

# «Oggi l'azienda valuta il carattere Ragazzi, imparate a fare squadra» I consigli della John Cabot University

Antonella Salvatore, docente di Marketing: «Devono essere i ragazzi a dire alle aziende che cosa sono in grado di fare per quella realtà»

Giulia Prosperetti  
ROMA

«**U**NO dei primi passi per potersi avvicinare in maniera efficace al mondo del lavoro è conoscersi un po' di più, capire quali sono le proprie debolezze e i punti di forza su cui puntare». Antonella Salvatore, docente di Marketing e direttore del centro di avviamento alla carriera della John Cabot University di Roma, dal 2010 si occupa di formazione e di orientamento al lavoro. Dalla sua esperienza è nato un blog, Osservatorio Cultura Lavoro, e un libro, 'Stressati o sdraiati? Solo in cerca di lavoro' (Franco Angeli, 2018).

**NEL SUO** libro, la Salvatore offre ai giovani (e meno giovani) consigli per entrare in un mondo occupazionale competitivo e in continuo cambiamento. Una ricetta che, bandendo il fatalismo, invita i ragazzi a investire su se stessi in maniera proattiva e decisa.

**Partiamo dall'invio del curriculum. Come deve essere fatto?**

«La prima caratteristica che deve avere un curriculum è la chiarez-



za. Noi, ad esempio, alla John Cabot utilizziamo un modello diverso da quello europeo che a nostro avviso è molto complesso e difficile da leggere. Dobbiamo pensare che il potenziale datore di lavoro solitamente ha 20 secondi per leggere un curriculum e decidere se chiamare o meno un candidato. Altra caratteristica importante è la sinteticità. Nel curriculum bisogna inserire solamente le informazioni necessarie, senza dilungarsi inutilmente. Importantissima è poi l'assenza di errori. Basta un refuso e l'azienda non chiama».

**Quali sono i consigli che dà ai ragazzi e alle ragazze in vista di un colloquio?**

«La preparazione parte, innanzitutto, da un'attenta raccolta di in-

## LA DOCENTE ANTONELLA SALVATORE

Professoressa di Marketing e direttore del centro di avviamento alla carriera della John Cabot University

formazioni sull'azienda in questione. Quando arrivano a un colloquio i ragazzi devono sapere esattamente qual è il contesto in cui si trovano e aver letto il maggior numero di notizie sull'azienda per la quale si stanno candidando».

**C'è un piccolo segreto che può fare la differenza?**

«Un consiglio che diamo sempre è quello di immaginare quale tipo di contributo possono dare a quell'azienda».

**Un errore frequentemente commesso dai giovani candidati?**

«Il problema molto spesso è che i candidati si aspettano che le aziende facciano qualcosa per loro mentre quello che diciamo continua-

**NUOVO CORSO**  
DI 1.500 ORE

**Bergamo prepara esperti digitali**

A Bergamo la Scuola di management (Sdm) dell'università ha lanciato la prima edizione del master in Digital business development di primo livello, aperto, quindi, anche a chi ha una laurea triennale. Un corso di perfezionamento di durata annuale, con 1.500 ore di formazione, tra aula, *project work* ed elaborazione della tesina finale. In cattedra non salgono solo docenti universitari, ma anche esperti del mondo digitale, professionisti che sono a contatto con la sfida della *digital transformation* sul campo.

mente ai ragazzi è che devono essere loro a dire alle aziende che cosa sono in grado di fare per quella specifica realtà, quale problema sono in grado di risolvere, che tipo di attitudine portano. Soprattutto non occorre mentire».

**Ovvero?**

«Molti ragazzi vogliono apparire perfetti invece noi gli facciamo capire che tutti hanno delle debolezze e delle aree di miglioramento. L'importante è esserne coscienti e sapere in che maniera si possono compensare queste carenze».

**In base ai feedback che riceve, quali sono le caratteristiche maggiormente apprezzate dalle aziende?**

«Nei giovani laureati le aziende cercano e apprezzano soprattutto le *soft skills*, quelle competenze trasversali che vanno al di là delle competenze tecniche. Un'azienda valuta, prima di tutto, come il ragazzo si relaziona e gestisce il rapporto con gli altri, il 'saper fare squadra', la sua capacità di ingegnarsi per risolvere problemi e gestire conflitti. Le aziende spesso mi dicono che non cercano qualcuno di completamente formato perché in molti casi è previsto un percorso di formazione interna. Ma l'azienda non può formare una personalità e quella è una caratteristica che il ragazzo deve essere in grado di far emergere».

**Ad oggi quali sono le figure professionali più richieste?**

«Secondo la nostra ultima statistica, nel 2017 e nei primi sei mesi del 2018, il 30 per cento degli studenti e dei laureati alla John Cabot University, percentuale che costituisce la maggioranza, ha trovato collocazione nei settori Comunicazione, Marketing e Digitale. Al secondo posto viene la Finanza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA