



## Workforce and workplace nell'era digitale. Comprendere meglio le esigenze dei candidati nativi digitali

L'ubiquità della connessione Internet e la diffusione delle tecnologie digitali stanno cambiando la forza lavoro e l'approccio alla ricerca e selezione del personale. A seguito della trasformazione digitale del lavoro anche le modalità di recruitment devono adattarsi ed evolvere. Nell'era digitale, con il costante flusso di informazioni, immagini, video, opinioni, trovare il modo efficace di raggiungere i talenti e farsi notare dal candidato adatto con le competenze richieste diventa senza dubbio impegnativo.

La sfida dei Recruiter si basa sulla capacità di seguire le esigenze e i trend sulla presenza dei candidati sui diversi canali digitali.

Secondo le statistiche, il primo contatto con la aziende viene eseguito tramite il sito web aziendale, dove vengono ricercate le informazioni sull'ambiente di lavoro. Le ultime ricerche svolte sulla comunicazione evidenziano che circa il 90% dei candidati vorrebbero utilizzare i loro smartphone per attività legate allo sviluppo della carriera. Reti professionali, come LinkedIn e GoldenLine da una parte, e social media dall'altra sono considerati dai giovani i canali informativi di maggiore importanza.

### Bridge the gap

Studenti e laureati d'oggi richiedono una comunicazione che rispecchi autenticamente la cultura aziendale e il lavoro quotidiano assegnato a un ruolo professionale. Informazioni del datore di lavoro

del tipo "who we look for" non bastano; il candidato d'oggi richiede una descrizione più dettagliata, e vuole sapere in che misura il suo profilo professionale corrisponde ai requisiti richiesti dal potenziale datore di lavoro. Ne risulta il fatto che grazie alle nuove tecnologie è diventato molto più facile il contatto diretto con le aziende, come si rende necessario saperne di più sull'ambiente di lavoro, sui compiti professionali, su come sia una giornata di lavoro "dietro le quinte" - e tutte queste informazioni devono essere presentate in modo semplice, evitando un tono troppo "aziendale".

Per comprendere meglio le dinamiche del mercato di lavoro al quale i giovani si stanno avvicinando, è necessario creare strumenti di **comunicazione** efficienti tra tutti gli attori coinvolti: i giovani, il sistema d'istruzione e le aziende. In questo processo, il ruolo delle università deve essere quello di facilitare la comunicazione tra gli studenti e le aziende. In altre parole, supportarli nella transizione dal mondo scolastico a quello lavorativo, tenendo conto delle loro aspettative, delle esigenze delle aziende, della trasformazione digitale. Il posto di lavoro non è più un posto fisico, come per l'educazione non lo è più l'aula dell'università. Le tecnologie consentono oggi di accedere, utilizzare e condividere, in maniera sicura, dati e informazioni, e di comunicare con chiunque, utilizzando semplicemente un apparato digitale e una connessione a Internet. Il mondo digitale è di-

ventato un ambiente naturale per i laureati d'oggi.

Le nuove tecnologie sono un ottimo strumento per facilitare il primo incontro con le aziende e creare un contatto personale, fornendo la possibilità di collegarsi da qualsiasi posto del mondo e partecipare a un meeting con un rappresentante dell'azienda.

Parlare con la persona di riferimento in tempo reale potrebbe essere decisivo per scegliere o scartare l'azienda.

La transizione scuola - lavoro dovrebbe essere accompagnata da iniziative che facilitino l'incontro tra le aziende e gli studenti. A questo obiettivo risponde il progetto **V-TOURS Virtual Tours for Business Culture**, che oltre al percorso formativo fornisce la possibilità di incontrare il mondo di lavoro partecipando agli eventi interattivi in streaming - Virtual Tours, dove i rappresentanti delle aziende presenteranno i settori dell'organizza-

zione, le figure professionali coinvolte e le competenze richieste.

Lo scambio di buone pratiche dai paesi partner e l'analisi dei casi di successo e di eccellenza supportati dalla ricerca sul campo nazionale hanno portato alla creazione della **piattaforma virtuale** con l'accesso ai materiali didattici destinati agli studenti, con lo scopo di migliorare la loro preparazione e sviluppare le competenze chiave connesse a **business culture e work ethics** - fornendo così aiuto alle aziende che sono alla ricerca di risorse adeguate.

V-TOURS è co-finanziato dal programma europeo Erasmus+ e realizzato da un partenariato internazionale composto da: Università di Padova (Leader, IT), International University of la Rioja (ES), Laurea University of Applied Sciences (FI), Ss. Cyril and Methodius University in Skopje (MK), Fundaciòn Universidad Empresa (ES), Cramars (IT) e Anthea Consulting (IT).



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union