



Talent Trends Italia 2016

Cosa cercano e come vorrebbero essere selezionati e assunti i talenti in Italia





I dati che ti servono per ottenere un “sì” dai candidati

Abbiamo buone notizie. Quasi tutti i professionisti italiani (ben l'87%) vogliono essere contattati da un recruiter.

In un clima economico di grande incertezza, molti non cercano attivamente un nuovo impiego, ma ciò non significa che non siano interessati a una svolta.

Tuttavia, il problema più grande per i candidati è non saperne abbastanza della tua azienda o delle tue offerte di lavoro.

Il nostro annuale sondaggio Talent Trends fa luce su come i candidati vogliono essere selezionati, e su come puoi catturare la loro attenzione.

Continua a leggere per conoscere i risultati dell'indagine. Buon recruiting!

Sommario

- 1 Quasi tutti vogliono essere contattati
- 2 Quello che i candidati vogliono sapere
- 3 Dove trovare i candidati

Executive Summary

1

Quasi tutti sono interessati alle tue opportunità di lavoro.

Ben l'87% dei professionisti in Italia si dice interessato ad avere notizie su nuove opportunità di lavoro.

2

Ma non tutti hanno informazioni sulla tua azienda o le tue offerte.

Per i candidati in Italia, l'ostacolo più grande nel cambiare lavoro è non saperne abbastanza sull'azienda e i suoi ruoli.

3

Una volta trovato il messaggio giusto, devi condividerlo sui canali giusti.

I tuoi dipendenti sono i migliori recruiter. In Italia, il modo principale in cui i professionisti trovano e ottengono un nuovo lavoro è tramite la segnalazione di un dipendente.

Informazioni sul Talent Trends Report annuale di LinkedIn

I partecipanti al sondaggio:

650+

Professionisti in Italia

98%

Cittadini italiani

200+

Persone in Italia che hanno cambiato lavoro tra febbraio e marzo 2016

Cosa abbiamo chiesto:

?

Quanto sono interessati a un nuovo lavoro

?

Cosa vogliono sapere sulla tua azienda e le tue offerte di lavoro

?

Quali risorse hanno usato per cambiare lavoro

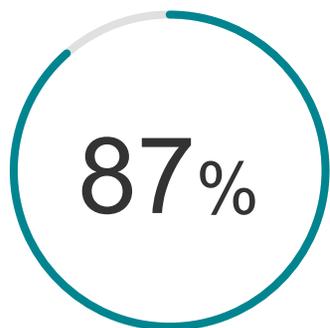


1

Quasi tutti
vogliono essere
contattati

Quasi tutti sono interessati alle tue opportunità

Che siano candidati attivi o passivi, i professionisti vogliono sapere delle tue offerte di lavoro



dei professionisti in Italia si dice interessato ad avere notizie su nuove opportunità di lavoro

“ LinkedIn ha giocato un ruolo fondamentale perché quando ho cambiato, non stavo cercando un nuovo lavoro. ”



Irene Migliore

Digital Communication Supervisor, Benetton

“ Questo lavoro mi è comparso su LinkedIn tra le varie offerte... l'avevo visto, poi una mia amica mi disse: guarda bene perché questo lavoro è fatto apposta per te... e tramite LinkedIn mi candidai. ”



Paola Goitre

Responsabile DBA Administrator, RAI Pubblicità

“ Avere sul proprio smartphone ogni sera la pubblicazione di “abbiamo queste 3 nuove offerte di lavoro proprio per te!” è stato sicuramente vincente! ”

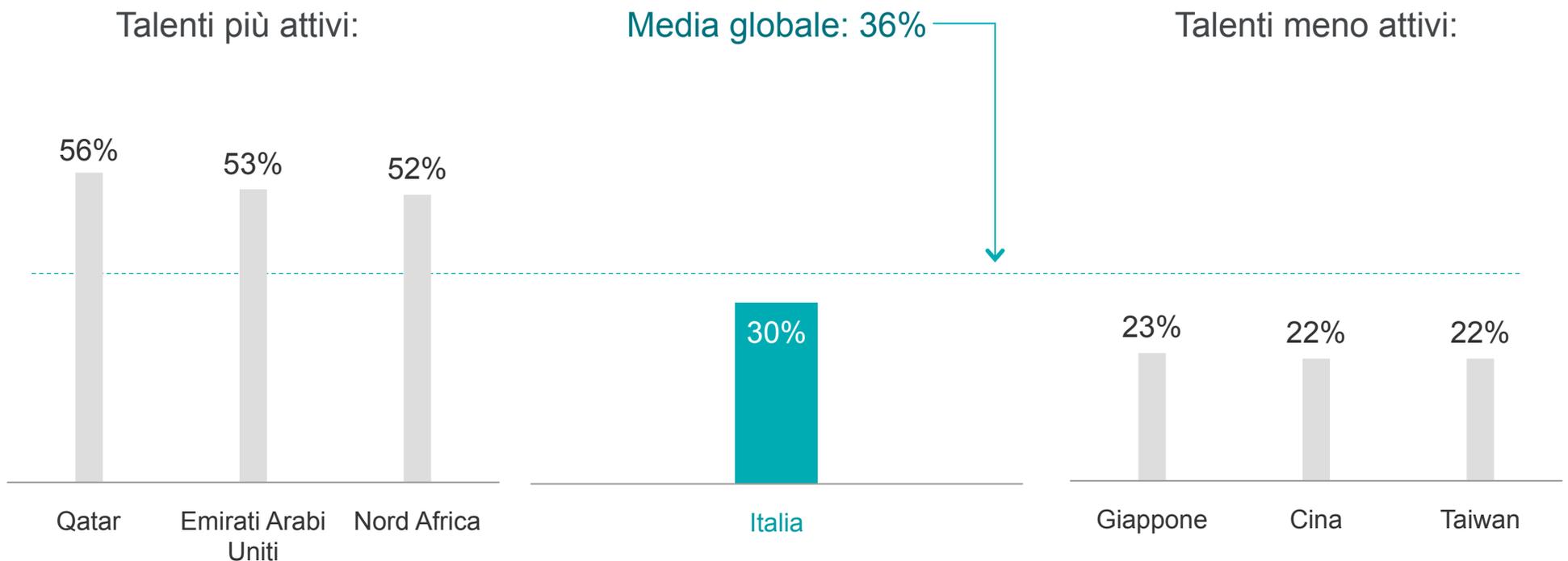


Elisa Manzone

Responsible for Business Projects and New Products Development, Futuro Compass

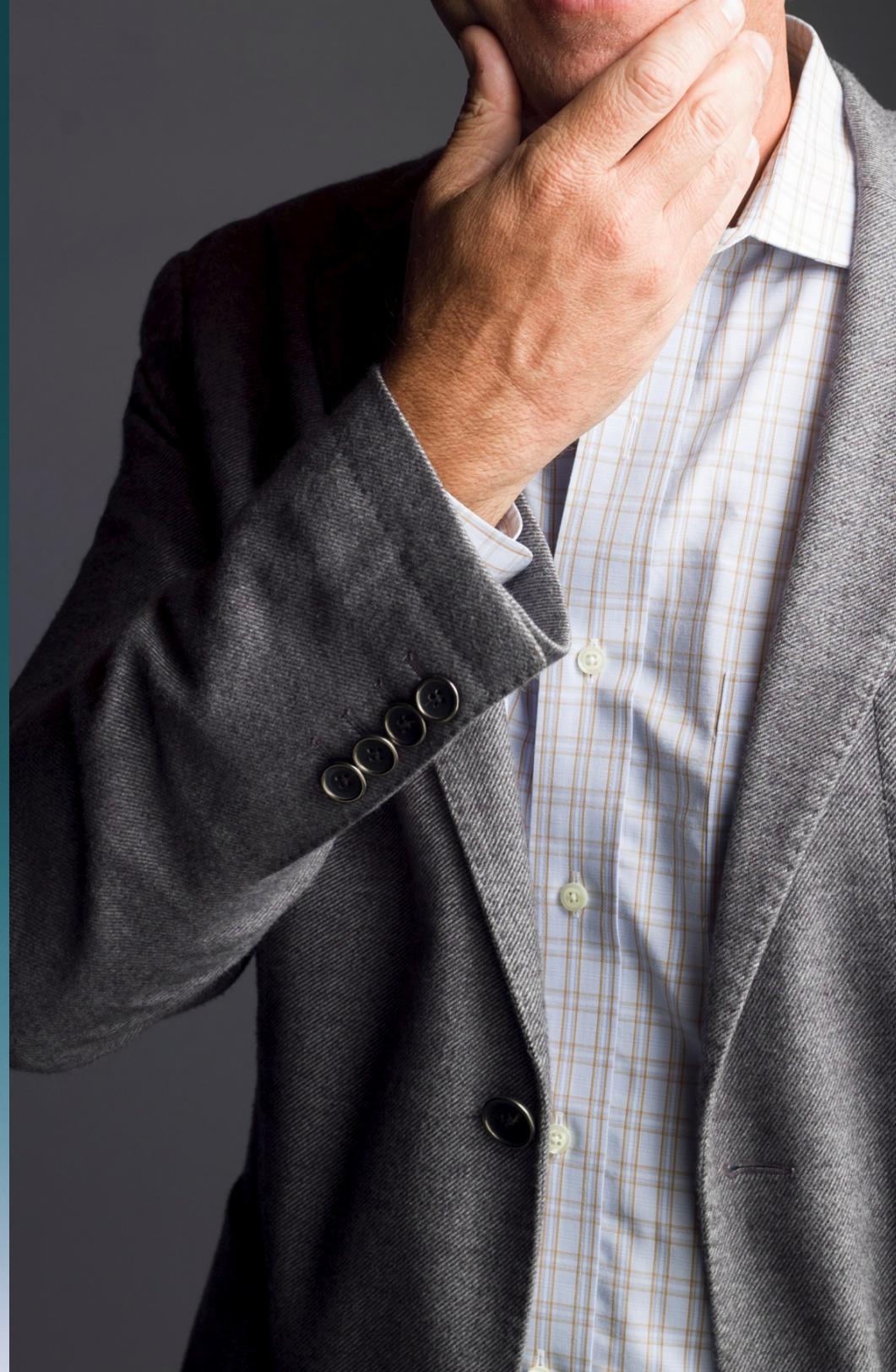
I talenti italiani sono meno attivi dei colleghi nel mondo

I professionisti italiani sono meno attivi dei loro colleghi nel mondo. Probabilmente, motivi di tipo culturale (si tende a cambiare lavoro con minore frequenza) o legati all'economia stagnante portano le persone ad assumere un approccio più conservativo.

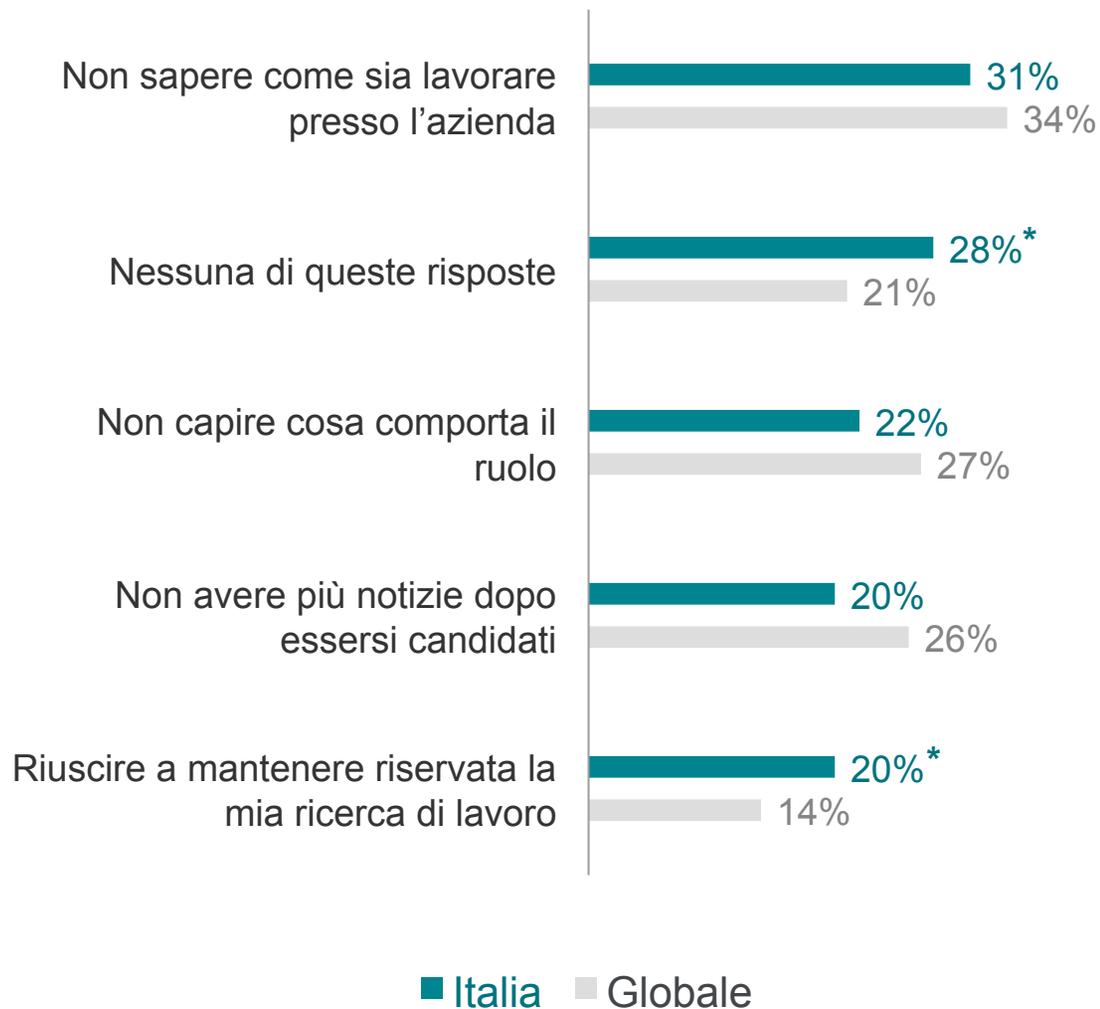


2

Quello che
i candidati
vogliono sapere



Gli ostacoli principali per i candidati che vogliono cambiare lavoro



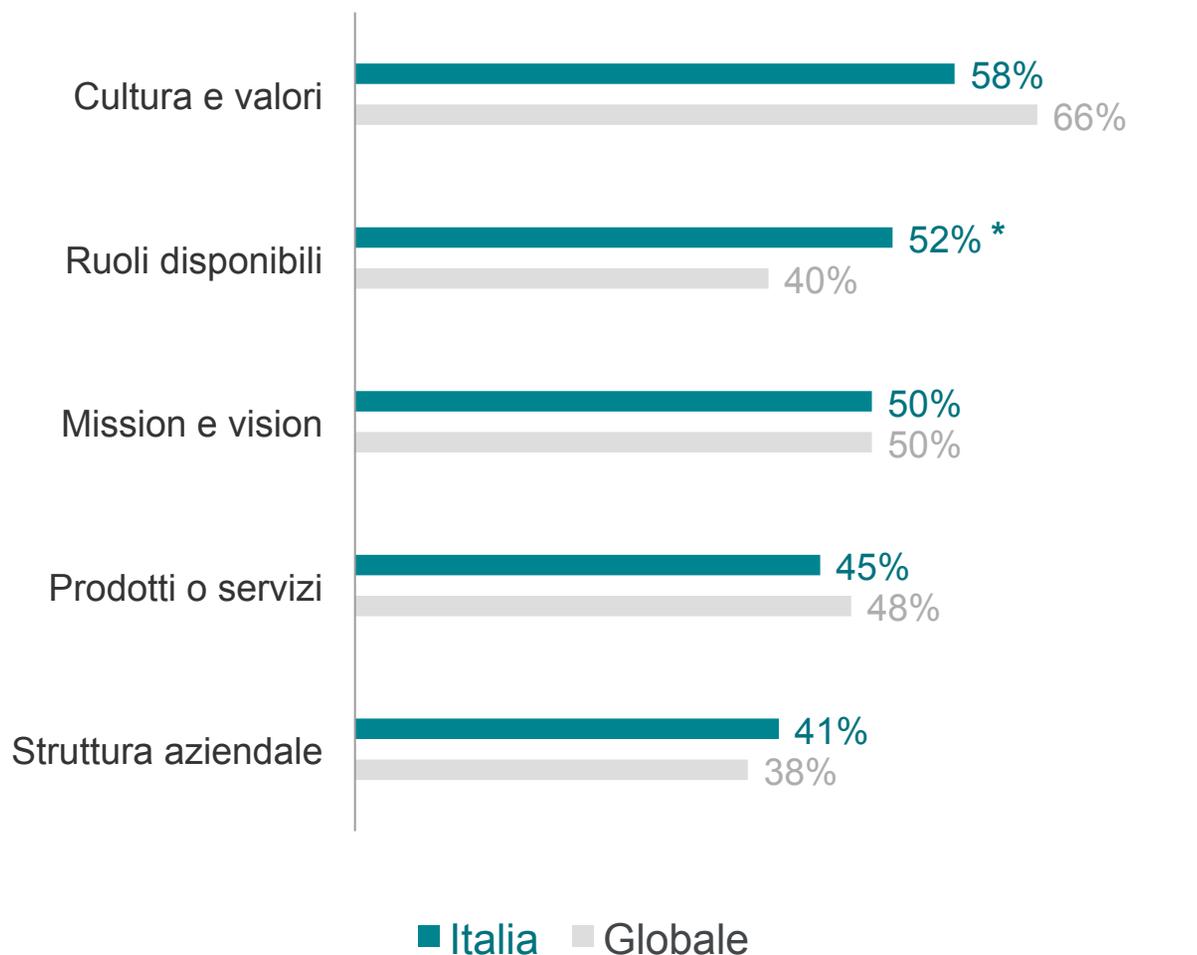
“ L'azienda con il social deve mostrarsi, deve mettersi in discussione, deve dare delle risposte alle persone... questa secondo me è stata una grandissima trasformazione da quando postavano gli annunci ma dietro non c'era un'anima... Il social ha fatto diventare l'azienda quasi umana... con tutto il lavoro che c'è dietro, ma finalmente le aziende hanno un volto! ”



Fabiana De Rosa
Sviluppo Risorse Umane
e Comunicazione Interna,
Rai Pubblicità

*Differenza statisticamente significativa rispetto ai professionisti globali con un livello di affidabilità del 95%.

Quello che i candidati vogliono sapere principalmente sulla tua azienda



“ *Io sono profondamente convinta che ogni persona che fa parte dell'azienda sia e debba essere un brand ambassador; però anche l'azienda deve fare in modo che le persone si sentano brand ambassador.* ”



Fabiana De Rosa
Sviluppo Risorse Umane
e Comunicazione Interna,
Rai Pubblicità

*Differenza statisticamente significativa rispetto ai professionisti globali con un livello di affidabilità del 95%.

I consigli diretti dei candidati su cosa condividere circa la tua azienda

Dipingi un quadro sincero

“Dai un’idea realistica dell’ambiente di lavoro, non il solito quadretto idilliaco.”

Condividi il punto di vista dei dipendenti

“Vorrei sentire i lati positivi e negativi dalla voce dei dipendenti, senza i fronzoli aggiunti dal CEO o dall’ufficio marketing. Persone vere. Lavori veri.”

Spiega cosa vi rende diversi

“Spiega cosa distingue la tua azienda dalla concorrenza e perché un potenziale candidato dovrebbe farsi avanti.”

Parla della vision e della strategia dell’azienda

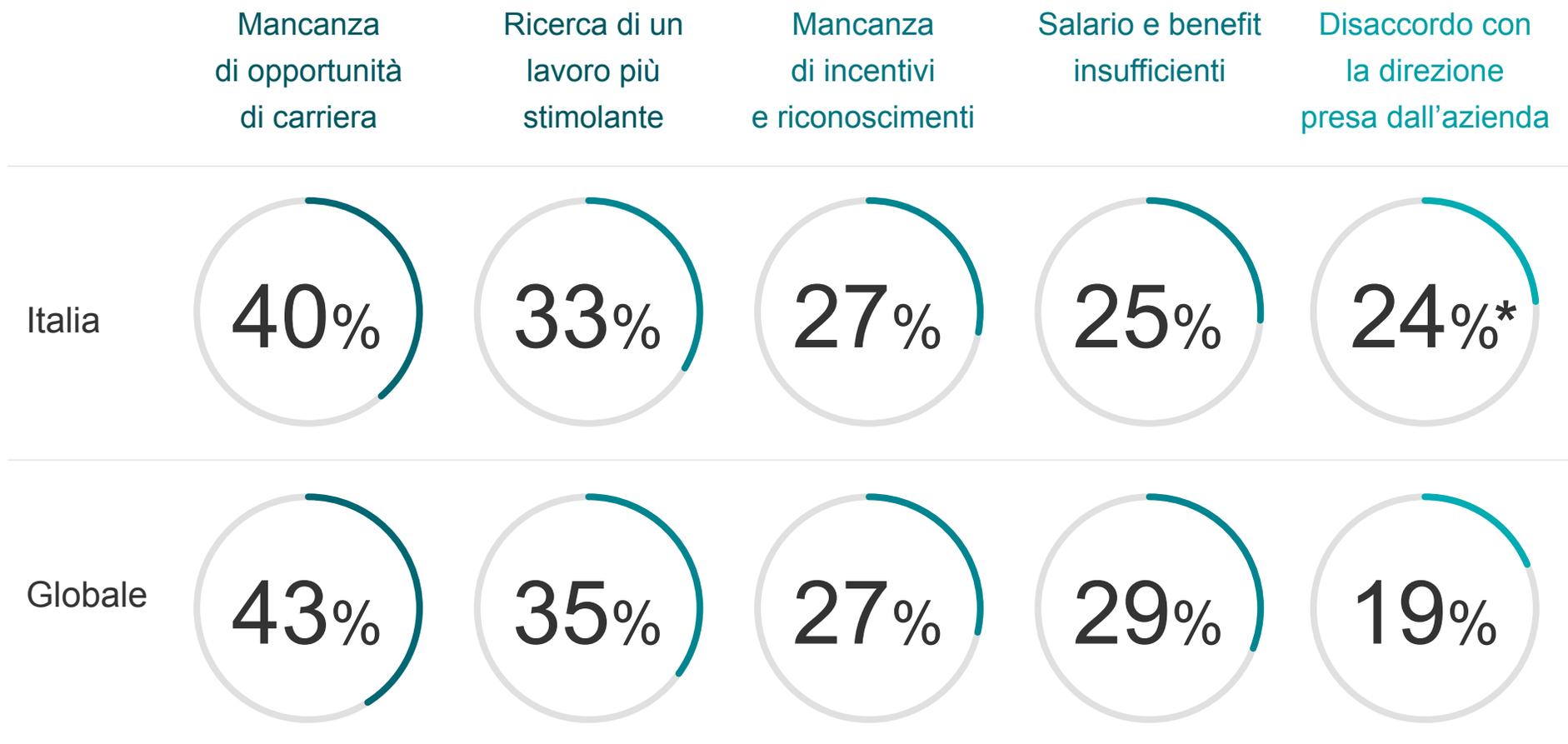
“Vorrei informazioni sulla strategia, la vision e le ambizioni dell’azienda, non solo degli slogan ma COME pensate di raggiungere gli obiettivi.”

Fornisci dettagli sull’ubicazione degli uffici

“Dobbiamo sapere in quale zona è l’ufficio, se è difficile posteggiare o se è raggiungibile con i mezzi pubblici. Sono dettagli che fanno la differenza.”

I professionisti non vogliono solo un lavoro: vogliono un'opportunità di carriera

I motivi più comuni per cui si cambia lavoro



Rispetto ai colleghi nel mondo, i professionisti in Italia sono più propensi a lasciare un lavoro perché non condividono la direzione presa dall'azienda. Descrivi chiaramente gli obiettivi e la vision della tua azienda nei contenuti di [employer branding](#). Fai in modo che dipendenti e recruiter possano fornire la propria opinione personale sul futuro aziendale.

*Differenza statisticamente significativa rispetto ai professionisti globali con un livello di affidabilità del 95%.

Quello che i candidati vogliono sapere su un nuovo lavoro

Prospettive di carriera

“Spiegami che impatto avrà sulla mia carriera e in quanto tempo potrò salire di livello.”

Aspettative e carico di lavoro

“Evita i cliché nel descrivere il lavoro o l’azienda. Sii onesto e diretto quando parli delle aspettative e del carico di lavoro”.

Giornata tipo

“Descrivi in maniera realistica la giornata tipo di un dipendente in quel ruolo. Nel bene e nel male. Nessun lavoro è perfetto e so che si può convivere con alcuni lati negativi, con altri no.”

Punto di vista dei dipendenti

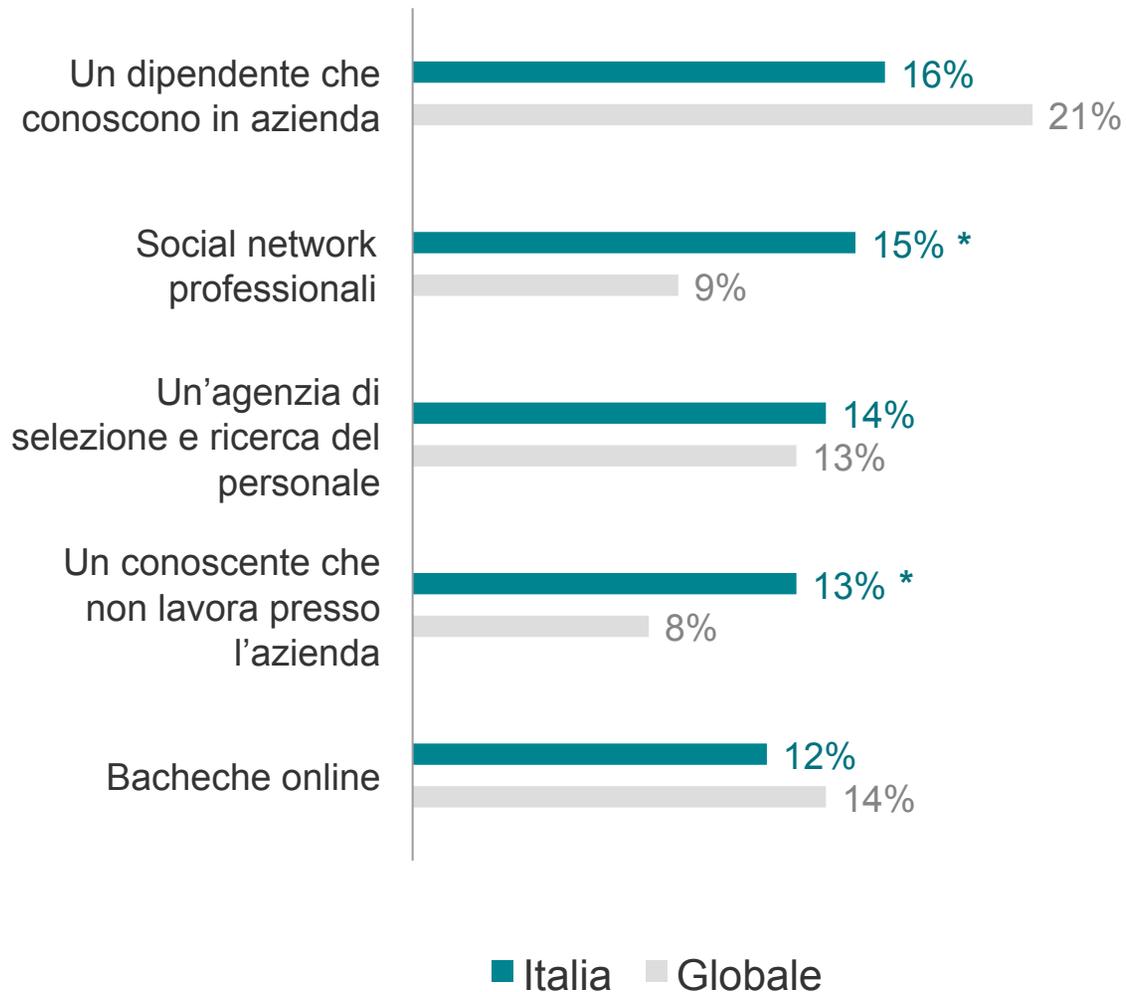
“Fammi ascoltare chi è già in azienda: non c’è niente di meglio che sentire la storia da chi la sta vivendo.”



3

Dove trovare
i candidati

Le persone vengono a conoscenza di un nuovo lavoro tramite...



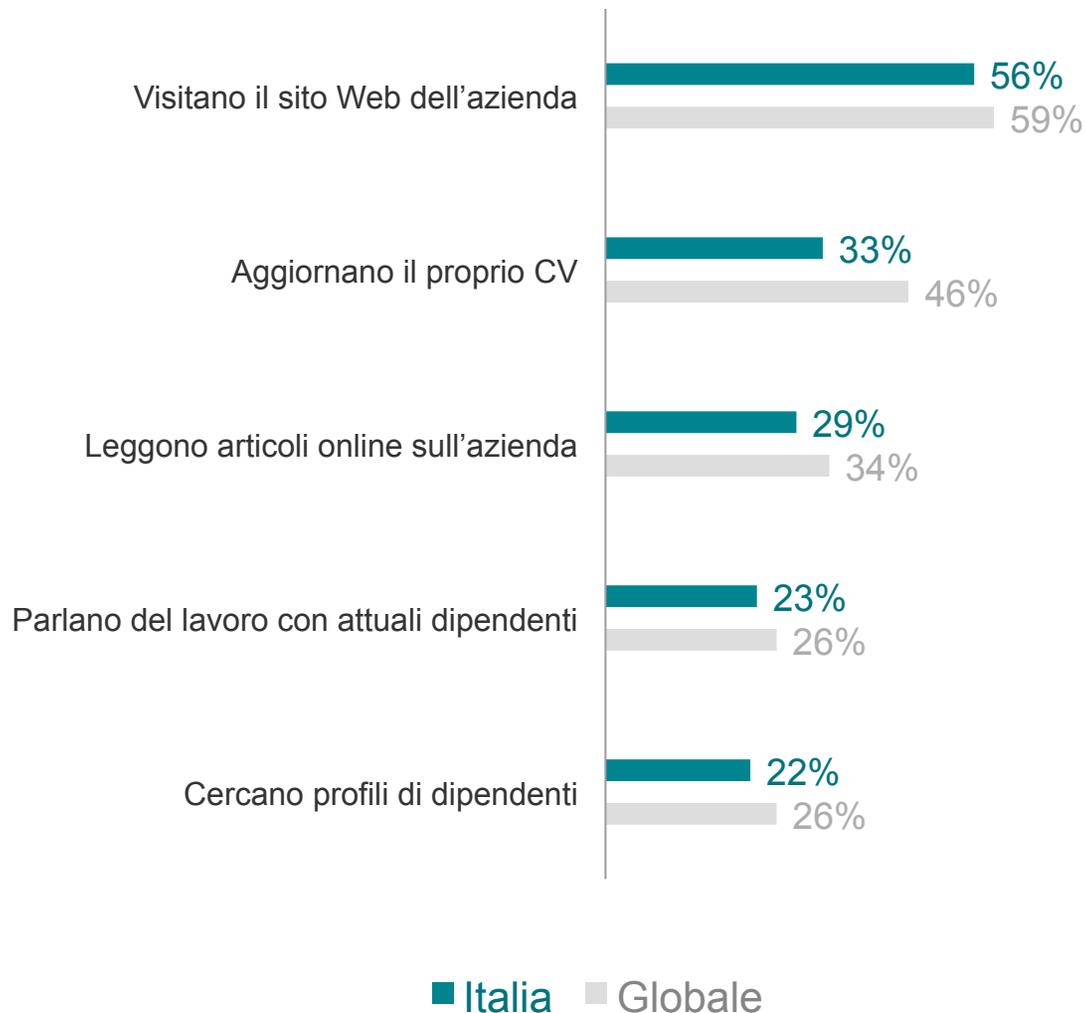
“ LinkedIn è utile perché facilita la ricerca, ad arrivare a profili che altrimenti sarebbero difficili o impossibili da raggiungere... fa risparmiare tempo e risorse! ”



Milena Nardi
Recruiting and Talent
Acquisition Specialist,
Benetton

*Differenza statisticamente significativa rispetto ai professionisti globali con un livello di affidabilità del 95%.

Dopo aver saputo del lavoro, non si candidano subito. Piuttosto...

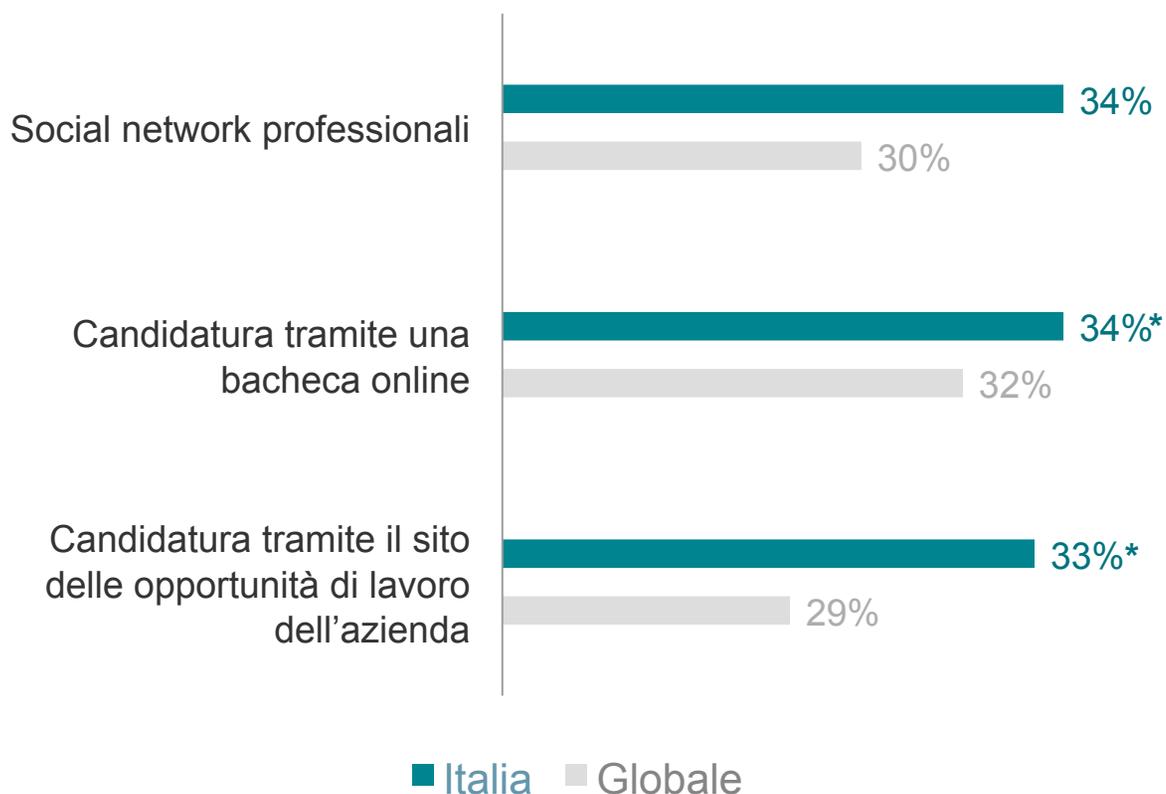


“ *I job slot lavorativi sono degli ottimi strumenti per far conoscere l'azienda. È anche vero che quando (i candidati) entrano nel tuo network magari per quella particolare opportunità lavorativa non li chiami, però a quel punto rimangono interessati, visionano le ulteriori opportunità lavorative e quindi a quel punto rimangono in contatto.* ”



Diego Monti
HR Specialist, Compass

I modi principali in cui si ottiene un nuovo lavoro



“ *Indipendentemente dal recruitment, (LinkedIn) è una possibilità che l'azienda ha di presentarsi non solo come faccia, immagine... ma come cultura, come ambiente... è un primo colloquio!* ”

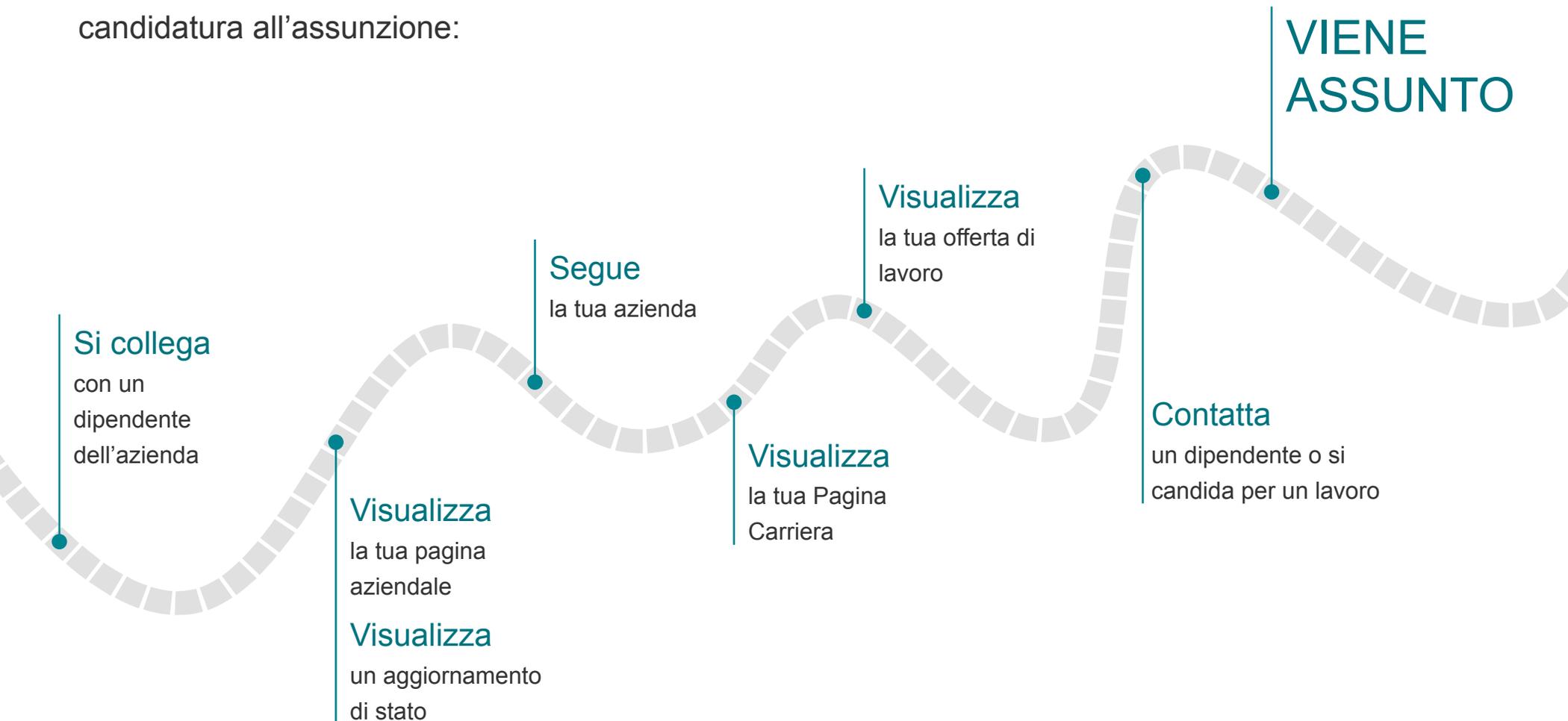


Christina
Anagnostopoulou
Head of Group Talent
Management and Strategic
Sourcing, Generali

*Differenza statisticamente significativa rispetto ai professionisti globali con un livello di affidabilità del 90%.

Ecco come si svolge il percorso del candidato su LinkedIn

Abbiamo osservato i comportamenti di milioni di iscritti a LinkedIn, scoprendo quello che sembra essere il percorso più comune dalla candidatura all'assunzione:



3 modi per applicare questi trend alla tua strategia di recruiting

Aiuta i talenti a scoprirti prima ancora di candidarsi

L'ostacolo principale per i candidati italiani che vogliono cambiare impiego è non sapere come sarà lavorare per quell'azienda. Perciò, investi sui principali canali usati dai professionisti prima che si candidino per le tue offerte: ad esempio job board, social network professionali e il sito delle opportunità di lavoro della tua azienda.

Incoraggia i tuoi dipendenti a fare selezione per te

In Italia, le persone vengono a conoscenza di un nuovo lavoro principalmente grazie ai dipendenti. Fai in modo che i tuoi dipendenti conoscano le posizioni aperte e come funziona il programma di segnalazione. Fornisci loro gli strumenti per diventare ambasciatori del brand della tua azienda.

Fornisci i dettagli della cultura e delle opportunità di carriera aziendali

Il 58% dei professionisti in Italia afferma di voler conoscere soprattutto la cultura e i valori di un'azienda. Arricchisci il sito Web delle opportunità di carriera e le descrizioni dei ruoli con contenuti di employer branding capaci di attirare l'attenzione dei candidati fornendo proprio queste informazioni. Rivedi le descrizioni delle offerte di lavoro in modo da includere una descrizione completa della cultura aziendale.

Scopri le nuove tendenze dei talenti nel mondo

Ora che hai letto il Talent Trends Report per il tuo Paese, scopri cosa sta cambiando nel resto del mondo. Scarica il report globale per informazioni aggiornate su come i candidati vogliono essere selezionati.

[Scarica il report globale](#)

Metodologia

I risultati di questa analisi rappresentano il mondo visto attraverso le lenti dei dati di LinkedIn. Pertanto, sono influenzati da come gli iscritti scelgono di usare il sito, cosa che può variare in base alla cultura professionale, sociale e geografica.

Abbiamo intervistato 683 membri di LinkedIn in Italia fra gennaio e marzo 2016. All'epoca del sondaggio, la maggioranza degli intervistati aveva un impiego a tempo pieno o part-time. Il sondaggio era disponibile in più lingue e senza incentivi; i dati non sono stati pesati.

Il livello di affidabilità di questo sondaggio va dal 90% al 95% ed è maggiore per i sottogruppi.

Abbiamo anche intervistato 249 membri di LinkedIn in Italia che hanno cambiato azienda tra febbraio e marzo 2016, in base a quanto indicato sul loro profilo LinkedIn e confermato durante il sondaggio. Il sondaggio era disponibile solo in inglese e senza incentivi; i dati non sono stati pesati. Il livello di affidabilità di questo sondaggio va dal 90% al 95% ed è maggiore per i sottogruppi.



Autori



Allison Schnidman
Strategic Research Consultant,
LinkedIn



Lorraine Hester
Senior Market Research Associate,
LinkedIn



Esther Lee Cruz
Global Marketing Manager,
LinkedIn



Marina Fantini
Senior Marketing Manager, Italy & Iberia,
LinkedIn



Maria Ignatova
Global Content Marketing Lead,
LinkedIn



Akansha Agrawal
Insights Analyst,
LinkedIn



Charlene Nee
Content Marketing,
LinkedIn

Informazioni su LinkedIn Talent Solutions

Attira l'attenzione dei migliori talenti per la tua azienda con LinkedIn. Accedi a candidati di qualità (passivi e attivi, esterni e interni) sulla più grande rete professionale al mondo: oltre 433 milioni di candidati.

[Visita il nostro sito Web](#)



Leggi il nostro blog
business.linkedin.com/talent-solutions/blog



Vieni a trovarci su SlideShare
slideshare.net/linkedinitalia



Seguici su Twitter
[@hireonlinkedin](https://twitter.com/hireonlinkedin) [@linkedinitalia](https://twitter.com/linkedinitalia)



Guarda i nostri video su YouTube
youtube.com/user/LITalentSolutions



Seguici su LinkedIn
linkedin.com/company/3519575

