



LINKEDIN PER LA RICERCA DI PERSONALE

A cura di Nicoletta Grosso

Ogni giorno, milioni di interazioni hanno luogo sulla piattaforma social dedicata al lavoro.

Certamente i selezionatori possano trovare nei social network uno strumento potente per fare meglio il proprio lavoro – riducendo anche tempi e costi della selezione. Il recruiter deve quindi avere una parte attiva nel processo di ricerca, soprattutto se vuole attrarre talenti. Deve capire inoltre quali sono le priorità e le aspirazioni del potenziale candidato e deve cercare di coinvolgerlo proprio basandosi su quelle. Occorrono perciò i dati che possiamo ottenere da LinkedIn Recruiter o in futuro da Talent Insights o quelli che abbiamo raccolto in autonomia con applicazioni di terze parti.

I dati occorrono per comprendere i desideri dei candidati e quindi per sapere come attrarli verso la nostra azienda.

LinkedIn for business offre 3 diverse tipologie di prodotti per la ricerca di personale da assumere nella vostra azienda: Recruiter Life, Recruiter, Referrals.

Recruiter Life è un tool che permette di effettuare ricerche di personale ritenuto idoneo alla posizione offerta dalla vostra azienda, offrendo la possibilità di selezionare i candidati attraverso l'utilizzo di 15 filtri di ricerca differenti.

Inoltre, permette il contatto diretto con i Top Talent mettendo a disposizione 30 InMail al mese.

Recruiter: permette di targettizzare personale idoneo alla posizione aperta nella vostra azienda, attraverso l'utilizzo di 20 filtri di ricerca differenti, e permette anche di effettuare ricerche in base alla vostra idea di candidato ideale.

Recruiter offre la possibilità di contattare le persone ritenute idonee attraverso l'utilizzo del servizio InMail (150 messaggi diretti mensili, per ogni membro del team).

Referrals: è un altro tool offerto da LinkedIn per la ricerca di personale attraverso l'utilizzo dei contatti dei propri dipendenti già acquisiti.

Suggerisce inoltre alle aziende i candidati ideali per le posizioni aperte all'interno della vostra azienda.

Pubblichiamo l'intervento di **Francesco Pasotti**, esperto di Social Network e Direttore Marketing di [Tecnotelai Srl](#)

“Esiste una relazione imprescindibile che unisce la reputazione aziendale e la propria presenza e attività sui social. L'importanza del **passaparola online è indiscutibile**, tutti noi prima di effettuare un acquisto o prendere una decisione consultiamo

internet, i blog e i social network, per avere un suggerimento dai propri amici o da chi ha precedentemente avuto modo di trovarsi nella stessa situazione.

Molto spesso le aziende hanno paura di esporsi per non perdere il controllo sulla propria reputazione online considerando l'imprevedibilità e la spontaneità virale che caratterizza questo "Mondo". Nella realtà dei fatti il social media marketing, se svolto correttamente, e con consapevolezza, può portare all'azienda innumerevoli **vantaggi**.

Il percorso intrapreso da Tecnotelai ha inizio nel 2012 quando ancora nel nostro Paese non avevano una connotazione di marketing così spiccata.

Il primo obiettivo consisteva nel voler migliorare il rapporto con il cliente, una sorta di "customer care" finalizzato ad instaurare un vero e proprio "filo diretto" rimanendo così disponibili e garantendo un contatto sempre più tempestivo.

L'azienda in questo modo si è dimostrata ancora più trasparente e pronta ad accogliere le esigenze di un pubblico sempre più attento alla rapidità della risposta da parte dell'azienda e trasformando lo strumento in un vantaggio strategico nella relazione con il proprio pubblico.

Un secondo obiettivo ha visto l'approccio di questi canali per la ricerca del personale.



Tecnotelai da sempre fa del personale la propria forza sul mercato e l'attenzione che ripone nella selezione di dipendenti ha un ruolo chiave.

Per questo motivo utilizza lo strumento più popolare e dedicato: LinkedIn.

La prima regola per far sì che la nostra azienda trasferisse i propri valori ai candidati in cerca di occupazione nel nostro campo di azione, è stata quella di costruire una **Career Page** di effetto.



Tecnotelai ha pertanto creato e personalizzato la propria pagina dove il candidato può scoprire la nostra storia e comprendere se si tratta dell'azienda per la quale desidera lavorare.

Come per tutti i social network, anche su LinkedIn sono molto importanti i follower e le interazioni che essi hanno con i contenuti che pubblichiamo giornalmente.

Per raggiungere i candidati specifici utilizziamo lo strumento **LinkedIn Recruiter** nella versione Lite che permette di fare delle ricerche avanzate in base al tipo di profilo che stiamo cercando e successivamente di contattare direttamente i potenziali candidati.

Ovviamente non ci affidiamo totalmente agli annunci di lavoro rimanendo in attesa di ricevere passivamente curricula in target e di qualità.

Non ci limitiamo pertanto alla ricerca, mettiamo in campo l'elemento umano e relazionale cercando di capire quali siano le priorità e le aspirazioni del potenziale candidato.

Ciò ha permesso l'acquisizione di **nuove competenze** per analizzare i dati e anche per lavorare con tutta una serie di strumenti digitali a nostra disposizione. Naturalmente senza mai perdere di vista le capacità relazionali che da sempre sono state il nostro punto di forza.

Al contempo il reparto Risorse Umane **lavora insieme a marketing e comunicazione** per creare e promuovere contenuti ricchi di valore che possano attrarre nuovi talenti in azienda.

La ricerca e la selezione del personale attraverso LinkedIn e gli altri social necessita di grande preparazione e di una stretta collaborazione fra vari reparti. Quello del Responsabile Risorse Umane è diventato un lavoro più complesso di quello che si faceva prima dell'avvento di internet.

Possiamo sicuramente affermare che LinkedIn abbia migliorato la qualità del processo complessivo, portando più candidati qualificati rispetto alle candidature ricevute e riducendo notevolmente i tempi di selezione.”