DAL LATO DELLA DOMANDA | PRINCIPALI PASSI

1. CUCIRE SU MISURA L'OFFERTA DI LAVORO

2. SCEGLIERE EFFICACI CRITERI DI VALUTAZIONE RISPETTO ALLE SINGOLE VACANCY

3. POSIZIONARSI SUL CANALE DEL MERCATO DEL LAVORO CONGRUO ALLA RICERCA DEL CANDIDATO DA ATTRARRE

4. ANALISI DI ASSESSMENT

5. SCEGLIERE I CRITERI DI "ATTRAZIONE" DEL CANDIDATO

6. SVILUPPARE/RAFFINARE EMPLOYER BRANDING

7. CONFRONTARSI CON GLI SPECIALISTI DEI CANALI DEI MERCATI DEL LAVORO E DEI PROCESSI DI RECRUITING

8. INCREMENTARE LA CONOSCENZA E L'UTILIZZO DEI CANALI DIGITALI

9. LAVORARE SULLA REPUTAZIONE E COMUNICAZIONE DI IMPRESA

10. LEGGERE PROSPETTICAMENTE IL MERCATO DEL LAVORO E DELLA CONCORRENZA, E SUCCESSIVA COMPARAZIONE CON VACANCY AZIENDALE

11. CONOSCERE SEMPRE DIRETTAMENTE E PERSONALMENTE LA "ROSA DEI CANDIDATI"

12. DIVERSIFICARE I CANALI PER LA CANDIDATURA

13. PROGETTO DI SVILUPPO DI IMPRESA

14. CURARE LA FASE DI INSERIMENTO AZIENDALE

DAL LATO DELL'OFFERTA | PRINCIPALI PASSI

1. ANALIZZARE IL FUNZIONAMENTO E I BISOGNI DEI MERCATI DI LAVORO TERRITORIALI DI INTERESSE

2. MAPPARE LE COMPETENZE

3. PROFILARE LA PROPRIA CANDIDATURA

4. SVILUPPARE/RAFFINARE E PROMUOVERE IL SELF BRANDING

5. POTENZIARE LE CONOSCENZE DEI CANALI DEL MERCATO DEL LAVORO

6. FORMAZIONE SU SOFT SKILL

7. PROGETTARE LA PROPRIA PROPOSTA STRATEGICA PER CIASCUNA IMPRESA TARGET

8. DEFINIRE LA PROPRIA MATRICE DI RICOLLOCABILITÀ CONSULTANDO ESPERTI DI SETTORE

9. INCREMENTARE LA CONOSCENZA E L'UTILIZZO DEI CANALI DIGITALI

10. MAPPARE IL PROPRIO NETWORK

11. DIVERSIFICARE I CANALI PER LA PROPRIA CANDIDATURA

12. FORMAZIONE SU HARD SKILL

13. GESTIRE "DATABASE" DELLE PROPRIE AZIONI E RELATIVI FEEDBACK

14. COSTRUIRE INFORMAZIONI STRATEGICHE SULLE PRIME 30 AZIENDE TARGET

DAL LATO DEGLI OPERATORI | PRINCIPALI PASSI

1. RIDEFINIRE LE STRATEGIE DI RECRUITING

2. RIDEFINIRE LA MAPPATURA DELLE COMPETENZE E RUOLI MANAGERIALI

3. FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO RELATIVO AI CAMBIAMENTI DEL MERCATO

4. LAVORARE PER SETTORI/AREE E NON SU JOB TITLE

5. FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO DEGLI INTERMEDIATI SU DIGITALE E COMPETENZE TECNICHE

6. AMPLIARE LA FUNZIONE DI "ORIENTATORI"

7. INCREMENTARE LA CONOSCENZA E L'UTILIZZO DEI CANALI DIGITALI

8. FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO SULL'AREA SOSTENIBILITÀ

9. RIDEFINIRE LE GESTIONE DEI COLLOQUI

10. INVESTIRE SU BUSINESS LINE *AD HOC* (EX. TEMPORARY)

11. SVILUPPO DELLA FIGURA DEL "CHANNEL MANAGER"