

AGENZIE/IL DIBATTITO

Sempre più ricerche solo sui social network «Ma il candidato giusto lo trova il professionista»

DI CARMEN MORRONE

Linkedin ha superato i 200 milioni di membri, distribuiti in oltre 200 Paesi, numeri record per il più famoso network dove si incontrano offerta e domanda di lavoro. Un colosso da 300 milioni di dollari secondo i dati dell'ultimo bilancio pubblicati dal quartiere generale di Mountain View, in California. Con un incremento dell'81% rispetto all'anno precedente. Al giorno ci sono 172mila registrazioni: significa che ogni secondo due persone si aggiungono alla community. Negli Stati Uniti i membri sono 74 milioni, in Gran Bretagna 11 milioni, in Canada 7 milioni e in Italia ancora relativamente "pochi", ma comunque ben 3 milioni. Accanto a LinkedIn sono nati altri network professionali, anche se al momento sono meno conosciuti. Ma l'esplosione dei social network e delle community professionali cancellerà le società di selezione del personale? Queste realtà, infatti, stanno già combattendo contro la crisi economica che ha rallentato i ritmi del mercato del lavoro e ora devono far fronte al fai da te di molte imprese che cercano e trovano il personale sui social network. Solo una moda passeggera o l'avvio di una rivoluzione irreversibile?

«La Rete ha sostituito lo spazio di incontro che prima erano i quotidiani, ma non può sostituire la valutazione sulla persona»

devi conoscere chi hai di fronte e lo puoi fare solo con metodologie umanistiche e non tecnologiche», afferma ad esempio **Eduardo Salvia, managing in Italia di Odgers Berndtson**, tra le prime cinque società mondiali di executive research. «In questo periodo si sta confondendo lo strumento con il metodo. I social network sono degli strumenti per raccogliere profili, li utilizziamo anche noi, ma il lavoro di selezione è diverso da quello di identificazione delle persone. Internet offre decine, centinaia di *curricula* per una posizione, ma non è detto che corrispondano al lavoratore che l'azienda ha bisogno. Il nostro metodo prevede una ricerca ad ampio e approfondito raggio di referenze, prima

di incontrare il candidato. Così in sede di colloquio i dati raccolti sono verificati direttamente. Ci avvaliamo anche di uno psicologo, perché ad esempio, temperamento, resistenza allo stress, empatia non si riescono a leggere dal curriculum». «In tempi di crisi economica, la tentazione di bypassare la selezione professionale è molto forte nelle aziende che pensano di risparmiare, ma non è così. Risentono di un generale appiattimento, di superficialità. Ci sono anche agenzie che hanno abbandonato i metodi tradizionali e lavorano solo attraverso i social network, per loro si tratta di una scelta più semplice, ma non so quanto sia efficace per le aziende». Strumenti o metodi veri e propri di selezione, i social network per la ricerca di lavoro sono una realtà che sicuramente ha cambiato le modalità di contatto fra azienda e aspirante lavoratore. «Per anni le società e le aziende hanno pubblicato annunci sulle pagine dei quotidiani. Ai tempi d'oro c'erano anche dieci pagine dedicate sui principali quotidiani. I social network hanno sostituito, in parte, questo spazio d'incontro», afferma **Maria Rita Costantino, responsabile area Risorse umane, formazione, ricerca e selezione, outplacement di Confindustria Assoconsult**, associazione che raggruppa le società di consulenza. Non solo. Questo spazio è molto diverso da una pagina di giornale. «Per quanto riguarda i candidati, questi pubblicano il curriculum scolastico, le competenze, gli interessi, ma c'è anche la possibilità di dare testimonianza del valore della persona, aggiungendo un commento al curriculum. Non compare solo la storia della persona, ma su di lei si apre un dialogo. Lo stesso dinamismo caratterizza gli annunci delle imprese che possono aggiornare le richieste, modificarle, fare rete con altre realtà produttive e dialogare con gli aspiranti collaboratori». In questa nuova piazza del lavoro, le agenzie di selezione mantengono il loro ruolo. «Il nostro compito è quello di formare gruppi di lavoro. All'azienda non dobbiamo fornire premi Nobel, ma il lavoratore adatto in quel momento, per quella mansione. Questa valutazione la possono fare solo dei professionisti». Nessuna differenza fra tipologie di lavoratori. «Non c'è un lavoro più importante di un altro. Non è vero che i social network sono sufficienti con riguardo ai profili cosiddetti "bassi" oppure per periodi di lavoro limitati. In questo caso ci si rivolge alle società di somministrazione - conclude la Costantino -. I social network stanno rivoluzionando il punto di partenza della ricerca, hanno introdotto abbondanza di informazioni, ma i canali in cui si reperisce personale sono rimasti gli stessi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA