

#OBIEZIONE 1: Gli Head Hunter costano troppo

scritto da Andrea Pozzan | 10 Marzo 2020



Non tutti lo ammettono esplicitamente, ma noi sappiamo che il costo è il principale tabu`da superare per poter creare una partnership tra una società di head hunting specializzata e un'azienda del vino, nella ricerca e nella selezione dei talenti per la propria organizzazione.

Lo capiamo da alcuni sintomi precisi:

- a volte alle aziende basta avere un solo curriculum interessante, una sola persona da incontrare per un colloquio per avere l'impressione di poter risolvere il problema "da soli";
- spesso devono passare settimane o mesi di tentativi a vuoto gestiti internamente prima di arrendersi e rivolgersi a professionisti esterni;
- nel cercare aiuto fuori dell'azienda, la prima scelta di solito cade su agenzie non specializzate che magari offrono un servizio low-cost.

In realta', a far bene i conti, tutto il tempo dedicato (spesso dal titolare) ai colloqui e alla ricerca di candidati, unito ai costi occulti che derivano dalla scelta di una persona non adeguata, porterebbero alla conclusione opposta: costa meno affidare questo processo "divoratore di tempo e di energie" a una struttura esterna gia' organizzata specificamente per queste attivita', e ancor piu' conviene affidarsi a una societa' specializzata nel settore vino, dotata di un know-how profondo e di un network vivo e aggiornato di professionisti che gia' lavorano nel settore.

Non ci credete? Prendete carta e penna e fate un calcolo di quanto tempo avete dedicato personalmente o attraverso i vostri collaboratori a questo tipo di attivita' nell'ultimo anno. Poi fate un'onesta valutazione del risultato.

Se i conti non tornano, la prossima volta saremo ben felici di confrontarci con voi su costi e benefici del nostro servizio WinePeople Talent!