

Guida su come gestire al meglio la reputazione online



Introduzione

La comunicazione è stata completamente rivoluzionata dai social media. Dai primi anni del 2000 fino ad oggi, il boom dei social ha segnato la quotidianità degli accessi come attività routinaria. Dal trovare amici all'entrare in contatto con colleghi fino ad aprire discussioni individuali o di gruppo, i social media hanno cambiato il modo di comunicare e reso le persone sempre connesse!

La forza dei social media

I social sono diventati fondamentali. Hanno ispirato la politica, riconnesso vecchi compagni di classe e stabilito la principale piattaforma online globale per parlare con altre persone.

I social si sono introdotti nel mercato del lavoro online, posizionandosi come la nuova prima impressione. Questo gioca un ruolo chiave nel momento in cui si sta pensando di cambiare percorso di carriera, cercare nuove opportunità o semplicemente presentarsi alla rete in modo professionale. La reputazione online può fare la differenza nell'ottenere un nuovo posto di lavoro. Se si condivide del contenuto professionale ed interessante su Facebook o Instagram, aumentano le possibilità di essere intercettati dagli head hunter.

Le possibilità sono molteplici se si pensa ad altri canali come LinkedIn, Twitter, Pinterest.. e la lista è ancora lunga. Le statistiche mostrano come il profilo LinkedIn si posiziona al primo posto durante la ricerca di lavoro! Inoltre, il 66% delle aziende utilizza Facebook e il 54% Twitter nei processi di selezione del personale. Di fronte a numeri come questi, avere dei profili social ottimizzati diventa veramente interessante!

Il 73% dei professionisti, ha completato positivamente un processo di selezione utilizzando i social media. Il panorama dei social è in continua evoluzione anche nel mercato del lavoro, settore in cui si percepisce un costante aumento di utilizzo da parte dei selezionatori per assumere talenti. La crescita del trend dei recruiter di nuova generazione definisce quanto il social sia importante.

I recruiter manager controllano il ¾ dei profili social dei candidati, ecco il motivo per il quale si sottolinea la forza dei social media quando si accede ad un processo di selezione.



14.4 milioni di persone utilizza i social media per cercare lavoro!

Chi cerca il mio profilo?

È una strategia degli head hunter per selezionare i migliori talenti attivi sul mercato. Spesso si viene contattati per un'intervista telefonica o di persona ma molte informazioni possono essere colte guardando l'attività sui social media. Ciò può essere percepito come il giudizio di un libro dalla copertina, ma dopotutto, sono i tempi in cui viviamo.

Lo scorretto utilizzo dei social può escludere un candidato dal processo di selezione. Il recruiter può identificare il candidato non adatto al ruolo attraverso le informazioni e le condivisioni sui social media delineando alcuni tratti della personalità al di fuori del contesto aziendale. È molto utile per valutare quanto un profilo sia allineato all'azienda. Ad esempio, un prestigioso studio legale può decidere di non intervistare un candidato se il profilo Twitter ha del contenuto inappropriato o se le condivisioni sono disallineate con l'identità dell'azienda.

Se non desideri che ogni tuo post sia pubblico, puoi o non pubblicarlo od impostare delle restrizioni di privacy.



Consiglio: se non desideri che il tuo network visualizzi alcuni tuoi contenuti, rendili privati!

PageExecutive MichaelPage PagePersonnel

Part of PageGroup

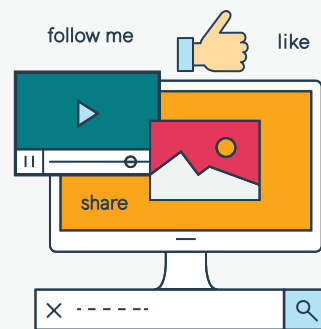
I selezionatori guardano i social media?

La risposta è semplice: Sì! Perché? I responsabili delle selezioni desiderano conoscere il candidato nella realtà, senza basarsi solo su ciò che viene inserito nel CV. Attraverso Facebook o Twitter si è in grado di conoscere meglio personalità, attività a cui si partecipa, enti o persone seguite, utilizzo di slang, opinioni sull'attualità, etc. Con questo è possibile conoscere quanto il candidato sia allineato ai valori aziendali.

Si genera così un'ottima opportunità di dare un nuovo volto alla reputazione online. Diminuisce la volontà di un selezionatore di assumere un candidato se il profilo Twitter cita post inappropriati, quindi, è importante assicurarsi che i contenuti condivisi siano appetibili per il lavoro a cui si ambisce.



Il 73% delle aziende ha completato positivamente un processo di selezione attraverso i social media.



Quanto sono importanti i social media?

Con oltre 14.4 milioni di persone alla ricerca attiva di lavoro attraverso i social, viene mostrata la crescita e l'importanza dei social stessi. Ciò significa che massimizzare i profili gioca un ruolo chiave nel successo della ricerca di lavoro.

Durante la ricerca, prendersi cura dei social media può portare degli ottimi risultati. Farsi riconoscere dalla rete come specialista del settore condividendo articoli, informazioni e partecipando attivamente a gruppi di discussione con influencer è il primo step per essere riconosciuto come professionista accreditato.

Pubblicare su forum, gruppi di discussione o scrivendo recensioni a libri o riviste business su Amazon può enfatizzare la social reputation nei confronti dei selezionatori. Il contributo può crescere e migliorare la reputazione online e aprire nuove opportunità di entrare in contatto con professionisti del mercato del lavoro.

Seguendo CEO, executive e altri business leader accreditati si è in grado di restare aggiornato sugli ultimissimi trend di mercato del settore di riferimento.

Più aumenta la presenza qualitativa sui social media, maggiore saranno i risultati positivi ottenuti.



Consiglio: durante la ricerca di lavoro, assicurati di avere un profilo pubblico quando i tweet sono professionali, di informazione ed interessanti. In questo modo guadagnerai molti follower.

La fotografia dei social media



Facebook

1.65 miliardi di utenti attivi per mese

Interagire con i brand, inviare messaggi e vedere aggiornamenti delle aziende a cui si è interessati. Alcune aziende inseriscono nella strategia di comunicazione anche opportunità di lavoro. Si possono scoprire molte informazioni su valori e mission di alcuni brand che spesso rispondono a domande pubblicate sulla pagina ufficiale. Facebook è un ottimo canale per comunicare con i brand a cui si è interessati!

#socialising #reconnecting #sharing



Twitter

322 milioni di utenti attivi per mese

Twitter è una microblogging platform. Posizionare la propria immagine come specialista di settore è il primo step per diventare influencer. Parlare ed interagire con businessman e leader di mercato, oltre che pubblicare opinioni su tematiche calde è il passo successivo per iniziare ad essere influente e seguito dalle community. Catturare l'attenzione dei recruiter, generare nuove opportunità professionali, utilizzare al meglio questo strumento di networking seguendo opinion leader o aziende dei settori a cui si è interessati e iniziare discussioni utilizzando hashtag ad hoc.

#microblogging #realtimeupdates #networking #influencing

PageExecutive MichaelPage PagePersonnel

Part of PageGroup



Instagram

400 milioni di utenti attivi per mese

Instagram è visual. Potrebbe non essere una scelta ovvia quando si pensa alla ricerca di lavoro, ma è possibile condividere progetti o dare visibilità alla propria personalità. Instagram è una piattaforma per creativi ed è il posto ideale per trovare la propria audience di ascolti. Artisti, grafici, designer o fotografi, su Instagram si sentono a casa. L'utilizzo di hashtag è utile per essere rilevanti e assicurare alle giuste persone di trovare i contenuti pubblicati.

#personal branding #photography



LinkedIn

400 milioni di utenti

Condividere un'opinione su tematiche relative al mondo del lavoro o lanciare discussioni professionali.. questo è il posto giusto. I Pulse di LinkedIn consentono di pubblicare articoli su un blog professionale. Si possono commentare articoli di professionisti influenti come Richard Branson o Arianna Huffington, seguire i brand, applicare alle opportunità di lavoro e connettersi con colleghi attuali o passati. Questo è per eccellenza il business social network.

#jobs #jobhunting #networking #recruitment

Il personal branding

I social media sono uno strumento molto efficace quando viene curato il personal branding. È importante durante lo sviluppo della carriera posizionarsi come leader o influencer nel settore di riferimento.

Ma cos'è esattamente il personal branding? La promozione della propria immagine o carriera come fosse un brand. È la tua reputazione! Perché è così importante? Le persone hanno maggiore fiducia nei confronti di altre persone! Grazie alla creazione di una identità autorevole, si elimina la convinzione che le condivisioni vengano percepite come un'azione di marketing finalizzata alla vendita di un servizio. Si viene percepiti come opinion leader da cui si possono apprendere spunti di miglioramento, idee originali e prospettive di crescita.



Consiglio Controlla i profili LinkedIn degli opinion leader per cogliere input unici sul settore di riferimento e condividere contenuti autorevoli!

4 motivi per massimizzare il personal branding!



Migliorare il network professionale



Generare nuove opportunità



Diventare una voce influente nel proprio campo



Guadagnare credibilità nel proprio settore

Durante la creazione del personal branding è fondamentale essere determinante, penetrare mercati in target con i propri contenuti ed interagire con la propria audience.

Youtube è un ottimo social media da cui iniziare realizzando e promuovendo video su tematiche a cui si è interessati e competenti. Ad esempio, se il digital marketing è una tua passione, puoi condividere conoscenze e competenze attraverso video, rispondere a commenti e domande, sollecitare e supportare la tua audience. Sviluppando una community, le persone ti coinvolgeranno riconoscendoti come voce autorevole di settore.



Il 58% segue un brand sui social media perché vorrebbe lavorare per quella società!

PageExecutive

MichaelPage

PagePersonnel

Part of PageGroup

Come ottimizzare le pagine social

A volte è necessario ordinare, ripulire e migliorare i profili social. Questo passaggio non deve occupare più di 15 minuti e con questi semplici passi, si amplifica la presenza sui social. Effettuare questi step con cadenza semestrale garantisce dei profili social al top.

Step 1

Cerca il tuo nome in Google. Il tuo nome potrebbe essere comune, quindi aggiungi in nome della tua città, dell'azienda per cui lavori o la scuola che hai frequentato.

Step 2

Controlla Google Immagini. È semplice filtrare per immagine anziché tra migliaia di link.

Step 3

Esegui una ricerca sui social media utilizzando il tuo username. Controlla tutti i canali che hai utilizzato.

Step 4

Inizia a massimizzare il personal branding! Elimina contenuti inappropriati dai recenti ai più datati. Google e Facebook hanno l'opzione per rimuovere contenuti di se stessi.

Step 5

Condividi nuovo contenuto qualitativo. Pubblica articoli, interagisci con le pagine di discussione, entra in contatto con opinion leader. Continua ad aumentare la tua immagine online e diventa influente nel tuo settore.



III 66% dei millennial sa che le informazioni online possono influire in modo positivo o negativo sulla reputazione.

Cosa fare e cosa non fare!

✓ Cosa Fare...

✓ Completa il profilo

✓ Sii consistente nelle informazioni

✓ Utilizza visual

✓ Accedi e partecipa a gruppi di discussione

✓ Divertiti

✗ Cosa non fare...

✗ Postare contenuto inappropriato

✗ Lamentarti della tua attuale azienda

✗ Offendere

✗ Molestare altri utenti

✗ Mentire