

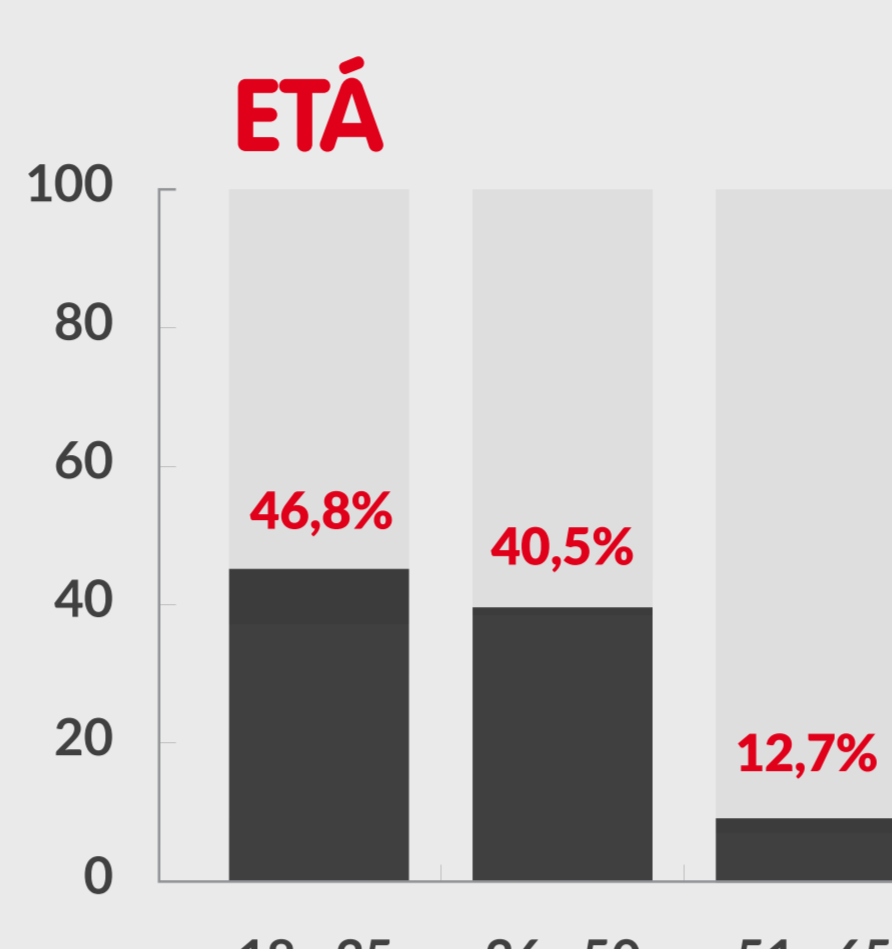
WORK TRENDS STUDY

#wtsadecco

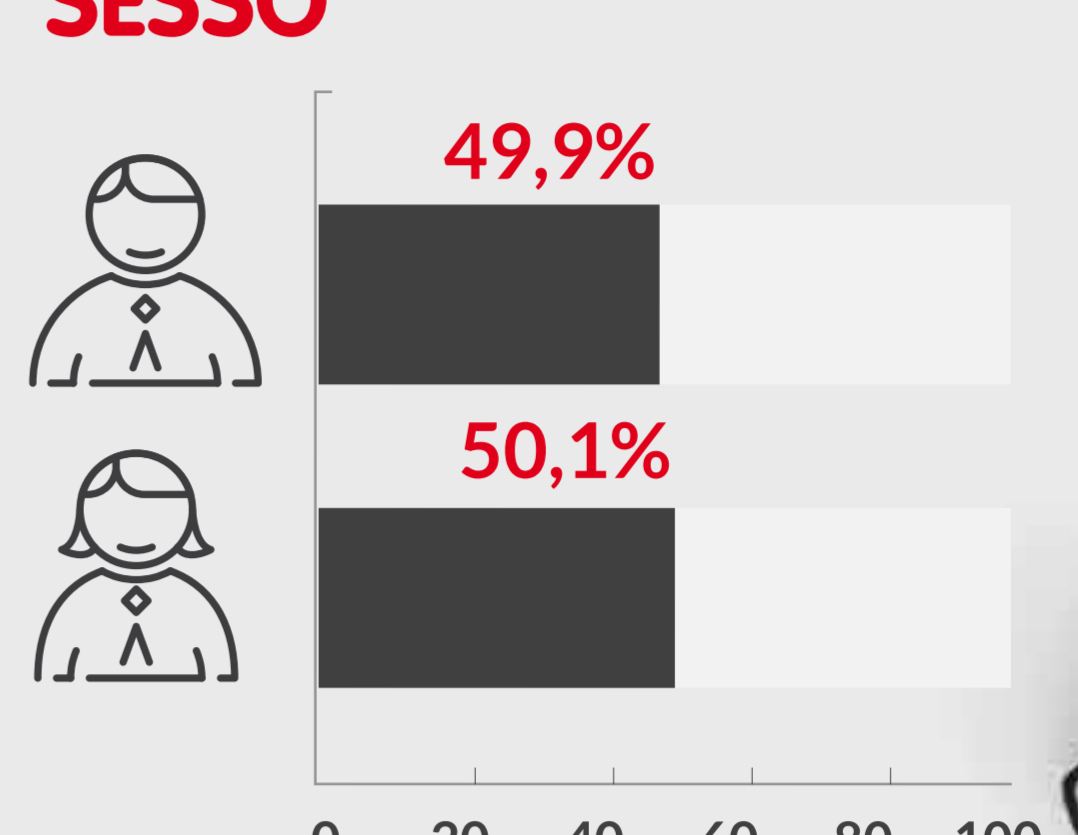
L'indagine è stata realizzata su **2.742 candidati** e **143 recruiter** in Italia.

Il futuro del lavoro tra **Social Recruiting, Digital Reputation e Smartworking**

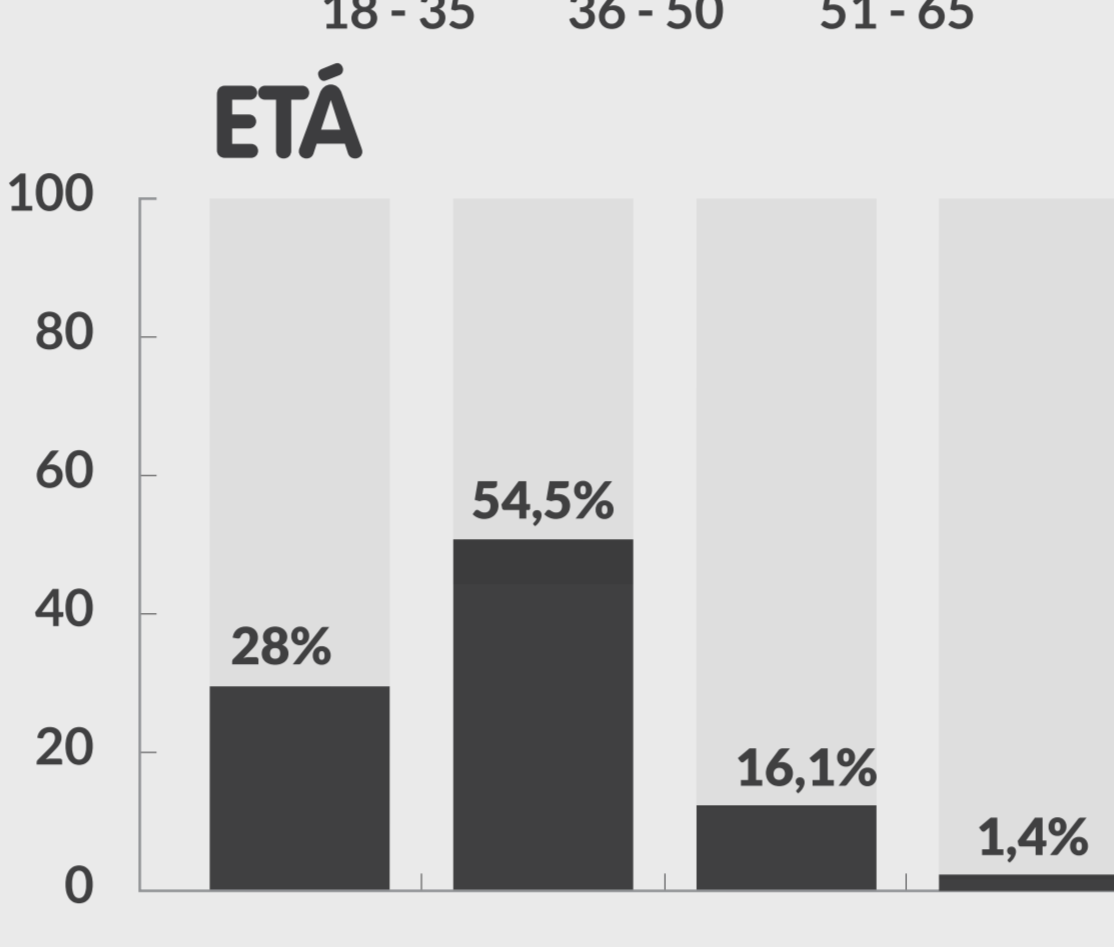
PROFILO CANDIDATI



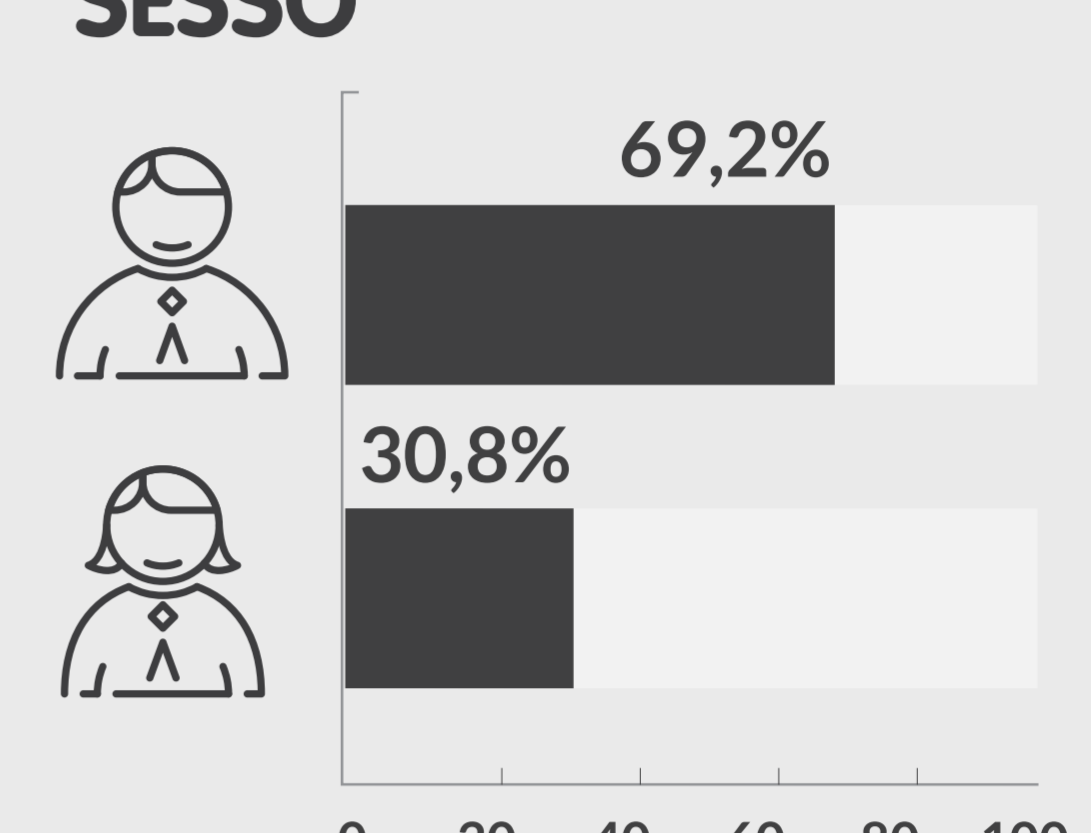
SESSO



PROFILO RECRUITER



SESSO



SOCIAL RECRUITING

CANDIDATI

L'**80%** delle ricerche di lavoro viene effettuato online dai candidati

RECRUITER

Il **64%** delle attività di social recruiting viene effettuato online dai recruiter

CON QUALI CANALI?

Bacheche online di annunci

53% **43,4%**

Siti aziendali

32% **33,5%**

Social media

15% **23%**

Quali canali social utilizzi?

in **f** **in** **f**
32,4% **1,1%** Solo per lavoro **42%** **4%**
21,7% **25,6%** Per lavoro e per uso personale **46,2%** **23,8%**

TENIAMOCI IN CONTATTO
 L'uso dei social network in ottica professionale da parte dei candidati è orientato a mantenere contatti con:

- Recruiter (28,7%)
- Potenziali datori di lavoro (52%)
- Colleghi (59%)
- Ex colleghi (69%)

2016: COME SARÁ?

I recruiter coinvolti prevedono, per l'anno prossimo, di:

- svolgere il **71%** delle attività di recruiting online

• incrementare l'uso dei social network per il social recruiting (rispetto a bacheche online e siti aziendali) dal **23 al 29%**

Sei mai stato contattato da un recruiter tramite i social network?

Sì 15,4%

No 84,6%

Ed hai ottenuto il lavoro? **Sì 8,4%**

(7% nel 2014)

LinkedIn
 È il social più usato per finalità professionali, rispetto a Facebook e altre piattaforme.
 Per la ricerca di pagine di potenziali datori di lavoro tuttavia i candidati sfruttano parecchio anche il social di Zuckerberg (29%).

Con quali finalità usi i social network in ottica professionale?*

Cercare lavoro	51%	Cercare candidati passivi	78,3%
Distribuire CV	50%	Verificare CV	75,5%
Creare/coltivare una rete professionale	49,2%	Inserire annunci di lavoro	68,5%
Cercare le pagine di potenziali datori di lavoro	47%	Verificare la rete del candidato	67,1%
Rispondere a candidature	46,7%	Employer branding	61,5%
Personal branding	46,2%	Verificare i contenuti pubblicati dai candidati	57,3%
Cercare recruiter	42,8%	Pubblicare post che creano valore aggiunto per chi cerca lavoro	52,4%
Cercare informazioni su un'azienda o un datore di lavoro	36,4%	Verificare la web reputation dei candidati	50,3%
		Scoprire tratti della personalità dei candidati	35,7%

*Le percentuali fanno riferimento all'uso di LinkedIn

"DIMMI CHI SEI"... DA COME USI I SOCIAL

Per captare tratti della personalità del candidato, LinkedIn e Facebook ricoprono un ruolo pressoché identico (percentuale di poco inferiore al 36% in entrambi i casi).

CANDIDATI SEMPRE PIÙ MOBILE ORIENTED

6 candidati su 10 hanno usato almeno una volta lo smartphone per informarsi su potenziali datori di lavoro.

6 recruiter su 10 invece non hanno mai usato lo smartphone per cercare candidati.

Usi lo smartphone per cercare informazioni riguardo a un potenziale datore di lavoro?

Sì 37,1%

A volte 24,9%

No 37,9%

Usi lo smartphone per cercare candidati?

Spesso 8,4%

A volte 30,1%

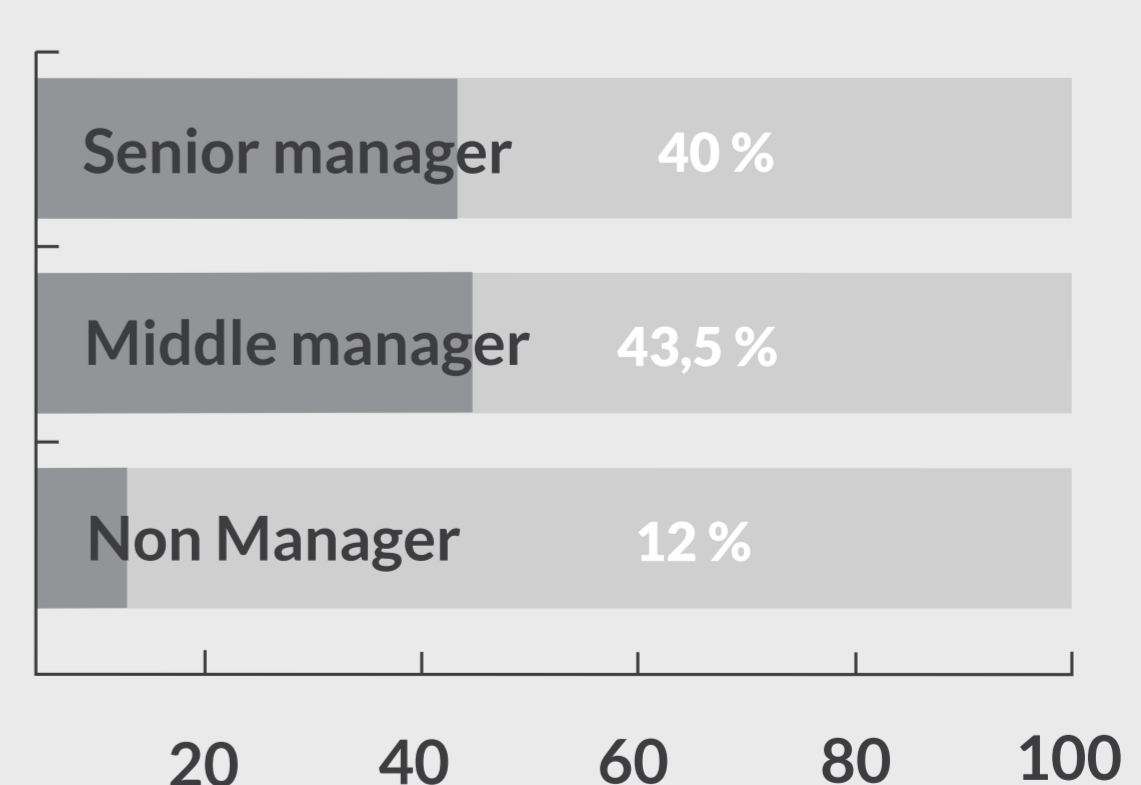
No 61,5%

LE AZIENDE INVESTONO SUL SOCIAL RECRUITING

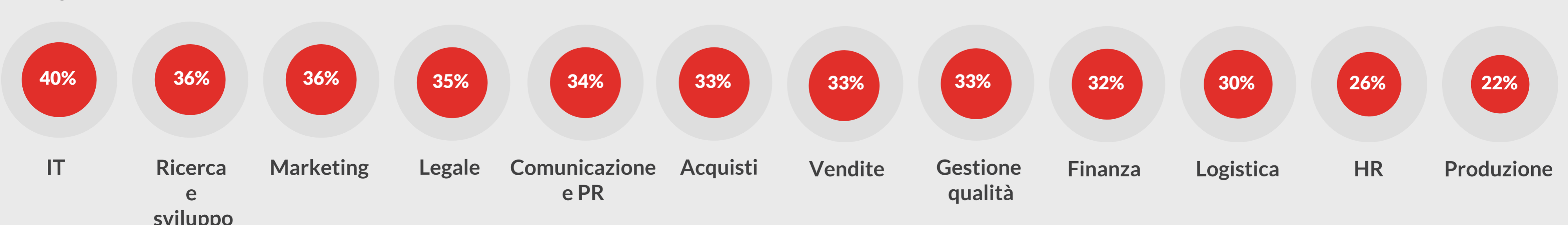
Quasi la metà dei selezionatori dichiara di usare strumenti di social recruiting a pagamento per cercare profili.

Quali sono i PROFILI e i RUOLI che cerchi esclusivamente online?

RUOLI

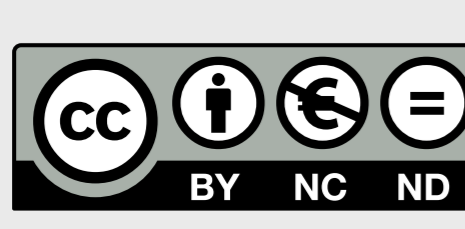


PROFILI



Infografica realizzata da **Adecco Italia S.p.A.** nel mese di Ottobre 2015
 Aut. Min. 1100-SG del 26.11.2004

#diamolavoroalleambizioni



Questa opera è distribuita con licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 3.0 Unported. Utilizzo a scopi commerc. - no | Modifiche - no | Giurisdizione internaz.

Adecco

better work, better life

Infografica by: zooroma.com