

## Il recruiting online

### LO SCENARIO ITALIANO

# La frontiera su Internet è il video-curriculum

## Aumentano i siti che accolgono profili con immagini

**Messaggi voce.** Ancora poco sfruttato rispetto all'estero il sistema podcast

**Le strategie.** Molti editor hanno puntato sul restyling e su partnership tecnologiche

#### BUSINESS PUBBLICITARIO

Sempre più i metamotori per monitorare i portali di selezione: sul mercato si sta focalizzando l'attenzione degli investitori

PAGINA A CURA DI

**Dario Banfi**

**Il video-curriculum e nuovi sistemi per la ricerca e l'aggiornamento sulle offerte in rete. Sono questi i due principali elementi nella vetrina internet del mercato del lavoro. Se finora recruiting online era sinonimo di curricula informali è di compilazione guidata di stretti moduli impersonali, oggi i candidati che puntano sul web possono anche esporre in**

video, mettendoci letteralmente la faccia. Basta un videofonino per registrare un filmato e poi inserirlo in speciali jobsite. Nessuna mediazione per presentazioni in presa diretta. In passato l'idea fu già proposta, ma senza successo. Oggi, però, a trainare il video-curriculum c'è YouTube e i servizi affini che ci hanno abituati a questo tipo di contenuti. Chi ha puntato su questa formula è Il-Curriculumsonio.it, servizio realizzato da La Trait d'Union (una web agency), che consente la pubblicazione di curricula sia in formato testo sia video, per un massimo di tre filmati. Il vantaggio, soprattutto per chi vive fuori dai grandi centri urbani, è di offrire un'immagine di sé e qualificar-

si meglio. Le imprese possono usare il sistema per le preselezioni, ma anche per presentare offerte, magari illustrando il luogo di lavoro. C'è poi lo spazio per i freelance in cui parlare dei propri servizi, presentare un portfolio di lavori o cercare collaboratori. Servizi simili si possono trovare su IlVideocurriculum.eu, per laureati e diplomati, IALweb e altri ancora. In questo filone si inserisce anche Job24, il sito del Sole 24 Ore, oggi tra i più accreditati per qualità dei servizi proposti e dell'informazione.

Non ancora sfruttato in Italia è invece il modello dei podcast, che in altri Paesi sembra avere preso piede. Il successo di servizi come Jobsinpods.com, che permette la registrazione vocale di messaggi da parte di imprese e candidati, mostra tutta l'efficacia di una formula intermedia tra multimedialità spinta e tradizione. I portali più noti in questo momento preferiscono avanzare a piccoli passi. Molti hanno puntato sul restyling (soprattutto gli editori) o l'ampliamento di partnership, estendendo in alcuni casi i sistemi di notifica e alerting relativi agli annunci.

Il modello classico è quello dei cosiddetti feed per le singole ricerche, ma c'è anche chi, come Monster.it, punta a servizi di notifica via sms. Un caso a parte, invece, è Lavoro.org, che ha investito sul motore interno di ricerca, guadagnando posizioni nella classifica Nielsen Online dei siti di lavoro più visti in Italia. Il portale realizza-

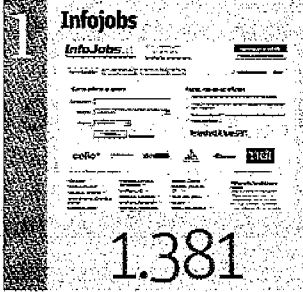
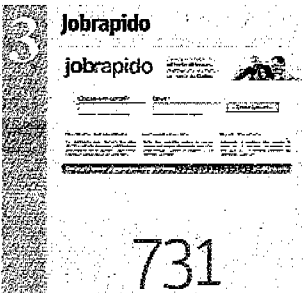
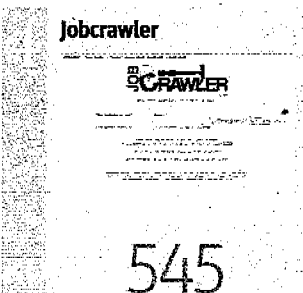
to da Symplitech ha aumentato il livello dei servizi gratuiti per le im-

prese, una via aperta due anni fa da InfoJobs: non soltanto permette alle imprese di ricevere le candidature, ma anche i profili completi.

Un notevole passo avanti, invece, è quello fatto dai cosiddetti metamotori per la ricerca di lavoro. Arrivati a quota cinque in poco tempo (JobCrawler, JobRapido, eurekaJob, Motore Lavoro e BigList.it), funzionano come Google, ma con ricerche focalizzate soltanto sugli annunci presenti sui jobsite, sui siti delle agenzie pubbliche e private o presso il Web delle aziende. Il modello piace a chi cerca lavoro perché semplifica l'approccio alla ricerca, e attrae gli investitori. La possibilità di fare advertising sulla base di parole chiave ingolosisce i big della pubblicità, come per esempio la Manzoni, scesa in campo col servizio eurekaJob. L'equilibrio difficile da raggiungere non è dunque con il pubblico, che vede nei metamotori le logiche del web di nuova generazione, ovvero semplicità e ricchezza di contenuti, ma tra gli operatori. Fare spidering, vale a dire setacciare i database dei siti tradizionali a qualcuno potrebbe non fare comodo. Un passo indietro, infine, è da segnalare per un buon servizio non più offerto dal ministero del Lavoro, che raccoglieva gli annunci su carta e li riproponeva online. Un'idea presto rilanciata, però, da Cambiolavoro.com con "MyJobFinder" che ripropone a chi è affezionato alla

carta, ma vuole leggerla comodamente da computer, tutte le richieste di personale qualificato apparse sui giornali.



| I PIÙ VISTI A OTTOBRE                                                                                                                  |                                             | LE NUOVE INSERZIONI |        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------|--------|
| Utenti unici in migliaia                                                                                                               |                                             | Dati novembre 2007  |        |
| <p><b>1</b></p> <p><b>Infojobs</b></p>  <p>1.381</p>  | <p><b>Regione</b></p> <p><b>Annunci</b></p> | Lombardia           | 18.597 |
| <p><b>2</b></p> <p><b>Monster</b></p>  <p>913</p>    | Veneto                                      | 6.994               |        |
| <p><b>3</b></p> <p><b>Jobrapido</b></p>  <p>731</p> | Emilia Romagna                              | 5.964               |        |
| <p><b>Jobcrawler</b></p>  <p>545</p>                | Piemonte                                    | 5.042               |        |
|                                                                                                                                        | Lazio                                       | 4.663               |        |
|                                                                                                                                        | Toscana                                     | 2.874               |        |
|                                                                                                                                        | Friuli V.G.                                 | 1.572               |        |
|                                                                                                                                        | Campania                                    | 1.355               |        |
|                                                                                                                                        | Trentino A.A.                               | 1.193               |        |
|                                                                                                                                        | Liguria                                     | 976                 |        |
|                                                                                                                                        | Puglia                                      | 976                 |        |
|                                                                                                                                        | Marche                                      | 813                 |        |
|                                                                                                                                        | Abruzzo                                     | 651                 |        |
|                                                                                                                                        | Sicilia                                     | 651                 |        |
|                                                                                                                                        | Umbria                                      | 542                 |        |
|                                                                                                                                        | Valle d'Aosta                               | 380                 |        |
|                                                                                                                                        | Sardegna                                    | 380                 |        |
|                                                                                                                                        | Calabria                                    | 271                 |        |
|                                                                                                                                        | Basilicata                                  | 217                 |        |
|                                                                                                                                        | Molise                                      | 108                 |        |
|                                                                                                                                        | <b>Italia</b>                               | <b>54.219</b>       |        |
| Fonte: Nielsen Online e Jobrapido                                                                                                      |                                             |                     |        |