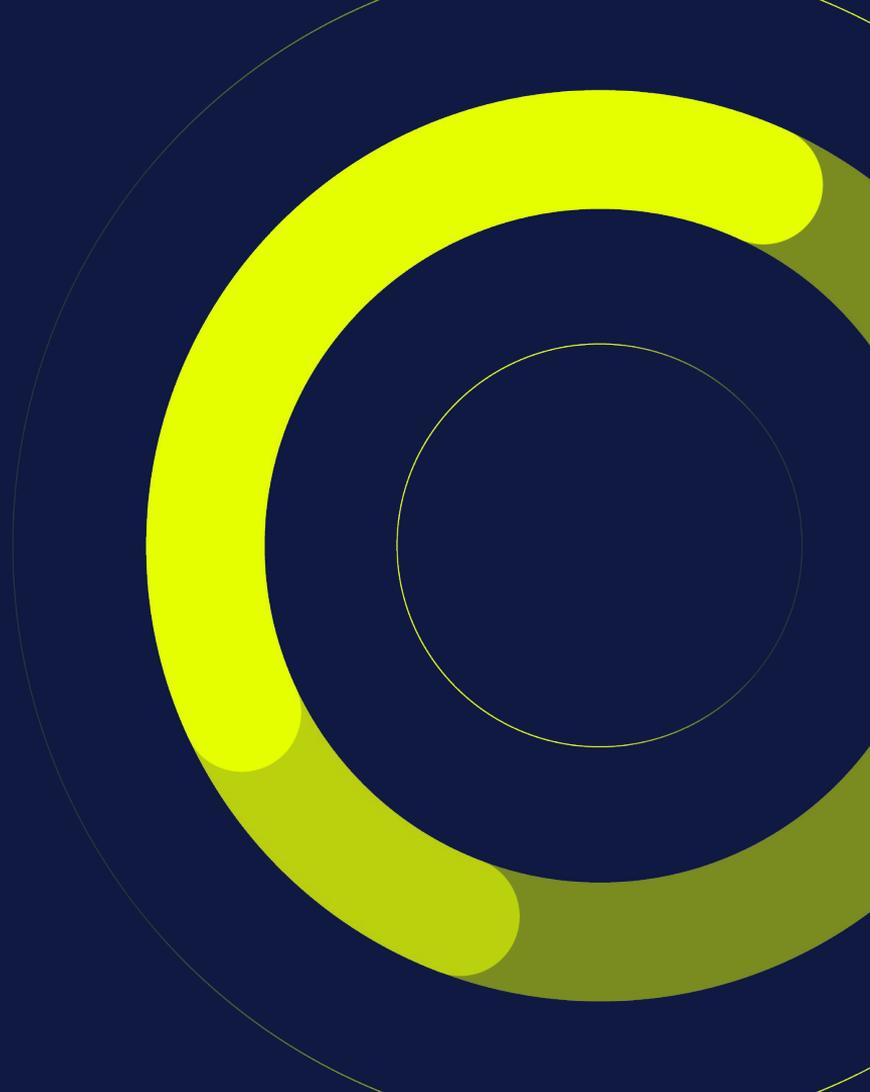


La rilevanza della web reputation nella selezione del personale

Giornate della buona amministrazione
e della trasparenza - Regione Marche

16 dicembre 2024



randstad enterprise italia.



Randstad Enterprise è la **divisione specializzata del Gruppo** che, attraverso la società Randstad HR Solutions, si occupa di **talent strategy** rivolta a organizzazioni e persone.

Per le aziende che devono affrontare cambiamenti e sfide complesse disegna soluzioni che incidono su **cultura e struttura organizzativa**, innestando fasi di consulenza con il team di talent advisory e servizi specializzati di **talent acquisition, talent development e talent transition**.

Parallelamente, a supporto delle divisione specializzate di Randstad (Operational, Professional, Digital), Enterprise accompagna le persone, che definisce **talenti**, durante tutto il percorso lavorativo, dall'orientamento allo sviluppo professionale. Questo processo, chiamato **talent journey**, include anche la formazione per nuove competenze e professioni, spesso difficili da reperire sul mercato.

agenda.

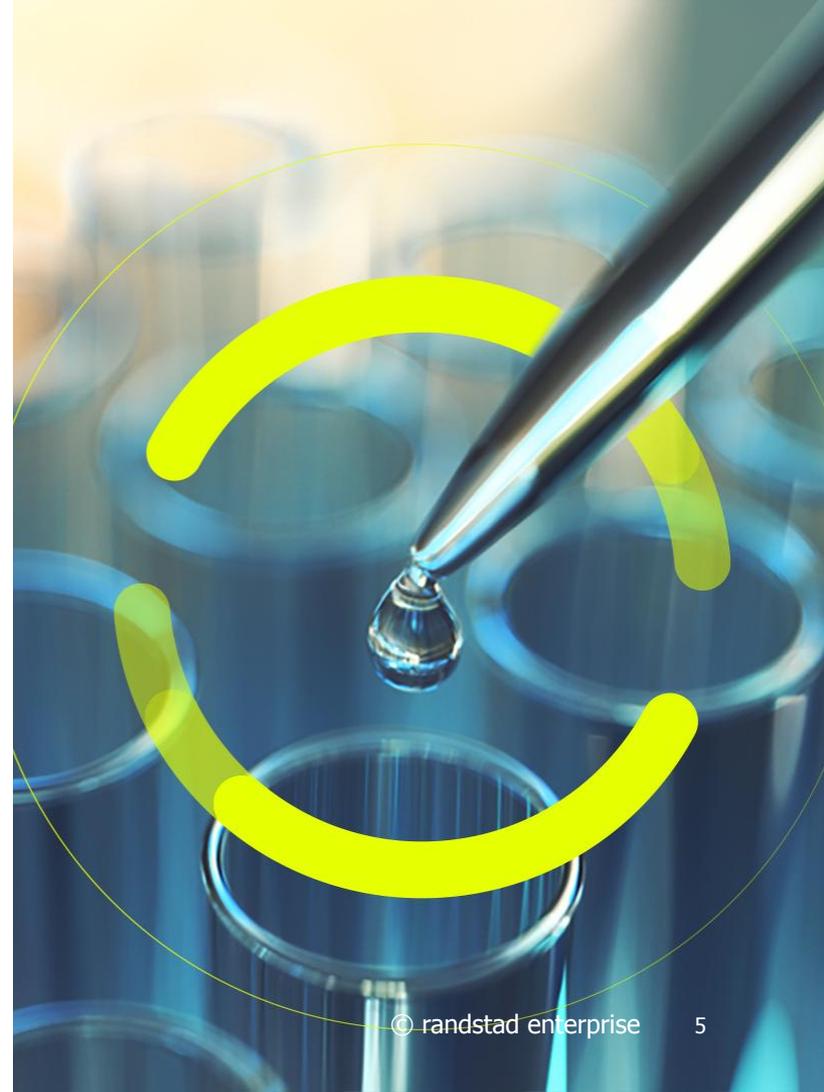
web reputation: cos'è	5
come misurare la propria web reputation	9
l'importanza della web reputation nel processo di selezione	12

web reputation: che cos'è

web reputation. definizione

La web reputation rappresenta l'immagine e la percezione che una persona (o un'organizzazione) ha online. È costruita attraverso:

- contenuti pubblicati personalmente: post sui social media, articoli, blog, foto.
- interazioni e feedback degli altri: commenti, recensioni, tag, menzioni.
- dati indicizzati dai motori di ricerca: articoli di giornale, profili pubblici, partecipazioni ad eventi.



gestire la propria web reputation.



definire chi si è

quali sono le vostre competenze, valori, passioni e obiettivi?

punto di partenza da cui cominciare a pianificare tutte le azioni strategiche per promuovervi online.

avere chiaro chi siete e dove volete arrivare.



creare un sito o blog

una buona strategia per intercettare subito l'attenzione di chi ricerca online è quella di creare un sito o un blog personale.

questo permette di controllare meglio la propria immagine e il modo in cui la percepiscono gli altri.



creare contenuti di valore

creare e pubblicare con regolarità articoli, video e contenuti di qualità, che esprimano in cosa si è bravi e cosa vi appassiona sviluppare una strategia di content marketing che faccia apparire chi si è: veri esperti nel vostro settore.

considerare che cosa potrebbe interessare al pubblico di riferimento.

gestire la propria web reputation.



creare una piccola community fidelizzata

creare un pubblico "affezionato" fornendogli la possibilità di interagire condividendo interessi e punti di vista.

permettere a chi legge di seguire i contenuti sui social. A poco a poco si creerà una community sempre più ampia che vi farà emergere come una voce autorevole nel vostro settore.



creare relazioni con altri esperti

cercare le personalità già conosciute nel campo di interesse ed entrare in contatto con loro.

questo permetterà di farvi conoscere e di ampliare il vostro pubblico potenziale.

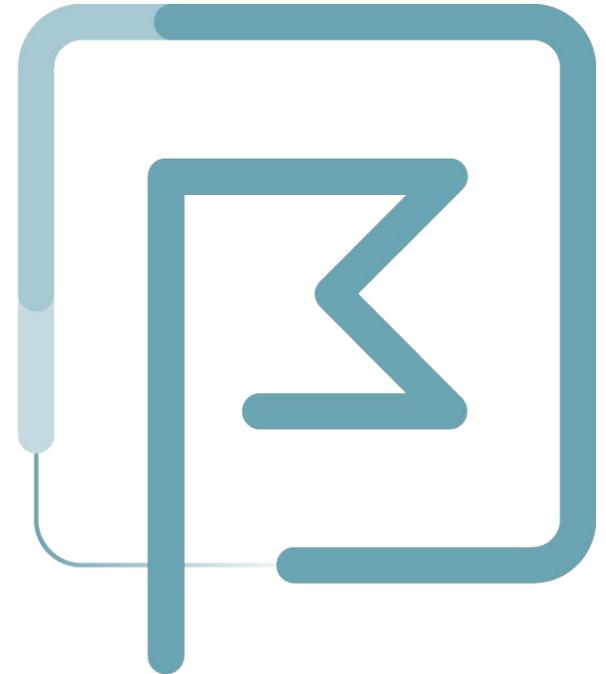
come misurare la
propria web
reputation.



web reputation. come misurarla

La web reputation può essere misurata attraverso strumenti specifici, sia per i candidati sia per le aziende:

- ricerca organica su Google: effettua una ricerca del proprio nome e cognome per valutare un'eventuale presenza online e la rilevanza dei risultati. Questa attività di monitoraggio è molto importante e va svolta regolarmente per assicurarsi che nella pagina dei risultati di ricerca non compaiano contenuti che potrebbero metterti in cattiva luce





web reputation. come misurarla

- google alerts: Imposta avvisi personalizzati per ricevere notifiche quando il tuo nome viene menzionato pubblicamente sul web.
- monitorare feedback dei colleghi e dei clienti su LinkedIn: Controllare i feedback di colleghi, clienti o partner di lavoro può fornire un'idea di come si viene percepiti professionalmente e può permetterci di avere sempre sotto traccia lo stato della nostra reputazione digitale.

l'importanza
della web
reputation nel
processo di
selezione.



la web reputation. l'importanza per le aziende

il crescente peso della web reputation nel contesto dell'attrattività aziendale e dei processi di selezione del personale è un fattore da non sottovalutare. In particolare, la **Randstad Employer Brand Research** mette in luce che i fattori come la **percezione pubblica dell'azienda, l'etica e il coinvolgimento sociale** influenzano in modo significativo la decisione dei talenti di candidarsi o accettare un'offerta. Questo conferma che una solida reputazione online è essenziale per attrarre e mantenere i migliori talenti.

I risultati sottolineano anche come gli strumenti digitali e i social media siano utilizzati dai recruiter per valutare le caratteristiche personali e professionali dei candidati, indicando una **chiara intersezione tra branding digitale e recruitment strategico**. La trasparenza e l'allineamento ai valori promossi pubblicamente si rivelano cruciali per le organizzazioni che vogliono posizionarsi efficacemente sul mercato del lavoro

perché la web reputation è rilevante nella selezione?

aspetti pratici

- **Decision-making basato su dati più ampi:** La web reputation offre un quadro aggiuntivo rispetto al CV, mostrando soft skills, interessi e coerenza con i valori aziendali.
- **Prevenzione di rischi reputazionali:** Un controllo preventivo evita di assumere candidati che potrebbero creare problemi per comportamenti passati inappropriati.

cosa cercano i recruiter?

- **Coerenza:** Il candidato presenta online le stesse esperienze e competenze del CV?
- **Professionalità:** I contenuti condivisi riflettono serietà e attenzione?
- **Competenze digitali:** La capacità di usare piattaforme digitali è una soft skill ormai essenziale, soprattutto in un mercato del lavoro sempre più digitalizzato.

web reputation e selezione. i canali social

Canali Social Utilizzati per il Recruiting: un sempre maggior numero di candidati cerca opportunità di lavoro direttamente sui **social media**, una tendenza che sottolinea il crescente ruolo di questi canali nel processo di selezione. Questo fenomeno è particolarmente evidente su piattaforme come **LinkedIn**, che risulta lo strumento maggiormente utilizzato: in particolare sono le **generazioni più giovani** (53%) e chi ha un **livello di istruzione medio o alto** (62%) a farne maggior uso, secondo la Randstad Employer Brand Research 2024 condotta su un campione di rispondenti italiani.

Reputazione Online come Vantaggio Competitivo: I social media vengono sempre più visti come uno **strumento strategico** per il recruiting. Un uso efficace di questi canali può migliorare sia il "**candidate journey**" che l'esperienza complessiva del processo di selezione, contribuendo a costruire un brand aziendale forte.

partner for talent.



randstad
enterprise

© randstad enterprise