



# Come troviamo lavoro? Alcuni dati

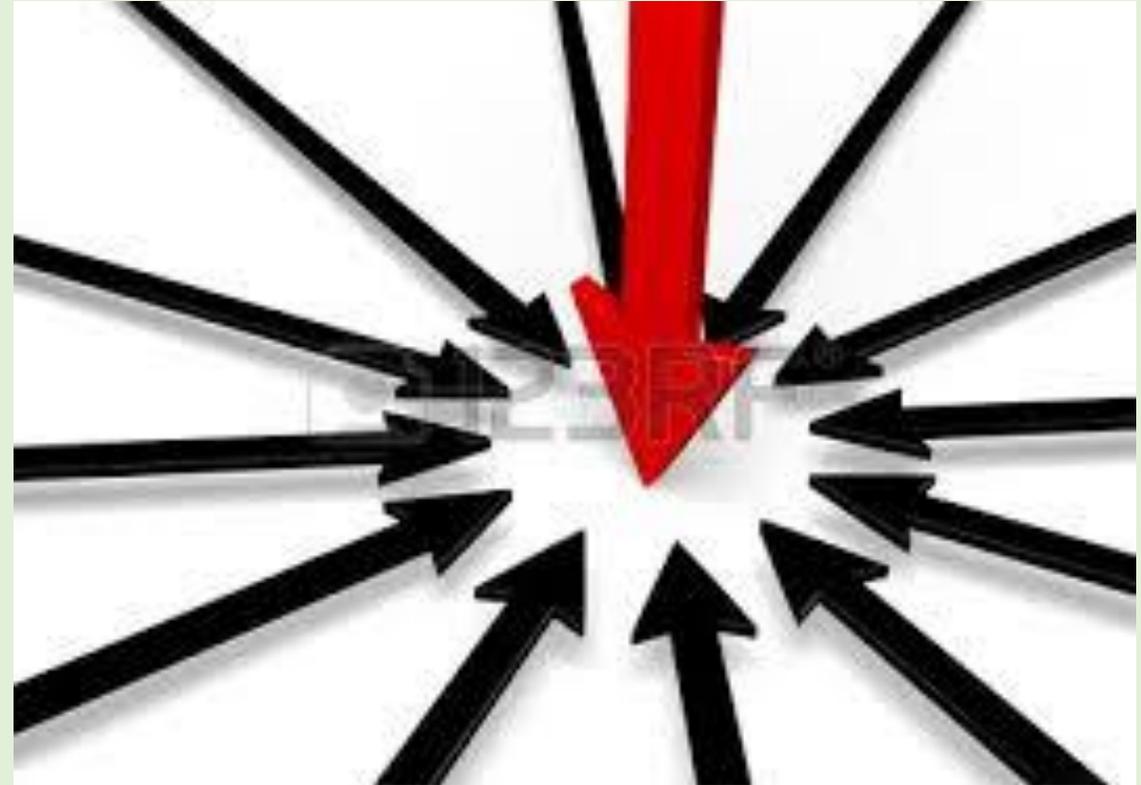
- **37,2% amici, parenti, conoscenti**
- **18,3% autocandidatura**
- **10,4% avvio di attività autonoma**
- 8,3% concorso pubblico
- 7,7% ambiente lavorativo
- 4,7% agenzie di lavoro interinale
- 4,2% centri per l'impiego pubblici
- 3,8% offerte pubblicate sui giornali
- 3,3% scuole, università e istituti formativi
- 1,5% società di ricerca e selezione
- 0,6% indicazioni di sindacati e organismi datoriali

(Fonte: Isfol)

# Ricerca di tipo passivo

## **Risposta all'annuncio**

Competo con molti altri candidati, tra cui è molto probabile che emerga qualcuno più competente di me.



# Ricerca di tipo attivo

## **Autopromozione**

Propongo da solo, o con pochi altri, la mia professionalità, in qualche caso facendo addirittura sorgere un'esigenza prima inesistente.



# Vendere la professionalità

**Cercare lavoro attivamente significa essere dei buoni venditori di noi stessi**

- Conoscenza del prodotto
- Conoscenza del cliente
- Argomenti di vendita
- Strumenti di vendita (lettere/telefonate/incontri ecc.)



# Strumenti per la ricerca attiva

## L'intervista orientativa

### **Che cos'è?**

E' un'intervista effettuata ad un professionista esperto del settore con lo scopo di approfondire la conoscenza della sua professione e del settore di riferimento. Utilissima per i neolaureati e le figure professionali innovative.

### **Quando la utilizziamo**

- Per conoscere meglio la figura professionale
- Per approfondire le caratteristiche del settore di riferimento
- Per individuare i principali esponenti del settore
- Per verificare interesse e livello di employability

# Strumenti per la ricerca attiva

## Il Colloquio di Marketing

### **Che cos'è?**

E' un colloquio effettuato ad uno stakeholder del settore con lo scopo di promuovere la propria professionalità e aumentare la propria rete di contatti. Utilissimo per i giovani professionisti e gli esperti.

### **Quando lo utilizziamo**

- Per promuovere la nostra professionalità presso rappresentanti strategici del settore
- Per arricchire la nostra rete professionale
- Per acquisire nuove informazioni sul settore (prospettive/progetti futuri ecc.)

# Quali passi seguire?

Competenze

Personalità

Comunicazione

Motivazioni

Obiettivo di lavoro

# I requisiti di un buon obiettivo

- Chiaro
- Specifico
- Realizzabile
- Misurabile
- Con indicatori spaziali e temporali
- Sotto la mia responsabilità
- A breve termine

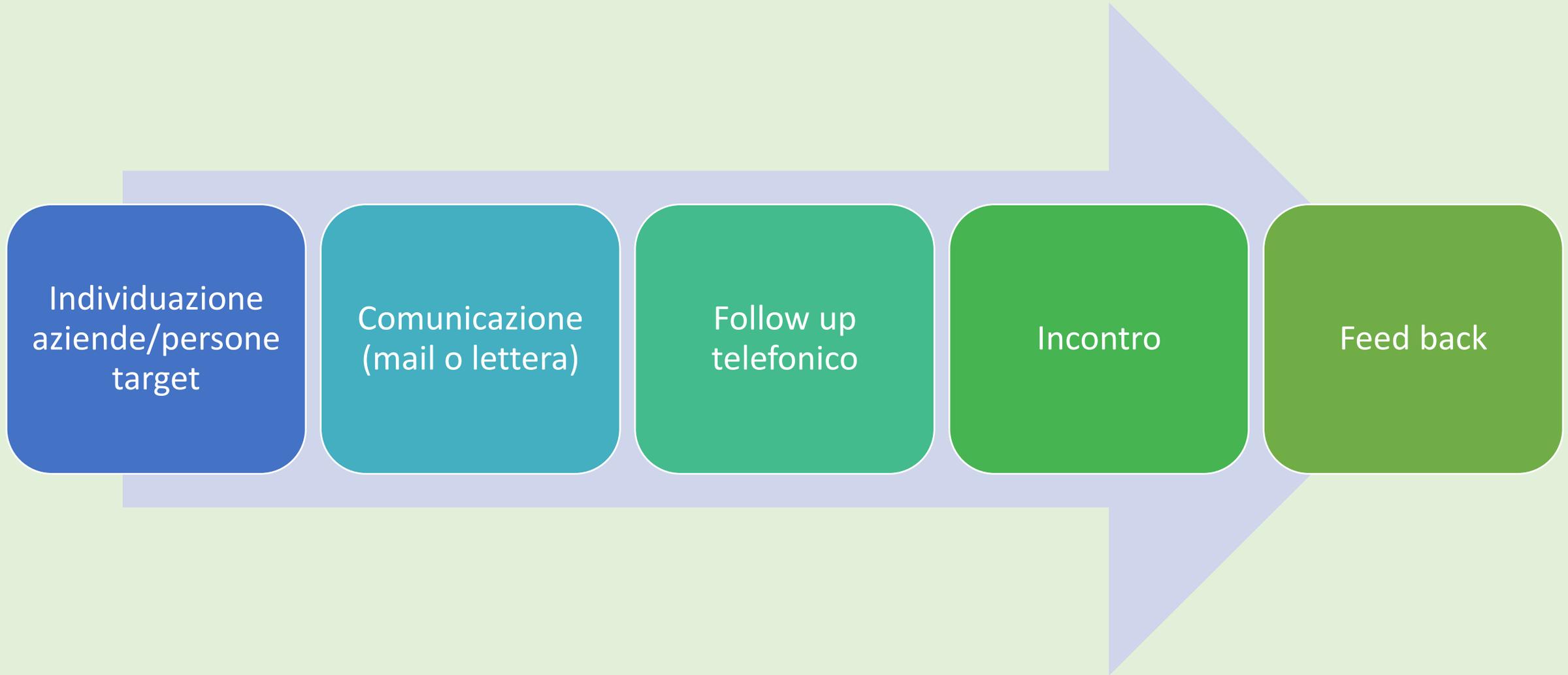


# Che canali utilizzare?

- Rete delle conoscenze
- Candidature spontanee
- Head Hunters  
(professionalità/esperienza elevata)



# Come procedere?



# Individuare le aziende bersaglio

Se l'obiettivo è ben definito possiamo procedere ad individuare le aziende da contattare.

- Localizzazione
- Dimensione
- Caratteristiche delle attività
- Stile di gestione (es. tradizionale/innovativo)
- Contatto e-mail e telefono della persona di riferimento
- Possibile inviante, conoscenza in comune

**Nome Azienda**

**Nome, ruolo, contatti**

**Attività effettuata e data**

**Risultato**

**Prossima azione**

# Gli elementi della lettera di marketing

- Formula di saluto e presentazione
- Riferimento all'inviante
- Sintesi del profilo professionale
- Obiettivo professionale
- Interessi e motivazioni
- Slogan personale
- Riferimento alla telefonata
- Formula di saluto



# L'invio della lettera di marketing

**La via più rapida ed economica è la mail. In tal caso:**

- Inoltro la comunicazione all'indirizzo personale del destinatario, evitando mail generiche
- Specifico in oggetto la mia richiesta (es. richiesta appuntamento)
- Inserisco la lettera nel corpo dell'e-mail
- Non allego il CV

**Se invece scelgo la lettera tradizionale**

- Rispetto la forma di costruzione della lettera formale
- Scelgo una carta professionale e attraente
- Specifico nella busta il nominativo del destinatario aggiungendo la dicitura «personale»

# Le fasi del colloquio telefonico

## Presentazione

- Presentati, verifica con chi stai parlando, cita la mail/lettera inviata e l'eventuale conoscenza comune

## Motivazione e richiesta

- Precisa lo scopo della telefonata e fai una richiesta chiara

## Conclusione

- Assicurati di aver compreso bene e preso appunti delle informazioni importanti, saluta e ringrazia

# Il Follow up telefonico

**Quando?** Da 2 a 4 giorni dopo la comunicazione

## **Tieni presenti le seguenti informazioni**

Il nome e la carica della persona che contatti, il tuo obiettivo, il testo della comunicazione precedentemente inviata, il nome del comune conoscente (se presente).

## **Non scoraggiarti!**

Ci vogliono dalle 5 alle 10 telefonate e nel 90% dei casi inizierai col parlare con un centralino o una segreteria.



# I segreti per una telefonata di successo

- Postura comoda e attenzione al respiro
- Tono di voce caldo, piacevole, sicuro
- Chiarezza e sintesi
- Linguaggio positivo
- Sorridete mentre parlate
- Gesticolare può aiutarvi a sottolineare un punto importante
- Volume della voce non troppo alto
- Esercitatevi prima di chiamare
- Cercate di entrare in confidenza con la segreteria in modo che si ricordino di voi



# Il Colloquio di Marketing

- E' un colloquio di conoscenza reciproca, non state chiedendo un lavoro
- Seguite le regole di base della comunicazione
- Tenete sempre presente il vostro obiettivo professionale
- Cercate di acquisire le informazioni che vi interessano
- Evidenziate i vostri vantaggi competitivi e la vostra motivazione
- Fate comprendere all'interlocutore che tipo di persona siete
- Cercate di ampliare la vostra rete: aziende, nominativi, contatti
- Chiedete una referenza per i contatti acquisiti

# Non dimenticare il feedback

Quando avrai ottenuto la posizione desiderata comunicalo alle persone che ti hanno aiutato, ringraziandole



*Grazie!*