

“Non penso mai al futuro. Arriva così presto.”

Albert Einstein

L'EVOLUZIONE DEL RECRUITMENT

NEI PROSSIMI 20 ANNI

Employer Branding, sourcing tools e recruiting 4.0

Il modello dei job board viene ulteriormente attaccato da una diversa fonte di dati: le recensioni aziendali.

Oggi si ha grande agilità nell'esprimere la propria soddisfazione su un'azienda o su un servizio ricevuto. La customer experience e l'employer branding rappresentano i punti chiave per attrarre nuovi talenti. Dalla fiducia one-way alla fiducia reciproca: la Generation Z ha aspettative molto elevate nei confronti dell'azienda e, di conseguenza, del CEO che la rappresenta.

Nel frattempo, il sourcing passivo viene riconosciuto come un'attività distinta nell'ambito della selezione, sostenuta da un'intera categoria di nuovi strumenti e tecnologie. Le maggiori innovazioni di questo periodo sono i motori di ricerca che aggregano i dati del profilo delle persone da tutto il web.



Entrare in contatto con professionisti specializzati altrimenti introvabili sui siti che frequentano, in base ai loro reali interessi e azioni è il nuovo obiettivo delle società di ricerca e selezione.

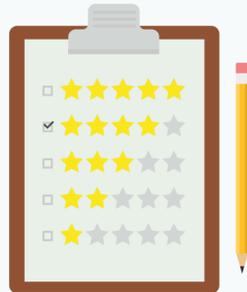
Il Recruiting 4.0 e l'evoluzione alla Intelligent Digital Assistance delineano il passaggio da sistemi di valutazione del potenziale a sofisticati algoritmi in grado di facilitare il match tra domande e offerta, diminuendo i costi ed efficientando i risultati.

I big data ed i nuovi CRM forniscono innumerevoli informazioni rielaborabili su necessità di aziende e comportamenti degli utenti.

Cosa sta impattando oggi nel recruitment?

Le costanti e rapide trasformazioni digitali e tecnologiche avranno sempre più l'obiettivo di aumentare la soddisfazione professionale delle persone.

- Le tematiche di **smart working** e flessibilità avranno un impatto maggiore sul coinvolgimento delle persone.
- La **Reputation** delle aziende continuerà ad essere un punto cardine nel mercato digitalizzato.
- Il **Talent Access** sarà un trend costante con società a caccia di talenti, non più solo in possesso di competenze tecniche e soft affermate, ma con valori allineati alla mission ed al messaggio che il brand vuole comunicare nel mercato.



Quali saranno i futuri trends del recruitment?

- **La dematerializzazione degli uffici**
Il lavoro sarà sempre più indipendente da un luogo fisico ed autonomo per ciò che riguarda tempo e spazio. L'ufficio come vissuto oggi non esisterà più a favore di spazi lavorativi in affitto o on demand a seconda dell'esigenza.
- **La geolocalizzazione dei talenti**
Le nuove assunzioni si focalizzeranno solo su competenze, specializzazione e caratteristiche personali coerenti al ruolo. La postazione fissa entrerà in disuso per lasciare spazio a questo trend ed alla collaborazione di talenti da tutto il mondo.
- **Nuovi CRM Evoluti**
In grado di elaborare informazioni infinite e complesse relative alle aziende ed ai comportamenti degli utenti. Il recruiting sarà una questione di matching tra candidato più in linea a job opportunity e valori aziendali sulla base di algoritmi e parole chiave.
- **Recensioni e informazioni in tempo reale**
Il candidato in cerca di lavoro potrà verificare in tempo reale le recensioni aziendali, il tempo di percorrenza per raggiungere il luogo di lavoro, la descrizione degli spazi e del luogo di lavoro, la possibilità di vedere colleghi e uffici attraverso un unico tool.
- **La realtà aumentata**
La digitalizzazione introdurrà nel mercato del lavoro la sperimentazione della realtà aumentata. La possibilità di condividere con clienti e fornitori brochure interattive in grado di valorizzare i servizi grazie ad un coinvolgimento sensoriale completo e ad una esperienza capace di divertire, informare e dettagliare le caratteristiche del brand.



La stessa tecnologia verrà applicata al candidato offrendo la possibilità di accedere a riunioni online o visitare gli uffici del prossimo posto di lavoro.
I campi di applicazione saranno infiniti!

- **L'evoluzione dell'application**

Non si chiederà più il CV a prima istanza ma solo dati di contatto sufficienti a creare engagement. Solo in fase avanzata, grazie al CRM proprietario, si richiederà l'eventuale invio del CV.

E il ruolo dell'Head Hunter?

Sarà sicuramente più facile avvalersi delle nuove tecnologie per organizzare delle shortlist di candidati, ma la valutazione finale dovrà essere fatta comunque da esperti in grado di valutare tutto ciò che un algoritmo non è in grado di analizzare e dalle informazioni inserite nel proprio profilo. La comprensione dei bisogni e delle caratteristiche della personalità - ancora essenziali per un'efficace corrispondenza di una persona a un ruolo - deve essere fatta necessariamente in un meeting avvalendosi di specifiche competenze e specializzazione, altra parola chiave per la sopravvivenza del settore.



In realtà il recruiting è un servizio professionale che si basa fortemente sulle relazioni costruite nel tempo. Fino a quando non verrà ideata una tecnologia in grado di cambiare ed adattarsi a seconda di ciò che accade, od interagire empaticamente con l'essere umano, la professione del recruiter avrà senso di esistere!