



Pane e internet

Cittadini 100% digitali

TROVARE LAVORO CON I SOCIAL NETWORK

Ambra Notari

TROVARE LAVORO CON I SOCIAL NETWORK



Durante l'incontro saranno discusse le principali tematiche relative all'opportunità che i social network ci offrono per trovare lavoro.

In particolare:

- ✓ Cosa sono i social network?
- ✓ Cosa devo sapere per usare i social?
- ✓ Quanto sono importanti per le aziende?



I principali argomenti:



I social network

La ricerca del lavoro prima di Internet

Chi sono i “social recruiter”

Il Personal Branding

Il social professionale: LinkedIn

Facebook





COSA SONO I SOCIAL NETWORK

SOCIAL NETWORK = RETI SOCIALI

Sono piattaforme digitali che abilitano la creazione di reti sociali all'interno del web. Con l'espressione "**Social media**" si fa riferimento a tutti quei mezzi di comunicazione che rendono possibile creazione, condivisione e scambio di contenuti generati dagli utenti attraverso l'uso di piattaforme web-based.

- ✓ favoriscono la creazione dei legami tra gli utenti
- ✓ sono molto flessibili
- ✓ sono orizzontali



COSA SONO I SOCIAL NETWORK



Il concetto chiave è quello dell'orizzontalità, che si contrappone alla verticalità dei classici mass media.

A differenza dei media tradizionali nei media sociali tutti i soggetti sono al **medesimo livello**. Le stesse aziende non hanno più potere né controllo sui contenuti prodotti dagli utenti, ma costituiscono un **nodo** di una **rete più ampia**.

Con l'avvento dei social media cambiano non solo i classici ruoli della comunicazione, ma anche le **modalità** di comunicazione: non si parla più di un messaggio unilaterale di tipo “one to many” o “broadcasting”, ma di un messaggio multidirezionale del tipo “many to many” o “peer to peer”. Il “monologo” diventa un “dialogo” tra utenti, media e aziende, emittente e ricevente si alternano in un flusso continuo di ruoli, ma privo di gerarchie.

Peculiarità dei social network



- ü **Relazione:** dalla «comunicazione» alla «relazione con»
- ü **Partecipazione:** dalla ricezione passiva di informazioni da parte degli utenti alla loro partecipazione attiva nella costruzione e distribuzione dei contenuti (con tutti i pro e i contro)
- ü **Orizzontalità:** Dalla verticalità alla orizzontalità degli strumenti di comunicazione a disposizione non solo delle organizzazioni ma anche degli utenti



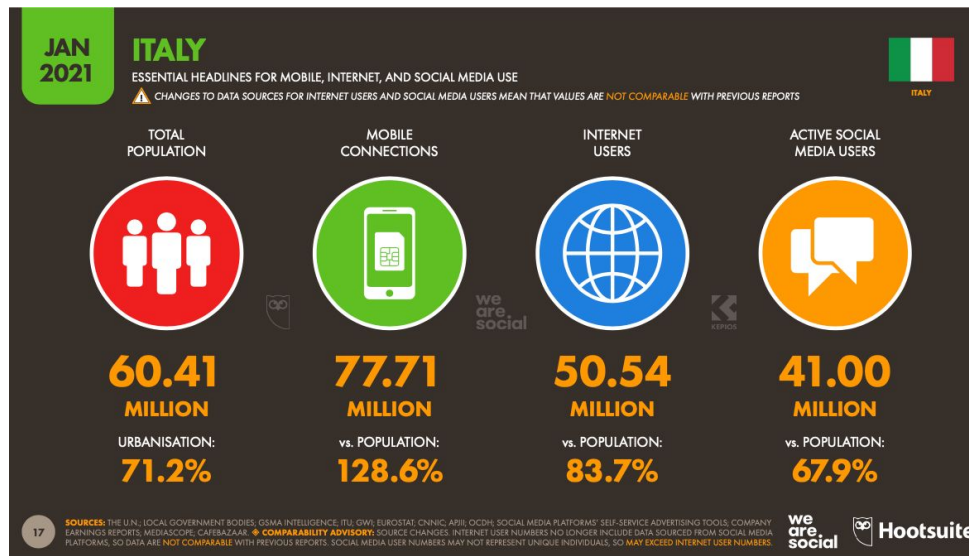
I social network



Report Digital Italia 2021

di We Are Social,

agenzia creativa (non società di comunicazione, non web agency)



Report Digital Italia 2021



Inutile fare finta che il 2020 sia stato un anno normale: la pandemia da Covid-19 ha avuto un impatto su tutte le nostre vite, ci ha visto adottare nuove tecnologie e nuovi comportamenti.

Se da un lato si registra, anche quest'anno, un **lieve calo demografico**, sono oltre **1 milione** le persone che si sono connesse a Internet per la prima volta nel corso del 2020, un **incremento del 2,2%** che ci fa **superare la soglia dei 50 milioni**.

Ancora più importante l'aumento sul fronte **piattaforme social: oltre 2 milioni di nuovi utenti**, un incremento quasi del **6%** che fa raggiungere quota **41 milioni**.

Gli smartphone sono presenti nelle tasche e nelle mani del 97% di noi, mentre 3 persone su 4 utilizzano computer desktop o laptop.



Report Digital 2021



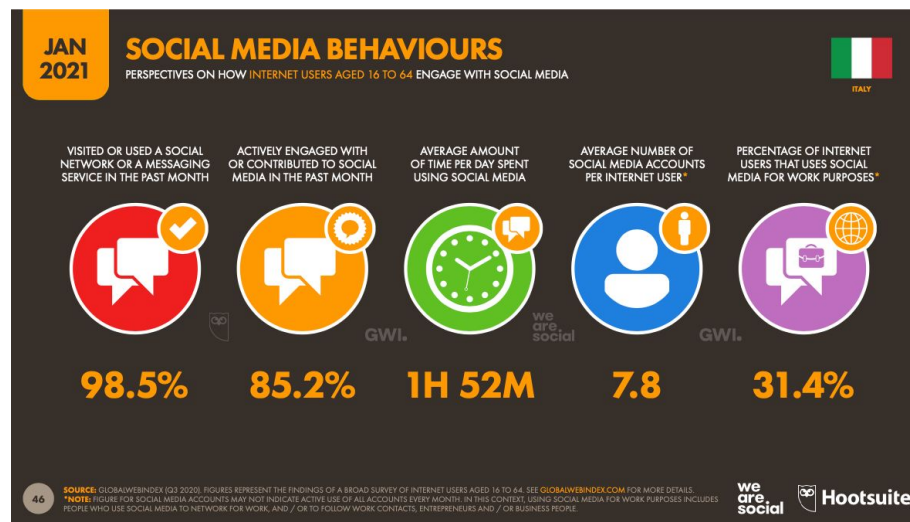
Siamo connessi per **oltre 6 ore al giorno ad internet**, e passiamo **quasi due ore sui social** (il 98% di noi lo fa da dispositivi mobili), mentre continuano a essere rilevanti i periodi che passiamo a fruire di **contenuti audio** (una persona su 4 ascolta regolarmente i **podcast**) e **gaming** (oltre 4 persone su 5 giocano, a prescindere dai device preferiti), anche in virtù di avanzamenti nelle tecnologie infrastrutturali che hanno portato a incrementi nelle velocità medie di connessione.



Report Digital Italia 2021



Lo scenario per quanto riguarda i nostri comportamenti sulle piattaforme social presenta un interessante spunto soprattutto lato **coinvolgimento**: sono **incrementate di 4 punti percentuali**, infatti, le **persone che dichiarano di aver partecipato attivamente al dialogo online**, saltando dall'81% del 2020 all'**85%** registrato quest'anno. (E occhio al 31.4 che cerca lavoro...)



Report Digital Italia 2021



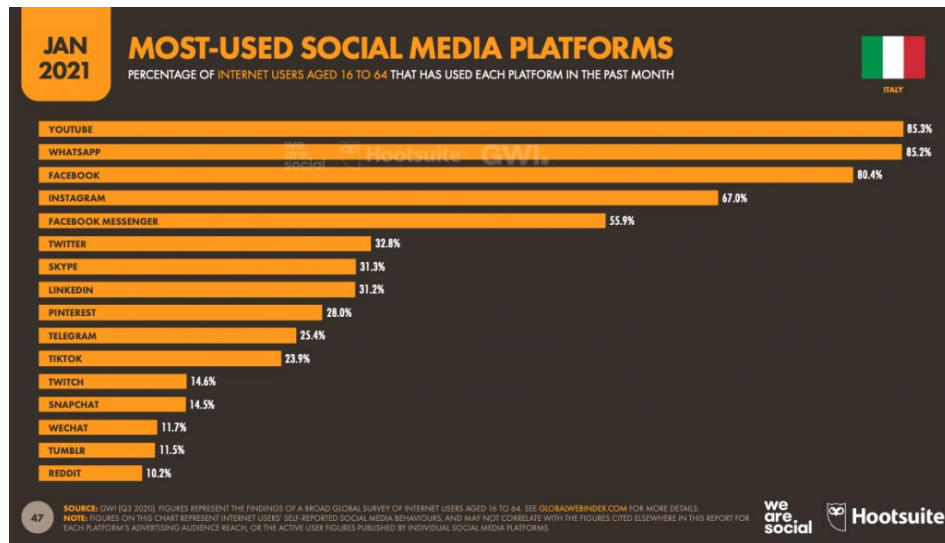
A proposito di disinformazione e fake news...

I dati dimostrano un'ampia consapevolezza sul tema: **più di una persona su due** ha espresso preoccupazione per la tematica delle **fake news** e del **trattamento dei dati personali** da parte delle piattaforme e delle aziende. Cresce contestualmente l'utilizzo di strumenti di **ad-blocking**.



Report Digitale Italia 2021

Tra le piattaforme più utilizzate rimane forte la leadership degli ecosistemi **Facebook** e **Google**. YouTube, WhatsApp e Facebook superano tutti l'80% di adozione, seguiti da Instagram e Messenger. Interessanti le crescite di **TikTok** (che raddoppia) e l'ingresso in "classifica" di **Telegram**, piattaforma di messaggistica che fa della privacy una delle sue caratteristiche principali.



La ricerca del lavoro prima di Internet Ovvero, dalla posta tradizionale a quella elettronica



Ricerca del lavoro nell'era pre-Internet:

- ✓ preparazione di un CV che identificasse la nostra figura professionale
- ✓ centinaia di fogli stampati
- ✓ quotidiano ed evidenziatore nelle pagine relative alla ricerca di personale
- ✓ spedire la busta e aspettare...
- ✓ agenzie del lavoro



Internet e posta elettronica

Con "l'arrivo" della casella di posta elettronica

ogni documento e il CV potevano essere spediti via mail con un clic.



Oppure si usavano i siti per la ricerca del lavoro: *job board*

Una **Job board (Bacheca di annunci di lavoro o Portale di annunci di lavoro)** è un portale per **inserire annunci di lavoro**: i recruiter possono utilizzare diverse Job boards per rendere visibili ai candidati le offerte di lavoro.

Storicamente le Job board online nascono negli Stati Uniti nel 1992, quando Bill Warren lanciò il servizio "Online Career Center". Due anni dopo (1994) nacque quella che oggi è considerata la principale Job board mondiale, cioè Monster.

E in Italia?

Per quanto riguarda l'Italia ricordiamo ad es. Jobmetoo (per le categorie protette), Rysto (settore ristorazione), Repubblica degli stagisti (neolaureati) e FashionJobs (settore Fashion).



L'avvento dei social network

Qui – ora – subito – in tempo reale!

Nessuna attesa, nessuna fila, nessun viaggio.

Una vera rivoluzione in termini di tempo e una nuova cultura che oggi ha trovato la sua voce nei **social network**.



Social Recruiter



Il termine **Social Recruiting** fa riferimento all'utilizzo dei social network per

- ✓ trovare,
- ✓ coinvolgere,
- ✓ costruire relazioni con potenziali candidati.

Obiettivo, introdurli nel proprio network e reclutarli. Negli ultimi anni si è registrata una **crescita esponenziale delle aziende presenti sui social, in particolare su LinkedIn, ma anche su Facebook, Instagram e Twitter.**

Il digitale ha stravolto le dinamiche d'incontro tra domanda e offerta di lavoro:

- ✓ i recruiter verificano online il profilo e le competenze dei candidati,
- ✓ i candidati navigano in cerca d'**informazioni sull'azienda e sul recruiter** stesso.

Si è verificato uno spostamento da una dinamica passiva a una dinamica attiva, o meglio proattiva.



I Social Recruiter



La condivisione crea nuove figure professionali
Quali sono i compiti del Social Recruiter?

- ✓ scovare informazioni utili sul candidato
- ✓ verificare competenze e valori riportati nel Curriculum Vitae
- ✓ ricercare attivamente potenziali candidati
- ✓ ridurre i tempi e i costi che riguardano il percorso di selezione



I Social Recruiter



Nel 2019 il 44,1% di HR dichiara di aver escluso un potenziale candidato dopo aver visualizzato i suoi profili **social** (dati Work Trends Study).

Perché?

I recruiter cercano in rete informazioni sulla **Digital Reputation** dei candidati, ossia valutano come si presenta il **Personal Branding** del candidato. Si scarta un profilo CV sulla base di una **web reputation non idonea**.



I Social Recruiter alla ricerca



- ✓ Informazioni non coerenti con il cv
- ✓ Tratti emergenti della personalità
- ✓ Contenuti discriminatori
- ✓ Network scarso e profilo poco aggiornato
- ✓ Commenti negativi sui datori di lavoro



Personal Branding

Il Personal Branding è l'insieme di contenuti che pubblichi online e che raccontano chi sei e cosa fai nella vita. È l'immagine che ognuno di noi si costruisce in rete.



Attenzione allora a quello che pubblichiamo e agli argomenti che trattiamo! Meglio controllare attentamente il **livello di privacy degli account** (e capire chi può vedere cosa).

Il consiglio utile: gestisci i profili partecipando attivamente alle discussioni di tuo interesse e creandoti un network funzionale a **mettere in risalto le competenze professionali**.

Hai mai googlato il tuo nome?



Personal Branding

Come curare e migliorare la nostra immagine in rete?



Avendo profili aggiornati: il profilo deve essere completo di informazioni, fare network, condividere contenuti utili. Creiamo relazioni virtuose!

Scegliendo con cura la foto profilo: è la prima cosa che appare quando viene visualizzata la nostra pagina, deve trasmettere professionalità. Da evitare foto fuori luogo e in contesti inadeguati

Controllando la propria attività sul web: digitando il nostro nome sul web possiamo cancellare vecchi account ed eliminare contenuti passati che potrebbero rovinare la reputazione



Personal Branding: coltiva il tuo network professionale!



La **costruzione del tuo social network** è una leva strategica per migliorare la tua immagine sui social. Ecco come fare per coltivare efficacemente la tua rete:

- Raccogli **informazioni sulle aziende** che vorresti contattare (strategie di marketing, mission, vision, target di riferimento, etc.);
- **Approfondisci e adegua il tuo profilo al settore professionale di tuo interesse**, evidenziando le caratteristiche e le competenze che potrebbero coincidere con le ricerche delle aziende a cui stai puntando;
- Utilizza i profili social per **scoprire il nome del responsabile delle risorse umane** dell'azienda prescelta.

Non dimenticare di sfruttare i tuoi account per creare **relazioni virtuose**.

Infine, sii te stesso. I social media sono una vetrina di grande impatto: quello che è scritto sul web rimane. Un **buon comportamento digitale** e presenze social ben gestite possono portare alla tua reputazione un valore aggiunto inestimabile.



Personal Branding



Cosa non va fatto?

- ✓ **Trascurare i profili:** i profili vanno sempre presidiati.
- ✓ **Filtrare i contenuti:** ciò che si pubblica sul web rimane online per molto tempo. Evitiamo contenuti inopportuni.
- ✓ **Trascurare le impostazioni sulla privacy:** lasciamo pubbliche solo informazioni e i contenuti necessari
- ✓ **Usare un linguaggio volgare:** anche con la privacy alta è possibile che un post venga letto da chi non vorremmo, rovinando la reputazione. E occhio alla grammatica!
- ✓ **Parlare male degli altri:** le aziende cercano dipendenti professionali



Il Social professionale: LinkedIn

LinkedIn è utilizzato principalmente per sviluppare contatti professionali e per diffondere contenuti specifici relativi al mercato del lavoro e ambiti professionali. Nato nel 2002, mette in contatto lavoratori e aziende a livello mondiale e, a differenza degli altri social, ha una versione a pagamento creata proprio per il mercato “**business**”.

A screenshot of the LinkedIn login and sign-up page. The background is a solid teal color. At the top center is the LinkedIn logo. Below it, the text "Ottieni il massimo dalla tua vita professionale" is displayed in white. In the center, there is a white rectangular box containing the login fields. The first field is labeled "Email" and the second is labeled "Password (almeno 6 caratteri)". Below these fields, there is a line of small text: "Cliccando su 'Accetta e iscriviti', accetti il Contratto di licenza, l'Informativa sulla privacy e l'Informativa sui cookie di LinkedIn." Below this text is a blue button with the white text "Accetta e iscriviti". At the bottom of the white box, there is a link that says "Sei già iscritto a LinkedIn? Accedi".

LinkedIn

Ottieni il massimo dalla tua vita professionale

Email

Password (almeno 6 caratteri)

Cliccando su "Accetta e iscriviti", accetti il Contratto di licenza, l'Informativa sulla privacy e l'Informativa sui cookie di LinkedIn.

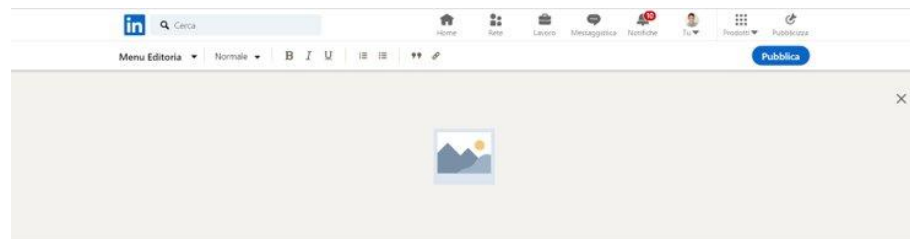
Accetta e iscriviti

Sei già iscritto a LinkedIn? [Accedi](#)

Il Social professionale LinkedIn

La prima cosa che **LinkedIn** ci chiede è di inserire tutte le informazioni dettagliate riguardanti il nostro percorso formativo e lavorativo, in ordine cronologico decrescente, proprio come nel CV (oltre all'immagine profilo e copertina).

È possibile pubblicare un **Post** (max 3000 caratteri), ma è ancora più utile pubblicare un **Articolo** (come se fosse un blog) il modo migliore per trovare lavoro e farsi trovare dalle aziende.



Sommario

 Scrivi qui. Aggiungi immagini o un video per dare più impatto visivo.



Il Social professionale: LinkedIn

Utilizziamo al meglio LinkedIn.

Cosa ci permette di fare?

- ✓ Creare un profilo professionale con relativa immagine;
- ✓ creare una rete formata da persone che presentano un profilo interessante per la nostra ricerca di lavoro;
- ✓ connettersi con le aziende che ci interessano e che operano nel nostro ambito di riferimento;
- ✓ controllare le offerte di lavoro nella sezione “**lavoro**”, dove sono presenti annunci di lavoro filtrati in base al nostro settore di interesse;
- ✓ condividere contenuti in cui dimostriamo le nostre competenze in un determinato settore lavorativo;
- ✓ tenere un profilo sempre aggiornato in modo dettagliato per suscitare interesse.



Facebook



I passaggi per crearsi un profilo sono semplicissimi:

- ✓ inserire i propri dati (nome e cognome)
- ✓ inserire la propria mail o il proprio numero di cellulare
- ✓ scegliere una password che servirà per accedere
- ✓ inserire la data di nascita (controllo per i minorenni)
- ✓ flaggare il proprio sesso

E da qui iniziamo a chiedere amicizie, trovare compagni di classe, postare tutte le foto delle vacanze, i nostri disagi e le aspettative. Ogni momento della vita può essere condiviso con la nostra rete: ci iscriviamo a gruppi, usiamo “like” ed “emoticons”.

Ma abbiamo mai pensato a quanto sia utile tutto ciò per i **recruiter**?



Facebook



Attiva anche la sezione **annunci di lavoro su Facebook**.

Le aziende possono pubblicare offerte di lavoro nella scheda "Jobs" della loro pagina.

L'utente può compilare automaticamente la domanda di candidatura attraverso le informazioni già inserite nel profilo Facebook e modificando all'occorrenza per poi inviare direttamente all'azienda l'application form.

Questo è comodo anche in chiave compilazione del curriculum, perché tutti i dati saranno già disponibili sul social network.





paneeinternet.it