

“You have to **know the past**  
to **understand the present.**”

Carl Sagan

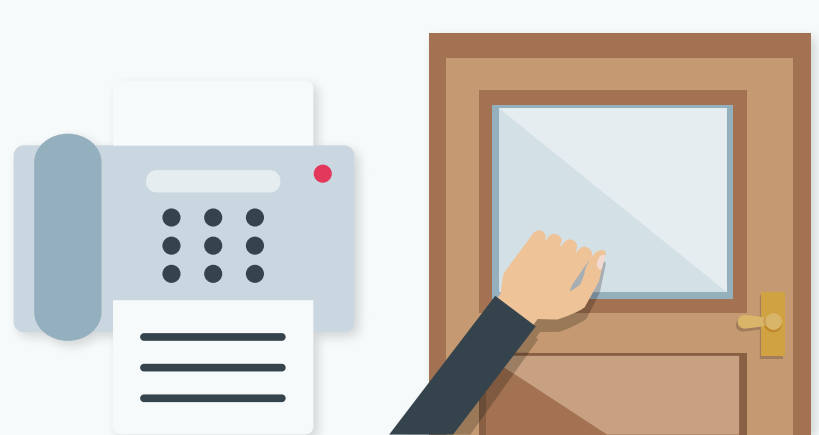
## L'EVOLUZIONE DEL RECRUITMENT

### NEGLI ULTIMI 20 ANNI

#### Prima onda di cambiamento: *L'ingresso del e-recruitment*

In principio c'erano i giornali. Il metodo tradizionale di pubblicazione dell'offerta di lavoro su carta stampata era il più utilizzato. Per trovare candidati le aziende acquistavano spazi sui quotidiani.

Alla fine degli anni '90, le nuove tecnologie introducevano nel mercato del lavoro l'e-recruitment. Nascono così in Italia i primi job board: bacheche online in cui poter pubblicare offerte di lavoro e raccogliere candidature.



Con il web 2.0, l'invio del CV via fax o door to door è sempre meno utilizzato - Gli anni tra il 2000 e il 2010 segnano un epocale cambio di tendenza: la pubblicazione di annunci online supera notevolmente l'utilizzo dei media tradizionali.

Il recruiting oramai è web. **Hello Internet!**

#### Seconda onda di cambiamento: *l'avvento del Social Media Recruiting*

Dalla seconda metà del 2000, sotto l'impulso della globalizzazione, le potenzialità del web aprono nuove frontiere estendendo i confini territoriali e temporali. La tendenza del recruitment si focalizza su e-solution e social network - Il mercato è rivoluzionato.



A differenza dei job board, i social network generano engagement: le società iniziano a condividere informazioni che narrano valori e mission aziendali.

Ora i candidati si sentono liberi di condividere ed aggiornare in real time le informazioni professionali sul proprio profilo pubblico. Costruire un network di potenziali talenti è più semplice così come coinvolgere i candidati passivi. Le aziende in possesso di database proprietari, i job board e gli aggregatori si trovano a dover investire in tecnologia per rimanere competitivi.

I recruiter stanziavano budget e tempo nella ricerca e selezione di professionisti sui social network.

#### E oggi?

#### Terza ondata di cambiamento: *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.