

Le risorse umane sono come il pesce fresco

scritto da Andrea Pozzan e Lavinia Furlani | 14 Dicembre 2021



Una delle prime domande che le aziende del vino ci fanno quando ci affidano la ricerca di un manager riguarda **i tempi di attesa prima di vedere i primi candidati**. La domanda è dettata spesso da una percezione di urgenza, o dal fatto che, prima di chiamare noi, hanno provato tutte le forme tradizionali di ricerca (soprattutto quella del passaparola). Ma si sa, **affidarsi al “chiacchiericcio” di conoscenze, fornitori, commercialisti, e chi ne ha, più ne metta, non si rivela sempre una buona idea**.

La selezione è un processo che ha tappe obbligate, pena la perdita di qualità ed efficacia. Nonostante questo, **WinePeople**, grazie ad un team di recruiter esperti, riesce a contenere in 3-4 settimane i tempi effettivi dell'attività di ricerca, valutazione e selezione. La nostra esperienza, tuttavia, ci dice che paradossalmente è sempre molto maggiore il tempo che passa da quando WinePeople presenta i candidati alle aziende, a quando si arriva alla scelta finale, rispetto ai tempi effettivi della ricerca.

Quali sono i motivi di questo ritardo? Sono quasi sempre legati agli impegni degli interlocutori aziendali, che fanno slittare in avanti gli appuntamenti con i candidati. Se il candidato deve essere visto da 4 persone dell'azienda e queste non riescono mai a trovarsi tutte insieme, **si finisce per dover organizzare due o tre appuntamenti, quasi sempre a una settimana l'uno dall'altro** (e così un mese vola via!).

Perché questi tempi diventano un grosso problema? Perché il mercato del lavoro, soprattutto in un settore specialistico come quello del vino, **si muove con le stesse dinamiche del mercato del pesce fresco**: non si può tergiversare troppo nella decisione, perché c'è il rischio che qualcun altro si porti via i pezzi migliori (o che il pesce vada a male!).

Ecco perché insistiamo sempre con le aziende che **diano il giusto ritmo alla fase finale della selezione**, che avviene con il supporto dei consulenti WinePeople. La disponibilità di informazioni nei social network rende più fluida la ricerca e la valutazione da parte nostra: il patrimonio di informazioni di cui i player del settore possono usufruire è notevole, e consente un primo confronto, rafforzato da una nutrita concorrenza rispetto alla disponibilità effettiva di risorse.

Il nostro ruolo si rivela cruciale nella comunicazione tra aziende e candidati, anche nella valutazione della coerenza dei profili professionali e personali con i valori aziendali. Per noi si rivela interessante la possibilità, in seguito a questa attività di ricerca, di poter raccogliere dei feedback utili per sviluppare l'employer branding dell'azienda, e per offrire in futuro la possibilità di ridefinire i criteri di selezione, ponendo l'attenzione su nuovi parametri, quali il network professionale della persona, il suo profilo digitale e la **reputazione sul web dal punto di vista lavorativo**.

Alle aziende, consigliamo quindi di rendere più "smart" il processo di valutazione e selezione delle risorse richieste, definendo innanzitutto il profilo ideale da cercare, curando

la fase di preselezione, sia nei tempi che nelle modalità, e perfezionando, infine, la fase di **onboarding**.

Spesso ci si dimentica che la buona riuscita di un processo di selezione, passa anche da un inserimento efficace dei neoassunti, che consente non solo un “avviamento” facile, ma anche **una permanenza lunga e proficua nel proprio organico**. Pensare ad una strategia di onboarding aziendale significa investire tempo e cura nella trasmissione delle competenze necessarie, e nel creare le dinamiche giuste che integrino nel gruppo i neoassunti. Ecco perché ci sentiamo di dire che **investire tempo, in questo caso, permette anche di guadagnarne a lungo termine**.