



Videocolloquio e web reputation: come presentarsi al meglio



Chi è GiGroup

Siamo la prima multinazionale italiana del lavoro nonché una delle principali realtà a livello mondiale nei servizi dedicati allo sviluppo del mercato del lavoro.

Siamo attivi nei seguenti campi:



**LAVORO
TEMPORANEO
PERMANENT E
PROFESSIONAL
STAFFING**



**RICERCA E
SELEZIONE**



**EXECUTIVE
SEARCH**



OUTSOURCING



FORMAZIONE

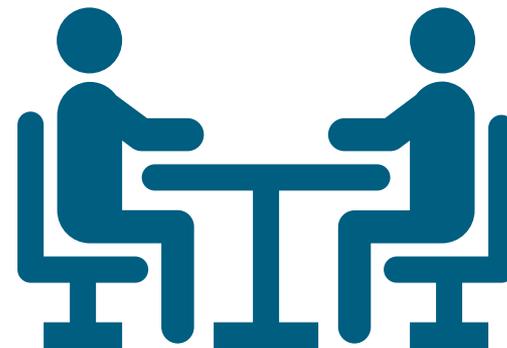


**SUPPORTO ALLA
RICOLLOCAZIONE**

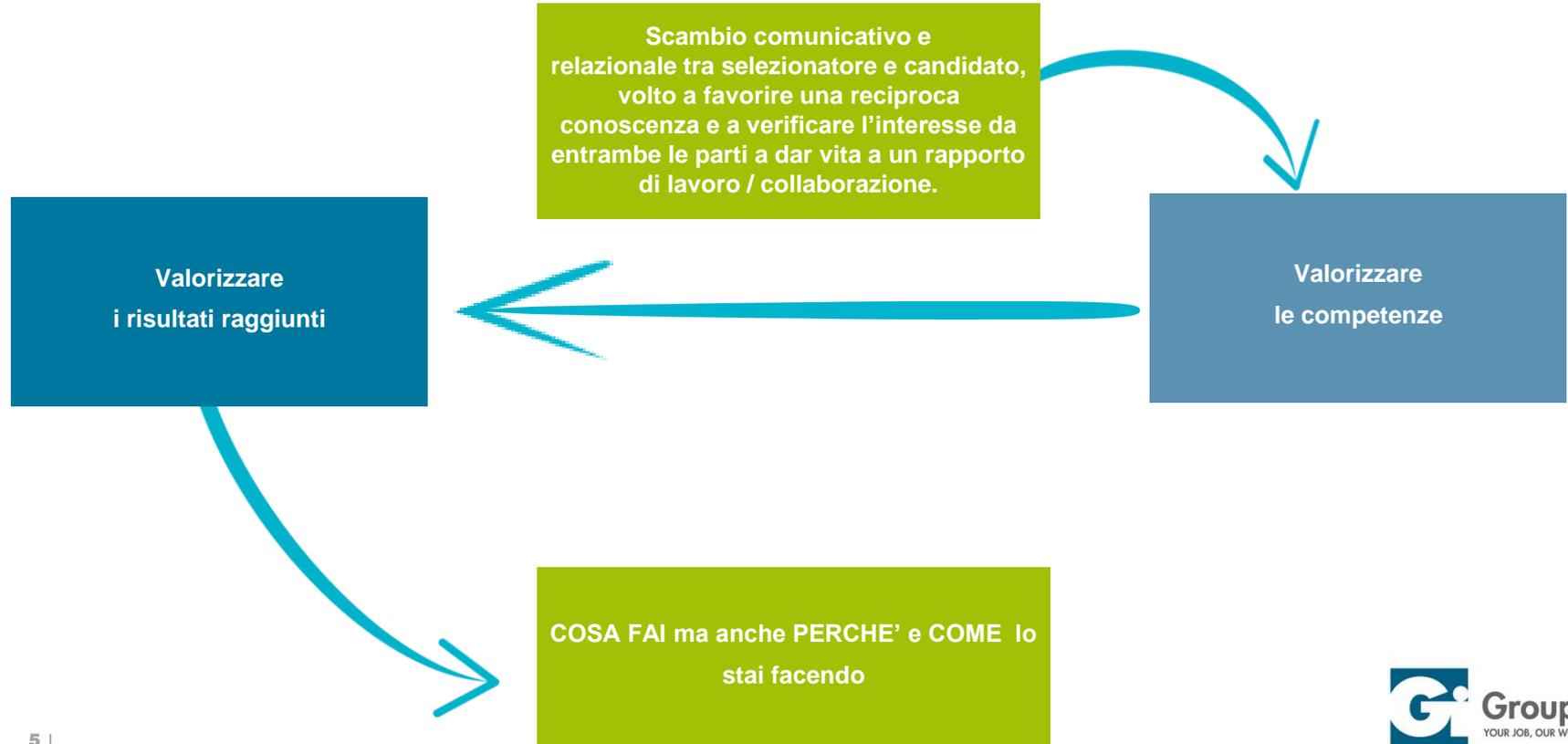


**CONSULENZA
HR**

Il Colloquio Individuale



Il colloquio di selezione



Il colloquio individuale

Il selezionatore nel colloquio pone domande per raccogliere **elementi di conoscenza** (verificandone la coerenza complessiva) al fine di formulare una valutazione delle seguenti dimensioni:



L'avvio più frequente del colloquio

Dopo la fase 'rompighiaccio' (in cui si parla del tempo, del traffico... volta a mettervi a vostro agio), la presentazione del selezionatore e dell'obiettivo dell'incontro, è molto probabile che il selezionatore chieda:



“Mi parli di lei” oppure “Mi PARLI DEL SUO PERCORSO professionale”

È uno **spazio libero** che il selezionatore vi dà per vedere quali contenuti inserite e come li organizzate e presentate. In questa fase del colloquio l'attenzione è di solito ancora elevata e bisogna mantenerla tale!

Durante il colloquio



Comunicazione

- Dare valore alle proprie competenze, esperienze e risultati anche attraverso un tono di voce energico e variato (*in modo coerente con ciò che state raccontando*), una mimica facciale espressiva e sorridente, accompagnata da scioltezza nella postura e nella gestualità;
- Saper raccontare le realizzazioni professionali esplicitando in modo concreto: obiettivi/difficoltà, azioni da voi messe in atto (*esponendo le competenze trasversali/manageriali*) e risultati raggiunti;
- Utilizzare sia l'“Io” sia il “Noi (= io col mio team)” quando raccontate le vostre esperienze professionali;
- Non parlare in modo lamentoso o scoraggiato della propria situazione attuale, dei propri problemi personali e professionali;
- Non svalutare l'azienda in cui si è lavorato, né capi e colleghi.

La chiusura dei colloqui



Durante la prima fase:

- Se l'intervistatore propone uno spazio per le domande, usalo **chiedendo informazioni ulteriori** ad esempio chiedete come sarà strutturato il colloquio tecnico e con quale figura professionale dovrete sostenerlo;
- Chiedere quali saranno i **prossimi step della selezione**, i tempi ipotizzati e il permesso di ricontattare in caso di necessità (*verificare se il selezionatore preferisce essere contattato via mail ecc..*);
- Se volete **potete chiedere un feed-back** (ad es. *“La mia esperienza professionale e le mie competenze sono a suo avviso in linea?”*). Siate però anche pronti ad accettare il fatto che il selezionatore non si sbilanci;
- Riprendere l'interesse per la posizione alla luce delle informazioni avute, ringraziare per l'occasione di conoscenza reciproca e...

Durante la seconda fase

Al termine del colloquio chiedete chiarimenti se ci sono dubbi, se c'è spazio potete eventualmente sbilanciarvi rispetto a preferenze;

Siate sempre positivi, a volte i candidati neolaureati hanno bisogno di fare un po' di esperienza prima di essere inseriti in un contesto ospedaliero strutturato.

Videocolloquio o Colloquio Skype

Prima del Videocolloquio



Assicurarsi di avere un **nickname professionale**

Fate un check di tutta l'**attrezzatura tecnica**, verificando se **audio e video funzionano**

Isolarsi, togliendo l'audio al cellulare

Vestirsi con cura, come se fosse un colloquio "in presenza"

1

3

5

6

2

4

6

8

Dare e chiedere un **numero telefonico** tra **candidato e selezionatore**

Scegliere uno **sfondo neutro** alle proprie spalle

Carta e penna

Essere **puntuali**

Durante il Videocolloquio



DRESS CODE

**USARE
LE CUFFIE**



**GUARDARE
VERSO
LA WEBCAM**

**SALUTARE
E RINGRAZIARE
SENZA CHIUDERE
IN MANIERA
FRETTOLOSA**

Competenze e talento



Soft Skills VS Hard Skills



Soft Skills

Le **competenze comportamentali** (soft skills) sono intese come l'insieme delle conoscenze e delle relative abilità/capacità personali applicate in determinate situazioni.

Rappresentano COME facciamo un determinato lavoro.

Hard Skills

Le **competenze tecniche** (hard skills) sono l'insieme delle conoscenze e delle relative abilità/capacità che utilizziamo per svolgere un ruolo professionale.

Rappresentano COSA facciamo.

Fonte: tratto dal libro *Soft Skills che generano valore*, le competenze trasversali per l'industria 4.0 a cura di Marina Pezzoli Il Cubo Rosso, Franco Angeli Editore

Le Soft Skills

- Collaborazione e condivisione
- Ascolto attivo
- Flessibilità e adattamento
- Autonomia
- Proattività



Collaborazione e condivisione

Ascolto attivo

Flessibilità e adattamento

Autonomia

Proattività



Collaborazione e condivisione

La disponibilità a lavorare e collaborare con gli altri, avendo il desiderio di costruire relazioni positive tese al raggiungimento del compito assegnato.

Plus per l'azienda

L'affiatamento di una squadra è fondamentale.

Competenze correlate

COMUNICAZIONE

ASCOLTO

RISPETTO
ED EMPATIA

Collaborazione
e condivisione

Ascolto attivo

Flessibilità
e adattamento

Autonomia

Proattività



Ascolto attivo

L'ascolto attivo è la capacità di porre attenzione alla comunicazione dell'altro senza formulare giudizi.

Plus per l'azienda

Ascoltare serve ad apprendere.

Competenze correlate

**COMUNICAZIONE
E RELAZIONE**

**CAPACITÀ
DI APPRENDIMENTO**

**CAPACITÀ
DI ANALISI**

Collaborazione
e condivisione

Ascolto attivo

**Flessibilità
e adattamento**

Autonomia

Proattività



Flessibilità e adattamento

Essere aperti a recepire nuove informazioni e pronti a modificare il proprio modo di lavorare di fronte a situazioni nuove.

Plus per l'azienda

È importante essere aperti ai cambiamenti.

Competenze correlate

**APERTURA
AL CAMBIAMENTO**

**PREDISPOSIZIONE
AL LAVORO IN TEAM**

Collaborazione
e condivisione

Ascolto attivo

Flessibilità
e adattamento

Autonomia

Proattività



Autonomia

È la capacità di svolgere i compiti assegnati senza il bisogno di una costante supervisione facendo ricorso alle proprie risorse, di darsi dei metodi di lavoro e di organizzare e condurre il proprio lavoro in maniera indipendente e svincolata.

Plus per l'azienda

L'autonomia rende più efficace il lavoro del team.

Competenze correlate



Collaborazione
e condivisione

Ascolto attivo

Flessibilità
e adattamento

Autonomia

Proattività



Proattività

È la capacità di sviluppare idee e saperle organizzare in progetti per i quali si persegue la realizzazione, correndo anche rischi per riuscirci, anticipare i problemi o esigenze relative all'operatività del proprio lavoro per riuscire, poi, ad organizzarlo al meglio.

Plus per l'azienda

Le aziende cercano chi riesce a dare un contributo all'organizzazione.

Competenze correlate





**È importante
riconoscere e allenare
le proprie competenze
per svilupparle.**

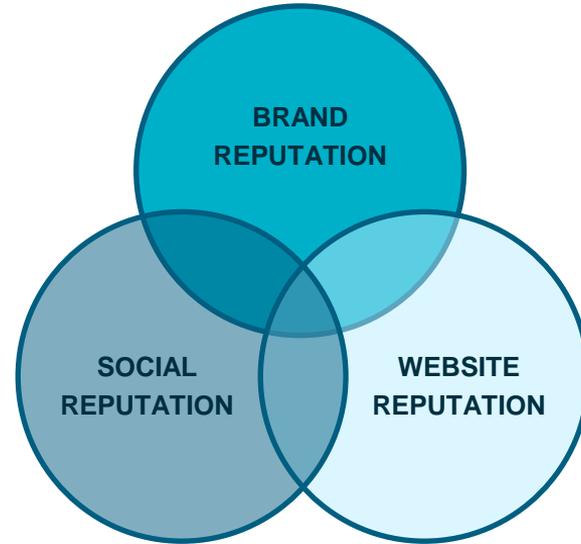


Web Reputation & Social Media



Web Reputation

Ciò che ci viene attribuito dalle persone e da chi, per qualsiasi motivo, entra in contatto con noi. Nasce non solo da ciò che facciamo ma anche dal modo in cui lo comunichiamo: sintetizzando, **cosa in Rete dicono di noi.**



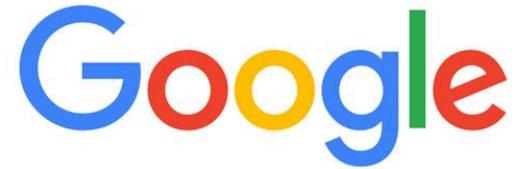
Web Reputation



Indipendentemente dalla vostra attività o professione, che siate una personalità o un semplice cittadino, avete una **immagine pubblica** da preservare.

Questa immagine è sempre più sociale e virale attraverso il web, per questo motivo è importante **monitorarla** affinché il Web sia uno strumento utile in cui noi **decidiamo** cosa vogliamo che compaia e non viceversa.

Web Reputation



Cosa dice Google su di te?



Google Search

I'm Feeling Lucky

Ogni giorno 1 miliardo di nomi sono «googlati»

Personal Branding



Capacità di promuovere se stessi, è rappresentato dai contenuti che dicono chi sei e cosa fai nella vita.



Fare Personal Branding significa impostare una strategia per individuare o definire i tuoi **punti di forza**, quello che ti rende **unico e differente** rispetto ai tuoi concorrenti e comunicare in maniera efficace **cosa sai fare, come lo sai fare, quali benefici porti e perché gli altri dovrebbero sceglierti**.



Il personal branding suggerisce di concentrarsi oltre che sul **valore** anche sulle **modalità di promozione**.

Facebook



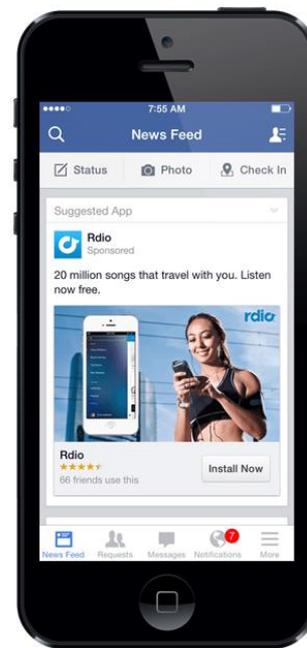
«Facebook aiuta a connetterti e rimanere in contatto con le persone della tua vita»

2.2 Miliardi di utenti attivi nel mondo

30 Milioni di utenti attivi in Italia

Attività:

- Pubblicare post
- Inviare dei messaggi di posta agli amici
- Discutere pubblicamente nei gruppi con altre persone
- Condividere foto e video
- Seguire gli aggiornamenti e condividere le news delle pagine
- Creare pagine FB ed eventi
- Creare dei gruppi di discussione



Twitter



«Guarda cosa sta succedendo nel mondo in questo istante»

330 Milioni di utenti attivi nel mondo
8 Milioni di utenti attivi in Italia

Attività:

- Pubblicare dei contenuti testuali in 280 caratteri
- Inviare dei messaggi di posta agli amici
- Condividere foto, video e articoli
- Seguire gli aggiornamenti e le news delle pagine
- Creare profili aziendali
- Utilizzare # per generare buzz intorno al tuo contenuto
- Seguire i top trend dei contenuti più «twittati» (eventi live, top contents)



Instagram



«*Capture and Share the World's Moments*»

1 Miliardo di utenti attivi nel mondo

19 Milioni di utenti attivi in Italia

Attività:

- Scattare o caricare foto/video e modificarli attraverso filtri fotografici
- Inviare dei messaggi
- Seguire profili di amici o aziendali
- Creare profili aziendali
- Utilizzare # per aumentare la copertura dei post
- Scattare o caricare foto e video attraverso Instagram Stories e Instagram TV:

NB: il canale è utilizzabili solo tramite app mobile.



LinkedIn



«Le relazioni contano»

200 Milioni di utenti attivi nel mondo

11 Milioni di utenti attivi in Italia

Attività:

- Creare un proprio profilo professionale che funge da vero e proprio Curriculum
- Creare una rete di contatti e professionisti
- Condividere articoli, foto e video
- Inviare dei messaggi ad altri profili e recruiter
- Seguire pagine aziendali e interagire con i loro contenuti (consiglia, commenta, condividi)
- Creare pagine aziendali
- Visualizzare le offerte di lavoro e inviare il proprio CV.



Iscrizione



LinkedIn

Email Password Accedi Hai dimenticato la password?

Dai il massimo
Iscriviti a LinkedIn. È gratis!

Nome

Cognome

Email

Password (almeno 6 caratteri)

Cliccando su "Iscriviti ora", accetti il Contratto di licenza,
l'Informativa sulla privacy e l'Informativa sui cookie di LinkedIn.

Iscriviti ora

Trova un collega Nome Cognome Cerca

Come cercare Lavoro con LinkedIn

Cerca

[Monitora le tue offerte di lavoro](#) | [Interessi di carriera](#) Sei alla ricerca di talenti? [Pubblica un'offerta di lavoro](#)

Passi successivi per la tua ricerca di lavoro (2)

Vuoi far sapere ai recruiter che sei disponibile?
Il tuo profilo e i tuoi interessi di carriera saranno messi in evidenza per i recruiter che non lavorano per la tua azienda. [Per saperne di più](#)



Condividi i tuoi interessi professionali
Aiuta i recruiter a capire quale tipo di opportunità ti interessano



Distinguiti nelle ricerche dei recruiter
I recruiter vedranno che il tuo profilo è segnalato come "Aperto a nuove opportunità"



Ricevi più opportunità
Aumenta le possibilità di ricevere messaggi rilevanti dai recruiter

[Attiva l'opzione](#) [Non adesso](#)

Come costruire il tuo profilo



1. PRIMO IMPATTO:
non trascurare la scelta della **foto profilo** e il **sommario personale** (headline): sono il tuo **biglietto da visita!**



2. RACCONTATI:
presenta le tue principali **esperienze e competenze** in linea con la tua formazione e la professione che vuoi intraprendere.



3. LA TUA RETE:
crea una rete ampia di **collegamenti**, che ti permetterà di essere trovato e di rendere virale il tuo profilo.



4. INTERAGISCI:
utilizza LinkedIn in modo attivo, creando contenuti e interagendo con la rete.

Trovare lavoro con i social

I **recruiter** utilizzano i **social network** per trovare candidati, il recruiting avviene infatti in buona parte su internet. Negli ultimi anni si è registrata una crescita esponenziale delle **aziende** presenti sui social, in particolare su LinkedIn, ma anche su Facebook, Twitter e Instagram. I social media rappresentano per le imprese un'opportunità per fare **network** e raggiungere un pubblico più ampio e le piattaforme online diventano sempre più spazi utilizzati per svolgere **attività di ricerca e selezione del personale**.



95% dei recruiters usa i social media per promuovere e pubblicare le offerte di lavoro

59% dei candidati sostiene di scegliere l'azienda in cui lavorare in base alla sua presenza online

Fonte: Forbes.com

Annunci di lavoro sui social



Gi Group Spa

Publicato da Marta Messina [?] · 14 maggio alle ore 17:30 · 🌐

Hai una passione per l'#elettronica? Ti piacerebbe lavorare in un contesto dinamico e innovativo? Per una delle più importanti multinazionali del settore #elettromeccanico ricerchiamo:

- collaboratori elettronici -> <https://bit.ly/2Ingo8Z>
- montatori elettronici -> <https://bit.ly/2Gbr33...> Altro...



Gi Group

216.400 follower

1s

Moda e lusso ti appassionano? Sei in cerca della tua prima opportunità professionale o di un'occasione di lavoro estiva? Cerchiamo Sales Assistant - sia junior che con esperienza - a Venezia per il primo Department Store Lu: ... vedi altro





www.gigroup.it