

Ricerca di Personale Fai da Te

Autore: Zicari Sergio

In: Diritto civile e commerciale

La libreria o la cassapanca che realizziamo con le nostre mani ci costa di più che se l'avessimo acquistata in negozio. D'altra parte, il valore del Fai da Te sta tutto nel divertimento che ci procura. Ma, nella professione, il Fai da Te funziona?

State allargando il vostro giro di affari. Sono aumentate le vostre partecipazioni a Fiere, avete sottoscritto accordi con distributori locali in nuove regioni, volete rilanciare il vostro sito internet trasformandolo da vetrina a negozio on line. Avete già un grafico, ma il lavoro è cresciuto a tal punto che dovete assumere una seconda persona. La questione, ora, è se dovete rivolgervi ad una società di Ricerca e Selezione del Personale o se arrangiarvi in proprio.

I pensieri nella vostra mente sono: "C'è un sacco di gente con un diploma, una laurea breve o lunga, persino con un master in grafica in cerca di lavoro o di una nuova opportunità... Trovare candidati non sarà difficile. Basterà far girare la voce, fare un paio di annunci su qualche giornale magari anche gratuito e cominceranno ad arrivare le richieste... Sarà sufficiente dedicare un paio di ore per due o tre sere a leggere i curriculum. Tra questi ne sceglierò i tre o quattro più promettenti e li inviterò ad un colloquio in azienda. Assumerò quello che mi piacerà di più... In effetti, pagare qualcuno perché faccia questo lavoro che posso fare benissimo io, è solo uno spreco".

Così, nelle successive tre settimane, arrivano sul vostro tavolo numerosi curriculum. È agevole scartarne la maggioranza: troppo generici, troppo poveri, troppo mal fatti e così via. In compenso, cinque o sei sembrano davvero promettenti. Così decidete di invitarli tutti per un incontro (è sempre meglio abbondare...). Sarete proprio voi a fare l'intervista perché sapete bene di cosa avete bisogno.

Alla fine scegliete una giovane donna, diplomata in grafica pubblicitaria, con già qualche anno di esperienza nel settore. Si è diplomata con ottimi voti, conosce molto bene Photoshop, Photopaint, Corel ed altri software sia per la grafica che per il "fotoritocco". Sembra molto felice di venire a lavorare con voi. Segue il periodo di prova e quindi la regolare assunzione.

Voi siete molto soddisfatto: avete provveduto alla nuova assunzione praticamente a costo zero.

Passano alcune settimane, ma ciò che all'inizio sembrava un'indistinta sensazione di malessere sta ora diventando più palpabile. Tra i vostri due grafici (quello che avevate già e la vostra neo assunta) non corre un buon rapporto, si è instaurata una forma di rivalità e di reciproco fastidio. Ne sta risentendo non solo la

qualità e la quantità del loro lavoro, ma sta allargando la sua negativa influenza anche negli altri uffici che sono a più stretto contatto con loro.

Voi siete molto insoddisfatto e vi chiedete: “Come mai sta accadendo tutto questo?”

La risposta è che avete commesso due classici errori di fondo, errori comuni a molti altri imprenditori. Il primo: avete pensato che il **bisogno** dell’altra “parte” (trovare un lavoro) corrispondesse con la **soluzione** del vostro bisogno (trovare un grafico). Ma avete dimenticato che, nella maggior parte dei casi, le persone cercano un **posto di lavoro** (leggi: stipendio a fine mese). Non fa molta differenza per costoro il “dove”, il “come” e il “con chi”.

Il vostro bisogno, invece, è completamente diverso. Non ve ne può importare meno di avere qualcuno che “occupi” il posto vacante. A voi serve trovare qualcuno che abbia le competenze professionali per eseguire al meglio la prestazione, le qualità personali per inserirsi e collaborare con successo nell’azienda, le motivazioni per lavorare felicemente in un ambiente come quello della vostra azienda. Di tutte queste caratteristiche solo la prima dipende (e solo in una qualche misura) dal titolo di studio e dalle precedenti esperienze di lavoro.

Nella società di oggi, che è quella della conoscenza e dei servizi, le competenze richieste sono l’iniziativa personale, la proattività, la flessibilità, l’elasticità, la capacità di apprendere continuamente, la capacità di prendere decisioni autonome e un’intelligenza multipla, quella cioè che, oltre alle tradizionali capacità logico-matematiche e il saper fare, aggiunge le competenze che riguardano la sfera emotiva e sociale[1].

Quali competenze, strumenti ed esperienze ha un imprenditore o un dirigente (anche di Alta Direzione) per riconoscere e valutare queste caratteristiche in un candidato?

Il secondo errore è stato quello di **considerare la ricerca di un nuovo dipendente come un’operazione a sé stante**, staccata e indipendente dal resto delle attività, della vita e della natura dell’impresa. Un nuovo dipendente non è come un mattone utilizzato assieme a centinaia di altri mattoni per costruire un muro, ma è come un tessera in un prezioso mosaico. Non cambia nulla se mettete “quel” mattone sopra, sotto, a destra, a sinistra, davanti o dietro gli altri mattoni. Chi noterà una differenza? In un mosaico, invece, si nota subito se una tessera non è strettamente coordinata con l’intero disegno.

È comprovato che più persone mediamente meno competenti producono decisioni migliori rispetto a singoli individui anche più competenti in quella specifica questione[2]. Assumere un dipendente non richiede solo la valutazione specifica del quadro delle sue competenze combinate con le mansioni che devono essere ricoperte, ma l’insieme delle competenze, abilità, personalità, conoscenze, punti di forza e di debolezza dell’intera struttura. Come minimo, a livello di ufficio.

Ad un raddoppio di lavoro di grafica (o in un qualunque altro settore) non corrisponde il semplice raddoppio di diplomati o laureati in grafica. Quello che già avete è forte nell’uso del computer? Cercatene uno forte nel disegno a mano libera. È bravo nel fotoritocco? Cercatene uno bravo nell’animazione

tridimensionale. È bravo nel lavoro a tavolino? Cercatene uno abile nei rapporti interpersonali. È calmo e riflessivo? Cercatene uno impulsivo ed estroverso. È il mix che fa la differenza.

Quale imprenditore o quale dirigente è capace, o anche soltanto ha il tempo e la lucidità, per riconoscere e valutare queste caratteristiche in un candidato?

La giusta domanda da porvi, quando dovete assumere qualcuno, non è “Ma quanto mi costa trovare un dipendente se ne affido la ricerca ad un professionista?”. Piuttosto chiedetevi: “Ma quanto mi costa trovare un dipendente da me stesso se poi non è la persona giusta?”

Il Fai da Te lasciamolo per i nostri hobby, non per la nostra professione.

* Formatore e Consulente d’Impresa in marketing e comunicazione.

Per contatti sergio.zicari@akon.it

[1] Si veda “Relazioni Pubbliche: l’etica e le nuove aree professionali”, di G. Vecchiato, FrancoAngeli Editore, 2006.

[2] Si veda “The Wisdom of Crowd”, di J. Suriowecki, Random House, 2004.

<https://www.diritto.it/ricerca-di-personale-fai-da-te/>