

Giovani e opportunità .professioni

A caccia di talenti via web. La tecnologia e i social media hanno modificato gli strumenti per rafforzare l'identità professionale, fare networking e individuare i collaboratori giusti

La carriera comincia da LinkedIn

Pagina a cura di
Madela Canepa

Avvocati 4.0? Commercialisti digitalizzati? Oggi i protagonisti degli studi professionali non diffidano delle novità tecnologiche e utilizzano i social, sanno come utilizzare LinkedIn per rafforzare l'identità professionale e fare networking. Attività fondamentali per iniziare un percorso professionale o anche per migliorarlo. «In Italia abbiamo circa 11 milioni di utenti – dice Francesca Lanzara, Senior Relationship Manager di LinkedIn Italy –. Quasi 170mila sono liberi professionisti, una presenza in crescita negli ultimi anni. Mentre sono 350 le posizioni di lavoro aperte per la figura di avvocato».

La presenza di neolaureati e professionisti è aumentata negli ultimi anni man mano che gli studi legali atterravano sulla piattaforma. Per quanto riguarda gli studi professionali, ad esempio, oggi su LinkedIn si trovano i grandi nomi – le pagine di BonelliErede; Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners; Nctm Studio Legale; La Scala sono le più seguite del loro settore – e non solo. Si trovano le università, le aziende che hanno servizi legali e tax al loro interno, gli head hunter, le società di selezione. «Sono presenti con overview – continua Lanzara – con le posizioni aperte, con pagine di racconto sulla vita di studio che accompagnano i candidati junior nella scelta delle posizioni cui mirare, con informazioni sul business. E il modo di utilizzo della piattaforma varia da caso a caso».

Lo studio BonelliErede, il primo in Italia, su LinkedIn ha quasi 23mila follower. Dedicata informa-

zioni alle nuove leve e aggiorna le sue pagine con le novità che riguardano le sue attività di business. Michael Page Italia, multinazionale specializzata nella ricerca di personale qualificato (un milione e trecentomila follower), ricorre a LinkedIn per le possibilità che offre di networking e contatto diretto. Tania Nebbia, responsabile della divisione Tax & Legal, spiega di utilizzare molto la piattaforma «per stringere virtualmente la mano ai clienti e ai candidati».

Per quanto riguarda la selezione di candidati per una posizione aperta, alcuni studi o società si limitano a pubblicare i job per ricevere candidature, altri scelgono l'upgrade proposto dalla multinazionale americana che dà accesso al database interno per effettuare una ricerca con modalità avanzate. Esistono anche altre strade. «Abbiamo la fortuna di essere considerati uno degli studi "ideali" in cui lavorare per diverse ragioni – dice Alessandro Giuliani, partner di Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners (quasi 13.400 follower) -. Per questo, riceviamo molti cv "spontanei". Integriamo le ricerche anche tramite LinkedIn, soprattutto per ricercare profili con le specializzazioni che si rendono di volta in volta necessarie».

Per questo è importante, per chi è nuovo su LinkedIn, esserci nel modo giusto. «Realizzare un buon profilo che sia completo come prima cosa – precisa Francesca Lanzara -. Quindi connettersi con le persone rilevanti per i propri obiettivi e offrire, attraverso i propri post e le competenze dimostrate, motivo di essere contattati o segnalati. Se si fa parte di uno o più

gruppi, ai debuttanti di LinkedIn consiglio un atteggiamento cauto, molto più dedito all'ascolto che all'intervento». Sbagliare è possibile anche solo nell'invio del curriculum. «Quando effettuiamo una ricerca di nuovi candidati via LinkedIn – dice ancora Alessandro Giuliani – capita molto spesso di ricevere un elevato numero di proposte non in linea con le caratteristiche richieste. Diventa allora importante che i candidati mettano particolare attenzione nella risposta ai post, per poter emergere in modo più efficace».

Non solo: LinkedIn non è, come Facebook, un social generalista. Quindi, attenzione anche ai modi, ai linguaggi, ai tempi. «Importante – conferma infatti Tania Nebbia – che la risposta alla richiesta di contatto da noi effettuata sia veloce. Per questo è consigliato il controllo quotidiano del profilo. Per il resto, nel doppio check dei curricula ricevuti che effettuiamo su LinkedIn basta che i profili contengano informazioni chiare, corrette e aggiornate. Se sono anche attivi, grazie a post e segnalazioni, meglio. Ma è una cosa in più».

Alcuni studi si limitano a pubblicare gli annunci, altri ricorrono all'upgrade e accedono ai database interni



Come essere su LinkedIn al meglio

- 1 IL PROFILO**
Deve essere completo e sintetico
 Oltre al curriculum include le competenze e le esperienze professionali, le lingue parlate. Utile le esperienze di volontariato e le cause importati sostenute
- 2 IL CURRICULUM**
È la base del profilo
 Deve essere completo e accurato, non schematico, facilmente leggibile. Molto meglio se espresso in inglese per attirare interesse oltrefrontiera
- 3 LA FOTO**
Deve rappresentare semplicemente la candidatura professionale
 No a foto con gli occhiali da sole o in tenuta estiva. Per chi è presente su più social, si consiglia di utilizzare la stessa immagine per aiutare la riconoscibilità
- 4 I CONTATTI PERSONALI**
Da inserire negli spazi appositi e non altrove
 Email, telefono, eventuale blog personale, altri social: le coordinate vanno scelte con attenzione perché presuppongono una pronta risposta
- 5 I GRUPPI**
Interventi da calibrare molto bene
 Il profilo deve essere "vissuto". Fondamentale seguire aziende, influencer e partecipare a gruppi su tematiche rilevanti da un punto di vista professionale



Avvocato social Giorgio Mariani è partner di Deloitte Legal. Il suo curriculum era su LinkedIn agli albori, dieci anni fa, quando era un avvocato alle prime armi. Adesso conta 11mila follower



Peso:27%

Il presente documento e' ad uso esclusivo del committente.