

## Pubblicazione dello studio di Potentialpark 2017 Italia Online Talent Communication

### Candidati italiani: quando l'amore per il brand non basta

Dal quarto studio OTaC italiano condotto da Potentialpark emerge che le aziende stanno mostrando una grande adattabilità nella loro comunicazione ai candidati, di fronte ad una crescente transizione tecnologica e di comportamento dei giovani.

Da un lato le aziende si stanno confrontando con i professional e social network (e.g. LinkedIn e Facebook), più veloci e intuitivi, per quanto riguarda i sistemi di ricerca lavoro e candidatura online.

Dall'altro lato si stanno confrontando con un mercato di candidati dinamico ed esigente, con bisogno di trasparenza e semplicità per la *candidate experience* digitale.

#### 1. Trasparenza: coinvolgere il candidato

L'amore del candidato per l'azienda non è sufficiente. Al di là della naturale attrattività di un'azienda, dei suoi prodotti o del suo marchio, le aziende italiane sanno parlare di sé anche attraverso i propri dipendenti. Essi diventano ambasciatori che consentono ai candidati di proiettarsi nella cultura aziendale. Si tratta di una risposta efficace alla richiesta di maggior chiarezza su competenze e attitudini necessarie per il ruolo lavorativo e la vita in azienda di tutti i giorni: le mansioni, l'interazione con i colleghi, il contributo concreto alla mission aziendale.

#### 2. Ispirazione: vincere la battaglia per l'attenzione

Al di là del bisogno di autenticità, i candidati esprimono anche quest'anno la loro presenza su più canali. Mentre il **92%** degli intervistati sono presenti su **Facebook**, il **52%** su **LinkedIn** e il **61%** su **Instagram**, sembra essenziale per le aziende appropriarsi correttamente dei codici di linguaggio di queste piattaforme, posizionandosi come opinion leader e postando contenuti coinvolgenti. Le aziende devono sempre più fare prova di agilità e creatività per sviluppare una strategia intelligente di comunicazione di massa.

#### 3. Semplicità: offrire modalità di candidatura agili e intuitive

Infine, una volta che l'azienda sa come comunicare attraverso i diversi canali, deve convertire il candidato da potenziale in reale. La semplicità del processo di candidatura gioca un ruolo fondamentale per il candidato: uno su due predilige una candidatura tramite un form semplice e senza registrazione (49%).

## La classifica generale OTaC Italia 2017

### Online Talent Communication

Classifica Generale 2017 Italia

Posizione	Azienda	Diff 2016
1	Roche	↑ 1
2	Accenture	↓ -1
3	L'Oréal	→ 0
4	ERG	↑ 10
5	Hera Group	↑ 1
6	ABB	↓ -2
7	BNL	↓ -2
8	Unilever	↑ 18
9	Microsoft	↑ 15
10	Autogrill	→ 0
11	IBM	↑ 29
12	Nestlé	↑ 3
13	Bayer	↑ 10
14	EY	↓ -2
15	Siemens	↓ -4
16	Ferrovie dello Stato Italiane	↑ 4
17	Ferrero	↑ 29
18	Procter & Gamble	↑ 13
19	Lidl	↓ -10
20	Generali	↓ -2
21	ENI	↑ 4
22	Fater	↑ 11
23	Edison	↓ -16
24	Capgemini	↓ -16
25	Mondadori	↑ 29
26	Whirlpool	↑ 9
27	UniCredit	↑ 1
28	TIM	↓ -15
29	Decathlon	↓ -8
30	QVC	Nuovo
31	PwC	↓ -12
32	Snam	↑ 10
33	YOOX	Nuovo
34	Elica	↓ -18
35	Salini Impregilo	↓ -3
36	Luxottica	↑ 3
37	Deloitte	↓ -20
38	Cariparma	↑ 14
39	Metro	Nuovo
40	Allianz	↑ 19

Fonte: studio Potentialpark OTaC 2017 Italia

Posizione	Azienda	Diff 2016
41	Pirelli	→ 0
42	KPMG	↓ -15
43	Bosch	↑ 7
44	Bricocenter	Nuovo
45	Esselunga	↑ 4
46	Amplifon	New
47	Chiesi Farmaceutici	↓ -25
48	Vodafone	↓ -18
49	Prysmian Group	↓ -13
50	Benetton	↑ 21
51	UBI Banca	↓ -8
52	Leroy Merlin	↓ -5
53	FCA – Fiat Chrysler	↓ -15
54	Calzedonia	↑ 22
55	OVS	Nuovo
56	Enel	↓ -19
57	Carrefour	↓ -1
58	Biesse	Nuovo
59	Intesa Sanpaolo	↓ -8
60	Bip - Business Integration Partners	↓ -15
61	IKEA	↓ -4
62	Piaggio	↑ 10
63	Ariston	↓ -1
64	Coca-Cola HBC	Nuovo
65	Tenaris	↓ -10
66	Safilo	↓ -6
67	Sky	↑ 10
68	Brembo	Nuovo
69	Poste Italiane	↓ -11
70	Barilla	↓ -17
71	A2A	↓ -4
72	Carige	↓ -43
73	Technogym	↓ -3
74	Leonardo - Finmeccanica	↓ -30
75	Wind	↓ -9
76	Menarini	↓ -8
77	Terna	↓ -16
78	Datalogic	↓ -15
79	De Longhi	Nuovo
80	Campari	↓ -5
81	Atlantia	↓ -3

Fonte: studio Potentialpark OTaC 2017 Italia

## I vincitori

E' **Roche** l'azienda i cui canali online sono più in linea con le aspettative dei giovani candidati. Con un ottimo posizionamento su tutti i canali, eccelle soprattutto nella fase di candidatura online e su smartphone, con contenuti accattivanti per i *millennial*. Seguita da **Accenture**, vincitore nel 2016. Stabile **L'Oréal** al terzo posto. Menzione d'onore a **ERG**, prima tra le italiane, in salita di 10 posizioni.

E' di **ERG** il *Sito Carriera* che comunica nel modo più rilevante per i candidati italiani. La grande trasformazione *green* dell'azienda di Genova sta avvenendo quindi anche online, con strumenti vicini ai candidati italiani.

Riguardo ai *Social Media*, notevole la performance di **Allianz** che vince nella relativa categoria, con un mix di canali italiani e internazionali per la comunicazione dedicata ai potenziali talenti.

## Le figure chiave

Le fonti di informazione più utilizzate dai giovani candidati italiani per trovare lavoro sono il **sito carriera dell'azienda** (84%), i **career portal** (57%), i **professional network** come **LinkedIn** (53%) e i **social network** come **Facebook** (39%).

Riguardo all'uso dello **smartphone**, l'84% ha visitato un sito carriera da telefono (contro il 67% del 2016).

## Informazioni sullo studio

Potentialpark valuta la comunicazione aziendale delle risorse umane ai candidati dal 2002 sulla base dell'esperienza maturata in 15 anni e dello studio annuale sui giovani candidati in tutto il mondo. I risultati sono riassunti nel nostro studio e nella nostra classifica OTaC (Online Talent Communication).

**Intervistati:** 28.007 studenti e laureati a livello mondiale hanno partecipato allo studio di quest'anno. **8.279** sono italiani, provenienti da scuole di business, ingegneria e altre facoltà nel nostro paese.

**Aziende analizzate:** In tutto il mondo, Potentialpark ha valutato 461 imprese e 4.294 presenze online, siti carriera, sistemi di candidatura online, pagine social media e siti mobile friendly e in Italia **81 aziende**. Ogni anno studenti e laureati valutano la nostra griglia di lettura che ora include 340 criteri.

**Periodo di studio:** Settembre 2016 - Gennaio 2017

**Contatti per l'Italia:**

Marco Del Canale, +46764089353, [marco.del.canale@potentialpark.com](mailto:marco.del.canale@potentialpark.com)

Silvia Cugno, +46793355528, [silvia.cugno@potentialpark.com](mailto:silvia.cugno@potentialpark.com)

[www.potentialpark.com](http://www.potentialpark.com)

## Classifica per canale

### Sito Carriera

Posizione	Azienda	Diff 2016
1	ERG	↑ 17
2	Hera Group	↓ -1
3	TIM	↓ -1
4	ABB	↑ 3
5	Roche	↑ 1
6	Generali	↑ 6
7	Ferrovie dello Stato Italiane	↓ -4
8	ENI	↓ -3
9	Bosch	↑ 13
10	Accenture	↓ -6

### Candidatura Online

Posizione	Azienda	Diff 2016
1	Roche	→ 0
2	Microsoft	↑ 11
3	Hera Group	↑ 5
4	Benetton	↑ 71
5	Generali	↑ 1
6	Ferrero	↓ -1
7	Autogrill	↑ 26
8	ERG	↑ 30
9	Accenture	↓ -6
10	BNL	↑ 38

### Social Media

Posizione	Azienda	Diff 2016
1	Allianz	↑ 49
2	Unilever	↑ 3
3	L'Oréal	↓ -2
4	IBM	↑ 18
5	Accenture	↓ -3
6	Sky	↑ 52
7	Roche	↓ -1
8	PwC	↑ 1
9	Microsoft	↓ -2
10	Fater	↑ 6

### Mobile

Posizione	Azienda	Diff 2016
1	Roche	↑ 6
2	Accenture	↓ -1
3	ERG	↑ 8
4	L'Oréal	↑ 6
5	Autogrill	↑ 1
6	Lidl	↓ -3
7	Edison	↓ -5
8	Hera Group	↓ -3
9	Siemens	↑ 19
10	QVC	Nuovo