

idem

Report di ricerca

I neolaureati e il mondo del lavoro



idem



Introduzione



Da dove siamo partiti

Il laboratorio di Sintesi Finale del Politecnico di Milano è il momento che consente ai futuri neolaureati di mettere in pratica le competenze acquisite nei diversi anni di studio e quest'anno l'obiettivo del corso era quello di indagare il tema della trasformazione digitale in ambito lavorativo. Il mondo del lavoro è infatti in continuo cambiamento: questa affermazione implica una moltitudine di elementi in gioco, talvolta difficili da comprendere persino per gli stessi attori del sistema.

Lo spunto alla base di questa ricerca è il seguente: se il mondo dell'offerta lavorativa è in costante evoluzione, come si relazionano ad esso figure prive di esperienza, ma piene di conoscenze, come i neolaureati in *design* e comunicazione che vivono in grandi città?

Per capirlo, abbiamo realizzato due *survey*: una diretta ai neolaureati, ed un'altra alle aziende italiane. I questionari sono stati sponsorizzati attraverso campagne create appositamente, sui *social network*, ed hanno prodotto risultati molto interessanti. Abbiamo avuto modo di ottenere i dati di 282 persone fra i 20 e i 30 anni, che sono in procinto di laurearsi, o lavorano già, negli ambiti

del *design* e della comunicazione. Lo *struggle* principale emerso è relativo al momento della ricerca del lavoro: gli annunci, infatti, non rispecchiano le aspettative del neolaureato, che rimane in un primo momento spiazzato e successivamente deluso o scoraggiato. Uno dei punti di maggiore criticità è da ricercarsi nel rapporto tra *job title* e *skills* richieste negli annunci di lavoro aziendali.

Spesso infatti vengono descritte posizioni con nomi estremamente specifici ed articolati o, al contrario, annunci meno specifici (ad es. *junior designer*) che, però, presentano un numero di competenze richieste talmente differenti tra loro da far sì che l'annuncio risulti poco credibile.

Dall'altro lato i neolaureati stessi fanno fatica a definirsi in un *job title*, di cui ignorano persino l'esistenza sino al momento del primo approccio col mondo lavorativo.

Lo scenario analizzato evidenzia un problema di linguaggio legato al tema dell'identità. L'obiettivo della nostra ricerca è quello di comunicare la distanza presente tra i due interlocutori, mettendo al centro della discussione la problematica evidenziata per favorire una piena consapevolezza del problema.

- > **282**
intervistati
- > **20-30** anni
- > Laureati in **design e comunicazione**
- > **Survey online**

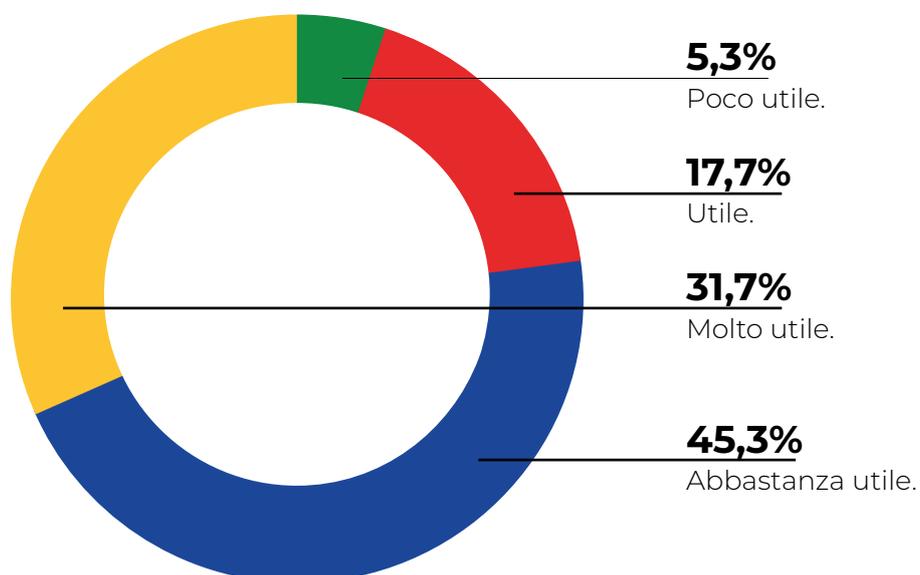


Ricerca quantitativa



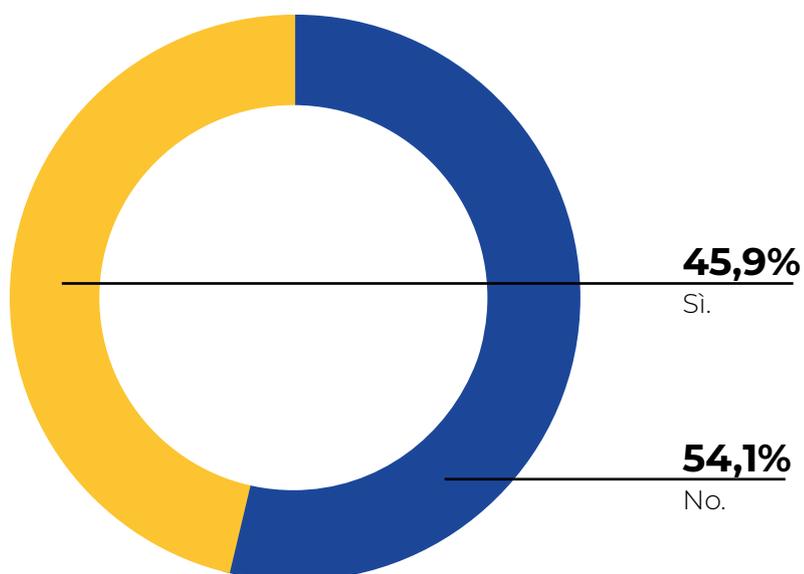
Domanda 1

Quanto sono importanti nella valutazione i valori di un'impresa?



Domanda 2

Fai parte di qualche community relativa alla tua professione?

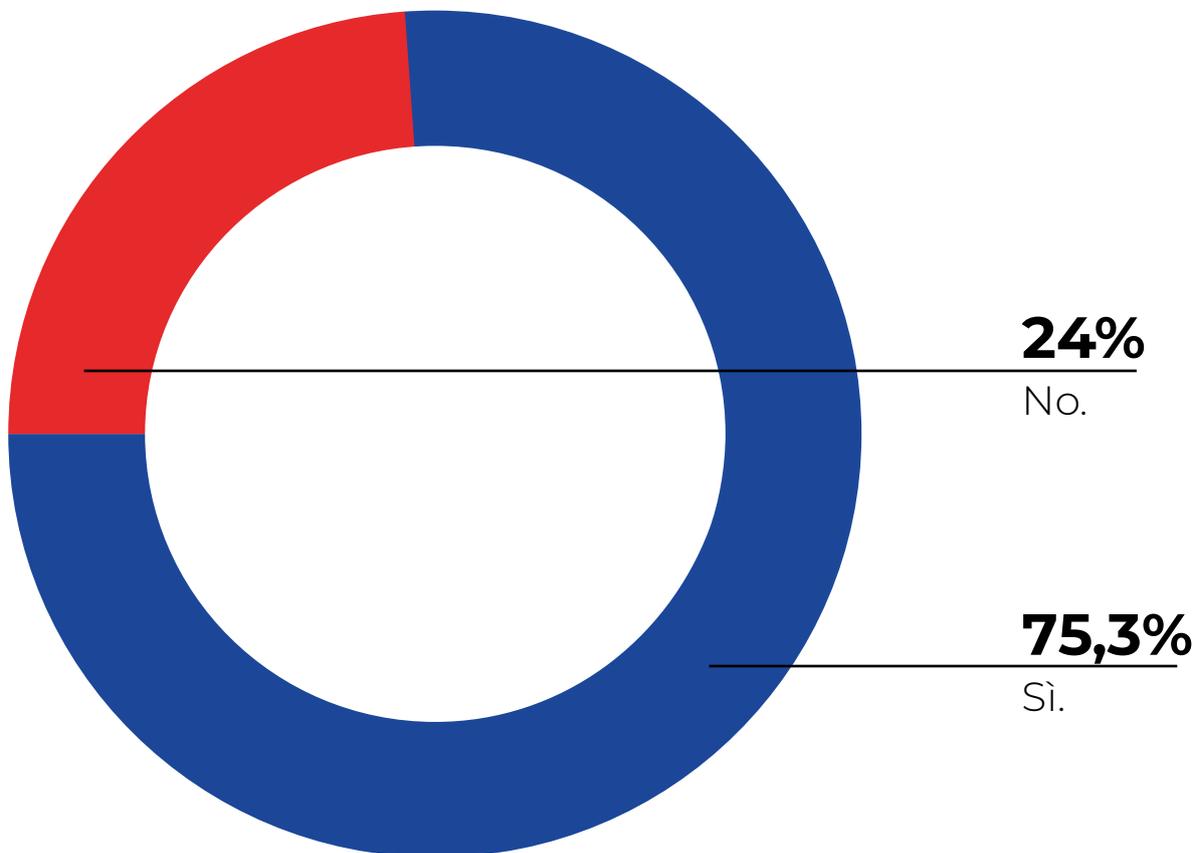


Domanda 3

Ti sei mai informato su come redigere un curriculum?

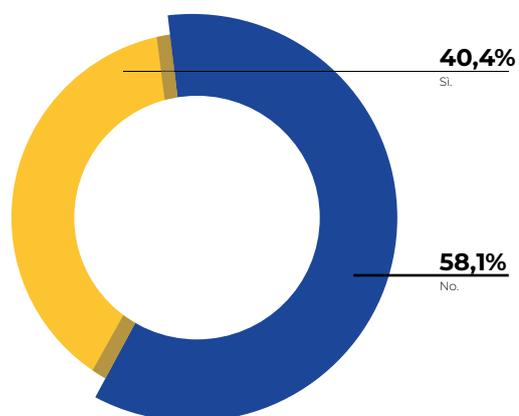
Dal punto di vista delle aziende, la maggioranza (rappresentata da 8 di esse) ritiene che il CV sia indispensabile durante il colloquio. Il portfolio è gradito, ma non indispensabile; se esiste, però, viene valutato attentamente e costituisce un plus. Come metodo di presentazione aggiuntivo la metà delle aziende intervistate gradirebbe

una videointervista, ritenuta singificativa per raccontare di più del proprio profilo. I profili social dei candidati sono considerati in maniera diversa a seconda del tipo di azienda: per chi lavora in ambito *marketing* e comunicazione sono molto importanti, viceversa non sono ritenuti particolarmente importanti.



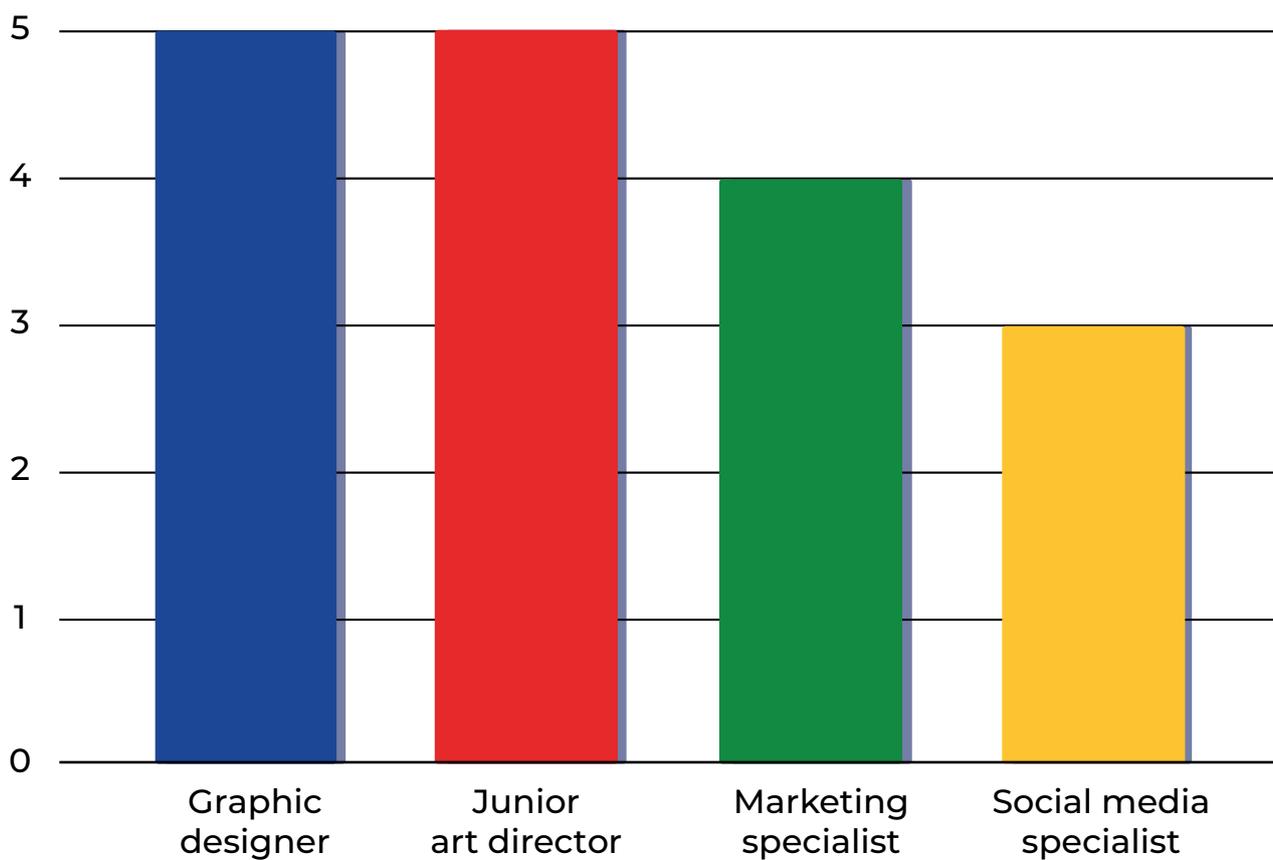
Domanda 5

Riesci a riassumere le tue competenze in un *job title* definito?



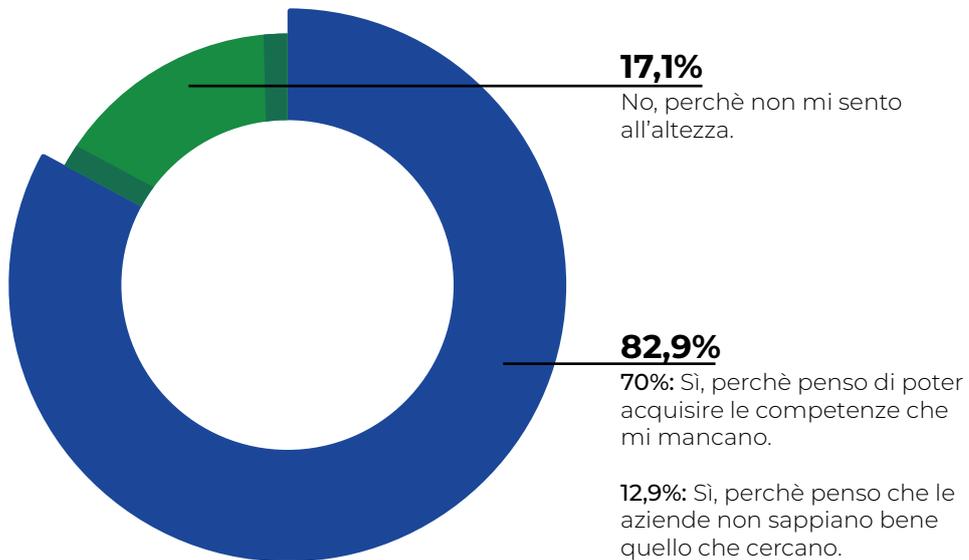
Domanda 6

Se sì, quale?



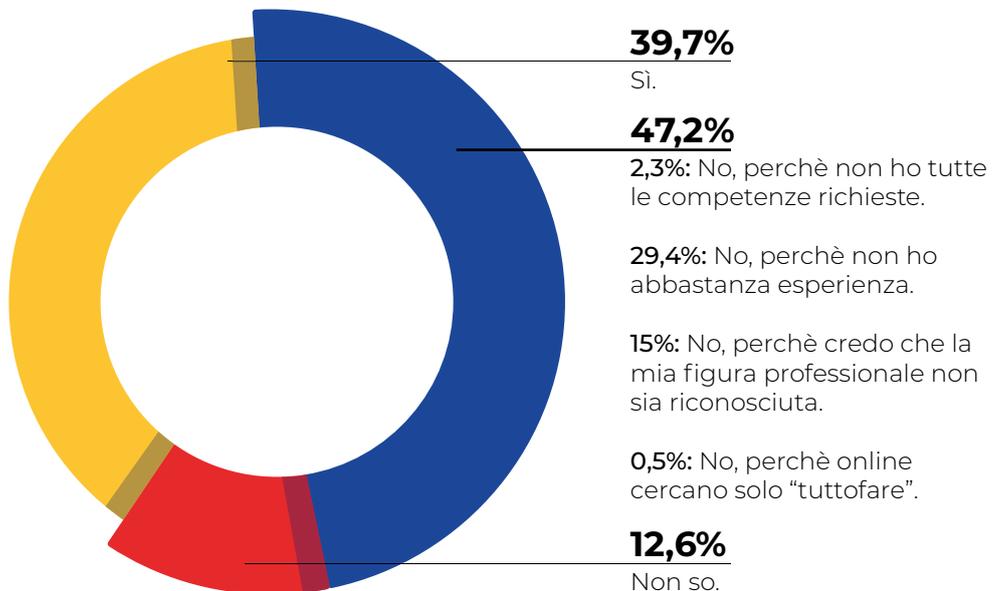
Domanda 7

Ti sei mai candidato ad un lavoro anche senza tutte le competenze richieste?



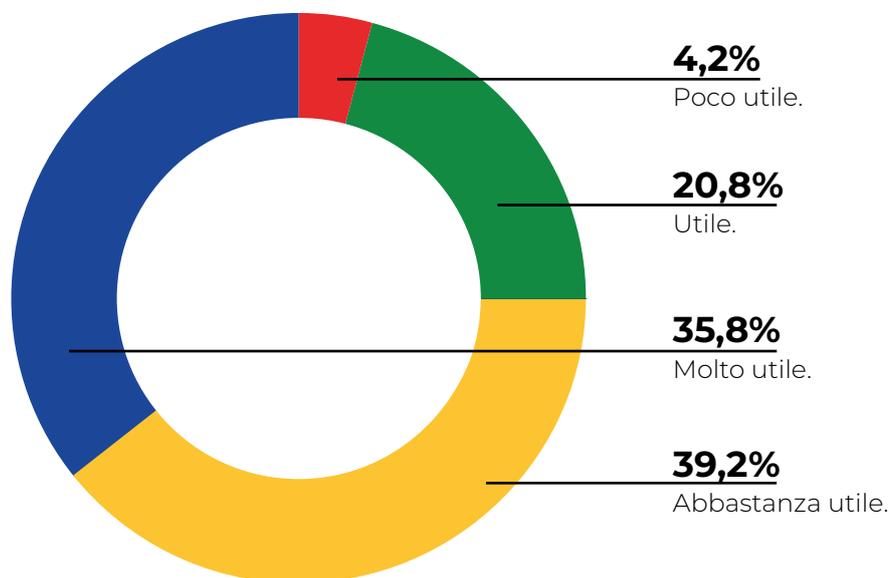
Domanda 8

Ritieni che il tuo profilo sia in linea con le offerte di lavoro che trovi?



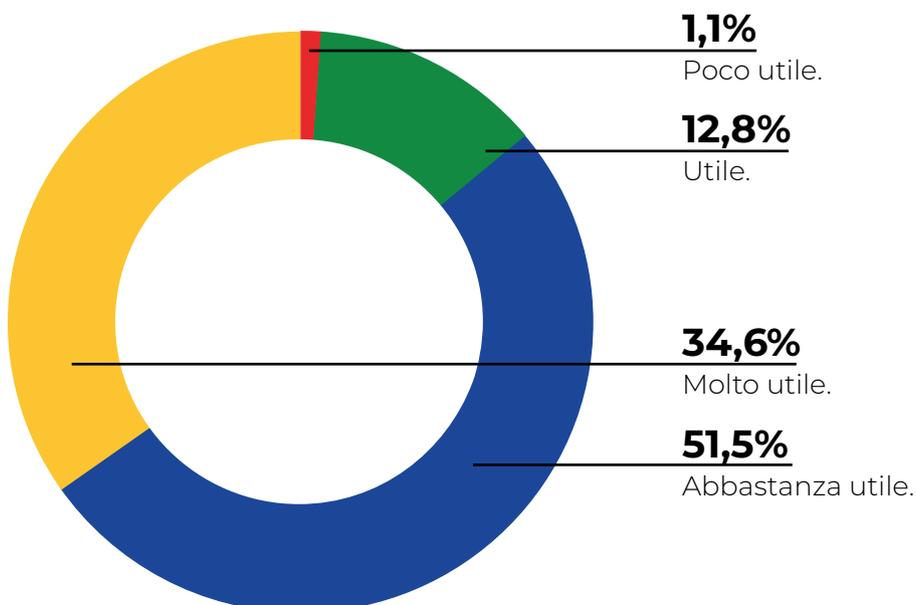
Domanda 9

Quanto ritieni importante la stabilità lavorativa?



Domanda 10

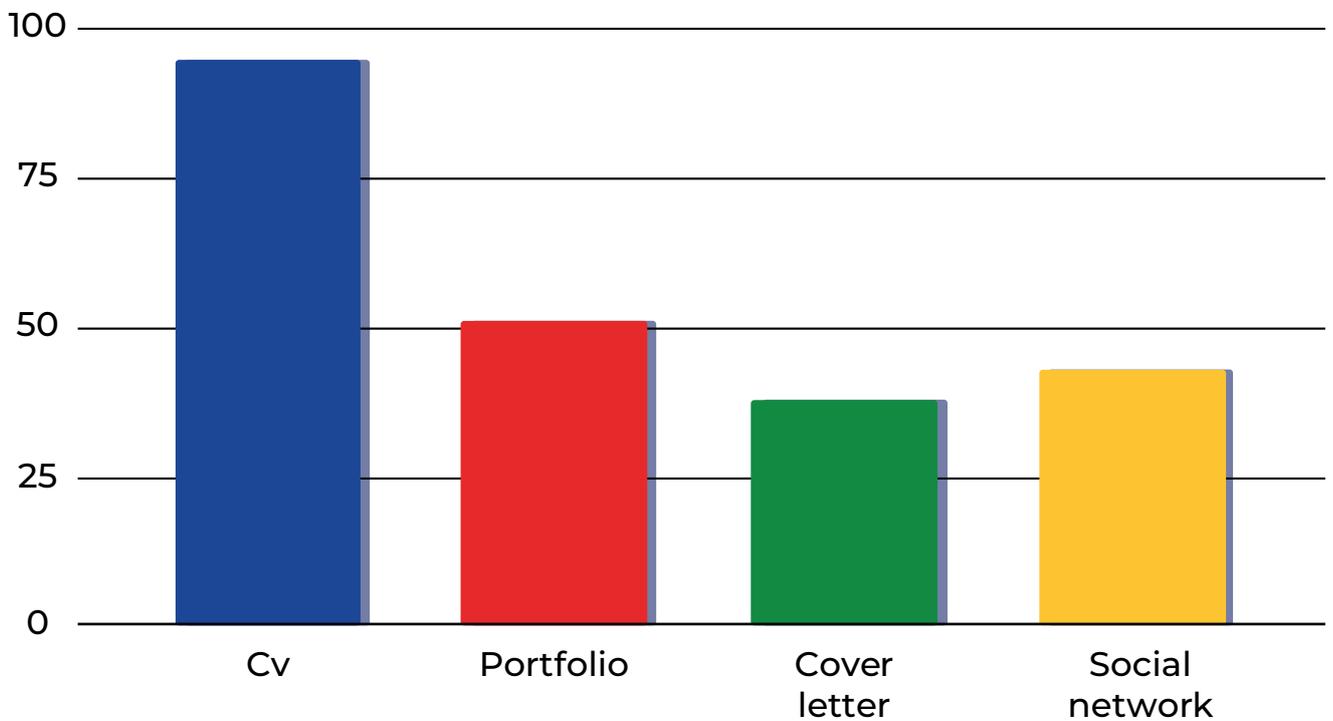
Quanto ritieni importante lo stipendio?



Che tipo di formato hai utilizzato per proporti alle imprese?

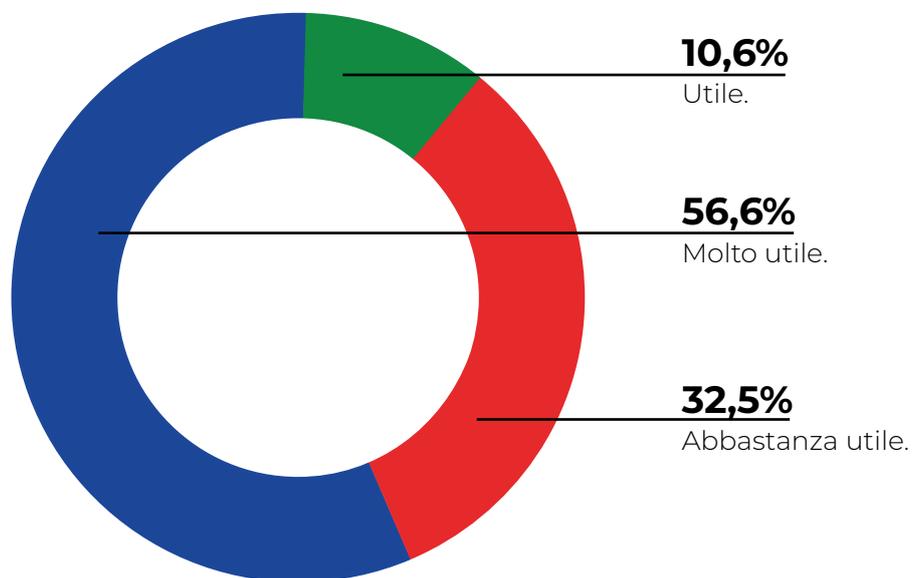
Andando ad analizzare il modo in cui i laureati promuovono sé stessi e sono consapevoli delle loro *skill*, evidenziamo che molti si affidano a *Behance*, al portfolio o a *Instagram* per raccontarsi (58.4%). Un'altra parte (41.6%), invece, non si racconta tramite i social e separa il proprio profilo privato da quello professionale, preferendo l'uti-

lizzo di *LinkedIn* (37.5%) per un fine lavorativo. Chi invece comunica le proprie competenze tramite i social, ama seguire una linea editoriale improntata allo *storytelling* (42.8%).



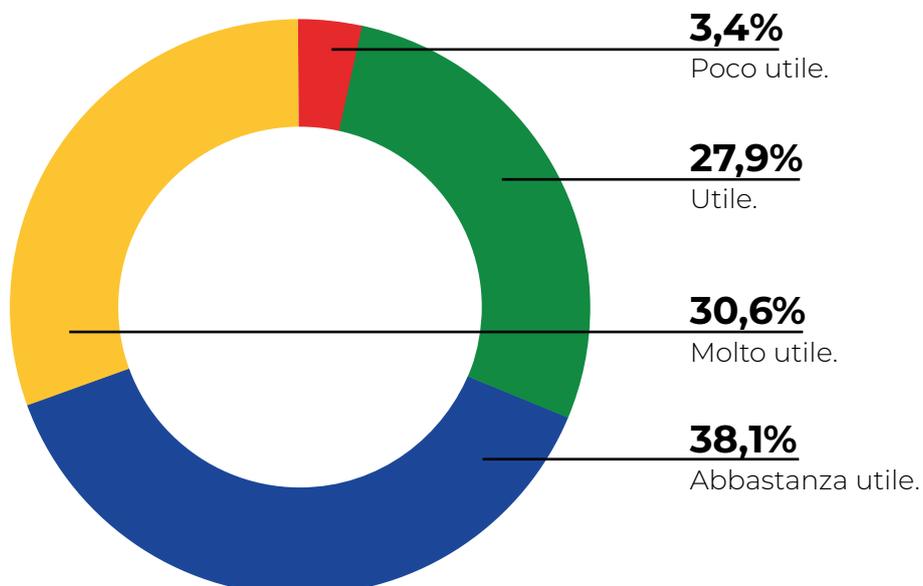
Domanda 12

Quanto ritieni importante l'acquisizione di nuove competenze?



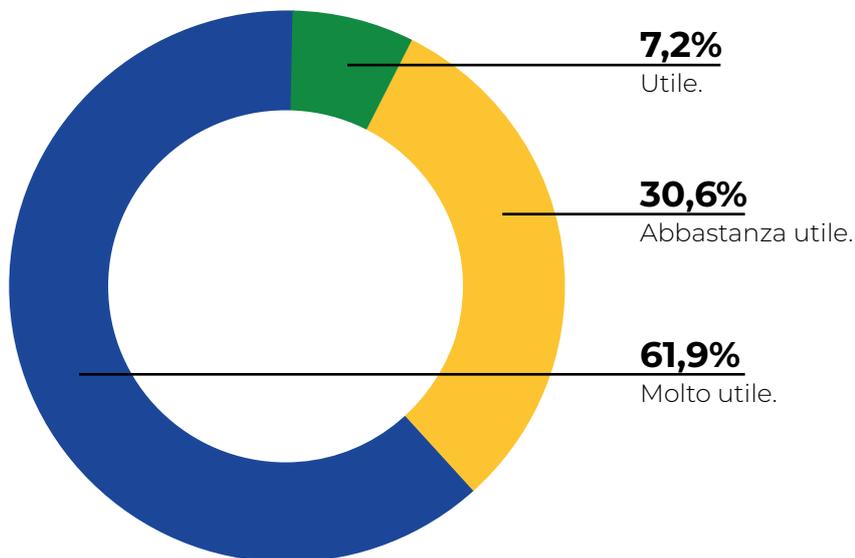
Domanda 13

Quanto ritieni importante la coerenza del percorso di studi?



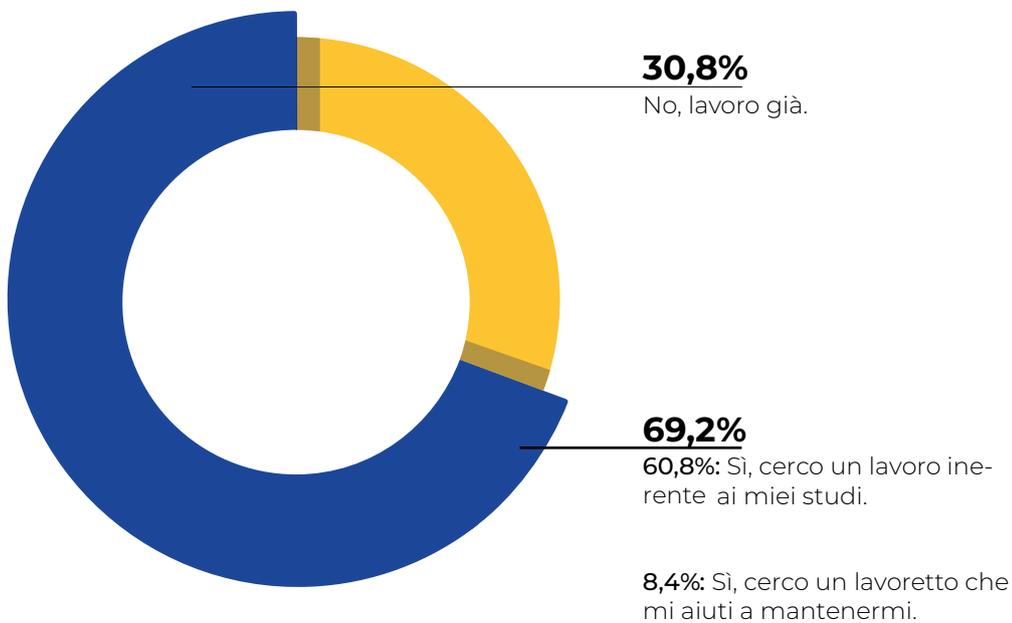
Domanda 14

Quanto ritieni importante la tua crescita professionale?



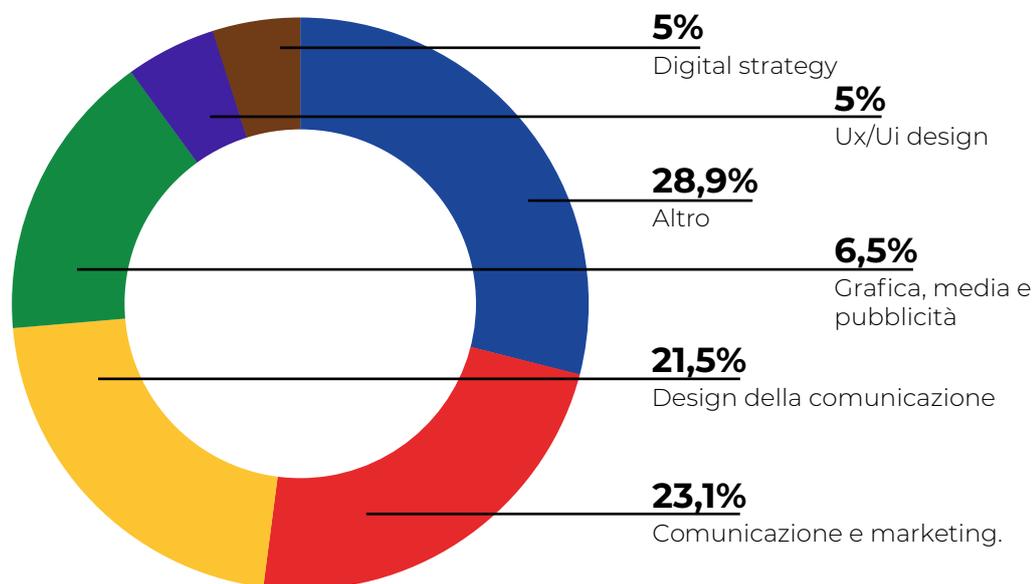
Domanda 15

In questo momento stai cercando lavoro?



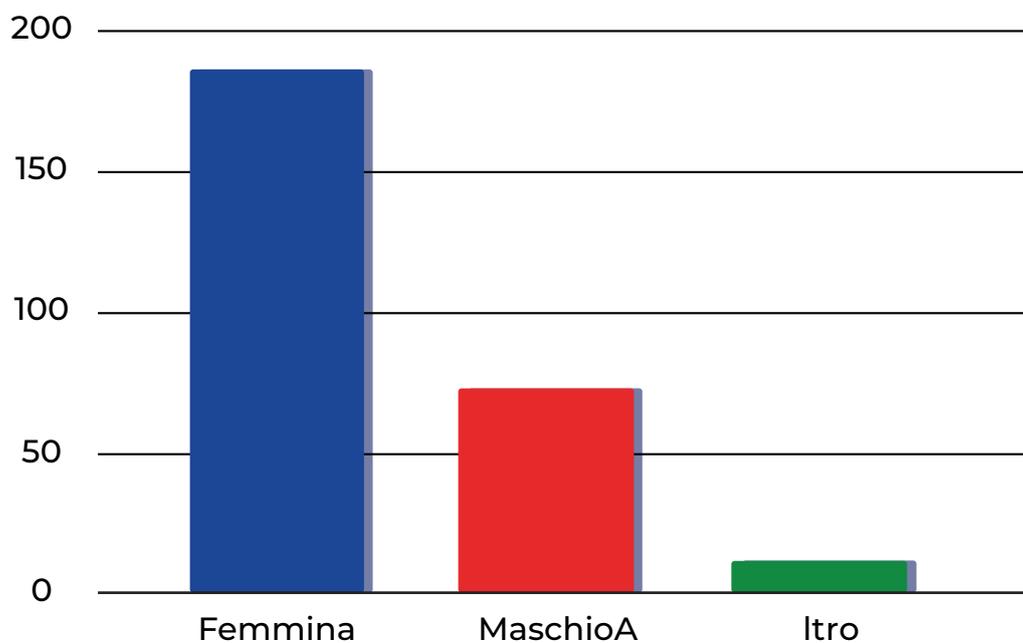
Domanda 16

In quale ambito sei specializzato?



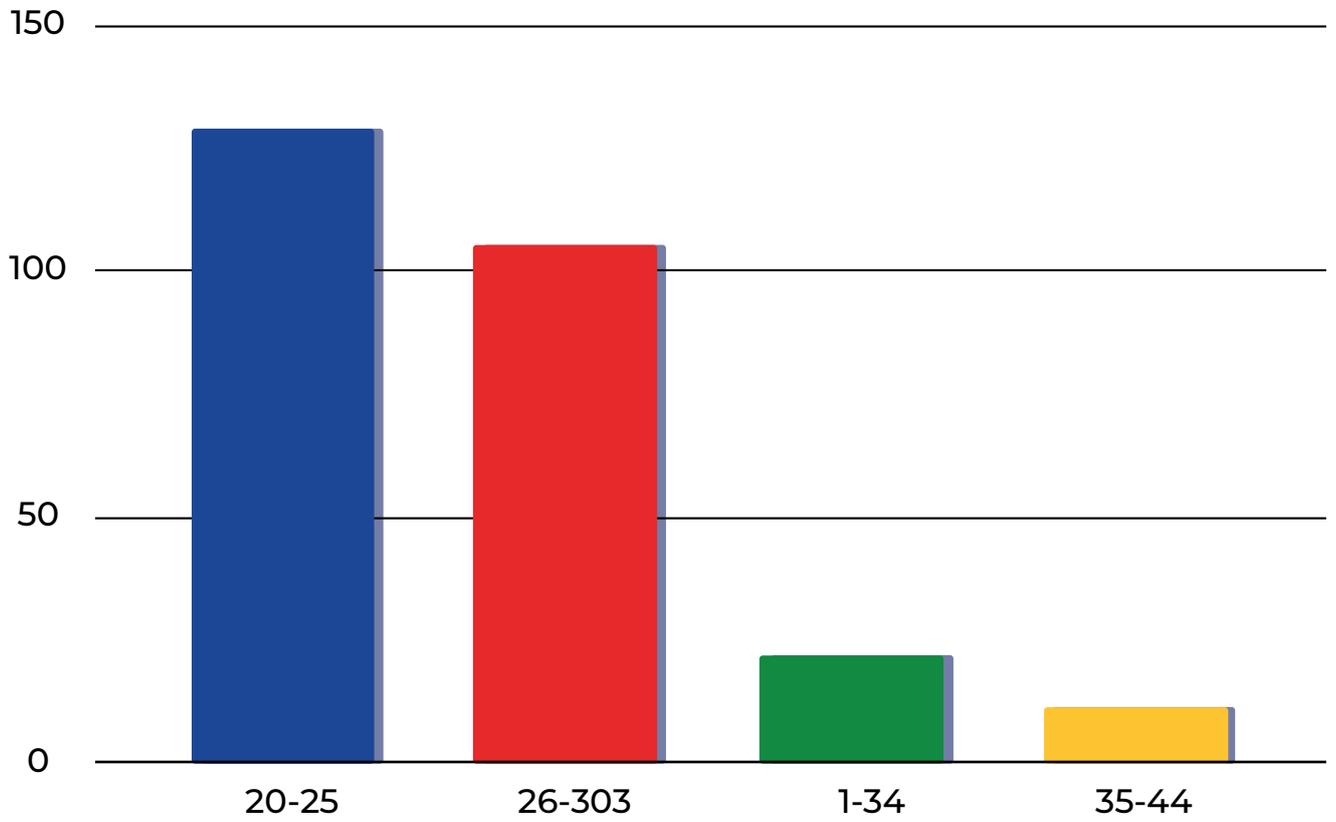
Domanda 17

Sesso.



Domanda 18

Quanti anni hai?





Ricerca qualitativa

La ricerca quantitativa, mirata ad approfondire la ricerca ed avere dati meno filtrati e più diretti, è stata svolta interamente online attraverso delle interviste scritte, audio o video. Queste sono state strutturate in maniera diversa a seconda dell'ambito di provenienza dell'interlocutore in maniera tale, inoltre, da ottenere dati utili alla ricerca pur confrontandoci con realtà diverse tra loro. Esse sono state condotte durante il mese di novembre in diverse giornate. Abbiamo realizzato delle videochiamate e chiamate vocali mediante Skype o scambiato mail a seconda delle disponibilità dell'interlocutore ad aprirsi ad un'intervista. I dati inseriti nel report sono le trascrizioni esatte e fedeli delle medesime interviste, quando non realizzate via mail, i nomi e i dati sensibili di tutti gli intervistati sono stati protetti su esplicita richiesta. Gli intervistati sono stati 11, in alcuni casi erano dei responsabili di HR, in altri casi erano rappresentanti dell'azienda stessa; gli ambiti a cui le aziende appartengono sono diversi: dalla produzione tecnologica, passando per startup, fino al design della comunicazione.



Chiara

*22 anni
Laurea Triennale in
Design della
Comunicazione presso il
Politecnico di Milano*

Modalità di intervista:
Videochiamata

Data:
2/11/2019

Durante l'università ho acquisito tante competenze, soprattutto per quanto riguarda il lavoro in gruppo, ma anche un metodo, cioè ho imparato ad arrangiarmi. Anche se non so fare una cosa trovo un modo di impararla al più presto e comunque riuscire a organizzarmi e creare qualcosa di coerente con il progetto che ho concordato con il gruppo. Penso che questo sia molto utile soprattutto perché mi rende molto adattabile a vari tipi di progetto che un'azienda potrebbe darmi.

Vedo il mio futuro professionale in uno studio di design, ma magari con me nel reparto creativo. Io sono particolarmente appassionata di brand design, però in ultima analisi mi piacerebbe fare l'illustratrice quindi probabilmente magari incastrarmi all'interno dell'ambiente di design in uno studio e poi andare a svolgere altre mansioni in un'azienda. Attraverso i social gestisco il profilo di me come illustratrice in modo tale da offrire un content sempre più o meno coerente. Soprattutto perché nel mondo dell'illustrazione conta anche molto quanto sei riconoscibile o quanto hai una voce riconoscibile. Ultimamente ho sentito molto la pressione dal punto di vista dei social sul tipo di contenuto che mi sento in dovere di offrire per avere una voce coerente.

Per questo ho deciso di offrire il contenuto che comunica di più come messaggio ma non necessariamente coerente da un punto di vista stilistico grafico illustrativo con i miei lavori passati. All'interno di un gruppo solitamente posso essere la creativa o posso essere il project leader, dipende, oppure la copy. Dipende molto in base alle competenze e ruoli degli altri e se sono bilanciati o meno. Suppongo che appunto a seconda dei gruppi i miei colleghi mi percepiscono sicuramente come quella che interagisce di più con i professori, che in realtà in università sarebbero come dei clienti e che nelle revisioni sicuramente non sta zitta e ha un'opinione, però dipende. Mi impegno a non essere dispotica e ad ascoltare. Preferisco lavorare in team nel senso che spesso il senso di comunità e di fratellanza che si forma con un gruppo ben fatto è molto più soddisfacente piuttosto che lavorare da sola. È vero anche che ad esempio il progetto di tesi del terzo anno di sintesi della triennale l'ho fatto da sola. Mi sono gestita molto più serenamente anche perché siccome tutti gli altri facevano anche dei lavori da singoli alla fine il senso di collaborazione e di comunità si è comunque formato.

Penso soprattutto che in questi tre anni abbia più imparato lavorando con i miei compagni e dai miei compagni piuttosto che dai professori. È brutto da dire ma spesso e volentieri è così. Durante un colloquio cerco di essere carismatica e non voglio annoiare, cerco di essere interessante ma soprattutto cerco di far capire che se sto facendo questo è perché sono molto investita in quello che fanno coloro con cui sto colloquiando. Fargli capire che li conosco e che loro sono interessati a conoscermi e che il mio skill set è adeguato per quello che loro stanno cercando. Nel caso in cui non lo sia voglio capire perché non sono adatta.

Voglio presentare il mio skill set in quanto, sì, magari adesso è ampio e vario, sono specializzata in certe cose, però ho anche paura di imparare e improvvisarmi sempre nel rispetto, però, della mia persona in quanto professionalità e non persona, anche se so che probabilmente appena uscirà dal Politecnico i primi lavori che avrò saranno stage in cui verrò un po' sfruttata, ma è anche la gavetta che ci si aspetta. Però una si deve vendere per quello che desidera e non quello che sa otterrà. In un'azienda mi proporrei con il titolo professionale di designer del brand, copywriter molto probabilmente, ma anche creativa. A meno che non si tratti di un'azienda con un lato illustrativo che ha bisogno di illustratori o creativi animatori. Anche se mi interesserebbe lavorare anche nel campo del design.

Ovviamente cercherei un'azienda che è idonea la mia identità e il mio skill set, non andrei sicuramente a fare la programmatrice di web o a lavorare in un'azienda troppo rigida e arida dal punto di vista creativo, perché mi sentirei anche limitata da quello che posso offrire loro. Quindi cercherei uno studio che ha un lato di illustrazione, studi più piccoli che però fanno dei progetti interessanti in cui sento che potrei aiutare. Sia nel mondo dell'illustrazione sia nel mondo del design penso che sia molto importante il networking.

È uno dei modi in cui soprattutto dal punto di vista dell'illustrazione mi faccio conoscere, cercare di instaurare rapporti umani parlando agli artisti stessi o ai designer stessi durante eventi dedicati è molto importante perché si può creare un rapporto eventualmente professionale. Quindi il networking proprio faccia a faccia ma anche via social e poi confermato dal vivo è uno dei modi maggiori in cui mi sono fatta conoscere all'interno dell'ambito lavorativo

Eleonora

22 anni
Laurea Triennale in
Design della
Comunicazione presso il
Politecnico di Milano

Modalità di intervista:
Audio

Data:
5/11/2019

Ho acquisito competenze diverse legate al mondo della grafica, software adobe e programmazione per il web. In realtà anche competenze legate alla gestione di problemi complessi e progetti di comunicazione, dividere il lavoro in fasi e capire quali sono i materiali da raccogliere e preparare un piano di lavoro sensato, lavorare in gruppo, che penso possano essere utili e appetibili per un'azienda. Non ho chiaro il mio futuro professionale, meglio lavorare in un team, ma non escludo anche di lavorare come freelance. La consapevolezza di quello che ho appena detto mi deriva dalla formazione di questi anni che predilige un lavoro di gruppo rispetto che a quello individuale. Non so come comunico il mio self branding e non uso i social, utilizzo solo linkedin per il lavoro, aggiornando le mie informazioni professionali di tanto in tanto.

Mi trovo meglio in un team, il mio modo di gestire il lavoro è più rivolto alla gestione del brief, da sola voglio ragionare sul progetto e poi esprimerlo ai miei compagni. Voglio capire le criticità dei miei ragionamenti, un momento di crescita professionale, mi piace il confronto con gli altri del team e apprezzo le critiche. Gli altri pensano che sia abbastanza intelligente, non la più skillata ma comunque molto seria. Durante il colloquio faccio emergere le mie qualità rispetto al mio approccio e metodo invece che le mie abilità tecniche perchè penso che continuo di più e credo di essere più forte in quello. Meglio lavorare su sé stessi e avere consapevolezza dei propri mezzi rispetto ad avere competenze forti che comunque si possono migliorare. La flessibilità mentale ti permette di capire qual è lo strumento più giusto ed impararlo se non lo si conosce.

Poi cerco di far emergere le mie passioni lavorative e in un terzo momento solo le mie capacità tecniche. Per presentarmi utilizzo il portfolio digitale o stampato e alcuni progetti per me significativi. Non ho seguito modelli se non visto come presentavano i loro lavori altri progettisti e costruire una struttura che potesse rendere giustizia ai miei lavori. Ho avuto difficoltà a capire se il contenuto deve essere neutro rispetto al contenuto. Devono essere solo i lavori a parlare o anche il portfolio deve parlare di te? Anche difficoltà a scegliere il lavoro da inserire, magari sei affezionato ad un progetto che magari racconta poco di te o ad un altro che non è riuscito tanto bene. Mi proporrei come designer della comunicazione con formazione nell'ambito digitale ma anche competenze nello stampato e analogico, aperta al cambiamento e stimolata. Penso di poter ripagare una persona che vuole investire su di me. Per entrare in un'azienda non saprei cosa sarei disposta a fare, se il posto è importante mi vendo un po' meglio ma niente di più losco.

Thomas

23 anni

Laurea Triennale in
Design del Prodotto presso
il Politecnico di Milano

Modalità di intervista:

Audio

Data:

5/11/2019

Alle superiori ho frequentato la scuola d'arte/liceo artistico di cantù seguendo l'indirizzo di design industriale. La scelta è ricaduta sull'artistico perché fin da piccolo amavo disegnare, costruire e inventare qualcosa, ed ero affascinato dalle arti grafiche, le auto e successivamente dal design più in generale. Questo mi ha portato ad iscrivermi al politecnico di Milano seguendo il corso triennale di design industriale. Come competenze principali credo di aver acquisito la capacità minima di seguire un progetto dall'inizio alla fine, quindi: la fase di ricerca e informazione, l'elaborazione di un'idea e un concept e la concretizzazione in un prototipo quasi definitivo.

Più nello specifico, oltre al metodo di progettazione, che poi può variare da persona a persona e collaborare in un team, ho imparato ad utilizzare programmi software essenziali per dare vita a un progetto industriale grafico. Probabilmente gli strumenti più importanti che richiedono le aziende nell'ambito del design e della mia professione. Non ho ben chiaro ancora come vedrò il mio futuro.

Prima vorrei capire veramente cosa significa davvero lavorare per un'azienda o un qualsiasi cliente. Dopo un pò di esperienza magari pensare a creare un qualcosa da solo. Non sfrutto molto i miei profili social per sponsorizzarmi e le informazioni sulle mie competenze acquisite all'università sono pochissime. Pubblico principalmente dei disegni grafici personali fatti nel tempo libero. All'interno di un teamwork cerco di far emergere le mie capacità per occuparmi delle fasi di progetto in cui mi sento più preparato e che preferisco fare di più. Quindi la fase ideativa e di concept (schizzi, modelli 3D, ecc...) ma anche la fase finale di concretizzazione. Penso di essere visto come la persona "creativa" o "artistica".

Ho sempre preferito lavorare da solo per avere il controllo su tutto il progetto, ma ultimamente capisco l'importanza di lavorare in team per colmare le competenze e capacità in cui sono meno portato e che mi piacciono meno e di conseguenza farlo fare a chi è più bravo di me. Durante un colloquio mi proporrei come designer di prodotto e grafico "fai da te"; cercherei di far emergere le mie capacità creative, progettuali e l'utilizzo dei software, ma anche i miei interessi e la curiosità di imparare. Oltre alle parole il mezzo più efficace per dimostrare ciò che sono e cosa so fa fare è: in primis un curriculum non uguale al classico ma impostato in maniera più grafica e poi il portfolio con i principali lavori che ho fatto. Ho preso un po' spunto da altri modelli e la difficoltà che ho trovato è stata quella di selezionare e sintetizzare in maniera efficace i lavori che ho fatto nel tempo.

Daniele

23 anni
Laurea Triennale in
Design della
Comunicazione presso il
Politecnico di Milano

Modalità di intervista:
Videochiamata

Data:
6/11/2019

In ambito universitario ho acquisito soprattutto competenza riguardo software Adobe e software di modellazione e animazione 3D, che sono le competenze che maggiormente mi hanno stimolato e che preferisco. Quelle che vorrei mettere in pratica in un futuro professionale appunto. Vorrei introdurmi in un'azienda per mettere in pratica e sfruttare queste mie competenze. Credo che in generale la formazione universitaria non sia abbastanza, nel senso che secondo me, la maggior parte delle competenze si acquisiscono poi sul campo, quindi in ambito professionale e lavorativo. Credo che le conoscenze e competenze che abbiamo non bastino per entrare veramente nell'ambito lavorativo.

Non mi è capitato di costruire un vero e proprio self branding anche perché comunque non ho ancora sviluppato bene delle vere proprie competenze da mettere in risalto. Non ho appunto questi valori, queste cose che spiccano maggiormente e di conseguenza, tolto, fare il curriculum, non so come comunicarmi bene. Non sono un grandissimo frequentatore dei social, quindi di base i miei social non comunicano quasi per niente le mie competenze, perché per le cose che pubblico, le foto delle vacanze, non sfrutto le mie particolari competenze né le metto in risalto. Il mio lavoro all'interno del team è assolutamente buono, infatti apprezzo molto lavorare in team e anzi lo preferisco rispetto che lavorare da solo. Cerco sempre di essere a disposizione più o meno per qualsiasi cosa mettendo in campo quelle che sono le mie competenze maggiori. Mi metto a disposizione per essere pronto a fare qualsiasi cosa in caso gli altri non siano in grado.

Di solito sono molto disponibile, nel senso che cerco di fare anche pesare la mia idea dando anche molto spazio agli altri. Quindi essere pronto anche a cambiare il mio modo di pensare di tutto punto. Non mi piace mai mettermi in risalto eccessivamente e quindi volermi imporre anche sulle idee degli altri, ma appunto mi piace ascoltare bene. In realtà di colloqui da quando faccio università non ne ho fatti. Magari per qualche stage estivo quando ancora frequentavo le superiori, quindi di base mi è capitato di presentarmi per quello che sono, senza voler girare le mie competenze o cercare di esagerare nel dire cose che non so fare veramente. Una cosa che ho sempre fatto e credo che farei anche in un futuro colloquio è mettere in risalto la mia voglia di imparare, continuare ad aggiornarmi, perché vorrei, appunto, imparare e perfezionare gli strumenti che già ho. In un colloquio mi racconto presentando i miei progetti migliori e mettendomi

a completa disposizione. Mi proporrei ad un'azienda come designer della comunicazione in quanto è quello che sono e comunque il titolo che ho conseguito, senza negare il mio passato da geometra, anche se non ho concluso veramente quest'ultimo percorso. Per un'azienda sarò anche disposto a cambiare le mie idee, ma più che altro anche ad aggiornarmi continuamente. Cerco comunque aziende affini un po' alle mie idee e alle mie competenze, però volendo potrei anche cambiare appunto un po' le mie qualità anche le mie competenze provando appunto a migliorarmi pur di entrare in aziende particolari. Credo che cercherei un'azienda secondo le mie preferenze iniziali, però, visto che il lavoro non è che sia, un po' scarseggi, sarei anche disposto eventualmente a cambiare il mio obiettivo principale e quindi iniziare a lavorare facendo una gavetta, mansioni più piccole e poco retribuite.

Beatrice

23 anni
Laurea Triennale in
Graphic Design & Art
Direction presso
l'Accademia NABA

Modalità di intervista:

Audio

Data:

7/11/2019

Durante l'università ho acquisito molte nozioni, sia pratiche che teoriche. Prima di tutto l'utilizzo approfondito della Suite Adobe, con molte funzioni a me sconosciute. La parte teorica è ancora più importante di quella pratica, ti aiuta a elaborare pensieri in maniera differente dalla solita quotidianità. Mi è servito a vedere anche le cose con una certa inclinazione, ad esempio commentare gli spot tv, cercando di interpretare il vero senso e non quello che un consumatore medio potrebbe percepire. Attualmente lavoro in un'azienda e ciò che mi è più servito è la parte che precede la progettazione vera e propria del progetto.

Elaborare varie proposte differenti tra loro, tenendo sempre conto dei limiti che il codice aziendale impone (nel mio campo sono molteplici). Rispettare i tempi e assumersi la responsabilità sono alla base di tutto. Capitano anche giorni di assenza totale di creatività, ma chi è nel campo lo può capire e non si è giudicati per questo.

Durante il periodo universitario i tempi sono scanditi, ma sono molto più lunghi e non sempre è così al lavoro. Il fattore tempo è molto importante e soprattutto non concentrarsi solo su un unico lavoro ma suddividere. A questa domanda ancora non so rispondere con certezza. Il mio futuro lo vedo sicuramente in questo mondo, ma per il momento la specializzazione non mi è ancora chiara, sto provando vari ambiti per capire. Purtroppo una mia pecca è non avere una piattaforma in cui pubblico dei miei lavori, dato che quelli personali non sono molti quindi non trovo forse neanche la motivazione per poterlo fare. Spesso ci penso ma la mancanza di voglia, lo fa passare in secondo piano. Il mio ruolo principale in un team era quello di fare ordine, chiarezza e scandire i tempi.

Non sopporto di arrivare all'ultimo, ma so che questo è davvero difficile da far conciliare con il resto del team. Attualmente al lavoro questo aspetto in parte è rimasta, giustamente non sono io a gestire i tempi però la precisione e l'organizzazione sono sempre presenti. Credo che la percezione che abbiano di me è che di impegno per la portata a termine un lavoro nella sua totalità. Preferisco lavorare in un team. Ho bisogno spesso di conferme da altre persone, che approvano o ribaltano la mia proposta. Non mancano di certo lavori singoli, ma la preferenza va al team. Durante l'unico colloquio che ho sostenuto mi sentivo spaesata. Raccontate sé stessi a persone sconosciute non è facile, specialmente se non di hanno le idee così chiare.

Per raccontarmi ho usato il mio portfolio accademico (come appunto ho detto prima, non ho molti lavori personale), però nonostante siano lavori accademici, in tutti c'è sempre qualcosa di personale che si ricollega alla mia vita. Il titolo professionale con cui adesso mi propongo è Graphic Designer. Se un giorno troverò la mia specializzazione che fa per me, nulla toglie a cambiare questa visione.

Vera

23 anni
Laurea Triennale
presso l'ISGMD di Lecco

Modalità di intervista:
Messaggio

Data:
9/11/2019

Ho imparato a usare i programmi della suite Adobe, ma soprattutto mi hanno insegnato ad avere una visione diversa delle cose. Se penso al mio futuro professionale, il mio sogno è quello di mettermi in proprio ed aprire un mio studio di grafica. Ovviamente l'università è una cosa e il mondo lavorativo un'altra: ad ora sto facendo una serie di stage in alcuni studi grafici. Ho iniziato a costruire la mia brand identity durante il secondo anno e l'ho perfezionata via via; ho creato una pagina instagram dove pubblico i lavori che faccio a distanza di uno, due giorni, e ho stampato i miei biglietti da visita che ho dato a vari studi e agli amici per farmi pubblicità. Ho scelto instagram come social perchè lo ritengo migliore per comunicarmi al mio target. Ho un profilo Behance e adesso mi sto facendo un profilo LinkedIn perchè mi permette di entrare in contatto con il mondo del lavoro.

Durante lo stage ho capito cosa vuol dire lavorare in team per un cliente esterno, ho imparato a gestirlo capendo che cosa vuole, a rapportarmi con lui per fare in modo che il prodotto finale sia qualcosa che piaccia prima di tutto a lui. Durante un colloquio prima di tutto racconto che cosa ho fatto e cerco di far capire che persona sono. Con me ho sempre il mio portfolio e il cv. Cerco sempre di dare una giustificazione alle mie scelte progettuali. Sono laureata in un art direction ma preferisco presentarmi come grafica perchè essendo alle prime esperienze lavorative mi sento più sicura a presentarmi così. Ora come ora non sono disposta a nulla per entrare nell'azienda dei miei sogni, ma voglio presentarmi così come sono senza amplificare ciò che so fare e magari iniziare da una realtà più piccola in cui sono più riconosciuta.

Giulia

26 anni

Laurea Triennale in Design
Degli Interni
Laurea Magistrale in Interior
and Spatial Design presso il
Politecnico di Milano

Modalità di intervista:

Audio

Data:

10/11/2019

La maggior parte delle competenze che ho acquisito nel mio percorso universitario sono legate alla laurea Triennale. Le competenze variano dalla formazione tecnica, quella artistica e tutto ciò che riguarda la storia dell'architettura, del design e dell'arte. Il limite dell'insegnamento universitario è quello di essere poco realistico dal punto di vista della realizzabilità del progetto. Sicuramente ciò che la facoltà di Design degli Interni è in grado di dare è il metodo progettuale, dalla fase di concept, all'esecutivo. Penso che il pregio più grande di questo tipo di formazione sia la capacità di legare al progetto un'importante base di ricerca e una forte sensibilità a ogni componente del progetto visto come un ampio sistema di diversi fattori che creano la totalità del progetto. Questi aspetti penso siano molto utili per un'azienda alla ricerca di una figura professionale completa.

Vedo il mio futuro professionale come una scalata per poter arrivare all'occasione giusta. Sono pronta alla gavetta. Il mio self branding è frutto di questi ultimi anni di ricerca che mi hanno portata ad avere un mio gusto estetico personale, ma sicuramente ancora in evoluzione. Lo comunico nei miei progetti, a cui cerco di dare una forte identità, ma anche su profili social personali, che rappresentano in parte quello sono e quello che faccio.

Nei lavori di gruppo spesso e volentieri cedo ad altri la parte più tecnica (Disegni tecnici, modelli 3D...), lavoro tanto sulla parte più visuale del progetto (Tecnici Materici, Visualizzazioni, Rendering) e sulla ricerca. Per carattere sono una perfezionista, e solitamente do sempre un check al lavoro di tutti i componenti del gruppo e mi occupo della grafica e dell'impaginazione del progetto. Ho sempre lavorato con persone che hanno apprezzato il mio lavoro e la mia dedizione ai progetti.

Preferisco lavorare in team, perché avere solo la propria testa come "metro di paragone" non aiuta lo sviluppo del progetto, perlomeno in ambito scolastico. In un colloquio mi racconto tramite i miei lavori, penso che mi rappresentino e rappresentino le mie competenze. Il portfolio ed alcuni video sono gli strumenti che utilizzo.

Mi proporrei come Interior Designer, anche se credo di avere alcune competenze che sfociano in altri campi del design. Per entrare in un'azienda di mio interesse sarei sicuramente disposta ad avere orari fuori dal normale e uno stipendio minimo, a patto di una possibile carriera successiva.

Federica

22 anni
Laurea Triennale in
Design della
Comunicazione presso
l'università di Salerno

Modalità di intervista:
Audio

Data:
6/11/2019

In questi anni universitari ho acquisito una buona base nelle regole generali del design, sia da un punto di vista estetico-comunicativo che come approccio al progetto. Di queste, penso che in campo aziendale, oltre al metodo progettuale, sarà sicuramente utile la capacità di dialogare con altri progettisti e professionisti. In futuro mi piacerebbe trovare impiego in una agenzia di comunicazione, magari diventando freelance una volta ottenuta maggiore esperienza. Non ho ancora costruito la mia identità digitale, ma idealmente utilizzerei behance ed un sito web ad hoc.

All'interno del mio team proviamo a dividere gli incarichi in parti eque, e cerchiamo di tenerci aggiornati sull'avanzamento dei lavori di tutti. Di solito mi concentro sulle parti che preferisco se il gruppo è d'accordo. I miei colleghi dicono che sono una perfezionista, anche se mi impegno davvero solo per quello che mi piace. Inoltre a quanto pare sono piuttosto veloce ad imparare ad usare nuovi software. I colleghi con cui mi trovo meglio sono due solito persone molto affidabili e precise, mi piace comunque trovare persone che non pensano solo all'università e che hanno una propria area di interesse nel design. In ogni caso preferisco assolutamente lavorare in team, mi sento facilmente insicura se devo portare avanti un progetto da sola.

Per raccontarmi durante un colloquio, di solito preparo una presentazione con alcuni dei miei lavori spiegati nel dettaglio, cercando comunque di non esagerare. Per raccontarmi utilizzo una presentazione multimediale, se necessario un portfolio stampato ma solo nel caso sia una posizione che richiede conoscenze editoriali. Per quanto riguarda il titolo professionale con il quale propormi beh, dipende dall'azienda: dato che mi interessano vari campi, declinerei il portfolio e la figura professionale in base alle necessità. Credo comunque che il titolo "Designer della Comunicazione" sia piuttosto corretto per me. Per entrare a far parte di un'azienda probabilmente sarei capace di adattarmi alle loro esigenze entro un certo limite, ma preferirei non associarmi con aziende che non rispetto o coprire ruoli che non mi interessano per nulla.

Celeste

27 anni
Master in Creative Direction
presso lo IED di Milano

Modalità di intervista:
Audio

Data:
10/11/2019

Nel tempo libero studio arti marziali, disegno e viaggio molto. Le competenze che ho acquisito nel corso del tempo ruotano principalmente attorno al settore del visual design e dell'art direction: dall'utilizzo dei software del pacchetto Adobe, alla creazione di concept creativi, al lavoro in team, problem solving ecc... Per entrare in un'azienda secondo me le competenze più utili, indubbiamente, sono il teamworking e la capacità di adattarsi alle esigenze dei differenti clienti. Il mio futuro?

Lo vedo coinvolgente e professionalmente dinamico. La maggior parte della mia auto promozione è fatta di persona, poi indubbiamente occorrono un buon portfolio e un profilo Behance\LinkedIn aggiornato. Sfrutto i miei social curando il loro storytelling e postando in essi i miei lavori di impaginato. All'interno del team sono abbastanza intercambiabile, anche se tendenzialmente preferisco i ruoli di leadership e coordinamento. Credo che i miei colleghi abbiano una buona percezione di me.

Solitamente mi presento come una persona responsabile e determinata. Team! Team! Team! Assolutamente, preferisco lavorare con altre persone. Due o più menti sono sempre meglio di una! Durante un colloquio do molta più spazio alla personalità piuttosto che alle competenze tecniche. Imposto il portfolio in base al posto in cui dovermi presentare, così da far emergere le cose che per loro potrebbero essere più interessanti. Alle aziende mi propongo come Visual Designer o Art Director. A prescindere, nella selezione delle aziende a cui propormi cerco assolutamente un ruolo adatto a me, non sarei in grado di fare una cosa solo per bisogno di lavoro.

Giovanni

22 anni
Laurea in Economia e
Commercio presso
l'Università degli Studi di
Milano-Bicocca

Modalità di intervista:
Audio

Data:
6/11/2019

Durante gli anni universitari ho sviluppato capacità di team building, teamwork e problem solving essenziali secondo il mio punto di vista per creare un progetto vincente e duraturo. Per un'azienda sono fondamentali le competenze citate precedentemente, insieme a tutte le conoscenze economiche apprese durante il mio percorso di studi: competenze micro e macro economiche, contabili, statistiche e manageriali. Fondamentali sono anche le competenze linguistiche che ho acquisito: B2 di inglese e B1 di spagnolo. Quello che mi piacerebbe fare è intraprendere una carriera imprenditoriale nello specifico nel campo della ristorazione e il Master che sto frequentando mi sta aiutando ad ottenere le conoscenze indispensabili per poter diventare imprenditore.

Costruisco il mio self branding essendo me stesso con le persone che mi circondano. Punto sui miei punti di forza e cerco di trasformarli in idee concrete che mi possano aiutare nella realizzazione dei miei progetti. Cerco di essere il più chiaro e sincero possibile nei miei profili social cercando di seguire persone che mi interessano e postando foto o riflessioni che rispecchiano il mio pensiero e la mia visione.

La cosa principale in un teamwork a mio parere è capire i punti di forza di ogni componente per poi poter assegnare a ciascuno un compito ben preciso che risalti le caratteristiche migliori di ciascuno. Ritengo inoltre che in un lavoro di gruppo sia essenziale interagire l'un l'altro durante la realizzazione del progetto a cui si sta lavorando così da integrare il proprio lavoro con il parere altrui.

Mi ritengo una persona organizzata ritengo infatti che l'organizzazione sia un fattore critico di successo per ottenere il risultato voluto. Penso che i miei colleghi abbiano una percezione positiva di me in quanto mi ritengo una persona organizzata, seria, onesta e diligente quando si tratta di lavorare. Lo stesso penso io della maggior parte dei miei colleghi, tendo a stare con persone che mi possano dare un valore aggiunto e che sappiano lavorare in maniera coerente agli obiettivi da raggiungere. In linea di massima mi piace molto condividere idee e obiettivi lavorando in un team. Durante un colloquio mi racconto descrivendomi nella maniera più veritiera possibile, con i miei pregi e con i miei difetti, concentrando l'attenzione sulle mie capacità e sul valore aggiunto che posso dare all'azienda. Mi proporrei ad un'azienda come Sales Manager/Marketing Manager ma sono in grado di adattarmi e lavorerei sempre per il bene dell'azienda. Penso che la cosa più importante di un lavoro sia che l'azienda creda in coloro che intendono assumere e che scommetta nelle loro capacità.

Chiara

23 anni
Laurea Triennale in
Economia e Management
presso l'Università Cattolica
del Sacro Cuore

Modalità di intervista:
Videochiamata

Data:
7/11/2019

Dopo essermi diplomata ho deciso di studiare lingue applicate nell'ambito dell'impresa. Questa scelta è stata frutto della mia attrazione verso l'ambito dell'imprenditorialità e dalla consapevolezza che oggi la conoscenza di almeno due lingue, soprattutto in quest'ambito, sia fondamentale. Ho poi deciso di studiare 5 mesi a Londra per approfondire le mie conoscenze linguistiche e riguardanti il business internazionale e svolgere uno stage al di fuori del mio paese. Tutto ciò mi ha spinto ad approfondire i miei studi nell'ambito manageriale, iscrivendomi ad una triennale in inglese fuori dal mio paese, in Svizzera. Penso che possa garantirmi una crescita personale e professionale più elevata piuttosto che in Italia. Il mio futuro professionale spero possa svilupparsi anche al di fuori del mio paese, grazie alle competenze acquisite negli anni che penso possano aprirmi più strade dandomi ampi spazi di crescita.

Per la persona determinata e ambiziosa quale sono, mi auguro di poter fare sempre meglio e crescere acquisendo sempre più competenze. Per quanto riguarda la mia persona, cerco di comunicare in modo più limpido e trasparente ciò che sono. Amo essere sincera, esprimere il mio punto di vista seppur non sempre risulta facile essere capiti dagli altri. Cerco in tutti i modi di farmi conoscere nelle relazioni interpersonali in modo più puro possibile; faccio utilizzo dei social ma non in modo "compulsivo". Penso che tramite il loro utilizzo non si possa capire al 100% chi sono. Preferisco rapportarmi e farmi conoscere di persona. Grazie all'università ho svolto e svolgo tuttora molti lavori di gruppo. Nell'Università che svolgo attualmente non ci viene data la possibilità di scegliere i nostri compagni ma si predilige creare gruppi casuali, simulando ciò che poi davvero succede nel mondo del lavoro.

Cerco il più possibile di capire le differenze tra di noi, di essere comprensiva e diplomatica (cosa abbastanza difficile per il mio carattere), e lavorare il più serenamente possibile, anche se ci possono essere dei contrasti, per il bene del gruppo. Cerco di essere il più presente possibile e di aiutare qualora qualcuno avesse bisogno o non comprendesse delle cose. Penso che i miei colleghi abbiano una percezione positiva su di me, cerco in tutto e per tutto di mostrarmi disponibile, accondiscendente nelle scelte di gruppo, seppur faccio sentire le mie idee qualora non fossi d'accordo pienamente. Penso che lavorare in gruppo possa far crescere sotto tanti punti di vista al di là dell'aspetto strettamente professionale. Mentre il lavoro singolo mette in evidenza unicamente le proprie capacità

senza un confronto o una condivisione.

Non sceglierei uno in particolare, ne trarrei aspetti positivi da entrambi.

Durante un colloquio mi racconto come una persona solare, pronta ad imparare e mettersi alla prova. Diligente e aperta a lavorare in gruppo. Un difetto che farei presente, ma che cerco di trasformare in pregio, è il mio carattere ansioso che nella maggior parte delle situazioni però mi ha portato ad ottenere ottimi risultati, grazie all'impegno maggiore che metto nei lavori e alla puntigliosa organizzazione degli impegni che devo portare a termine entro determinate scadenze.

Durante un colloquio parlerei di me, e porterei degli esempi per dimostrare quanto detto, rifacendomi ad esperienze passate o che sto vivendo.

Ad un'azienda mi proporrei come una ragazza laureata in management, non saprei. Prediligerei aziende affini al mio percorso e ai miei interessi. Sarei però disposta inizialmente ad accettare aziende non totalmente nelle mie corde, penso che possa darmi anche questo un'opportunità di crescita.

Sarei disposta ad imparare e a crescere, senza pretendere ma senza nemmeno accettare lavori che penso screditano il mio percorso di studio o che siano completamente fuori linea dalla mia preparazione.

Camilla

21 anni
Laurea Triennale in
Economia e Management
presso l'Università Cattolica
del Sacro Cuore

Modalità di intervista:
Videochiamata

Data:
11/11/2019

Attualmente sono una studente al Master in International Marketing management, omnichannel and consumer analysis presso MIP-Politecnico di Milano. Durante l'università ho acquisito competenze accademiche riguardanti l'ambito economico, finanziario e manageriale (poco focus in Italia, focalizzato sul confronto tra nazioni per avere conoscenze globali dell'economia). Personali capacità di adattamento a nuove situazioni, capacità di confrontarsi e lavorare con diverse culture e lingue, stress management, self understanding (capacità di capire punti di forza/debolezza sia a livello personale che a livello di preparazione accademica), effort e future orientation, professionali problem-solving, groupwork, leadership, soft skills (comunicazione, public speaking), project management, case-study analysis (approccio pratico e numerico), time-organization, deadline management, writing skills, team building, strategic planning.

Credo che tutte le competenze acquisite siano importanti in ambito lavorativo e la maggior parte delle competenze professionali le potrò acquisire con l'esperienza lavorativa. Penso che l'università raramente fornisca gli strumenti giusti per poter entrare nel mondo del lavoro, però sia il corso triennale che il master che sto frequentando hanno un forte approccio pratico e meno teorico.

Ritengo che questa impostazione (molti lavori di gruppo e real case studies) aiuti a sviluppare competenze utili in ambito lavorativo (o almeno che crei le basi). Ritengo che le università italiane però siano troppo focalizzate sul teorico portando gli studenti ad avere grandi conoscenze accademiche senza saperle mettere in pratica nella vita reale. Costruisco il mio self branding attraverso i progetti che sviluppo in università.

Il mio modo di pensare, ragionare e agire ritengo sia un mio punto di forza, per questo motivo preferisco utilizzare piattaforme come LinkedIn per comunicare il mio self branding. Ritengo che vita personale e vita professionale vadano tenute divise in quanto spesso i social media (ex. Instagram) possono creare una visione distorta della persona. Come profilo social considero dunque LinkedIn e in questo caso ritengo che le mie competenze vengano comunicate attraverso le mie esperienze (specialmente quelle all'estero) e attraverso la mia tesi di laurea, e i progetti sviluppati in questi anni accademici. Tendenzialmente a meno che il group leader sia già stabilito, tendo a diventare (senza prepotenza, in modo naturale) il leader del gruppo. Penso che questo sia dato dal fatto che, essendo abituata

a lavorare spesso in gruppo, inizio subito a organizzare il lavoro e a capire come è strutturato il gruppo in termini di conoscenze e competenze. Questo normalmente mi porta a diventare il leader in quanto sono il membro che propone le linee guida. Ritengo che sia fondamentale delegare lavoro all'interno del gruppo ma che allo stesso tempo sia importante decidere insieme la struttura del lavoro. Per esempio se abbiamo un case study con due domande, cerco di dividere il gruppo in coppie dove due coppie faranno le domande mentre la terza coppia/quinto membro si occupa della creazione della presentazione ppt. Prima dell'inizio del lavoro c'è un momento di brainstorming che ritengo fondamentale.

Discutiamo insieme ogni domanda e come pensiamo di strutturare la risposta. Una volta deciso come rispondere e come strutturare il lavoro, ogni coppia inizia a lavorare alla domanda fermandosi a fare domande al resto del gruppo ogni qual volta ci sia un dubbio o si voglia semplicemente ricevere conferma riguardo qualcosa. Ultimamente la percezione che hanno di me I mie colleghi è che io sia molto competente (non sono particolarmente competente ma semplicemente sono preparata per quanto riguarda la parte prettamente economica del corso in quanto coerente con il mio background accademico). Per quanto riguarda la mia percezione, ritengo che dipenda molto dal singolo membro del gruppo. In questo corso di marketing ho lo stesso gruppo per ogni materia, e penso che I differenti backgrounds dei miei colleghi (fashion design, communications, finance ect) sia un valore aggiunto in quanto ci permette di analizzare un case study sotto diversi punti di vista e ci permette di avere diversi approcci (economico, analitico, creativo ect) durante l'analisi.

Preferisco lavorare in gruppo. Penso che un gruppo che è riuscito a crearsi un equilibrio di ruoli, sia in grado di generare una maggiore quantità e varietà di idee. Ritengo che lavorare in gruppo sia più facile che lavorare da soli (più cervelli insieme per risolvere un problema). Sono fiduciosa delle competenze altrui e non ritengo mai di essere la più preparata o la più intelligente e questo mi permette di far tesoro delle opinioni altrui e lavorare bene in gruppo. Normalmente in un colloquio mi racconto attraverso le mie esperienze. Più che parlare della mia preparazione accademica e delle università frequentate preferisco parlare di me, delle mie passioni e dei miei obiettivi. Durante I colloqui utilizzo come esempi delle occasioni nella mia vita in cui ho dimostrato di avere certe qualità o competenze (ad

esempio ritengo di avere buone capacità di project management e l'ho dimostrato durante la creazione della campagna del 5xMille per Okapia Onlus). Penso che in questo modo l'altra persona percepisca in modo più concreto le mie caratteristiche e capacità applicate al mondo reale. Per il momento mi propongo per marketing internship in quanto non ritengo ancora di avere l'esperienza lavorativa necessaria per un posto di lavoro fisso. Successivamente mi proporrei come membro di un marketing team, nello specifico nelle aree di digital marketing management, marketing analysis (ex. demand or trends forecasting) e brand marketing management.

Ovviamente sono disposta ad un periodo da "gavetta" per poter imparare. Non mi sento già arrivata, anzi. Ho ancora tanto da imparare e per questo ritengo che un periodo da gavetta sia fondamentale e giusto per ogni mestiere, ovviamente però il periodo da gavetta deve avere anche una fine altrimenti diventa opportunismo. Una volta acquisite vere competenze lavorative, cercherò un'azienda coerente con la mia identità e che mi possa offrire il mio dream job.



Ricerca qualitativa: aziende



Ippogrifo marketing

Modalità di intervista:

Audio

Data:

13/11/2019

Ci occupiamo di marketing e vendite B2B. Il neolaureato deve essere sveglio, un perfezionista e instancabile. Per presentarsi a deve scrivere un suo libro e avere un profilo LinkedIn completo. Magari potrebbe presentare una sua videointervista. Di solito guardo approfonditamente i social del candidato cercando di delineare il suo profilo.

Anche il portfolio è molto utile se fatto bene. Agevola il lavoro di selezione. Prendiamo anche in considerazione candidati che non hanno tutte le skill richieste dall'annuncio, ha sicuramente più importanza il know how rispetto alle competenze.

Neolaureati con skills attinenti possono andare bene se poi c'è una formazione dedicata che porti la persona senza esperienza a crescere. In mancanza di questa disponibilità, bisogna per forza cercare qualcuno che abbia esperienza. Non penso sia ideale una persona che abbia competenze trasversali. Oltre al fatto che alte competenze in tutto è difficile che qualcuno le abbia, penso che la strada della specializzazione, anche nelle competenze, sia quella da perseguire.

Daniele

Sailfire

Modalità di intervista:

Email

Data:

14/11/2019

Ci occupiamo di Web marketing e coworking. Un neolaureato deve avere flessibilità, proattività e dedizione al lavoro. Di solito, per presentarsi un CV è sufficiente, il periodo di prova fa il resto. Bisogna dimostrare di volere con forza il posto di lavoro da noi.

Generalmente non siamo interessati alla vita privata se la resa lavorativa è delle migliori; il profilo linkedIn può essere d'aiuto come CV però. Solitamente il portfolio può essere molto importante per un grafico o uno sviluppatore, ma dubito che un neolaureato ne possa avere uno. Comunque testiamo le skill sul campo.

Tendenzialmente prendiamo in considerazione anche candidati che non hanno tutte le skill richieste, ma quest'ultime sono decisamente più importanti del know how. Infine, vi parlo da imprenditore e laureato: il percorso di studi italiano è troppo lungo e teorico, ciò lo scollega dal mondo del lavoro, che ha bisogno di praticità e pragmaticità. La soluzione di per sé sarebbe anche semplice: basterebbe integrare, ad esempio nel caso dell'università, diciamo una laurea triennale, un intero anno di lavoro in azienda (su 3 totali). E ovviamente preferirei avere profili junior di 21/22 anni, non 31/32, del voto finale non m'importa, i trentenni con 110 e lode non servono a nulla, voglio vederli invece con la determinazione e l'ambizione degli occhi, ogni giorno.

Beatrice

Ligabue

Modalità di intervista:

Videochiamata

Data:

18/11/2019

Momentaneamente non vengono accettate figure di neolaureati in quanto la competenza richiesta è necessario sia altamente specializzata. In senso assoluto i principi cardine che regolano la buona riuscita di un colloquio sono: integrità e trasparenza. L'idea che un candidato debba preparare un solo curriculum per tutte le aziende a cui chiedere lavoro, è molto comoda per il candidato ma è sbagliata. Se dovessi dare un solo consiglio riguardo al CV, direi: personalizzalo in base all'azienda cui ti rivolgi e non usare il formato del CV cosiddetto europeo, è standardizzato, troppo prolisso e non permette di emergere.

Non avendo esperienza acquisita, punterei sull'evidenziare l'interesse e la flessibilità, non necessariamente le conoscenze tecnologiche o di processo: queste ultime variano sempre, per poter stare al passo e poter ancora essere ad un livello elevato organizzativo, servono le prime due. La conoscenza di almeno una lingua straniera è fondamentale. Indica il livello in maniera chiara.

Il CEFR (Common European Framework of Reference for Languages, Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue) prevede sei livelli di riferimento (A1, A2, B1, B2, C1 e C2) che rappresentano i parametri di valutazione delle competenze linguistiche individuali, quindi è bene specificarlo. Nessuno (quasi) scrive lettere di motivazione. Sfiducia nel fatto che qualcuno la legga, pigrizia, fatica, mancanza di tempo. Qualunque sia l'alibi o la motivazione per non farlo, si deve tenere a mente che il 49% delle aziende dichiara di considerare la lettera un motivo in più per decidere di esaminare un determinato CV.

La logica che risiede dietro il Recruiting si può dividere per più livelli e, nonostante Ligabue non faccia testo a logiche multinazionali in senso stretto, le posso riassumere così. Pianificazione: l'organizzazione mette a fuocole esatte competenze che servono e confronta le necessità con il numero di candidati qualificati che si stimano presenti sul mercato del lavoro. Attrarli richiede un'accurata strategia di reperimento ma anche di promozione del proprio brand per renderlo più attrattivo per i candidati rispetto alla concorrenza. Ricerca e screening: in questa fase l'organizzazione cerca di raggiungere il set idoneo di candidati tramite annunci e offerte di lavoro, ricerca nelle università e presenza sui canali social. I candidati che rispondono agli annunci vengono vagliati consultando curriculum e eventuali referenze, sentiti tramite colloqui o valutati con metodi innovative, tipo piattaforme multimediali con video interviste o gamifica-

tion con giochi di ruolo. Selezione: in questa terza fase l'organizzazione analizza le informazioni raccolte sui diversi candidati, decide quale o quali sono in linea con le competenze cercate e propone l'assunzione. Affermo che bisogna sapere come mettere in evidenza tutto ciò che si è svolto all'Università, prima chiave di lettura della dedizione e dell'impegno. La partecipazione a qualsiasi attività extra all'Università è un ottimomodo per mostrare un livello di impegno che va oltre lo svolgimento degli esami curriculari.

Quindi, se si sono intrapreso incarichi o progetti extra, fatto dei corsi o partecipato a particolari iniziative, credo sia opportuno evidenziarlo. Anche se si è fatto volontariato, questo denota capacità di dedicarsi agli altri ed empatia, due soft skills molto apprezzate nelle aziende. Io come Recruiter ma ancor prima come persona reputo che il titolo di studio e il suo prestigio che dipende dalle facoltà economiche di un nucleo familiare. Lo sviluppo delle abilità emotive intra e interpersonali permettono una migliore conoscenza di sé e una migliore gestione delle emozioni e delle situazioni stressanti.

La ricerca suggerisce che sarebbe idoneo sviluppare specifici programmi formativi inerenti alla gestione dello stress e allo sviluppo delle competenze dell'intelligenza emotiva. Nonostante gli studi citati, gli stessi autori suggeriscono che occorre approfondire ulteriormente la ricerca in questo ambito per consolidare le evidenze già proposte. Inoltre, non vi è nessuna specificità per come attuare in ambito accademico o professionale metodiche strutturate per lo sviluppo delle capacità emotive, cambiando un modello culturale attualmente in uso che predilige l'attitudine tecnica legata al saper fare. Dalle numerose ricerche è emersa l'importanza di attuare programmi formativi in ambito accademico e lavorativo per migliorare la gestione dell'aspetto emotivo e l'impatto che il lavoro infermieristico ha su di essa. Dai risultati emerge una chiara riduzione dell'assenteismo, riduzione del cambio di lavoro e abbandono della professione oltre ad implicazioni economiche rilevanti. Conoscenza e saper fare sono due pilastri essenziali per la costruzione e lo sviluppo di opere personali e professionali meravigliose, capaci di influire e fare la differenza nei nostri risultati e nelle relazioni. Da queste due semplici attività, si può partire per un lungo viaggio di scoperta e crescita esponenziale. A volte quello che ci sembrano risultati eccezionali non sono altro che piccoli e costanti miglioramenti ottenuti alternando conoscenza e pratica, sino a portarli alla

genialità. Un processo collaudato dai grandi uomini di successo, da menti geniali e oggi alla portata di tutti, davvero a disposizione di tutti coloro che vogliono adoperarlo. Al momento del bisogno reagiamo in modo automatico e in modo diverso da quello che volevamo: è la parte inconscia, che reagisce un quarto di secondo prima della coscienza.

Quindi, prima del sapere e del saper fare metterei come priorità il saper Essere. Alcuni Recruiter effettuano un controllo su Internet per reperire notizie in merito ai candidati e stabilire se assegnare loro o meno il posto disponibile. La ricerca di un recruiter viene svolta con lo scopo di conoscere meglio il candidato, per poter valutare se il suo stile di vita possa essere in linea con il ruolo e la filosofia aziendali.

Il selezionatore tiene quindi a mente i valori e la mission dell'azienda che ha aperto la posizione così come le caratteristiche del profilo cercato e valuta se i dati rintracciabili online del soggetto in esame possano sposarsi con i requisiti richiesti. La valutazione viene fatta su ciò che si reperisce, volgarità, dichiarazione razzista o dimostrazione palese di un consumo di alcol e droghe costituiscono un punto a sfavore. A mio avviso vale la pena fare un check anche delle foto in cui si è taggati e di rimuovere il tag, se si riesce a trasmettere le competenze tramite questo canale e ci si dimostra attivi pubblicando contenuti pertinenti al settore e collezionando collegamenti e referenze positive.

La narrazione di noi stessi testimonia il perché e il come siamo arrivati a essere ciò che siamo e a fare ciò che facciamo. Soprattutto mette chi ci ascolta o ci legge in diretto contatto con il nostro modo di pensarci in relazione agli altri e al mondo, mi piace citare: "la mappa non è il territorio". Questo significa che, quando ci raccontiamo, i pensieri che traspaiono e le convinzioni che emergono non sono il mondo, ma il modo in cui noi lo vediamo e, soprattutto, non sono gli unici pensieri e le uniche considerazioni che si possono fare su di esso. Ognuno ha il suo modo di vedere le cose, il suo punto di vista, la sua mappa, appunto. Ecco perché non ci dobbiamo stupire se, raccontandoci, attribuiamo un valore diverso, a volte opposto, a una stessa situazione o esperienza: è come abbiamo vissuto quella situazione o quell'esperienza che cambia e che può essere descritto in tanti modi diversi quante sono le parole che possediamo nel nostro vocabolario linguistico personale. L'insieme di parole che usiamo costituisce la rappresentazione in simboli della nostra esperienza del mondo. Le parole, cioè, rappresentano la nostra mappa mentale della realtà, il modo in cui

noi la vediamo e i diversi valori che noi attribuiamo alle cose. Le Soft Skills sono importanti, ma partirei dalla definizione, alcuni le chiamano competenze trasversali e definiscono tutte quelle caratteristiche personali, i tratti del carattere, le abilità comunicative che prima di qualificarci come lavoratori, ci definiscono come esseri umani. Oggi, per essere assunti, non basta avere un curriculum vitae che elenchi le nostre esperienze e competenze, perché tutti possono apprendere e accrescere le proprie hard skills con il tempo, ma essere soft è un dato di natura, o quasi.

Questa presa di coscienza da parte delle aziende è un dato importante, è il segno di una realtà che sta cambiando e forse, proprio in vista delle nuove sfide dell'Industry 4.0 e della crescentedigitalizzazione del reale, le soft skills figurano come un antidoto vincente. Infatti, le imprese che sono riuscite a gestire la trasformazione dei sistemi produttivi tradizionali sono quelle che hanno creato nuovi modelli di business partendo dalle soft skills del proprio capitale umano. Dato significativo: il 75% del successo di un lavoro a lungo termine dipende dal possesso delle soft skills e solo il 25% da competenze tecniche, le dieci soft skills che serviranno all'Industria 4.0 nel 2020 e sono: il problem solving, il pensiero critico, la creatività, la gestione delle persone, il lavorare in gruppo, l'intelligenza emotiva, il prendere decisioni, l'orientamento al servizio, la negoziazione e la flessibilità.

Per quanto concerne invece il lavoro di squadra: i contributi portati da ogni persona non si sommano tra loro, si moltiplicano, perciò il risultato è molto più che il semplice aggregato degli sforzi comuni, è un prodotto nuovo. Ovviamente perché il prodotto sia positivo è necessario che gli sforzi di tutti siano direzionati verso l'obiettivo comune, altrimenti dovremo dividere lo sforzo per chi rema contro corrente. Anche per quanto riguarda il lavoratore "fluid", vorrei ragionare sul significato più esteso del termine per capire quanto sia il fondamento di ogni attività umana ed anche di tutte le attività produttive ed economiche. Intendiamo costruire e sostenere un patrimonio di competenze distinte allineate ai valori aziendali e coerenti con la specificità dell'organizzazione chiamata a realizzare la strategia di business, questo è l'obiettivo di un'Azienda che intende percorrere l'obiettivo preciso di dare valore al capitale Umano.

Cristiano

CBA Design

Modalità di intervista:

Email

Data:

21/11/2019

Mi occupo storicamente della gestione dei clienti e dei progetti. Lavoro a stretto contatto con la direzione creativa e mi occupo di selezione delle figure di project manager e client manager. Ci occupiamo di Brand design: progettiamo identità ed esperienze di marca unendo analisi strategica e visione creativa. Un neolaureato deve avere curiosità, interesse per i temi legati all'innovazione, flessibilità e precisione.

Deve munirsi di CV per ruoli di project e client management, progetti di ricerca per ruoli nello strategic design, portfolio per visual design. In un'intervista contano molto anche soft skill, doti di comunicazione e feeling di presenza che non possono essere riportati su strumenti.

Un video, un'iniziativa spontanea di approfondimento dell'industry in cui operiamo farebbe sicuramente un'impressione positiva (es. per un colloquio in un'azienda di accessori per la montagna un candidato ha presentato una ricerca tra family and friend con interviste video per trovare insight utili alla progettazione di nuovi prodotti. un approccio che è molto piaciuto e il candidato è stato assunto).

Non teniamo conto dei profili social dei candidati. Prendiamo in considerazione anche candidati con skill diverse da quelle che cerchiamo con un annuncio, a volte una skill non richiesta risulta vincente, magari per la sua compatibilità con il team in cui va a inserirsi la figura, anche in assenza di una delle skill richieste che può sempre imparare lavorando se dimostra flessibilità e disponibilità all'apprendimento. Spesso all'uscita dal corso di studi non c'è un vero know how, quindi il titolo conta di più. Per seniority maggiori il titolo è meno importante.

Marianna

Brainpull

Modalità di intervista:

Videochiamata

Data:

15/11/2019

Brainpull è la prima agenzia di marketing per fatturato di Puglia e Basilicata, nata a Conversano 7 anni fa, dal desiderio comune dei 5 soci fondatori di restare nella propria terra per crescere insieme ad essa, contrastando il fenomeno della fuga dei cervelli: si impone oggi come player di riferimento nelle consulenze strategiche per le PMI.

Con un organico di oltre 40 professionisti e un portfolio clienti in costante espansione, sviluppiamo soluzioni di Marketing creative, lavorando in team e integrando competenze specifiche e abilità eterogenee che ci consentono di offrire un ampio ventaglio di servizi. Per raccontarsi è vitale è il CV: chiaro, sintetico ma esaustivo, grammaticalmente e sintatticamente corretto, in grado di far trasparire la personalità del candidato. A seconda del ruolo per il quale ci si candida, portfolio e/o link tramite i quali reperire informazioni sulle competenze concretamente possedute possono fare la differenza agli occhi del recruiter.

La lettera di presentazione è un jolly da saper sfruttare. Un'analisi dei profili social del candidato è in grado di completare o addirittura stravolgere la valutazione finale: tramite i social sono infatti reperibili informazioni difficilmente trasferibili tramite CV riguardo la personalità e le attitudini del candidato, oltre a indicazioni su competenze specifiche possedute nell'utilizzo degli stessi social. Considerate le competenze richieste dalla nostra azienda spesso questo tipo di analisi si rivela cruciale ai fini dell'individuazione della risorsa giusta. In fase di valutazione è impossibile non dare il giusto peso al titolo di studio conseguito dal candidato, fondamentale per l'acquisizione delle hard skills: tempo impiegato per il conseguimento titolo e voto finale costituiscono dati spesso cruciali, a seconda del tipo di professionalità ricercata.

Al contempo resta la consapevolezza che il percorso di formazione/accademico, rappresentante le fondamenta della carriera professionale, troppo spesso non è sufficiente a far maturare nel candidato competenze concretamente spendibili, motivo per il quale la meticolosa valutazione del know how e delle skills consolidate anche in contesti extra curriculari rappresenta il vero cuore della fase di valutazione. Dal momento che molto raramente si raccolgono candidature perfettamente corrispondenti al profilo del candidato ideale ricercato (per massimizzare questa corrispondenza siamo soliti pubblicare annunci di lavoro estremamente dettagliati riguardo le hard e soft skills richieste, con eventuale indicazione dei re-

quisiti minimi necessari), una valutazione a 360° permette di individuare quei profili che, pur in possesso parziale delle competenze richieste, sono maggiormente predisposti a colmare le lacune attraverso la formazione on the job.

Proprio in riferimento alla distanza assodata tra conoscenze possedute dal neolaureato e competenze concrete richieste nel mondo del lavoro, in Brainpull abbiamo deciso di concentrarci sul potenziale inespresso dei candidati sviluppando il servizio di Talent Hunting, un innovativo processo di reclutamento e selezione di personale con elevate skills acquisite o potenziali, ideale per middle management.

A differenza del Recruiting tradizionale, il processo di Talent Hunting consiste in una procedura più complessa e accurata, caratterizzata dal susseguirsi di più fasi di selezione con l'impiego di prove intermedie altamente specifiche per il ruolo richiesto. Il Talent Hunting è diverso anche dall'Head Hunting, in quanto, rispetto a quest'ultimo, si propone di individuare candidati con capacità e competenze potenziali o acquisite elevate, non ancora riconosciute nel corso della loro carriera professionale. Il Talent Hunting ci permette oggi di reclutare i migliori talenti (sia per il nostro organico che per i team dei nostri clienti) per poi plasmarli alle esigenze organizzative specifiche, investendo concretamente nello sviluppo del capitale umano che rappresenta una delle

Carlo

Effetto Domino

Modalità di intervista:

Email

Data:

19/11/2019

Ci occupiamo di ricerca e selezione del personale. Un neolaureato deve aver voglia di lavorare e fare gavetta. Sicuramente gli strumenti per raccontarsi ci sono: un buon cv onesto e, a colloquio, lui con le sue motivazioni e voglia di fare reale. La presentazione è spesso completa ma altrettanto spesso dei candidati non si presentano, o si aspettano già un contratto da persona esperta quando devono invece imparare o non sono disposti a fare stage (retribuiti).

Non guardiamo tantissimo i profili social di un candidato , li guardiamo solo per i candidati che già reputiamo idonei. Molto spesso ci capitano richieste per neolaureati che però, mi ripeto, siano disponibili a partire da zero (non di stipendio ma di contratto). Sono per noi le figure più difficili da trovare. Per posizioni tecniche è ovvio che il candidato deve per forza avere le competenze. Non siamo però mai fiscali sulle competenze se la persona è valida, orientata al risultato e sveglia. Per quanto riguarda la misura del portfolio, dipende dalla mansione.

Se parliamo di figure grafiche ha valore, altrimenti spesso non viene guardato. Così come dalle competenze che il candidato ha, dipende dalla posizione e dalle skill: se deve parlare inglese perché si relazionerà con l'estero, deve avere un'ottima conoscenza della lingua. Se deve saper utilizzare excel lo deve saper fare. Visto che però spesso per chi non ha mai lavorato parliamo di stage le aziende sono assolutamente disponibili a formare. Comunque se accetta di iniziare a fare la gavetta assolutamente potremmo prenderlo in considerazione: il know how è più importante del titolo di studio.

Riccardo

Kasanova

Modalità di intervista:

Email

Data:

13/11/2019

Noi siamo Kasanova. Siamo un'azienda retail che si occupa di casalinghi e articoli per la casa. Tenzialmente più che delle conoscenze specifiche è importante che la figura candidata sia intraprendente, ricettiva e che abbia una flessibilità mentale che le consenta di spaziare tra vari ruoli. Sicuramente il curriculum vitae ed eventualmente un portfolio sono un buon modo per presentarsi.

Oltre a questo anche una lettera di presentazione con il fine di mostrare le attitudini caratteriali e le ambizioni del candidato. I social non vengono presi in considerazione da noi. Il portfolio è molto importante per le posizioni visual e marketing, per i ruoli commerciali e strategici non è necessario. Prendiamo in considerazione solo i candidati con tutte le skills richieste.

Nella valutazione dei cv hanno più peso le skill, nella nostra azienda è molto importante poter entrare nei flussi aziendali ed imparare direttamente come adempiere ai propri compiti. Spesso le nozioni studiate a scuola sono superate o non necessarie. Tenzialmente preferiamo un neolaureato che possa essere formato a seconda delle esigenze aziendali. Capita però che vengano cercate delle figure specifiche con più esperienza per portare valore aggiunto ai processi aziendali.

Tommaso

Imaginaria s.r.l.

Modalità di intervista:

Email

Data:

15/11/2019

Noi siamo Imaginaria. Siamo un'azienda di tipo s.r.l. e ci occupiamo di vendita al dettaglio di oggetti teatrali e per rievocazioni storiche. Per noi il neolaureato deve essere in grado di rapportarsi con il cliente in maniera cordiale e consapevole, deve riuscire con semplicità e naturalezza a comunicare tramite i social e deve saper vendere in negozio. Sono quindi richieste capacità di marketing e social media managing. Nel colloquio, è gradita la presentazione di un portfolio, ma la cosa più importante resta il CV e l'abilità di comunicare le proprie capacità personali. Se un candidato risulta carente, ad esempio, in esperienza, potrebbe essere utile la presentazione di progetti, anche finti, per mostrare il modo in cui lavora dal concept allo sviluppo.

Deve dimostrare di avere pensiero laterale, di poter risolvere problematiche di ogni tipo con il minor dispendio di energie. Per noi i profili social del candidato sono importanti. Essendo un lavoro molto a contatto con il cliente (anche tramite piattaforme social) la possibilità di capire come una persona si racconta attraverso i suoi profili privati è molto importante. In questo tipo di lavoro è più importante che una cosa venga fatta in fretta piuttosto che venga fatta benissimo. Quindi il portfolio è sì importante, ma non quanto l'esperienza acquisita sul campo. Se ho bisogno di una grafica entro 5 minuti, non mi importa quanto una persona sia dotata a creare un progetto avendo avuto 5 mesi di tempo.

Nei Cv e portfolio che riceviamo riteniamo indispensabile la presenza di tutte le skills richieste. Sappiamo perfettamente che figura stiamo cercando quando creiamo un'offerta di lavoro. Nel momento della valutazione, per noi ha più peso il titolo di studio rispetto al know-how. Riteniamo che oggi le università siano più che in grado di preparare una persona al mondo del lavoro. Per il nostro lavoro, un neolaureato con poca esperienza non è preferibile ad una figura con esperienza ma con competenze più trasversali.

Giacomo

HUP s.r.l.

Modalità di intervista:

Email

Data:

22/11/2019

Noi siamo HUP, una startup di organizzazione eventi. Nel dettaglio, ci occupiamo di organizzare experience interattive di storytelling condiviso per il pubblico, le aziende e le scuole. Puntiamo molto su un team giovane. Al momento, le figure di cui abbiamo più bisogno sono di tipo gestionale / manageriale, progettisti della comunicazione e sviluppatori IT. Per raccontarsi alla nostra azienda, un neolaureato dovrebbe mostrarci ciò di cui è capace tramite un buon portfolio, che mostri i progetti che ha curato.

In questa fase ci è anche utile una figura che abbia contatti presso agenzie di comunicazione e privati con i quali poter instaurare delle collaborazioni per l'organizzazione di eventi di grossa portata. Casomai vedessimo che la figura che si sta proponendo a noi ha qualche difficoltà, in generale le consiglieremmo di migliorare le capacità espositive e dimostrare di avere capacità di problem solving (nel caso specifico, con esempi concreti di esperienze passate). Per noi i profili social del candidato sono molto importanti, in quanto specchio di ciò che è davvero la persona che abbiamo davanti (chi è, cosa le piace fare, quali sono le sue passioni).

Il portfolio per noi è quasi più importante del CV. Ci mostra quanta vena creativa ha il candidato, cosa sa fare e in che modo lo comunica. In generale, preferiamo comunque le candidature che rispecchiano tutte le skills che richiediamo. Siamo in una fase in cui l'apporto progettuale del singolo è essenziale alla buona riuscita della startup. Nel momento della valutazione di un CV / portfolio, per noi ha molto più peso il know-how ed il saper fare rispetto al titolo di studio. Vogliamo persone che sappiano mettersi in gioco, dimostrandoci le loro potenzialità. Fra un neolaureato (o comunque una persona che non ha tanta esperienza lavorativa pregressa) ed una persona che lavora da anni, ma non ha competenze attinenti a ciò che ci serve, preferiamo decisamente il neolaureato. Avrà occasione di lavorare con noi e fare esperienza, da qualche parte si deve pur partire! L'importante è che abbia le capacità di cui abbiamo bisogno.

Daniele

Engineering informatica

Modalità di intervista:

Email

Data:

22/11/2019

Noi siamo Engineering Informatica, un'azienda che ha un appalto presso ARIA s.p.a. Ci occupiamo di assistenza su portali pubblici per la sanità. In un neolaureato o comunque in una figura giovane, riteniamo più importanti le soft skill rispetto alle hard skill. In questo lavoro serve molta memoria e capacità di lateral thinking. Per farci capire chi sono i candidati che si propongono a noi, di solito visioniamo i loro CV.

Se comunque abbiamo qualche dubbio sulla preparazione di un candidato o sulle sue competenze, consigliamo di integrare il CV con una video presentazione. Dato che siamo una società che ha un appalto nel campo della pubblica amministrazione, non consideriamo i profili social dei nostri candidati. Per noi il portfolio non è indispensabile per la valutazione di un candidato, ma se c'è è sempre ben accetto: dimostra l'impegno della figura che si sta proponendo a noi.

Nei CV che riceviamo, il primo fattore di selezione è proprio la presenza di tutte le skills richieste nell'annuncio di lavoro. Cerchiamo di segnalare sempre solo ciò che ci occorre davvero. Teoricamente il candidato potrebbe integrare sul lavoro qualche skill mancante, ma preferiamo sempre selezionare figure che partono con le competenze richieste, per ottimizzare il lavoro di tutti. Come precedentemente detto, per noi è più importante il know-how e la presenza di soft skills piuttosto che il titolo di studio del candidato.

Fra un profilo con poca esperienza e una figura con competenze mancanti riteniamo migliore la prima opzione. Il nostro lavoro richiede una mente poco rigida, giovane e capace di non incastrarsi in un metodo di lavoro sempre uguale, in quanto lo stesso è in continuo mutamento all'interno della nostra azienda.

Matteo

Studio LAND

Modalità di intervista:

Email

Data:

20/11/2019

LAND è uno studio internazionale di architettura del paesaggio con sedi in Italia, Svizzera e Germania. Dal 1990, sotto la direzione creativa del co-fondatore Andreas Kipar, paesaggisti, architetti e pianificatori progettano spazi aperti dalla scala del masterplan a quella di dettaglio. Rigenerazione urbana, parchi, ambiti naturali e sistemi agro-paesaggistici, infrastrutture verdi, spazi aperti per retail e aziende, sono inquadrati in strategie di sviluppo territoriali o urbane. Partendo dalle vocazioni di ogni luogo, la nostra progettazione del paesaggio accoglie con propositività le sfide attuali in ambito sociale, culturale ed ambientale.

L'attività di LAND ha ottenuto riconoscimenti nazionali ed internazionali, tra questi il Mercurio Special Award 2018 ed il MIPIM Award Best Urban Regeneration Project per Porta Nuova nel 2018, il Russian Award in Landscape Architecture e il WAN AWARDS - Future projects 2016 con International Financial Center di Mosca, il premio internazionale PLEA Award - Passive and Low Energy Architecture nel 2015, la Medaglia d'Oro per L'Architettura Italiana nel 2012 ed il European Landscape Construction Award (ECLA) con la Fiera di Rimini nel 2002. Tra i principali progetti si segnalano: a Milano, inquadrati nella strategia dei Raggi Verdi, il Parco Portello e il progetto urbano di Porta Nuova, oltre al masterplan per l'area ex-EXPO - MIND; a Roma Arcipelago Verde; a Venezia la Green Tree Strategy e l'Expo Gate; a Essen il Krupp Park con Headquarter ThyssenKrupp e il masterplan Freiheit Emscher; a Francoforte Die Welle e gli Headquarters della Deutsche Bank; in Svizzera la riqualificazione della Valle di Airolo, a Mosca la Smart City a Rublyovo-Arkhangelskoye e negli EAU gli spazi aperti di Dubai Expo 2020.

Per noi il neolaureato, accanto alle competenze tecniche nell'ambito dell'architettura paesaggio, è necessario che possieda intraprendenza, flessibilità, spirito di gruppo, capacità di comunicazione e curiosità per le innovazioni tecnologiche e per i trend che interessano la nostra società nell'ambito della sostenibilità e dell'adattamento al cambiamento climatico. Il CV è importante per descrivere il proprio percorso personale e professionale, il portfolio per mostrare le proprie abilità grafiche e progettuali nonché la capacità di lavorare in gruppo; tuttavia al momento del colloquio la personalità e l'engagement nel dialogo sono fattori ben più influenti. Riteniamo sia indispensabile che il candidato si presenti con gli strumenti sufficienti e completi.

Per quanto riguarda il profilo social è un'attività strettamente personale e noi non lo prendiamo in considerazione. Vengono comunque presi in considerazione solamente i candidati che hanno tutte le skill di base richieste sull'annuncio ed ha più peso il know-how (hard and soft skills), rispetto alle competenze. L'architettura del paesaggio è anche capacità di mediazione e interpretazione delle aspettative ed esigenze della società, perciò competenze e sensibilità trasversali sono fattori che qualificano. Una figura molto specializzata che ha la volontà di crescere anche in queste competenze ha una visione più a lungo termine e maggiori possibilità di inserimento non solo nell'attività progettuale ma anche in quella decisionale.



Conclusioni



La meta: consigli e spunti di riflessione

La ricerca svolta ha messo in luce una moltitudine di dati, i più interessanti dei quali sono stati riportati in precedenza. Riteniamo che essi possano essere utili per entrambi i protagonisti del rapporto di lavoro: i neolaureati e gli HR, o i responsabili delle aziende in generale.

Il messaggio che vogliamo lasciare si sviluppa su diversi punti ed il primo punto ha origine dal primo *step* nella ricerca del lavoro: la selezione e valutazione delle proposte di lavoro. Quello dei *job title* è un sistema molto utile e pratico per le aziende, tuttavia ha due grandi problemi: il primo riguarda il fatto che per sua stessa natura abbia una logica riassuntiva, in poche parole, di una complessità di competenze, esperienze e passioni che invece fanno parte di ognuno di noi e proprio per questo non risulta ottimale come metodo di narrazione di una posizione lavorativa o di un professionista; l'altro invece è di origine linguistica in quanto non esiste un'enciclopedia che metta a sistema ogni *job title*, con il risultato che vengono inventati di volta in volta, senza tenere conto che i neolaureati non hanno alcun tipo di preparazione a questo meccanismo, non ci si riconoscono e tantomeno sanno come leggere questa situazione.

Il consiglio è quello, per i neolaureati, di non fermarsi al *job title*, ma di provare a capire che competenze vengano richieste e che di che ruolo lavorativo si parli; dall'altro lato invece vogliamo incoraggiare i responsabili delle risorse umane a non sofisticare ulteriormente un mondo già pieno di complicità per dei ragazzi che ci si avvicinano per la prima volta. L'invito è quello alla trasparenza nella stesura degli annunci di lavoro, evitando di richiedere esperienza pregressa o una grande lista di competenze diverse ad una classe di professionisti ancora nel pieno del momento della formazione.

Un secondo messaggio invece è squisitamente dedicato ai neolaureati o studenti più in generale: siate voi stessi e non datevi per scontati. Come abbiamo testimoniato con i documenti raccolti nel corso dei mesi, infatti, le aziende hanno confermato l'importanza di non trovarsi di fronte un professionista standardizzato o spersonalizzato nel momento di ricerca per una nuova assunzione.

I vari responsabili delle risorse umane hanno evidenziato diverse modalità per farsi notare rispetto alla media: costruire un portfolio diverso a seconda delle proposte di lavoro rappresenta un elemento di valore indiscutibile, adattando il contenuto a seconda delle competenze o delle caratteristiche dell'azienda a cui si intende proporsi; scrivere una *cover letter* è una pratica poco diffusa nell'ambito del *design* della comunicazione, con il risultato però che i profili che si propongono non appaiono particolarmente motivati ad una posizione; utilizzare i *social network* con un occhio di riguardo alla percezione professionale che si può avere di noi stessi è una buona pratica in quanto è di uso comune il processo di ricerca personale su canali non necessariamente con scopi professionali.

Il consiglio più importante è però quello di riflettere su chi siamo e cosa facciamo ogni giorno, alla ricerca di elementi unici e specifici che ci rendono autentici e che posso essere narrati attraverso i diversi mezzi di comunicazione che abbiamo a disposizione.

Credits

Un progetto di:

Davide Castelli
Leonardo Codamo
Maria Grazia Ceruso
Matteo Gerli
Riccardo Negretti

Working Through Digital Transformation (WTDT)

Laboratorio di Sintesi Finale, sez. C2.
Corso di Laurea Magistrale in Design della Comunicazione
Scuola del Design, Politecnico di Milano.

Docenti:

Maria Luisa Galbiati
Francesca Piredda
Katia Goldoni
Marco Ronchi

Tutor: Gabriele Carbone, Ilaria Mariani.



POLITECNICO
DI MILANO

