

A caccia di talenti via web. La tecnologia e i social media hanno modificato gli strumenti per rafforzare l'identità professionale, fare networking e individuare i collaboratori giusti

La carriera comincia da LinkedIn

Pagina a cura di Madela Canepa

Avvocati 4,0? Commercialisti digitalizzati? Oggi i protagonisti degli studi professionali non diffidano delle novità tecnologiche e utilizzano i social, sanno come utilizzare LinkedIn per rafforzare l'identità professionale e fare networking. Attività fondamentali per iniziare un percorso professionale o anche per migliorarlo. «In Italia abbiamo circa 11 milioni di utenti - dice Francesca Lanzara, Senior Relationship Manager di LinkedIn Italy -. Quasi 170mila sono liberi professionisti, una presenza in crescita negli ultimi anni. Mentre sono 350 le posizioni di lavoro aperte per la figura di avvocato».

La presenza di neolaureati e professionisti è aumentata negli ultimi anni man mano che gli studi legali atterravano sulla piattaforma. Per quanto riguarda gli studi professionali, ad esempio, oggi su LinkedIn si trovano i grandi nomi - le pagine di BonelliErede; Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners; Nctm Studio Legale; La Scala sono le più seguite del loro settore - e non solo. Si trovano le università, le aziende che hanno servizi legali e tax al loro interno, gli head hunter, le società di selezione. «Sono presenti con overview - continua Lanzara - con le posizioni aperte, con pagine di racconto sulla vita di studio che accompagnano i candidati junior nella scelta delle posizioni cui mirare, con informazioni sul business. È il modo di utilizzo della piattaforma varia da caso a caso».

Lo studio BonelliErede, il primo in Italia, su LinkedIn ha quasi 23mila follower. Dedica informazioni alle nuove leve e aggiorna le sue pagine con le novità che riguardano le sue attività di business. Michael Page Italia, multinazionale specializzata nella ricerca di personale qualificato (un milione e trecentomila follower), ricorre a LinkedIn per le possibilità che offre di networking e contatto diretto. Tania Nebbia, responsabile della divisione Tax & Legal, spiega di utilizzare molto la piattaforma «per stringere virtualmente la mano ai clienti e ai candidati».

Per quanto riguarda la selezione di candidati per una posizione aperta, alcuni studi o società si limitano a pubblicare i job per ricevere candidature, altri scelgono l'upgrade proposto dalla multinazionale americana che dà accesso al database interno per effettuare una ricerca con modalità avanzate. Esistono anche altre strade. «Abbiamo la fortuna di essere considerati uno degli studi "ideali" in cui lavorare per diverse ragioni - dice Alessandro Giuliani, partner di Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners (quasi 13.400 follower) -. Per questo, riceviamo molti cv "spontanei". Integriamo le ricerche anche tramite LinkedIn, soprattutto per ricercare profili con le specializzazioni che si rendono di volta in volta necessarie».

Per questo è importante, per chi è nuovo su LinkedIn, esserci nel modo giusto. «Realizzare un buon profilo che sia completo come prima cosa - precisa Francesca Lanzara -. Quindi connettersi con le persone rilevanti per i propri obiettivi e offrire, attraverso i pro-

Alcuni studi si limitano a pubblicare gli annunci, altri ricorrono all'upgrade e accedono ai database interni

pri post e le competenze dimostrate, motivo di essere contattati o segnalati. Se si fa parte di uno o più gruppi, ai debuttanti di LinkedIn consiglio un atteggiamento cauto, molto più dedito all'ascolto che all'intervento». Sbagliare è possibile anche solo nell'invio del curriculum. «Quando effettuiamo una ricerca di nuovi candidati via LinkedIn - dice ancora Alessandro Giuliani - capita molto spesso di ricevere un elevato numero di proposte non in linea con le caratteristiche richieste. Diventa allora importante che i candidati mettano particolare attenzione nella risposta ai post, per poter emergere in

modo più efficace».

Non solo: LinkedIn non è, come Facebook, un social generalista. Quindi, attenzione anche ai modi, ai linguaggi, ai tempi. «Importante - conferma infatti Tania Nebbia - che la risposta alla richiesta di contatto da noi effettuata sia veloce. Per questo è consigliato il controllo quotidiano del profilo. Per il resto, nel doppio check del curriculum ricevuti che effettuiamo su LinkedIn basta che i profili contengano informazioni chiare, corrette e aggiornate. Se sono anche attivi, grazie a post e segnalazioni, meglio. Ma è una cosa in più».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La piattaforma Su 11 milioni di utenti LinkedIn 170mila sono liberi professionisti

L'importanza del digital brand

«In 10 anni sono passato da junior a influencer»

Giorgio Mariani, è partner di Deloitte Legal. Il suo curriculum era su LinkedIn agli albori, dieci anni fa, quando era un avvocato alle prime armi. Negli anni ha affinato le tecniche d'uso di questa piattaforma: i suoi 11mila follower testimoniano l'impegno dedicato alla promozione del proprio personal brand con questo strumento e i risultati ottenuti, non ultimo il recente ingaggio da parte di un marchio internazionale della consulenza con incarichi riguardanti anche l'area digital.



Avvocato social Giorgio Mariani è partner di Deloitte Legal. Il suo curriculum era su LinkedIn agli albori, dieci anni fa, quando era un avvocato alle prime armi. Adesso conta 11mila follower

della piattaforma in ottica di personal branding. E a dotarsi di un profilo il più completo possibile, incluso il curriculum in inglese, e arricchire il network dei contatti con, ad esempio, nomi di head hunter e di aziende oppure studi legali di interesse.

Lo step successivo

È stato quello di iniziare a partecipare a gruppi ben scelti e postare interventi su LinkedIn con un contenuto e una rilevanza professionale. Fino a diventare un influencer nel suo campo. «Mi sono così fatto conoscere in un modo propositivo - continua Mariani - e ho trasformato la mia rete di contatti in un'audience vera e propria che, con un semplice "like", poteva moltiplicare la diffusione dei miei post, alcuni dei quali sono la divulgazione di ciò che pubblico sul mio blog personale». Gli effetti sono stati evidenti: «Oggi so che posso contare su una platea di circa 30 mila persone», conclude.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

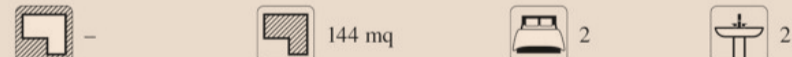
Come essere su LinkedIn al meglio

- IL PROFILO**
Deve essere completo e sintetico
Oltre al curriculum include le competenze e le esperienze professionali, le lingue parlate. Utile le esperienze di volontariato e le cause importati sostenute
- IL CURRICULUM**
È la base del profilo
Deve essere completo e accurato, non schematico, facilmente leggibile. Molto meglio se espresso in inglese per attirare interesse oltrefrontiera
- LA FOTO**
Deve rappresentare semplicemente la candidatura professionale
No a foto con gli occhiali da sole o in tenuta estiva. Per chi è presente su più social, si consiglia di utilizzare la stessa immagine per aiutare la riconoscibilità
- I CONTATTI PERSONALI**
Da inserire negli spazi appositi e non altrove
Email, telefono, eventuale blog personale, altri social: le coordinate vanno scelte con attenzione perché presuppongono una pronta risposta
- I GRUPPI**
Interventi da calibrare molto bene
Il profilo deve essere "vissuto". Fondamentale seguire aziende, influencer e partecipare a gruppi su tematiche rilevanti da un punto di vista professionale

Le case più belle meritano intermediari esclusivi.



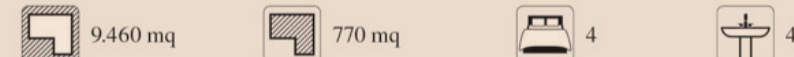
Catania, centro: appartamento con terrazza e vista su Castello Ursino.
E&V ID: W-02CAAD • D/144,57 kWh/m²a • € 355.000



☎ +39 095 722 13 64 • Catania@engelvoelkers.com



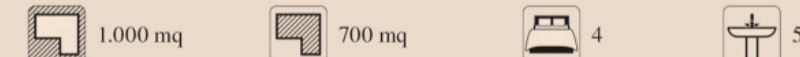
Cernobbio: splendida villa Liberty con vista mozzafiato sul lago di Como.
E&V ID: W-02774Y • G/519,31 kWh/m²a • € 3.275.000



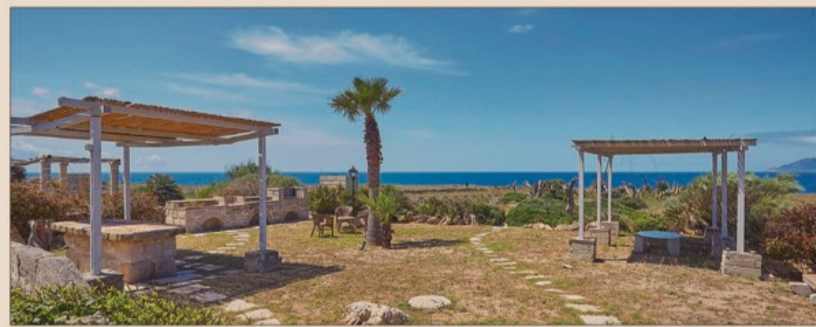
☎ +39 031 51 30 99 • LagodiComo@engelvoelkers.com



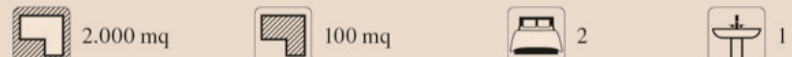
Cesena: villa elegante alle porte del centro storico con impianti domotici.
E&V ID: W-02A81D • E/153,25 kWh/m²a • € 2.300.000



☎ +39 393 952 23 91 • MilanoMarittima-Cesenatico@engelvoelkers.com



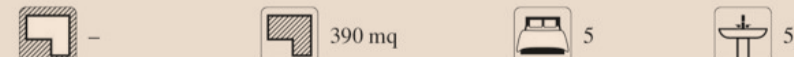
Favignana: prestigiosa proprietà in esclusivo residence Stornello.
E&V ID: W-02CHIL • G/345,30 kWh/m²a • € 490.000



☎ +39 0923 249 81 • Trapani@engelvoelkers.com



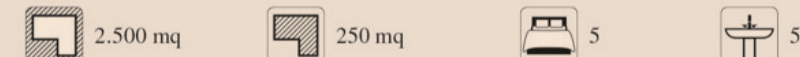
Milano: opportunità in Foro Buonaparte con giardino pensile di 500 mq.
E&V ID: W-02C85B • G/87,50 kWh/m²a • € 3.750.000



☎ +39 02 94 43 33 11 • MilanoPortaRomana@engelvoelkers.com



Olbia, Costa Dorata: villa in stile Mediterraneo a pochi passi dalla spiaggia.
E&V ID: W-029CHM • G/207,10 kWh/m²a • € 1.750.000



☎ +39 0789 278 60 • Olbia@engelvoelkers.com

Engel & Völkers Italia • Tel. +39 02 584 99 61 • Italia@engelvoelkers.com • www.engelvoelkers.com/italia



ENGEL & VÖLKERS

