

PARMA 14/2/2012
APPUNTI SUL SEMINARIO

PRIMA PARTE: L'AUTOVALUTAZIONE

1. Strategie motivanti e credenze personali

Cos'è il contrario di "Piacere"?

Ed il contrario di "Dolore"?

Il **Piacere** e il **Dolore** non sono uno il contrario dell'altro. In realtà il contrario di **Piacere** è "mancanza di Piacere" ed il contrario di **Dolore** è "mancanza di Dolore".

Uno degli scopi primari dell'esistenza di ciascuno di noi è non avere Dolore.

La ricerca del Piacere innesca una strategia "**verso**", la ricerca della "mancanza di Dolore" innesca una strategia "**via da**".

Ogni **regola** impone un **comportamento** (pagare le tasse, rispettare il codice della strada, ottenere un diploma, curarsi, ecc.).

Se la **motivazione** ad adottare un comportamento deriva da una strategia "**verso**", lo scopo del comportamento è ottenere un Piacere (fare il proprio dovere di cittadino, salvaguardare la vita propria e degli altri, imparare, guarire).

Se la motivazione ad adottare un comportamento deriva da una strategia "**via da**" lo scopo del comportamento è evitare un Dolore (pagare sanzioni, prendere una multa, avere brutti voti o ripetere l'anno scolastico, stare male).

Poiché in questo secondo caso lo scopo è non avere Dolore se si trova un modo alternativo di evitare il disagio (la complicità di un funzionario, la sicurezza di non avere controlli di polizia, la certezza di non essere interrogati, un medicinale che blocca il dolore) **cessa la motivazione** a proseguire la strategia.

Quindi: mentre la strategia "verso" tende a **consolidare** un nuovo comportamento "**virtuoso**" e a renderlo abitudinario; la strategia "via da" è **discontinua**, viene applicata solo quando è necessario e, poiché richiede fatica (non essendo un'abitudine deve essere "**scelta**" ogni volta e consapevolmente applicata) può essere più facilmente "**dimenticata**".

Quante volte ci siamo dimenticati di svolgere un compito perché, inconsapevolmente, ritenevamo tale compito un "obbligo" spiacevole o poco importante?

Lasciato a se stesso il cervello sceglie sempre la maniera meno faticosa di risolvere un problema. Ma spesso la soluzione adottata, pur preservandoci da un dolore immediato, ci porta ad avere un dolore più grande nel futuro.

Ci è mai successo di rinunciare a qualcosa per il rischio dell'insuccesso? Questa strategia ci preserva da delusioni immediate ma ci preclude per sempre la possibilità di avere un successo.

La **sicurezza** è un bisogno fondamentale. Avere sicurezza significa **stare bene, sentirsi a proprio agio, avere familiarità con ciò che ci circonda**. Ciascuno di noi vive in un'area di **comfort** in cui si trova bene. Non è detto che tutto quello che c'è nella nostra area di **comfort** sia facile o piacevole (pensiamo ai mestieri pericolosi o difficili), tuttavia rientra nello **schema abituale** e come tale ci dà **sicurezza**.

Paradossalmente a volte accettiamo di vivere in un'area di comfort in cui stiamo male (pensiamo a certe situazioni famigliari, di coppia, di lavoro) perché riteniamo più doloroso cambiare che rimanere in quella situazione (separarsi, licenziarsi, ecc.).

Quando forzatamente siamo obbligati ad uscire dalla nostra area di comfort e siamo costretti a sopportare il **disagio di una nuova situazione** questa, dopo un tempo più o meno lungo, entra a far parte della nostra area di comfort.

Pensiamo al disagio dovuto alla conoscenza di una persona nuova oppure alle difficoltà incontrate per prendere la patente di guida.

Viceversa è più difficile ampliare la nostra area di comfort per nostra scelta, per farlo occorre accettare l'idea del cambiamento, cioè mettere in discussione tutto ciò che fino ad oggi abbiamo ritenuto vero o giusto per raggiungere un nuovo livello di consapevolezza.

Per far ciò dobbiamo però capire come funzionano i nostri **schemi mentali**.

Abbiamo constatato, attraverso il racconto di 3 metafore (l'elefante legato, la penna che scrive nello spazio e la storia di Roger Bannister), come le convinzioni personali esercitino un forte potere sulla capacità di giudizio e quindi sulle scelte e sui comportamenti.

Abbiamo inoltre verificato che più le convinzioni sono radicate (per educazione, ambiente, esperienze personali, influenze esterne), più sono difficili da rimuovere.

Quali sono le "**credenze**" che limitano il nostro modo di pensare? Per esempio, quali credenze (convinzioni) abbiamo sul mondo del lavoro?

Le domande che seguono, a cui spesso non corrispondono risposte univoche, permettono di riflettere sulle proprie convinzioni personali.

- Circa il 50% dei posti di lavoro vengono offerti attraverso annunci (giornali, internet, agenzie interinali, società di ricerca e selezione).
- Bisogna ricercare per primi i colloqui con le aziende più interessanti.
- Per una donna il lavoro non è mai tanto importante quanto lo è per l'uomo
- Le migliori occasioni di lavoro si presentano alle persone che non hanno ancora 40 anni.
- Dopo aver scritto ad un ipotetico datore di lavoro, è sconveniente insistere telefonandogli.
- I primi 5 minuti di un colloquio sono i più importanti.
- Nessuno è tenuto a rispondere a domande che riguardano la sfera privata.
- Per descrivere correttamente la vita professionale nel corso del colloquio bastano tre minuti, salvo domande dell'interlocutore.
- È meglio evitare di fissare troppo l'interlocutore per non rischiare di infastidirlo.
- Durante un colloquio non è opportuno porre domande sull'impresa.

- Se lo stipendio offerto non è veramente interessante, è inutile perdere tempo cercando di ottenere il lavoro.
- L'85% dei lavoratori non sa definire bene le proprie capacità.

Durante il seminario alcune di queste domande sono state oggetto di discussione, rivelando pregiudizi che possono interferire con il raggiungimento dei propri obiettivi. Ad esempio: ritenere che la maggior parte dei posti di lavoro siano "visibili" (attraverso annunci, internet, ecc.) può portare alla rinuncia delle attività di ricerca del posto di lavoro dopo un certo numero di tentativi infruttuosi.

2. Promozione di sé – Selfmarketing

La ricerca di una nuova collocazione professionale, ossia rintracciare le opportunità professionali che meglio si adattano alle proprie caratteristiche ed esigenze/aspirazioni, è del tutto simile ad un **piano di marketing**.

È infatti necessario prendere consapevolezza sulle proprie caratteristiche e sui propri punti di forza e trasformarsi rapidamente in qualcuno che **offre i propri servizi** in maniera efficace, al fine di scegliere e motivare gli utilizzatori che sono le Società di ricerca e selezione e le aziende ad interessarsi a noi.

In questa prospettiva l'approccio di marketing è caratterizzato da tre fattori:

- il **Prodotto**
- il **Mercato**
- la **Vendita**

Il Prodotto

Ossia il contributo che possiamo fornire all'Azienda: le competenze, le esperienze, le capacità e la personalità. IL PUNTO DI PARTENZA SIAMO NOI E LA CONSAPEVOLEZZA DEI NOSTRI PUNTI DI FORZA E DEL NOSTRO OBIETTIVO.

Il Mercato

Ossia l'insieme delle Aziende e delle organizzazioni che potrebbero avvalersi della nostra collaborazione.

La Vendita

Ossia la promozione costante di sé per riuscire a procurarsi diverse offerte di lavoro concrete, tra le quali scegliere la più adeguata alle tue aspirazioni.

Riflettere sugli argomenti che seguono aiuterà a diventare padrone di questi aspetti e di conseguenza più efficace, sarà quindi essenziale lavorare per:

- La **definizione del prodotto**: quali sono le proposte che possiamo avanzare? Quale il nostro contributo? Che cosa sappiamo, che cosa siamo in grado di fare, che cosa vogliamo fare? Quali sono i nostri nuovi obiettivi professionali?
- L'**identificazione del mercato**: quali sono le Aziende le cui esigenze corrispondono ai miei obiettivi? Quale strategia di ricerca sarà vincente?

- L'utilizzo delle **tecniche di comunicazione**: curriculum vitae, candidature spontanee, allenamento ai vari tipi di colloquio, messa a punto delle proposte.

Cercare una nuova opportunità professionale con buone probabilità di successo è certamente un lavoro a tempo pieno.

TEMPO NECESSARIO

Il maggior tempo possibile compatibilmente con le proprie esigenze.

L'efficacia e la durata delle azioni dipenderanno soprattutto dai seguenti fattori:

- **Attitudine**

Essere positivo ed ottimista consente di fare rapidi progressi. Le persone che si incontrano si renderanno conto della nostra voglia di riuscire e della nostra determinazione

- **Disponibilità ed impegno**

La disponibile fa fare rapidi progressi. Un investimento di 40 ore la settimana permetterà di progredire il doppio di quanto non si farebbe impegnandosi solo per 25 ore.

- **Intensità dell'allenamento per una comunicazione efficace**

Trovare un nuovo lavoro comporta soprattutto dover incontrare delle persone, sentirsi a proprio agio durante un colloquio è spesso determinante.

- **Situazione del mercato nel nostro settore**

Se il mercato a cui ci rivolgiamo è ristretto il processo richiede la definizione e la gestione attenta di una strategia "ad hoc".

- **Livello di responsabilità e stipendio**

Occorre valutare con cura il proprio valore economico: attenzione alla coerenza tra il livello di stipendio desiderato, la posizione ed il mercato.

- **Tempestività**

Occorre essere al posto giusto al momento giusto. Tutte le occasioni vanno valutate e affrontate con tempestività e strategia.

3. Le Esperienze professionali

Per esperienze professionali si intende il complesso di momenti temporalmente determinati che definiscono l'articolazione delle proprie esperienze di lavoro.

Riepilgarli in modo approfondito permette di riappropriarsi dei tratti specifici che hanno contraddistinto le diverse fasi della propria vita professionale e serve come traccia per la stesura di un curriculum vitae più completo e consapevole.

È necessario ripensare attentamente a tutte le esperienze professionali, dalla posizione attuale (o dalla più recente) ricoperta a ritroso fino agli inizi della carriera indica per ognuna tutte le informazioni richieste dallo schema tipo sotto riportato.

Accanto ai dati generali riguardanti il periodo di lavoro, la ragione sociale dell'azienda, il settore di attività ecc. è importante indicare in modo preciso i motivi che hanno portato a scegliere quel

posto di lavoro, i compiti svolti quotidianamente specificando le azioni svolte, gli strumenti utilizzati e le abilità sviluppate.

- Data di inizio e fine rapporto di lavoro
- Ragione sociale dell'organizzazione
- Settore di attività
- Ruolo dell'immediato superiore
- Ruolo professionale:
- Principali compiti quotidianamente svolti
- Tipo di contratto e Livello di inquadramento
- Retribuzione Annuale Lorda
- Eventuali motivazioni alla base dell'accettazione dell'incarico
- Competenze acquisite
- Abilità sviluppate

4. Le Realizzazioni

Ogni "realizzazione" è un **obiettivo raggiunto** con soddisfazione che ci ha fatto sentire fieri ed importanti.

Per meglio definire il proprio profilo personale è utile ripensare alla professionale ed extra-professionale ed individuare, per ognuna, almeno una realizzazione.

Non occorre ricercare solo i risultati fenomenali o spettacolari o quelli considerati tali da altre persone ma è necessario elencare tutti quelli di significativa importanza per se stessi.

Ecco alcuni esempi di realizzazioni:

- L'intervento diretto su un macchinario bloccato.
- La risoluzione di un conflitto fra colleghi.
- La vittoria in una gara.
- La frequenza a un corso per te importante.
- La ristrutturazione della propria casa.
- La sostituzione di un collega senza conoscerne il lavoro.

Ogni realizzazione deve essere descritta in relazione al contesto specifico, all'azione intrapresa e al risultato conseguito (come suggerito dallo schema sotto riportato) fornendo, dove risulta possibile, informazioni su date e cifre.

Nella valutazione personale richiesta devono essere indicate in particolare le ragioni e i motivi alla base dell'importanza attribuita.

La consapevolezza dei momenti di realizzazione che hanno caratterizzato le proprie esperienze professionali ed extra-professionali permette di valutare quali caratteristiche personali, competenze e motivazioni le hanno definite e sostenute e come queste possano essere utilizzate trasversalmente in futuri avvenimenti.

- Contesto: quale era il problema da risolvere? cosa volevo ottenere?

- Azione: cosa ho fatto? come mi sono comportato?
- Risultato: come è andata, cosa ho ottenuto?
- La valutazione: cosa ho imparato da questa esperienza?

5. Il Curriculum

Per Curriculum Vitae si intende il riepilogo strutturato delle esperienze professionali, connotate temporalmente, che hanno caratterizzato la nostra crescita lavorativa.

Il curriculum è dunque strumento essenziale per la comunicazione delle nostre caratteristiche professionali, dei percorsi formativi che ci hanno permesso di accrescere le nostre conoscenze e delle informazioni personali che ci contraddistinguono e rendono reperibili con facilità.

Il curriculum vitae è il nostro biglietto da visita nei confronti del mercato del lavoro.

Per poterlo costruire in maniera personalizzata occorre ripensare attentamente a tutte le esperienze professionali (vedi paragrafo 3.), precedentemente elaborate, ed esporle sinteticamente ed ordinatamente in un documento.

Può essere molto utile iniziare il CV con una descrizione del proprio profilo professionale.

In coda alle informazioni relative alle esperienze occorre infine indicare il titolo di studio e gli eventuali aggiornamenti professionali (i più significativi e recenti), le conoscenze informatiche, le lingue (con relativo livello di conoscenza:es. scolastico, buono, ottimo, fluente) e tutte gli altri dati necessari.

La raccolta di queste informazioni ci permetterà, poi, di scegliere fra i modelli seguenti quello più adeguato alla propria storia professionale e di produrre il curriculum vitae.

Esempio 1

Nome Cognome

Tel.:

Cell:

Email:

DATI ANAGRAFICI

Data e luogo di nascita

Residenza

Nazionalità

Stato civile

ESPERIENZE PROFESSIONALI

Dal 1984 ad oggi XXXXXXXXXXXX S.r.l. XXXX - Luogo

- *Dal 2004 ad oggi Addetta alla gestione Ufficio Manutenzione*
 - Approvvigionamento materiale di consumo e pezzi di ricambio.
 - Registrazione bolle e controllo materiale in entrata ed uscita.
 - Reportistica mensile.
- *Dal 1994 al 2003 Assistente di Direzione*

- Gestione dell'agenda e delle telefonate.
- Gestione e organizzazione meeting, riunioni e viaggi.
- Preparazione books di budget e piani strategici.
- Registrazione fatture clienti/fornitori (Programma Smart).

▪ Dal 1984 al 1994 Addetta al Magazzino e precedentemente Operaia

Dal 1980 al 1984 XXXXXXXXXXX - Luogo

Operaia – linea assemblaggio motori

Dal 19.10.80 al 28.01.80 XXXXXXXXXXX - Luogo

Operaia (macchina da cucire piana / taglia e cuce)

Dal 03.04.79 al 07.11.79 XXXXXXXXXXX - Luogo

Operaia (in sostituzione di maternità – macchina da cucire piana)

ISTRUZIONE

1981 – 1982 Istituto “XXXXXXXX” Luogo – Attestato di Segretaria D’Azienda.

LINGUE

Inglese: discreto parlato e scritto.

Corso di lingua Inglese serale (2 anni) - (Istituto G. Marconi – Arluno).

INFORMATICA

Buona conoscenza del S.O. Windows XP e dei gestionali AS-400 e SMART

Conoscenza dell’applicativo Org Plus per la creazione di organigrammi, del pacchetto Office e dei più comuni applicativi.

Corsi Aziendali sui più comuni applicativi: pacchetto Office, Lotus Notes, programmi di posta elettronica, Explorer.

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi dell’art. 13 del D.lgs. 196/03,

Nome Cognome

Esempio 2

Nome Cognome

Via XXXXX,10 99999 XXXX (XX)

Tel. 0000 999999 - Cell. 000 9999999 - xxxxx@libero.it

CURRICULUM VITAE

PROFILO PROFESSIONALE

Consolidata esperienza in ambito amministrativo: operazioni bancarie e postali, inserimento registrazioni di prima nota con utilizzo di software gestionali, registrazione fatture clienti e fornitori, gestione scadenario, quadratura banche, gestione della cassa e tesoreria, gestione rimborsi spese dipendenti, gestione pratiche per assunzione di personale, gestione libro presenze giornalieri dipendenti.

Significativa esperienza in ambito segretariale: reception, front-office, centralino, ricezione clienti, disbrigo corrispondenza, organizzazione viaggi di lavoro, approvvigionamento cancelleria, gestione agenda appuntamenti, archiviazione cartacea ed informatica, organizzazione spedizioni tramite corriere.

Buona conoscenza di applicativi gestionali per la contabilità generale ed analitica.

Competenza nell’organizzare il proprio lavoro in completa autonomia, rapportandosi efficacemente con le altre funzioni aziendali. Ottime capacità di analisi e sintesi nell’affrontare le problematiche aziendali.

Buone doti di adattamento, puntualità, precisione, serietà, affidabilità e riservatezza. Predisposizione al contatto con il pubblico. Disponibilità a partecipare a corsi di formazione ed aggiornamento.

ESPERIENZE PROFESSIONALI

Da 10/2006 ad Oggi	FinMare S.n.c. di Milano Settore Immobiliare Segretaria Amministrativa
Dal 3/11/05 al 1/11/06	Agenzia DolceSalato S.n.c. di Milano Settore Servizi Impiegata front office e segreteria
Dal 8/1/96 al 31/7/05	S.A.T.I. Engineering S.r.l. di Milano Settore Impiantistica Impiegata front office e segreteria
Dal 1986 al 1995	Datori di lavoro vari di Milano Settori vari Analista programmatore – Operatrice contabile

ALTRE INFORMAZIONI

Nato a Ferrara il 1/1/1960 – Coniugato con figli.

Diploma di Perito Aziendale corrispondente in lingue estere.

Conoscenza applicativi in ambiente Windows: Office, Works, Internet Explorer, Outlook, ecc.

Conoscenza applicativi di contabilità: ESATTO (ESA Software) e Vision ERP (Vision Software Gestionale).

Conoscenza di base delle lingue Inglese e Francese.

Attestati di partecipazione a diversi corsi specialistici: Gestione paghe e contributi, Programmazione Sistema IBM/36, Programmazione informatica ad indirizzo “Data Communication”, Contabilità.

Munito di patente B ed auto propria.

Ai sensi del D. Lgs 196/2003 autorizzo il trattamento dei miei dati personali.

SECONDA PARTE: LA RICERCA

1. Definizione del Campo d’Azione

Dando per scontato, anche se spesso non è così, che gli obiettivi professionali siano chiari e ben definiti, la fase di ricerca deve necessariamente essere preceduta da una delimitazione del campo di azione in cui muoversi.

Tali delimitazioni dovranno essere di tipo:

- Geografico: ossia la massima distanza entro la quale si è disposti a raggiungere quotidianamente il posto di lavoro.
- Settoriale: ossia la tipologia di aziende, dal punto di vista merceologico e/o dimensionale, a cui rivolgere l’attenzione.

La successiva ricerca, e soprattutto i risultati ottenuti, potranno costringere a rivedere i criteri stabiliti.

2. Tecniche Passive per la Ricerca del Lavoro

Per tecniche passive si intendono quelle modalità di ricerca che hanno come obiettivo l’analisi delle opportunità presenti, in maniera “pubblica”, nel mercato del lavoro e la successiva candidatura attraverso gli strumenti di comunicazione previsti dalle inserzioni.

In particolare:

- Ricerche dei Centri Per l'Impiego (CPI): candidatura, previa iscrizione alle liste, con le modalità previste dal CPI stesso.
- Annunci su quotidiani: candidatura per posta o fax, allegando il curriculum ad una lettera di motivazione che, "ricalcando" quanto descritto nell'annuncio, riprenda i punti chiave della ricerca, evidenziando la corrispondenza con il proprio profilo professionale e ribadendo i motivi della propria candidatura.
- Annunci su internet: candidatura diretta sul sito o sul portale, compilando il "form" previsto o allegando il curriculum ad una mail di risposta strutturata come la lettera di motivazione descritta sopra.
- Agenzie per il lavoro: consegnare il curriculum personalmente (se non è già presente nella banca dati dell'agenzia) direttamente alla filiale presso cui è esposto l'annuncio. È consigliabile iscriversi a più agenzie possibili e ripassare almeno ogni tre mesi per rinnovare la propria disponibilità.

In generale:

- Indicare sempre il riferimento dell'annuncio sulla busta, nella lettera, nel fax o nella e-mail.
- Autorizzare il trattamento dei dati personali (D.Lgs. 196/03)

3. Tecniche Attive per la Ricerca del Lavoro

Per tecniche attive si intendono quelle modalità di ricerca che hanno l'obiettivo di proporre la propria candidatura ad aziende che non stanno manifestando (almeno in maniera palese) necessità di inserimento di nuove risorse.

I canali da utilizzare, in questo caso, sono essenzialmente due:

- L'autocandidatura vera e propria: invio di lettera e curriculum alla persona che può determinare o decidere l'assunzione. Nelle aziende piccole e medie può essere il titolare o proprietario. Nelle aziende grandi può essere il responsabile della funzione (capo reparto, capo ufficio, direttore, ecc.) o più tradizionalmente il capo del Personale (anche se quest'ultimo, ricevendo moltissime lettere, è più difficile da raggiungere)
- I contatti personali ossia la propria rete di relazioni: la rete di contatti (network) è formata da tutte le persone che si conoscono, a partire dai parenti più prossimi fino ai conoscenti più lontani. Attraverso lo "sviluppo" di tale rete si intercettano le opportunità che sono già presenti sul mercato (ma non in maniera manifesta) o non ci sono ancora.

Sfruttare ed allargare tale rete non è un'attività straordinaria, ma qualcosa di naturale che attiviamo ogni giorno spontaneamente ed intuitivamente. Per esempio per farsi presentare una persona che ci piace, farsi indicare un buon ristorante, chiedere consiglio per un medico o un avvocato affidabili, usare il "passaparola" per raccogliere o diffondere informazioni di carattere spicciolo.

Se questa attività diventa una tecnica al servizio della ricerca di un lavoro sarà possibile:

- Aumentare i contatti in modo geometrico.
- Incontrare e conoscere più persone che svolgono il lavoro che ci interessa.
- Raccogliere informazioni su un'azienda che sta cercando di coprire una posizione.
- Avere più informazioni su una determinata professione o specializzazione.
- Scoprire le opportunità di lavoro nascosto (quelle che non si trova negli annunci).
- Far conoscere se stessi e la propria strategia di ricerca.

In entrambi i casi si possono utilizzare diverse tecniche, anche combinate tra loro, per favorire l'incontro con le persone o le aziende che ci interessano:

- Fare ricerche approfondite sulle aziende e sulle possibilità di inserimento in ruoli compatibili con le proprie caratteristiche.
- Cercare di ottenere un appuntamento utilizzando il telefono (a seguito dell'invio di una lettera o "a freddo", utilizzando un riferimento comune). In questo caso durante la telefonata occorre non dare troppe informazioni.
- Presentarsi direttamente presso le aziende (se medio/piccole) consegnando lettera e curriculum in busta chiusa.

4. Il colloquio

Il colloquio di selezione è:

- Il momento dell'incontro fra la domanda e la ricerca di lavoro.
- Il confronto strutturato fra un datore di lavoro potenziale o una società di ricerca e selezione di personale e il candidato alla posizione.

I possibili "attori" coinvolti:

- Il Consulente esterno di selezione (head hunter, società specializzata in ricerca e selezione di personale qualificato).
- Il Responsabile della selezione aziendale.
- Il Direttore del personale aziendale.
- Il Direttore generale o titolare dell'azienda.
- Il Responsabile funzionale.

Ciascuno di questi ha un approccio diverso con il candidato. Più razionale, quindi attento alle caratteristiche professionali, quello del Consulente esterno. Sempre più emotivo, quindi attento alle caratteristiche personali, man mano che il ruolo dell'interlocutore è "prossimo" al ruolo della posizione ricercata.

La Preparazione al colloquio consiste nel :

- Reperire il maggior numero di informazioni possibili sulla posizione ricercata mediante analisi del testo dell'inserzione, sull'azienda (settore, prodotto e/o servizi, la struttura organizzativa, identificare i contatti personali).
- Conoscere il ruolo professionale del nostro interlocutore (consulente esterno, responsabile della selezione, Hr Director, diretto superiore, ecc.).
- Riflettere sui propri punti di forza e di debolezza rispetto la mansione ricercata.
- Ripassare il racconto delle esperienze professionali, preparando esempi salienti in linea con la posizione (esposizione mirata delle realizzazioni professionali e successi individuali).
- Ipotizzare le domande di chiusura.

Il tutto allo scopo di alleggerire la tensione psicologica ed essere portatori di consapevolezza professionale e centrare così l'obiettivo.

Normalmente le domande rivolte al candidato sono domande "aperte", non ambigue, che non anticipano o indirizzano la risposta e tali da permettere al candidato di argomentare le proprie risposte.

"Il percorso professionale":

- Perché sta cambiando attività?
- Quali sono i più importanti incarichi e risultati della posizione?
- Cosa farebbe per risolvere..., Organizzare..., Programmare?
- Ha mai coordinato personale? Quanto e quale?
- Quali sono le caratteristiche che privilegia in un collaboratore?

- Com'è stato il rapporto con il suo capo?

“Gli obiettivi, le motivazioni e gli orientamenti”:

- Cosa la spinge a valutare altre proposte?
- Cosa sa della nostra azienda?
- Cosa si aspetta da questo incarico?
- Come vede lo sviluppo nel nostro settore?

“Le caratteristiche personali”:

- Di cosa si occupa nel tempo libero? Quali i suoi interessi extra lavorativi?
- Quali i suoi punti di forza e quali di debolezza?

“Gli aspetti contrattuali”:

- Qual è la sua retribuzione attuale?
- Qual è il suo inquadramento?
- Qual è la formula contrattuale?

“In conclusione”:

- Ha domande da rivolgermi?
- Gradisce approfondire qualche aspetto della posizione?

Il candidato a sua volta potrà rivolgere domande all'intervistatore purché pertinenti all'andamento del colloquio e col fine di:

- Mostrarsi interessati solidamente: quali sono le più importanti necessità, quali gli obiettivi della struttura, la sua organizzazione.
- Farsi un'idea precisa della posizione, della sua estensione, delle sue criticità, dei potenziali sviluppi e del tipo di realtà cui vi rivolgete (compiti, collaboratori, rapporto funzionale e/o gerarchico, piani di sviluppo).
- Far percepire le proprie capacità e competenze che sono più adatte per quel particolare incarico (obiettivi e tempi, discrezionalità, prodotto, tecniche specifiche).

MAI: RICHIESTE ECONOMICHE O DI ORARIO:

Il buon andamento di un incontro è sicuramente dettato anche dalla capacità di gestire in modo appropriato, né invasivo né elusivo, la comunicazione verbale e non verbale:

- Captare l'ambiente nel quale ci si trova per derivarne regole comportamentali e obiettivi.
- Concentrarsi e comprendere appieno il senso della domanda, eventualmente chiedendone la ripetizione prima di rispondere.
- Articolare di conseguenza la risposta ben centrata sull'argomento richiesto, esaustiva, oggettivamente percepibile e senza dilungarsi o rendersi evasivi.
- Articolare bene parole semplici, comprensibili ed intervallate da quei termini professionali e specifici che il contesto richiede.
- Tenere sempre ben presente l'obiettivo del colloquio ed il contenuto della ricerca, modulando gli interventi in funzione degli stessi.
- Godere delle pause del discorso senza affanni riempitivi, non prevaricare l'interlocutore interrompendolo o forzando l'andamento del discorso.
- Far seguire al nostro intervento una postura rilassata, disinvolta ma non scomposta, un viso aperto opportunamente a tratti sorridente (senza scurirsi, contrarre muscoli del viso, storcere o mordere labbra e mani..).

La conclusione viene decisa perché:

- Sono state raccolte informazioni sufficienti per delineare il profilo preciso della risorsa e proseguire nelle fasi successive di ricerca.

OPPURE

- Il candidato si è dimostrato non idoneo alla posizione.

In questa fase, soprattutto se il candidato risponde al profilo ricercato, vengono esplicitate le successive fasi del processo di selezione, le relative tempistiche e la modalità di comunicazione dell'esito dell'incontro

Le regole d'oro per un buon colloquio:

- Apprezzare sempre la possibilità di avere un colloquio e volerlo rendere interessante per noi e per l'interlocutore. **NON SI STA CHIEDENDO UN FAVORE MA SI STA OFFRENDO QUALCOSA.**
- Prepararsi accuratamente al colloquio: strutturare al meglio l'incontro.
- Dare la massima importanza della prima impressione: evitare ritardi, curare l'abbigliamento, evitare profumi troppo intensi, non indossare occhiali da sole, spegnere il cellulare.
- Rapportarsi con franchezza e decisione all'interlocutore, cercare di creare empatia con l'interlocutore.
- Ascoltare con attenzione e interesse guardando negli occhi il selezionatore e non solo parlare solo di sé, mostrare interesse per l'azienda e per il suo settore.
- Osservare l'interlocutore per comprendere se si aspetta risposte brevi articolate e quali esempi sono più calzanti.
- Sfruttare le pause per scegliere meglio tempi e modi di conduzione senza ansia di colmarle.
- Positivizzare le affermazioni, evitare di esprimere lamentele, critiche, osservazioni negative riguardo a lavori, capi, aziende o colleghi precedenti.
- Modularsi allo stile e ai tempi della comunicazione dell'interlocutore.
- Non interrompere e se si viene interrotti non mostrarsi infastiditi.
- Gestire il tempo dei vostri interventi avendo domanda e obiettivo della risposta sempre presenti; evitare evasione e dispersione nella conversazione.
- Assumere comportamento naturale né troppo formale né troppo confidenziale, non dare del "tu"; non risultare arroganti né troppo remissivi.
- Sostenere un colloquio di selezione non è rispondere alle domande ma **promuovere la vostra candidatura!** Non limitarsi a rispondere "sì" "no" ma aggiungere una spiegazione o un esempio significativo.
- Approccio al colloquio **positivo, fiducioso** – un incontro fra professionisti che valutano serenamente una reciproca idoneità e non uno scontro che avrà un vinto e un vincitore
- Approccio al colloquio **strutturato** – portiamo con noi sana **consapevolezza** professionale e la maggiore competenza possibile sull'interlocutore
- Approccio **comunicativo** al colloquio – varietà espositiva e comunicazione aperta e mirata ci aiuteranno ad evitare fraintendimenti e domande trabocchetto
- Approccio **comportamentale** al colloquio – compostezza, educazione, pacatezza nei tratti visibili e negli atteggiamenti trasmetteranno all'interlocutore sicurezza e determinazione e lo focalizzeranno sui contenuti e non sulla forma