuove opportunità di lavoro. E cerca di creare una simulazione, come se fosse una demo di un prodotto. Solo che questa volta non è la demo di un prodotto che vedi in modalità advertising su Instagram, Facebook o YouTube di un'azienda X, bensì è la tua demo di ricerca.

Questa demo è un mix di ricerca ed azioni. Ora, una volta ripresi questi ricordi, possiamo fare un primo esercizio insieme. Prendi un foglio bianco, agenda, Notepad o qualsiasi altro strumento per te utile per scrivere delle risposte a queste mie quattro domande.

1. Quale figura professionale hai ricercato e dove?
2. Quali piattaforme hai visualizzato?

3. Una volta visualizzate queste opportunità, quali sono state le azioni successive che hai fatto per avvicinarti a tutto questo?
4. Quanto tempo della tua vita hai investito nel trovare queste opportunità?

Conservati per il momento queste risposte che hai annotato perché ci permetteranno di comprendere come poter affrontare le prossime tappe. Non possiamo avere delle soluzioni e strategie alternative se prima non capiamo quale mappa di viaggio abbiamo tra le mani e dove ci porterà. Di sicuro, inviare centinaia di CV in pochi minuti a centinaia di aziende in modalità bot o auto-pilota non ci avvicinerà a nessuna opportunità. Creerà sempre di più una divisione maggiore tra noi e le opportunità.

Quindi perché ora il nostro obiettivo è non avere subito delle soluzioni ad eventuali problematiche rispetto a cosa e come ricerchiamo? **Perché il digitale è un semplice ponte.** Non è la soluzione a tutti i problemi e non si tratta di sapere semplicemente come e quando usarlo. È una metà, non una meta. Una metà tra noi e l'incognito che potrebbe successivamente evolversi in realtà. L'unico/a artefice di questa combinazione sei tu. Nessun altro. Il digitale può sicuramente donarti una infinità di opportunità, ma tutto dipenderà da cosa ricercherai, da come ricercherai, dal perché ricercherai e da chi ricercherai.

Il risultato sarà suddiviso tra due entità: persone ed aziende/opportunità di lavoro. Ed in questo caso, le persone sono le nostre prime opportunità, non delle semplici offerte di lavoro che non vedono l'ora di ricevere una tua application tramite un CV in formato PDF.

Il nostro obiettivo di questo primo capitolo è capire insieme, dunque, perché tutto parte dalla ricerca, sostenibilità e maturazione del nostro obiettivo finale. O semplicemente cercarlo per la prima volta perché magari non ho assolutamente idea di dove possa essere finito.

Ah, quasi dimenticavo: come abbiamo visto in precedenza, l'unica regola per affrontare questo viaggio sarà farlo per tappe ed in ordine. In maniera etica c'è un patto che dobbiamo però fare prima di incamminarci: tutto quello che affronteremo ora non deve essere scambiato per legge, ma ha l'obiettivo di darti dei nuovi spunti, idee, strategie e strumenti per avere alla fine un tuo punto di vista e percorso. Non dovrai essere sempre d'accordo con me ed Emil, anzi. Ci sono tante opportunità e persone che non vediamo l'ora di farti conoscere, ma iniziamo dalla prima tappa, quella più importante: la ricerca e come poter diventare dei nuovi e veri ricercatori.

1.2. La costruzione di una ricerca

Avere un obiettivo o non avere un obiettivo non è il punto principale. Non cambia o cambierà la storia della vostra carriera presente e futura perché

semplicemente tutto è così sostituibile, veloce, non controllabile ed in balia di cambiamenti costanti. Questi cambiamenti possono essere nostri, delle aziende, della società civile, dei consumi, delle domande, dei trend, socio-politici, ambientali, economici, della nostra stessa figura professionale, delle persone a noi più care etc. Identità che potrebbero sensibilmente o leggermente cambiare il nostro modo di avere un obiettivo o di pensarlo.

Possiamo pensare, raccontare e raccontarci di avere o non avere un obiettivo, ma ogni obiettivo, strategia, percorso e strada hanno, tra i vari, un grande punto che li collega: **la ricerca**. Possiamo non avere un buon obiettivo strategico o magari sì. Pace. Non rappresenta la vera essenza, il nostro perché.

Perché? Gli obiettivi cambiano, accade spesso anche nel breve periodo. Il senso delle nostre ricerche, invece, ci permette di muoverci. Di realizzare. Costruirci. Desiderare. Sognare. Superare le sconfitte e gli errori. Cercare di raggiungere un qualcosa che fa parte dell'amore verso noi stessi e che ci spinge ad andare oltre, provare.

Ad ogni modo, ci sarebbe un disclaimer a tutto questo: la ricerca di un obiettivo lavorativo crea smussamenti dentro qualsiasi persona nel mondo. Stop. Se non avviene questo vuol dire che non stai ricercando per bene. C'è qualcosa di rotto che deve essere ripensato e modificato. Ricercare significa schiantarsi con se stessi. È un processo di rottura, con profondi bassi, leggeri alti, bassi e nuovamente alti prima di arrivare ad un ipotetico obiettivo, che, una volta raggiunto, potrebbe essere sostituito da un altro o semplicemente potrebbe essere rivisto nella sua forma.

Da più di dieci anni lavoro nel mondo del recruiting digitale e credo di aver vissuto quasi in maniera totale la velocità dei suoi cambiamenti e delle sue nuove forme. Il dato sociale più affascinante per me si collega agli utenti e candidati: abbiamo una storia – tra le varie – che non ha mai avuto evoluzioni differenti. La maggior parte degli utenti online e candidati sostengono due teorie opposte:

1. “Il mio obiettivo è X e quindi cerco questo X nella piattaforma Z”.
2. “Non ho un obiettivo e quindi non so proprio da dove devo iniziare a cercare o fare”.

Le parole in comune tra queste due opposizioni sono cerco/cercare.

L'errore, invece, in comune tra queste due entità è il tipo di ricerca. Non si tratta di ricerca attiva o passiva. Ma di **strategia di ricerca**.

Se penso di avere un obiettivo, allora cerco X inviando un CV a 300 aziende in pochi giorni. Se penso di non avere un obiettivo, allora rimango fermo, in attesa.

Ora, nessuno può definire cosa sarebbe giusto e sbagliato tra queste due diverse teorie ed azioni finali, ma di base si crea una reazione: queste due diversità di pensiero provocano in noi – in entrambi casi – due diversi effetti che non si collegano al valore di ricerca bensì al valore di “avere un obiettivo

e perseguirlo”. La gioia di perseguire un obiettivo o la tristezza di non averne uno. Sinonimi compresi. In entrambi i casi, si creano delle aspettative. Aspettative positive e negative che ogni persona potrebbe avere rispetto al proprio successo in ambito professionale.

“*My two cents*” come consiglio? Non farlo, non ti porterà assolutamente niente di buono nel medio-lungo periodo e soprattutto non ti porterebbe verso una meta certa perché semplicemente non c’è, o meglio, ci sarebbe ma non per sempre. Alla fine dei giochi non possiamo controllare niente, ma possiamo farci sempre ispirare dal desiderio di ricerca che avrà il compito di disegnare per noi, ogni giorno, i nostri tragitti.

E allora, perché dovremmo iniziare a pensare che avere un obiettivo di ricerca potrebbe non essere la scelta corretta quando ricerchiamo nuove opportunità di lavoro?

La ricerca crea un obiettivo di ricerca. Un obiettivo di ricerca crea un obiettivo. Un obiettivo crea una strategia che si crea solo tramite un obiettivo di ricerca definito in precedenza. Tutto quello che verrà dopo è pura goduria di un processo di eventi che si saranno creati grazie alle nostre azioni di ricerca.

1.3. Come ricercare il proprio *what & where*

Se la ricerca crea un obiettivo di ricerca, allora come si crea una ricerca? La propria ricerca?

Credo fortemente che la ricerca si basi sugli eventi. Eventi del nostro passato. Eventi del nostro presente. Eventi e situazioni che sogniamo ed immaginiamo soprattutto quando pensiamo al nostro “io professionale” proiettato nel futuro.

La parte più affascinante è il mix tra passato, presente e futuro. L’analisi di eventi, immagini, persone, contesti, situazioni, emozioni, contrasti crea dentro di noi un nuovo desiderio di ricerca.

Come primo esercizio ti ho chiesto di annotarti quattro risposte a quattro diverse domande poste in modo da capire il tuo modo di pensare alla ricerca del lavoro. Come secondo esercizio insieme, invece, vorrei poter riprendere non cosa e come ricerchi nuove opportunità di lavoro, ma **qual è stato l’evento/episodio che ti ha permesso di avere un obiettivo di ricerca.** Dove tutto è nato secondo te. E se questi ricordi non fossero presenti nella tua mente ora, non c’è nessuna fretta. Il nostro Dove in questo momento non è più infatti il “Dove stai cercando questa offerta lavoro?” bensì “Dove c’è stato questo incontro/evento con il tuo obiettivo di ricerca?”.

Partiamo dal mio.

Io mi sono innamorato della ricerca, del mio attuale obiettivo di ricerca giornaliero e del mio lavoro quando avevo 15 anni. Tutto questo tra l’au-

tunno del 2007 e l'estate del 2008. C'è stato un primo episodio a settembre 2007 nella mia città natale, Matera. Passeggiavo in maniera solitaria nel centro storico di Matera e per la prima volta in via Ridola trovai una porticina verde. Potevo avere il 99% di possibilità di non vedere quella porta e di continuare la mia passeggiata in grande tranquillità. Invece, spinto da una enorme curiosità, ebbi un blocco positivo. Fu la mia stessa curiosità a spingere il mio corpo verso quella porta. Una volta arrivato, trovai una semplice targa con scritto Informagiovani di Matera. L'apertura di quella porta ha dato un senso al mio percorso di ricerca. Una volta entrato mi trovai in una dimensione differente rispetto a quello che avevo osservato prima di quell'evento. Oggi qualcuno definirebbe questa dimensione come metaverso...

C'erano offerte di lavoro di qualsiasi tipo, corsi di formazione, opportunità per andare in Paesi dell'Unione Europea tramite programmi della Comunità Europea, opportunità per conoscere persone straniere direttamente a Matera, le prime guide su come candidarsi tramite EURES ed Eurodesk, richieste di iscrizione a job board per ricevere newsletter di offerte lavoro. Erano sei semplici bacheche distribuite su circa 100mq rappresentati da fogli A4.

Per me era diventato il mio dove, un luogo di appartenenza. Dopo essere stato affascinato ed ammaliato da quella quantità di opportunità, compresi che c'erano anche altre persone oltre a me. Ragazzi e ragazze dai 25 ai 35 anni di età, sostanzialmente utenti attivi visto che le più importanti job board non avevano ancora avuto quel successo digitale, e poi – in profondità – mi accorsi che c'era una sola persona che guidava tutti loro alla ricerca di queste offerte ed opportunità.

In quel momento ed in pochi frammenti di secondo dissi dentro di me: "Ok, io vorrei fare questo! Aiutare le persone a cercare delle opportunità di lavoro. Magari proprio all'interno di un Informagiovani".

Da quel momento iniziai ad utilizzare il digitale come il mio miglior amico. Come qualcuno che potesse realmente capirmi ed aiutarmi a raggiungere il mio sogno. Passai diversi mesi a comprendere l'organizzazione di un Informagiovani e delle reti europee come EURES ed Eurodesk. Ovviamente avevo un qualcosa dentro di me che definivo sogno ma allo stesso tempo non avevo la benché minima idea di come e quando realizzarlo e di cosa studiare.

Il secondo episodio si verifica a Bordeaux, in Francia, nell'estate del 2008. Passai circa tre settimane con mio zio Sergio che si era appena trasferito lì per lavoro. Il mio primo obiettivo non fu quello di vedere Rue Sainte-Catherine a Bordeaux ma visitare il CIJA (Centre Régional Information Jeunesse Aquitaine). Preso dalla grande curiosità, l'idea era capire le differenze che avrei potuto notare rispetto al "CIJA Italiano" visto nella mia città.

Una volta entrato, anche in quel caso, ebbi la conferma che c'era un qualcosa che legava me al sociale. Un legame tra me e la ricerca di opportunità,

soprattutto di lavoro. La realizzazione di poter aiutare il prossimo semplicemente trovandogli un nuovo lavoro. Ci sono infiniti modi per aiutare altri esseri umani come noi. Per me, questo rappresentava il mio perché e definiva la mia modalità.

Questi due eventi hanno rappresentato l'inizio di un qualcosa ma sono sempre stati casa. La casa che ha accolto tutti i legami ed eventi successivi. Alla fine, fino ad oggi, tutto ha avuto una sua logica e un suo percorso che ovviamente non avrei mai saputo riconoscere, inquadrare e soprattutto realizzare. Morale della storia: non ho mai lavorato in un Informagiovani. Ma tutto quello che ho cercato di fare nel mio piccolo si è sempre collegato a quell'evento principale: aiutare altre persone a trovare nuove opportunità di lavoro tramite innovativi strumenti digitali. Ed anche se trovo interessanti tantissimi settori nel mondo della tecnologia, la mia felicità personale è sempre collegata a questo pezzo ed ambito.

Questa è la mia piccola e semplice storia, niente di speciale. L'obiettivo non è questa storia, ma capire dove sono i tuoi eventi casuali e non, incontri, scontri, contesti, persone, personaggi che hanno di sicuro creato direttamente ed indirettamente quel tuo modo di ricercare. Ricercare il tuo cosa, il tuo perché, il tuo dove, il tuo come che si collega al tuo mondo e al tuo pensiero del lavoro.

La ricerca, dunque, non è:

- ricercare un Cosa ed un Dove su centinaia di piattaforme di lavoro senza un reale obiettivo di ricerca;
- iscriversi a piattaforme di offerte di lavoro che tramite RSS feed o automazioni custom di e-mail marketing ti invieranno tre notifiche nello stesso secondo o per avvisarti che è stata appena pubblicata una nuova opportunità per te;
- inviare CV (magari sempre lo stesso) ad aziende come se fosse una corsa contro il tempo;
- candidarsi;
- fare colloqui con aziende;
- non seguire gli eventi, virtuali o di persona, che siano interessanti e attinenti alla tua ricerca.

La ricerca, invece, è rappresentata dai nostri eventi. Qualsiasi essi siano. Da quel qualcosa che mi ha permesso di capire perché vorrei fare o non fare quel lavoro. Perché vorrei essere utile per determinate persone e realtà.

Questo secondo esercizio ci permetterà di avvicinarci sempre di più al nostro obiettivo. Solo in questo modo riusciremo successivamente a capire cosa e come ricercare online per avvicinarci ogni giorno al nostro obiettivo di ricerca.

1.4. Gli strumenti per il vostro viaggio di ricerca: tool

In questa ultima tappa del nostro primo capitolo insieme, conosceremo una serie di tool digitali che ci permetteranno di lavorare concretamente sulla costruzione della propria ricerca e del proprio obiettivo di ricerca.

Per farlo dobbiamo ripartire dal primo esercizio. Nel primo esercizio ti avevo chiesto di farti queste quattro domande.

1. Quale figura professionale hai ricercato e dove?
2. Quali piattaforme hai visualizzato?
3. Una volta visualizzate queste opportunità, quali sono state le azioni successive che hai fatto per avvicinarti a tutto questo?
4. Quanto tempo della tua vita hai investito nel trovare queste opportunità?

Ora, proverò ad indovinare quello che hai potuto scrivere all'interno dei tuoi contenuti e risposte in precedenza. Ci proverò basandomi sui dati dei miei ultimi 10 anni condivisi da diverse migliaia di utenti online, studenti che ho seguito sempre online e candidati che ho avuto modo di incontrare nelle mie varie esperienze.

1. Quale figura professionale hai ricercato e dove?

Essendo una risposta personale e soggettiva, non posso saperlo ovviamente, ma penso che il valore sia dato da due risposte ed entità. Un Cosa – inteso come job title (senza sinonimi) – ed un Dove specifico (città, Paese specifico).

2. Quali piattaforme hai visualizzato?

LinkedIn, Indeed, Monster, Subito, Infojobs, Facebook, Google cercando “job title” + “where” (es. Offerte lavoro Marketing Roma).

3. Una volta visualizzate queste opportunità, quali sono state le azioni successive che hai fatto per avvicinarti a tutto questo?

Hai inviato il tuo CV.

4. Quanto tempo della tua vita hai investito nel trovare queste opportunità?

Se l'azione principale “Ricerca + Azione” fosse la risposta corretta, nel tuo caso credo, circa un'ora, per una quantità di 20 candidature massimo al giorno.

Conserviamoci queste risposte per dopo perché ci ritorneranno davvero utili. Da bravi esploratori, cerchiamo ora di concentrarci su una parte curiosa ed interessante della nostra attuale ricerca. Questo terzo esercizio ci permetterà di trovare nuove risposte rispetto a cosa potremmo eventualmente cam-