

The PRAXI logo is displayed in white capital letters on a dark blue background, enclosed within a white-bordered rectangular frame.

## Risorse Umane

Caso di successo



# L'importanza strategica della formazione sui processi di selezione

L'Azienda è un'importante realtà italiana di produzione di beni di lusso in una fase di crescita e di successo sui mercati internazionali. Con oltre 700 dipendenti in organico, nell'ultimo anno ha assunto più di 100 persone, rendendo il tema della ricerca centrale per la funzione Risorse Umane e per gli obiettivi di business.

## L'OBIETTIVO

### Migliorare l'efficacia dei processi selettivi

In una fase storica del mercato del lavoro in cui le aziende devono fare i conti con la difficoltà di intercettare candidati con profili coerenti con quelli ricercati, si deve spesso effettuare una scelta su shortlist molto ridotte, se non obbligata su un'unica persona.

Diventa quindi fondamentale avere un chiaro **piano d'azione per gestire al meglio i processi di ricerca e selezione**. Criticità che l'Azienda ha sperimentato in oltre 400 colloqui condotti in un anno, e che intende affrontare in ottica di sviluppo.

**Per rispondere all'esigenza di migliorare l'efficacia dei processi selettivi**, PRAXI è stata coinvolta come partner strategico per formare la prima linea manageriale in merito a questo importante tema.

Nello specifico, il processo formativo è stato costruito con l'obiettivo di estendere a tutti, oltre alla figura degli HR, la capacità di condurre un processo di recruiting efficace, creando un'eccellente "candidate experience".

## PROGETTO

### Strutturare un processo di recruitment efficace grazie alla formazione interattiva

L'intervento formativo, realizzato in aula, si è basato su una modalità interattiva con un'alternanza di teoria e pratica.

Gli **aspetti teorici** trattati sono stati:

- le nuove tendenze del mercato del lavoro, come la great resignation, lo smart working e l'employer branding
- i trend della ricerca del personale: difficoltà di reperire candidati; necessità di motivarli e coinvolgerli nelle selezioni, non rispondendo più ai job posting, e di garantire una buona "candidate experience"
- l'intervista efficace: cosa fare (DO) / cosa non fare (DON'T).

Per la **parte pratica della formazione**, sono state utilizzate principalmente modalità coinvolgenti:

- GAMING, quiz in modalità online relativi alla gestione dei processi di recruiting
- VIDEO, interviste di lavoro tratte da film e serie tv in cui si estremizzano ironicamente alcuni comportamenti da evitare durante i colloqui
- ROLE PLAY, simulazione di colloqui in cui i manager si sono alternati nei ruoli di intervistatore/intervistato con conseguente debrief in aula insieme al team di PRAXI.

## RISULTATI OTTENUTI

### dal percorso formativo interattivo

L'approccio interattivo, l'aderenza a casi reali e la costante collaborazione con la funzione HR aziendale hanno reso le attività coinvolgenti, facilitando la comprensione degli obiettivi del progetto e del tempo dedicato, e accelerando l'apprendimento.

In generale, l'intervento ha maturato una maggiore consapevolezza sulle complessità da gestire nel processo di ricerca e selezione e rispetto all'importanza del ruolo organizzativo dei responsabili di funzione, agevolando l'attività dell'HR in azienda.

Tra i principali risultati raggiunti possiamo evidenziare:

- forte **accountability** rispetto ai temi trattati
- **comprensione del contesto**, dei cambiamenti e delle sfide da affrontare; di quanto sia cambiata l'aspettativa dei candidati nella ricerca di un nuovo lavoro, non più legata solo agli aspetti oggettivi (competenze tecniche, retribuzione etc.), ma sempre più al benessere personale (allineamento rispetto ai propri valori, work life balance etc.)
- maggiore **consapevolezza sugli aspetti da migliorare**, come l'importanza di presentare in maniera chiara e appealing l'azienda e il ruolo ricercato (creando così una positiva candidate experience)
- comprensione dell'opportunità che il tempo dedicato ai candidati, a prescindere dall'allineamento o meno al ruolo oggetto della selezione, offre in termini di **valorizzazione dell'immagine aziendale**
- maggiore consapevolezza dell'importanza del presidio di ogni fase e dettaglio del processo di selezione, come la **qualità delle domande** poste e l'**ascolto attivo**
- **gestione più efficiente delle selezioni** effettuate in autonomia e di quelle affidate a società esterne.

#### PRAXI Group

#### Da mezzo secolo protagonisti nella Consulenza Organizzativa

PRAXI è un gruppo di primarie società italiane di consulenza con più di 300 dipendenti, 13 Sedi in Italia e presenza in tutto il mondo, attraverso propri Network internazionali.

Dal 1966 PRAXI propone un approccio consulenziale innovativo e pragmatico, finalizzato a implementare soluzioni concrete per lo sviluppo e la crescita dei Clienti.

Il Gruppo presenta le seguenti aree di intervento:

- Organizzazione
- Informatica
- Valutazioni e Advisory
- Risorse Umane
- Proprietà Intellettuale.

La consolidata esperienza consulenziale, l'attenzione alla creazione di valore e alla realizzazione di progetti con team esperti e multidisciplinari, hanno permesso a PRAXI di creare alleanze professionali durature con i propri Clienti.

Bologna | Civitanova Marche | Firenze | Genova  
Milano | Napoli | Padova | Roma | Savona | Torino  
Trento | Venezia Mestre | Verona

## NEXT STEP

### Formazione sui processi di selezione per i middle manager e il loro team

Grazie a questa esperienza, l'Azienda ha potuto trasferire e diffondere internamente l'importanza strategica che la **formazione sui processi di selezione** riveste nell'affrontare le sfide poste dal mercato del lavoro.

Formare i manager di linea in merito alle best practice della ricerca e selezione, ha permesso all'Azienda di cogliere la duplice opportunità di:

- poter ridurre i tempi di processo e scegliere con più convinzione i candidati da assumere
- poter migliorare la reputazione aziendale a partire dall'eccellente candidate experience delle persone intervistate.

Lo stesso percorso, applicabile a tutti i settori e livelli manageriali, sarà replicato per i middle manager ed il loro team.