ItaliaOggi
Sette

Data 12-10-2009
Pagina 53
Foglio 1

Per la somministrazione c'è la sfida della ricerca di top manager

È partita la caccia alle alte professionalità

Il mercato del lavoro dei dirigenti. Uno dei segmenti più nuovi in cui le agenzie per il lavoro, dopo la legge Biagi, possono operare. Non a caso, molte di loro hanno aperto specifiche società specializzate nei settori ad elevata qualificazione. Anche qui, però, la crisi si è fatta sentire. Ciononostante, il mercato delle figure più alte resta una delle principali sfide per le agenzie del lavoro. Molti dirigenti hanno perso il lavoro e la loro ricollocazione non è facile. Il dirigente uscito dal mercato del lavoro, ha un oggettiva difficoltà a rientravi, soprattutto se ha una età intorno ai 50 anni.

«In questo caso, il dirigente per riproporsi sul mercato», spiega Stefano Miccoli, founding partner Mki, nuova società di talent recruiter, e direttore mondiale di SearchNet International, «può intervenire solo su stesso, in almeno tre direzioni: una riqualificazione personale, una buona familiarità con le tecnologie e un comportamento di umiltà professionale».

Dal punto di vista delle società di intermediazione di figure professionali elevate, ovvero dell'executive research, il futuro è incerto. Da una recentissima ricerca commissionata dalla Mki e realizzata da Marketing Lab, basata su interviste a direttori delle risorse umane e amministratori delegati. di diverse multinazionali, emerge un quadro in chiaroscuro.

In sostanza, questo particolare segmento vive una doppia crisi: da un lato quella congiunturale dell'economia in generale e, dall'altro, una specifica crisi strutturale, dovuta all'avvento dei social e business network e delle comunità online dei professionisti. Stretta in questa morsa l'attività dell'head hunter vive un momento di riflessione su se stesso. La questione dei nuovi social media sta rivoluzionando il lavoro della ricerca dei profili medio-alti.

Sono sempre più numerose le aziende e i direttori del personale, oltre le società stesse di ricerca e selezione, che si avvalgono di social network come Linkedin, per trovare professionalità specifiche. È questa una sfida ormai aperta.

«È finita l'epoca delle società che fanno ricerca e selezione», spiega Stefano Miccoli, «in cui ci si limitava a fornire alcuni curricula. Oggi bisogna offrire un valore aggiunto». Ma come? In che cosa consiste questa nuova offerta? «Il trend del futuro di questa attività è nella reputazione e nella credibilità del nome della società di intermediazione e nella specializzazione». «Probabilmente», continua Miccoli, «bisognerà concentrare i propri sforzi in specifici settori professionali oppure specializzarsi per funzioni lavorative (marketing, logistica, commerciale e così via), senza tralasciare, però, uno sguardo più ampio e l'intero contesto di tutto il mercato del lavoro».

CARRIERE

Ritrovare il lavoro con le agenzie

Nonostante il calo di mercato le Apl cercano nuove strategie

La formazione è la grande occasione

È partita la caccia alle alte professionalità

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.