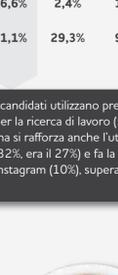


WORK TRENDS STUDY 2019

Il mondo del lavoro tra social recruiting e personal branding

L'indagine è stata realizzata su **1.466 candidati** e **259 recruiter**

#utsadecco

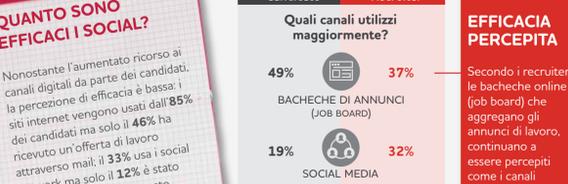


SOCIAL RECRUITING: I MACROTREND



I candidati utilizzano prevalentemente LinkedIn per la ricerca di lavoro (58%, era il 54% nel 2015) ma si rafforza anche l'utilizzo di Facebook (32%, era il 27%) e fa la sua comparsa Instagram (10%), superando anche Twitter (4%).

Si registra invece un leggero calo nell'utilizzo dei social da parte degli HR sia per quanto riguarda LinkedIn (dal 88% del 2015 al 74% oggi) sia per Facebook (dal 28% al 14%) ma fa la sua comparsa Instagram (15%), che anche in questo caso supera Twitter (11%).



QUANTO SONO EFFICACI I SOCIAL?

Nonostante l'aumentato ricorso ai canali digitali da parte dei candidati, la percezione di efficacia è bassa: i siti internet vengono usati dall'85% dei candidati ma solo il 46% ha ricevuto un'offerta di lavoro attraverso mail; il 33% usa i social network ma solo il 12% è stato contattato attraverso questo canale; mentre il 60% usa altri canali (come il passaparola) che si sono dimostrati efficaci per il 57%.



EFFICACIA PERCEPITA

Secondo i recruiter, le bacheche online (job board) che aggregano gli annunci di lavoro, continuano a essere percepiti come i canali digitali più efficaci per trovare potenziali candidati.

Sei mai stato contattato da un recruiter tramite social network?



Hai ottenuto il lavoro?

Sì 3,2%

RISPETTO AL 2015

Cala dall'8 al 3% la percentuale di candidati che, dopo essere stato contattato da un recruiter tramite social network, ha anche ottenuto un posto di lavoro.

IL RUOLO DELLA WEB REPUTATION

Quasi la metà dei recruiter ha dichiarato di aver escluso potenziali candidati dalla selezione a causa di informazioni contenute sui social.



PREVALENTEMENTE, COME VIENI CONTATTATO?

6 candidati su 10 sono contattati tramite passaparola e cv cartacei; 1 su 2 tramite email.



I SOCIAL? UTILI PER SEGNALARE OPPORTUNITÀ DI LAVORO ALLA PROPRIA RETE

Il 38% dei candidati dichiara di aver ricevuto segnalazioni di opportunità professionali da amici, conoscenti, colleghi e il 43% di averle inviate.

Cosa comporta la ricerca di potenziali candidati online?



Quanto conosci e utilizzi i tool di recruiting e utilizzi

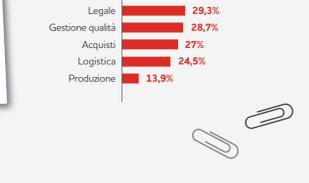
23,4%	LinkedIn Talent Insight
4,6%	Glassdoor
3,7%	Google tools
3,7%	Facebook for Jobs
3,7%	HR Tech

Con quali finalità usi i social network in ottica lavorativa?

61%	Cercare lavoro	72,2%	Verificare CV
52,3%	Rispondere a candidature	53,2%	Inserire annunci di lavoro
50,1%	Cercare le pagine di potenziali datori di lavoro	53,1%	Employer branding
41,5%	Creare/cultivare una rete professionale	49,4%	Verificare i contenuti pubblicati dai candidati
39,7%	Cercare informazioni su azienda o datore di lavoro	49,4%	Cercare candidati passivi
39,7%	Distribuire CV	48,1%	Scoprire tratti della personalità dei candidati
29,8%	Cercare recruiter	40,5%	Verificare la web reputation dei candidati
28,6%	Personal branding	39,3%	Publicare post che creano valore aggiunto per chi cerca lavoro

PROFILO NON MANAGERIALE? TI TROVO ONLINE!

Cresce, rispetto al 2015, la ricerca esclusivamente online per i profili non manageriali (dal 12% al 28%), mentre è in leggero calo quella dei middle manager (dal 44% al 39%) e dei senior manager (dal 40% al 33%).



RUOLO E CONSAPEVOLEZZA DEL PERSONAL BRANDING

Hai mai chiesto a un candidato chiarimenti sulla sua presenza online?

Sì 38,7%



Ti sono mai stati chiesti, in fase di colloquio, chiarimenti sulla tua presenza online?

Sì 8,1%

Quanto è importante possedere:

94,1%	Personalità adatta a svolgere la professione	66%
74,6%	Idee chiare rispetto alla professione	59,4%
83,1%	Competenze necessarie per svolgere la professione	48,1%

UNA PERFETTA CORRISPONDENZA

L'aspetto più rilevante secondo gli HR riguarda i tratti di personalità necessari per svolgere la posizione lavorativa per cui si candida. Interessante rilevare che è anche l'aspetto che i candidati dichiarano di possedere con maggiore sicurezza.



Capacità di **networking** e di **comunicazione interna** all'azienda sono le skill che gli HR ritengono più importanti per svolgere il proprio lavoro.

Che ruolo gioca il personal branding nella selezione di un candidato?

46,8%	Abbastanza rilevante
24,8%	Molto rilevante
18,3%	Non so cosa sia il personal branding
9,2%	Irrelevante

IDENTIKIT DEI CANDIDATI PASSIVI

Sul totale dei candidati che hai contattato nell'ultimo anno, quanti sono risultati candidati passivi?

28,1%

CHI SONO I CANDIDATI PASSIVI?

Sono quei profili che non stanno attualmente cercando lavoro in maniera attiva. Sono presenti sui social, ma non si stanno muovendo per cambiare posizione professionale. Possono quindi essere contattati dai recruiter sui canali digitali, ricevendo così proposte di colloqui e opportunità di lavoro.

L'utilizzo di canali digitali ha aumentato la possibilità di:

76,3%	Contattare candidati passivi
69%	Individuare candidati passivi
67%	Reclutare candidati passivi

I candidati passivi mostrano, rispetto a quelli attivi, maggior:

36,1%	Esperienza professionale
30,9%	Competenze tecniche
17,6%	Formazione
13,4%	Competenze relazionali
7,2%	Motivazione

IL VALORE DEI CANDIDATI PASSIVI

I recruiter dichiarano che sono disposti ad aumentare sia il tempo impiegato per effettuare la ricerca, sia il compenso proposto al profilo professionale, quando si tratta di individuare e soprattutto "ingaggiare" candidati passivi.

Quanto tempo dedichi all'analisi del profilo social di un candidato passivo rispetto a quello di un candidato attivo?

40,4%	Lo stesso tempo
36,3%	Minor tempo
23,3%	Maggior Tempo

Cosa sono disposte a incrementare le aziende per "catturare" profili passivi?

80%	Tempo di ricerca
59%	Compenso del lavoratore
27%	Compenso del selezionatore

