

Wine Talent: le persone al centro del gioco

scritto da Lavinia Furlani | 28 Febbraio 2018



Quando si decide di creare un'impresa, appare scontata la decisione di investire nel modo più appropriato in termini di attrezzature all'avanguardia ed efficienti, di logistica, di marketing, per rendere il più fedele possibile alle nostre aspettative, l'organizzazione aziendale.

È naturale voler ottimizzare la produzione, arrivare ad

ottenere dei prodotti eccellenti, assicurarsi che vengano presentati sul mercato in modo da esprimerne tutto il valore.

Possiamo dire che la stessa attenzione e accuratezza venga rivolta alla scelta delle persone che saranno la parte non solo "operativa" della nostra impresa, ma anche rappresentativa, soprattutto in un'azienda del settore vitienologico?

"A prescindere che tu domani ti possa occupare degli aspetti agroeconomici del vigneto, di quelli enologici in cantina, di quelli di marketing in azienda, di quelli commerciali sul mercato, dovrai necessariamente essere un manager della riconoscibilità" (...) si dovrà investire nei manager della riconoscibilità, nel nostro futuro, nella competenza nostra, e dei nostri collaboratori", afferma Fabio Piccoli, direttore responsabile di Wine Meridian.

Cosa vuol dire questo, e perché ora più che mai è necessaria una scelta mirata nelle risorse umane nel mondo del vino? Il cambio repentino dei mercati negli ultimi anni, dettato da un'evoluzione veloce e inarrestabile di stili e abitudini di consumo, la dinamicità dei mercati stessi, l'affiorare di nuove sensibilità in termini di sostenibilità; l'influenza di una comunicazione "social" dei prodotti, solo per citare alcuni fattori, hanno portato allo scardinamento di vecchi sistemi di organizzazione e gestione aziendale.

Molte aziende italiane però si sono trovate, e si trovano spesso in difficoltà di fronte a queste rivoluzioni. Da anni, Wine People affianca le imprese del vino italiane, supportandole nell'ambito del recruiting, e abbiamo potuto toccare con mano, come alcune tendenze "stagnanti" di vecchi modelli aziendali, siano potute essere causa di difficoltà; ma proprio per questo, anche di crescita, se affrontate con lungimiranza.

Con la creazione di Wine Talent, abbiamo voluto creare un ponte tra la domanda e l'offerta di lavoro, utilizzando un

network relazionale molto ampio, che si avvale dell'esperienza maturata in anni di presenza sui mercati nazionali e internazionali, mettendo a disposizione delle aziende, un bacino di potenziali candidature nettamente più esteso di quello a cui potrebbero attingere gli imprenditori in autonomia.

Come consulenti, ci avvaliamo di preziosi strumenti che ci permettono di riconoscere e valorizzare al meglio, i talenti che meglio rispondono alle esigenze delle imprese che necessitano di fare scelte mirate riguardo al personale. Spesso, ad essere onesti, sono i candidati stessi ad accorgersi prima degli imprenditori, di quanto sia necessario trovare degli interlocutori che possano aiutare in una collocazione mirata, per questo riceviamo ogni giorno una grande quantità di curricula, che consentono di avere un importante portfolio di profili specializzati e in grado di rispecchiare un notevole "alfabeto di competenze", necessarie ai progetti di sviluppo internazionale delle aziende del vino.

Quali sono i vantaggi della mediazione, noti da tempo ai candidati, e forse meno chiari alle aziende? Innanzitutto, la possibilità di avere la possibilità di gestire la parte di job description in maniera accurata, e avvalendosi del supporto dialettico con esperti del settore, che non solo tengono conto delle caratteristiche professionali richieste ai candidati, ma anche della visione aggiornata dei dati di mercato, e delle esigenze, nonché delle sfide, che vengono sottoposti al settore vitivinicolo.

Il secondo aspetto, è legato alla possibilità, per degli head hunter senior come noi, di poter condurre una ricerca di profili eterogenei, all'interno di un network necessariamente più ampio e variegato, di quanto possa disporre una singola azienda. Gli strumenti di valutazione e criteri di scelta dei candidati, possono andare ben oltre ai "fattori prima impressione", e alle "referenze" elencate nelle varie presentazioni, ottimizzando di gran lunga i tempi e i costi

necessari per la definizione del profilo ottimale di cui si ha bisogno.

Una delle obiezioni mossa al servizio di recruiting, affidata a società esterne, è proprio quella di essere un servizio "costoso". A questa obiezione, rispondiamo con una riflessione: quanto costa ad un'impresa, scegliere figure professionali che si rivelano inadeguate alle loro esigenze, non in linea con la filosofia aziendale, o poco flessibili, rispetto ad abilità che pur non essendo fondamentali, sarebbero strategiche, rispetto all'ambiente aziendale in questione? Quanto costa, solo in termini di tempo, una ricerca efficace, che può rendere necessaria la sperimentazione di più candidati, prima di giungere al "matrimonio perfetto"? Sappiamo bene cosa vuol dire, e soprattutto ci rendiamo conto dell'impatto che questa ricerca può avere per gli imprenditori, anche quando si rivela fruttuosa, nella migliore delle ipotesi.

Si sottrae tempo ed energia ad altri aspetti fondamentali per la gestione aziendale, e talvolta, ci si avvale di un "passaparola", che richiede tempistiche molto lunghe ed estenuanti, prima di giungere a conclusioni positive. Con Wine Talent, abbiamo la possibilità di avvalerci di un database costantemente aggiornato sui cambiamenti di ruolo e di azienda dei professionisti e dei manager inseriti.

I nostri servizi principali sono:

- Ricerca e selezione di personale specializzato per il settore vitivinicolo, con particolare focus sulle figure commerciali (Recruiting & Head Hunting).
- Interventi di valutazione sulle risorse umane interne alle aziende (Assessment).
- Supporto all'analisi delle posizioni da ricercare (Job Description) e pubblicazione di annunci "mirati" su canali digitali specialistici (Advertising e Job Posting).
- Formazione dedicata allo sviluppo delle competenze manageriali e relazionali collegate alle vendite del vino sui

mercati globali.

- Da anni organizziamo appuntamenti di Speed-dating (veloci incontri tra aziende e candidati) all'interno delle principali manifestazioni fieristiche del vino, in Italia e all'estero. Questa formula ci consente di intercettare i candidati più giovani e ad alto potenziale, per proporli poi alle aziende clienti.

Accompagniamo da vicino le aziende nel delicato compito di trovare le risorse umane più adatte in termini di competenze, ma anche di abilità personali e relazionali, perché è sempre più evidente che tra avere la possibilità di scelta, e avere la possibilità di fare la scelta "giusta", c'è un'enorme differenza!

Per saperne di più scrivi a risorseumane@winepeople-network.com