

7 REGOLE

PER UNA SELEZIONE DI SUCCESSO

Cercare il candidato giusto per una determinata posizione è impegnativo e complesso, ma trovare il “talento” è frutto di un lavoro di squadra, tra head-hunter e committente, che segue alcune regole fondamentali.

Eccone 7, dettate dall’esperienza che SAGE Executive Search ha maturato con imprese leader come Amadeus Italia e NTV Nuovo Trasporto Viaggiatori, Explora | EXPO 2015 e Accor Hotels (link a pagina Portfolio www.sageexecutivesearch.it/portfolio).

1. Stabilire subito il referente del committente.

Nelle grandi aziende sono diversi i ruoli coinvolti nella ricerca di personale, dalla divisione cui è destinato il candidato (commerciale, marketing, direzione strategica ecc.) alle Risorse Umane; l’ideale è che il referente dell’head-hunter sia il diretto responsabile di chi verrà poi assunto, ovvero il direttore commerciale per un direttore vendite, oppure il direttore marketing e comunicazione per un social media manager e così via;

2. Condividere una perfetta job description.

Il tempo dedicato alla compilazione della job description è fondamentale; tanto più il documento sarà accurato e dettagliato, tanto più il target sarà definito e i candidati saranno individuati con precisione;

3. Rispondere subito alle domande dell’head-hunter.

In fase di selezione, il recruiter deve potersi confrontare costantemente col proprio referente, per avere risposta immediata a domande tipo: *“cerchiamo su Milano, possiamo accettare un candidato di Novara?”* *“abbiamo un buon candidato che supera di 2 anni il limite di età previsto in job description, lo prendiamo in considerazione?”* *“abbiamo un candidato per la posizione marketing, ma con esperienza nella GDO e non nel turismo, dovremmo prenderlo in considerazione...”*;

4. Valutare con la massima attenzione la short-list.

L’head-hunter condensa nella short-list il frutto del proprio lavoro di selezione, durato magari settimane e fondato su decine di colloqui e interviste; SAGE Executive Search redige una short-list composta da soli 4 o 5 candidati e molto accurata, che include - per ciascuno - foto e anagrafica, résumé e valutazione complessiva, inquadramento e retribuzione, oltre a un CV “normato”; ogni dettaglio, ogni parola, ogni aggettivo ha un peso e l’attenzione che il committente dedica all’analisi del documento è fondamentale per il buon esito della ricerca;

5. È il referente del committente a dover sostenere i colloqui di selezione.

L'errore più grave che l'azienda cliente possa commettere è demandare a terzi i colloqui con i candidati inseriti in short-list; capita, ad esempio, che il direttore commerciale (referente della ricerca) abbia un'emergenza e incarichi del colloquio un proprio collaboratore oppure "qualcuno" delle Risorse Umane, che magari della ricerca non sa nulla o che non ha i titoli per valutare adeguatamente i candidati; la relazione referente / head-hunter / candidato deve essere stabile e invariabile nel tempo. In caso di indisponibilità del referente, meglio rinviare il colloquio del candidato in short-list ad altra data;

6. L'head-hunter deve sapere perché un determinato candidato è stato escluso.

Il committente spesso limita il proprio commento a una candidatura sgradita con uno sbrigativo "no, non va bene, non mi piace", oppure si sofferma su un dettaglio ininfluente "è arrivato tardi e ha chiesto di togliersi la giacca appena seduto, non era proprio il caso..."; ogni bocciatura deve essere giustificata, possibilmente per iscritto, anche solo in 3 o 4 righe. Questo è il solo modo tramite il quale l'head hunter può capire perché quel determinato candidato non andava inserito in short-list e perché quell'altro ha invece superato la selezione;

7. I tempi di ricerca sono stretti e il committente non deve perdere tempo.

Capita spesso che la ricerca sia urgente, che l'head-hunter proceda speditamente e individui in pochi giorni i candidati in short-list; poi succede che il committente sia molto impegnato, che il referente sia all'estero e che la convocazione dei candidati sia posticipata di settimane rispetto alla presentazione della short-list; il miglior modo per perdere candidati validi è dilatare i tempi, sia tra selezione dell'head-hunter e il primo colloquio di selezione, sia tra questo e il colloquio finale. L'ideale è che - tra un colloquio e l'altro - non trascorra mai più di una settimana e che i candidati siano "tenuti sulla corda": che il committente si regoli e dedichi la giusta priorità alla conduzione della fase finale della ricerca. I "talenti" non aspettano, e nel frattempo possono accettare un'altra offerta, oppure sfruttare quella del committente per rilanciare nella propria azienda, e restare dove sono.