



Dossier/2



Le 3 regole d'oro per venderci bene

✓ Si chiama *personal branding* l'attività di autopromozione che oggi si svolge anche su social network. Tutti, spiegano gli esperti, dovrebbero dedicarvisi: professionisti, ma anche chi cerca un normale lavoro impiegatizio. Secondo il consulente aziendale Alessandro Prunesti, coautore insieme a Massimo Percivalle di *Farsi assumere in tempo di crisi* (Franco Angeli), occorre puntare su tre aspetti:

- 1 **Competenza**, cioè conoscenze e abilità tecniche nel fare il nostro lavoro, ma anche predisposizione psicologica e motivazione a "darsi da fare".
- 2 **Visibilità**, cioè la capacità di diventare punti di riferimento riconosciuti in rete nel proprio settore.
- 3 **Networking**, cioè la capacità di gestire le relazioni sia in rete sia fuori. In altre parole, farci conoscere e notare da chi potrebbe essere interessato ad assumerci.

ALAMY/MILESTONE (2)

COSÌ TROVI LAVORO IN TEMPO DI CRISI

Oggi il 73 per cento delle imprese italiane cerca candidati sui social network. Come farsi notare? Ecco come usare Facebook, YouTube e LinkedIn per farsi assumere *di Andrea Porta*

Oggi il lavoro si cerca (e si trova) sui social network. A gennaio dello scorso anno l'indagine *Recruiting & social network*, condotta dallo specialista delle risorse umane Lorenzo Pulici, ha rilevato che il 73,6 per cento delle imprese italiane usa i social network per cercare candidati e che il 55 per cento degli oltre 200 selezionatori intervistati ha assunto almeno un candidato scovato online.

«Il web e le nuove tecnologie consentono di accedere a competenze che diversamente non emergono», spiega Giovanni Costa, professore emerito di Organizzazione aziendale

all'Università di Padova. «I social network in particolare», precisa Alessandro Gini, formatore, consulente per l'utilizzo di LinkedIn e autore del blog *linkedin4business.it*, «permettono un rapporto diretto tra candidati e potenziali datori di lavoro e ciò aumenta le opportunità per le persone capaci di mettersi in risalto».

Le armi a disposizione

Gli strumenti per informarsi, scoprire dove si nascondono le possibilità di lavoro e per promuoversi sono tanti: blog, forum, le reti sociali. «Il social network dedicato al lavoro per eccellenza è LinkedIn», aggiunge Gini,

«dove si può trovare lavoro in molti settori e con diversi livelli di esperienza. È il più indicato quando si vuole ricoprire una funzione specifica in un'azienda. Anche altri portali, però, possono essere efficaci: su Facebook o Pinterest, per esempio, un creativo può esporre i propri lavori».

Non solo musica

Non dimentichiamo YouTube che non è solo un raccoglitore di video musicali: oggi molti utenti realizzano videocurriculum e produzioni di qualità che grazie alla viralità (la tendenza a diffondersi in rete) trovano visibilità. «I casi di videoblogger che

YouTube, il social dove pubblicare il videocurriculum

✓ YouTube non serve solo per vedere video musicali. Utile agli artisti per promuoversi, oggi è anche usato per raccontare o mostrare quel che sappiamo fare. L'importante è realizzare video il più possibile professionali: basta documentarci sugli aspetti tecnici in rete o in libreria oppure facendoci aiutare da un amico esperto.

A. Creiamo un videocurriculum

Miguel Bosch, trentaduenne spagnolo rimasto improvvisamente disoccupato, ha sfruttato tutta la sua inventiva e originalità per cercare un nuovo impiego. E l'ha trovato, grazie a YouTube e a un simpatico video in cui parla di sé in tono scherzoso con tanto di animazioni e un montaggio da videoclip. Se all'estero il fenomeno è già noto, da noi è solo agli inizi. Eppure lo strumento è ottimo, a patto di realizzarlo alla perfezione: altrimenti diventa controproducente.

Due consigli per un videocurriculum d'effetto

- 1 Personalizziamo il nostro canale YouTube: un nome adeguato e tutti i nostri dati, come su LinkedIn.
- 2 Scegliamo uno stile: o privilegiamo le nostre parole oppure le immagini che illustrano le nostre esperienze e competenze.

B. Creiamo un tutorial per mostrare quello che sappiamo fare

I tutorial sono una moda ormai giunta anche in Italia. Utenti esperti illustrano "dal vivo" come fare qualcosa: un nodo alla cravatta, una torta o come farsi la barba alla perfezione. Clio Zammatteo, in rete Clio MakeUp, è diventata celebre con video in cui mostra i suoi segreti da truccatrice per un look perfetto. «La sua capacità di creare un *personal brand* intorno a se stessa», spiega Alessandro Prunesti, «l'ha portata fino in televisione». Oggi infatti conduce su RealTime un programma che porta il suo nome.

Due consigli per un tutorial d'effetto

- 1 Usiamo un montaggio veloce e non dilunghiamoci: altrimenti rischiamo di annoiare. E prepariamoci prima facendo delle prove e con un testo almeno abbozzato.
- 2 Promuoviamo il nostro tutorial con link sugli altri strumenti social: blog o sito personale, profili Facebook, Twitter o LinkedIn. E naturalmente interagiamo con gli altri utenti di YouTube.



Dossier/2

Apriamo un profilo LinkedIn che attiri l'attenzione

✓ «LinkedIn sta diventando un alleato di chi si occupa di selezione del personale nella ricerca di candidati e per trovare conferme su candidati già individuati», spiega Riccardo Romano, direttore del personale di Danone Italia. Inoltre LinkedIn ci rende autorevoli: basta non usarlo solo per archiviare il nostro cv, ma come

una vera rete sociale. «Comunicando con le persone con cui siamo in contatto tramite post, messaggi e gruppi», spiega il formatore Alessandro Gini, «aumentiamo le possibilità di essere contattati». Un profilo LinkedIn completo al cento per cento incrementa del 40 per cento la possibilità di essere trovati da chi potrebbe assumerci. Ecco tre suggerimenti.

1 Compilate accuratamente le informazioni di base che compariranno nel vostro profilo, fotografia e sommario professionale prima di tutto. «Meglio una foto in primo piano evitando quelle troppo informali», aggiunge il consulente aziendale Alessandro Prunesti. Il sommario, 140 caratteri, deve essere sintetico, ma esauriente e descrittivo.

2 Iscrivetevi ai gruppi network di cui fanno parte persone con gli stessi

interessi e che raccolgono discussioni su argomenti specifici.

3 Costruite un'ampia rete di collegamenti, almeno qualche centinaio di persone. È essenziale per avere un bacino dentro il quale possono nascondersi contatti utili a voi. «Richiedete a chi fa parte delle vostre connessioni di scrivere una segnalazione», spiega Prunesti. Ecco un esempio: «Luca Verdi è un serio professionista, capace di offrire soluzioni. Brillante e puntuale, ha sempre portato nuove idee». Così le vostre capacità saranno confermate da chi ha lavorato con voi.



da YouTube sono passati a radio, tv e cinema sono sempre più numerosi», dice Gini. Gli fa eco Tony Watts del National Institute for Career Education and Counseling, istituto inglese di ricerche sull'educazione: «Con le nuove tecnologie si personalizza la comunicazione in base alle tipologie di utenza. Anche per questo i governi dovrebbero strutturare strategie di marketing per pubblicizzare i servizi di orientamento al lavoro». **Trovare lavoro oggi implica, però, usare tutti gli strumenti, specie quelli offerti dal web, per far capitare le giuste occasioni:** «Se una persona rimanesse

in attesa dell'azienda che gli finanzia i corsi o dei genitori che gli indichino la strada da percorrere sarebbe sicuramente dotata di buona volontà, ma lo sarebbe solo in potenza», scrivono Virgilio Degiovanni, Antonio Montefinale e Stefano Santori in *Trova il lavoro che davvero vuoi* (Cairo). Occorre arrangiarsi: «È quello che dovrebbero fare tutti, ora che esiste una risorsa di autoformazione infinita e accessibile a qualsiasi ora, senza limiti: il web». «Curare un blog o una pagina Facebook dà risultati sorprendenti», prosegue Alessandro Gini. «Certo le opportunità sono maggiori per i

professionisti: su LinkedIn il 71 per cento degli iscritti è laureato». Tuttavia con un po' di ingegno anche chi cerca un lavoro meno qualificato può usare i social a proprio vantaggio: «Tutti, anche chi ha un profilo su LinkedIn come direttore marketing, può aver bisogno di un elettricista o un giardiniere».

Impariamo l'imprenditorialità

Tuttavia internet non basta. «Molte assunzioni sono anche il risultato del passaparola e di conoscenze», conclude Laura Perconti, marketing specialist dell'agenzia web romana EleMe-



Quali social network sfruttare per farsi conoscere in rete

✓ I social network sono sempre più numerosi. Su quali conviene apparire? **Dipende da che tipo di immagine vogliamo dare di noi.** Vale però sempre una raccomandazione: non basta essere presenti in rete, occorre anche interagire con gli altri utenti di blog e social network. In questa tabella trovate nella colonna di sinistra il tipo di immagine che potremmo voler dare di noi, in quella di destra i siti e i social network più indicati a ogni scopo.

Che immagine voglio dare di me	Siti e social network più adatti
Persona colta, interessata a esprimere le proprie idee su diversi argomenti e con buone capacità di scrittura	Piattaforme blog gratuite (Wordpress o Blogger, ad esempio) o siti personali. Sono il nostro primo biglietto da visita, qualunque sia il lavoro che cerchiamo. Ci aiutano a mostrare chiaramente chi siamo oltre a quel che sappiamo
Persona socievole, capace di molte relazioni e aperta al confronto informale	Facebook e Google+. Questi social media sono creati per rafforzare le relazioni con altre persone potenzialmente interessate a noi, ma attraverso contatti informali e sulla base di argomenti quotidiani. Non è il posto insomma per parlare solo di lavoro
Persona creativa e socievole, amante della grafica e dell'immagine	Pinterest, Instagram e Flickr. Indicati per chi cerca lavori che hanno a che fare con l'immagine, sono però utilissimi, così come gli altri social network, a metterci in contatto con persone con interessi e aspirazioni simili ai nostri
Persona al passo con ciò che accade nel mondo e interessata a esprimere le proprie idee	Twitter. È utile a far conoscere i nostri interessi ma anche a dipingerci come persone attente alle novità e all'informazione di ogni genere: politica, economica e specialistica



dia nel suo blog arealavoro.org. Non si tratta di raccomandazioni, ma di farsi conoscere e far sì che il proprio curriculum sia preso in considerazione. È quello che sostengono Degiovanni, Montefinale e Santori quando parlano di "imprenditività": «Non significa essere imprenditori, ma imparare a dare il meglio di sé facendo ciò che ci appassiona e accettando le sfide quotidiane».



UNA GRANDE RISORSA La metà della popolazione italiana che accede a internet ha un profilo Facebook.

Anche Facebook aiuta a trovare lavoro

✓ **Oltre metà della popolazione italiana che accede a internet ha un account attivo su Facebook.** Pertanto, benché sia usato prevalentemente per le relazioni informali, non manca chi impiega il social network di Mark Zuckerberg per farsi conoscere da professionisti del proprio settore. Occorre però fare attenzione ad alcuni aspetti.

- 1 Distinguiamo post informali, foto con amici e opinioni personali dai contenuti legati al lavoro.** I primi dovranno essere pubblicati impostandone una visibilità limitata ai soli amici più stretti, gli altri invece dovranno essere visibili anche a chi non è nostro amico così da aumentare le chance di visibilità. Come fare? Basta modificare la voce "Amici" sotto il campo in cui scriviamo il post.
- 2 Utilizziamo immagini profilo e di copertina (le uniche visibili anche a chi non è nostro amico) presentabili a chiunque.** «Non è mai carino vedere su LinkedIn una persona in giacca e cravatta e poi scoprire che su Facebook la stessa persona è ritratta mentre gareggia

a chi beve più birre con gli amici», dice Alessandro Prunesti.

- 3 Scegliamo argomenti interessanti per i nostri post.** I commenti dovranno essere frequenti e stimolare i lettori a cliccare "Mi piace", a commentare e a condividere: è il modo migliore per rendere visibile il nostro nome. Evitiamo quindi di parlare sempre di noi stessi, ma anche solo di argomenti che i nostri contatti potrebbero trovare anche su un giornale: preferiamo fatti della nostra vita (professionale), magari chiedendo ai nostri lettori di rispondere con le loro opinioni.
- 4 Creiamo relazioni con i nostri amici.** Citiamoli nei post, in modo che alla pubblicazione ricevano una notifica che li spinge a leggere e li fa sentire coinvolti. Usiamo inoltre il servizio di messaggistica interno a Facebook per parlare in privato con ciascuno e mantenere vivo il rapporto.
- 5 Creiamo dei gruppi,** una specifica funzione di Facebook. Sono utili a far nascere community su temi specifici e per creare interesse attorno a noi.