Novembre 2013

Anno 1, Numero 11

Il mensile di Bachelor Selezione Laureati

The Graduates Chronicle

L'editoriale

Il difficile matching tra offerta di ingegneri e domanda di lavoro

Come Direttore Generale considero lo sviluppo del mercato aziendale e del mercato clienti un'attività strategica, anzi la più strategica di tutte mie mansioni.

A questo proposito, mi capita sempre più spesso di incontrare HR manager (o chi per loro si trovi ad occuparsi della selezione) frustrati dagli insuccessi di ripetute ricerche su profili ingegneristici in stage. Una frustrazione che aumenta quanto più la percezione del vissuto comune parla di livelli di disoccupazione giovanile fra i più elevati degli ultimi 10 anni che arrivano, ormai, al 35,3 % (fonte Istat, dato nazionale).

Il management di un'azienda, dunque, trovandosi a fare i conti con un livello di disoccupazione altissimo, è indotto a ritenere di avere potere contrattuale nei confronti di qualsiasi tipo di profilo professionale e scolastico. Niente di più sbagliato!

Fra i settori di mercato che restano in qualche modo "attivi" abbiamo aziende fortemente orientate all'innovazione tecnologica, aziende di ingegneria, che possono vantare una qualche "unicità" e validità del proprio prodotto a livello internazionale.

Inoltre alcune imprese sono andate differenziando la propria attività in settori affini, sviluppando parte dell'operatività all'interno per incrementare i margini di vendita e il valore del prodotto percepito. Insomma, insieme alla macchina "speciale" costruita su misura, si fornisce l'installazione on site, l'avviamento, il software che fa andare tale macchina e, ovviamente, si forma il personale che dovrà utilizzarla.

Così, vengono assunte persone appositamente per sviluppare questi servizi "accessori" che, in fondo, accessori non sono.

Oggi, in tutta Europa, si registra una carenza di profili ingegneristici, al punto che i giovani che vivono nei mercati più penalizzati (come l'Italia) hanno sempre più spesso opportunità di lavoro all'estero (in molti casi con retribuzioni interessanti). Le stime (fonte: sito internet "la Fuga dei Talenti") parlano di circa 150 mila unità per l'anno 2012.

Per entrare più nel dettaglio, la probabilità di riuscire a proporre uno stage…

Continua a pagina 2

Indice

In questo numero parliamo di:

Editoriale
Il difficile matching tra offerta di ingegneri e domanda di lavoro……p.1

Gli annunci del mese……p.3

Attualità
Per non saper né leggere, né scrivere…i genitori italiani sognano un figlio col camice bianco……p.4

Società
Soft Power: l'arte di convincere anziché di costringere……p.6

Un focus su...
Giovani giornalisti contemporanei……p.7

Tempo libero
Che cosa ci ha veramente insegnato Steve Jobs?……p.8

Pausa relax
I consigli della redazione: speciale Natale!……p.9

La domanda del mese
Come si lavora in un ambiente prettamente femminile?……p.10

L'editoriale

...continua dalla prima pagina

ad un laureato (quinquennale) in Automazione Industriale e Meccatronica è fra il 5 ed il 7%, quella di vederselo accettare da un laureato in ingegneria informatica resta decisamente sotto il 10%, sul versante ingegneria dei materiali o energetica non si supera il 15% mentre, per quanto riguarda gli ingegneri chimici, siamo sotto al 5%. Meccanici ed Elettronici sono in quantità maggiore ma, in ogni caso, se parliamo di buoni candidati i tempi di lavorabilità sono molto veloci (al massimo 3 settimane) e difficilmente si trova un buon candidato disponibile dopo questo lasso di tempo. E veniamo, infine, agli ingegneri gestionali. Su questi il mercato è variabilissimo. In realtà, nonostante i numeri che potrebbero anche supportare una certa domanda, tale domanda risulta troppo specifica. Infatti, se si cerca un laureato che abbia studiato Lean Manifacturing (è tornata in auge la lean e la teoria sig sigma) si va a lavorare su una nicchia di candidati molto ristretta e, spesso, dalla loro tesi non si riesce a capire se, durante gli studi, hanno trattato questo argomento. Resta, poi, da verificare la motivazione ad operare in quella particolare azienda, in quella posizione, e in stage.

Più il mercato del lavoro che vogliamo andare a colpire è ristretto, maggiori saranno le difficoltà ad intercettare i candidati. Bisogna, quindi, accettare che provengano da tutta Italia e mettere in conto un rischio di perdita, dopo breve periodo, dell'investimento in azienda. Potrebbe, infatti, arrivare un'altra impresa e portarsi via tutto l'investimento. E proprio perché la formazione di questi profili presenta costi elevati, sarebbe opportuno scegliere un'altra modalità di inserimento in azienda.

Secondo Cestri (Centro Studi e Ricerche Bachelor), sul totale degli annunci dedicati a neolaureati in ingegneria, il 57% sono stage, ma il numero è molto basso se paragonato al circa 80% di media dei laureati degli altri indirizzi. Il rimanente 20% degli annunci sono contratti a progetto, il 10% sono apprendistati, il 9% contratti a tempo indeterminato, il 4% a tempo determinato. Ancora una volta, numeri elevati se si fa un confronto con gli altri indirizzi di laurea. Proprio per questo motivo, neolaureati in ingegneria raramente accettano effettivamente di svolgere degli stage: data la forte richiesta, essi hanno un'altissima probabilità di collocazione sul mercato con contratti migliori, e dispongono anche di maggiore potere contrattuale.

Personalmente, inoltre, ho già assistito, durante la crisi post Torri Gemelle, ad uno strano fenomeno. Nonostante i bassi livelli di disoccupazione alcuni contratti collettivi nazionali hanno incrementato, a mio modo di vedere, in maniera incredibile il livello di ingresso. Mi è capitato di gestire delle selezioni in ambienti contrattuali di norma non considerati particolarmente ricchi, come per esempio Metalmeccanico (ebbene sì) e Industria Alimentare, con un livello di ingresso dei neo laureati che, sulla piazza di Milano, per i non ingegneri, si aggirava sui 28/29.000€. E, sottolineo, per i non ingegneri.

Un quadro problematico, d'accordo, davanti al quale, però, è inutile nascondersi. Ambasciator non porta pena, semmai soluzioni!

Marzia Pittoni
Direttore Generale
Bachelor Selezione Laureati

Grafico 1: Annunci di lavoro, per facoltà (III trimestre 2013, dati Cestri)

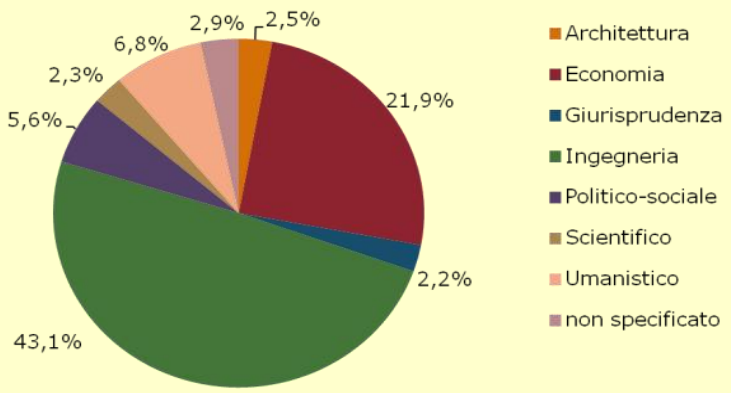
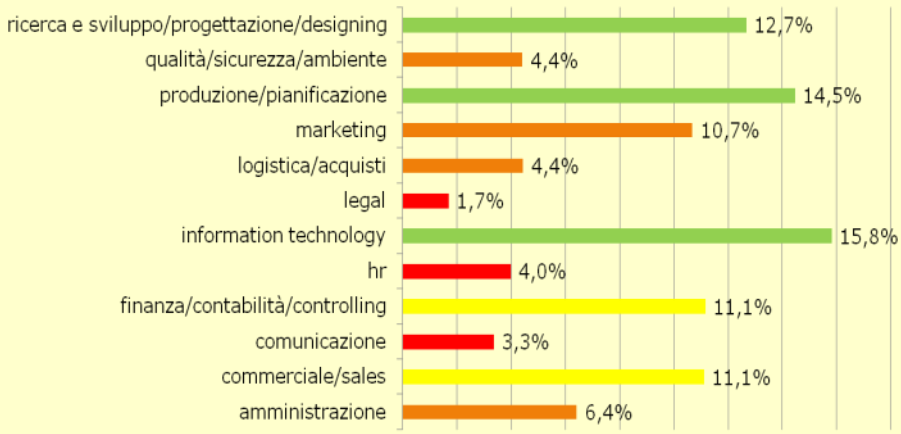


Grafico 2: Annunci di lavoro, per area di inserimento (III trimestre 2013, dati Cestri)



Gli annunci del mese

Scopri se c'è la posizione giusta per te!

Posizione ricercata: **Junior HR gestione e amministrazione**

I requisiti richiesti: ricerchiamo per un'azienda cliente un laureato/a in materie economiche o umanistiche, preferibilmente con master in HR, interessato/a ad un percorso professionale nella gestione e amministrazione delle risorse umane in un contesto fortemente internazionale. È richiesta esperienza nel ruolo di 1-2 anni in grandi aziende o studi professionali, un'ottima conoscenza della lingua inglese e una buona dimestichezza con gli strumenti informatici (preferibile SAP HR, pacchetto Office).

Le mansioni: l'azienda cliente è un'importante multinazionale leader nel settore chimico-farmaceutico. Il candidato verrà inserito all'interno della Direzione Risorse Umane e risponderà direttamente alla responsabile dell'Amministrazione del personale. Si occuperà di:
- gestione delle presenze e del payroll
- comunicazione agli enti e comunicazioni interne;
- supporto nell'attività di Compensation & Benefit

Luogo di lavoro: Milano

Inquadramento: contratto e inquadramento saranno commisurati a seconda della reale esperienza del candidato.

Posizione ricercata: **Junior Logistic Support GDO**

I requisiti richiesti: ricerchiamo un giovane laureato/a in materie tecnico/economiche, interessato alla Supply-Chain e ad intraprendere un percorso di crescita in ambito logistico e organizzativo all'interno della GDO. È richiesta un'ottima conoscenza dei principali strumenti informatici, capacità di analisi.

Le mansioni: Il cliente opera nella grande distribuzione organizzata. La risorsa individuata seguirà un percorso di preparazione della durata di 24 mesi, finalizzato alla conoscenza dell'azienda e del modello di Business. Verrà inserita all'interno della direzione Logistica e affiancherà i coordinatori delle varie aree operative con responsabilità crescenti relativamente alle seguenti attività:
- verifica della merce in ingresso, elaborazione ordini e preparazione spedizioni;
- verifica della corretta applicazione delle procedure (movimentazione, stoccaggio, prelievo);
- presidio dell'applicazione delle norme in materia di igiene e sicurezza sul lavoro;
- monitoraggio KPI e ottimizzazione dei processi logistici e delle risorse a disposizione;
- pianificazione e controllo del lavoro svolto da società terze;
- rapporti con le altre Direzioni (Vendite, acquisti) relativamente alle tematiche di approvvigionamento.

Luogo di lavoro: Milano

Inquadramento: contratto a tempo determinato

Posizione ricercata: **Sourcer of Services and Consumer Goods**

I requisiti richiesti: we are looking for an experienced sourcer. Holds a degree in Economics or similar, is interested in growing in the Procurement Area of a major multinational pharmaceutical company. It's required a minimum of 3 years experience as a Sourcer of Services and Consumer Goods, and also knowledge of procurement and accounting processes (Source-to-Contract, Purchase-to-Pay/ Enabling Payment). Excellent knowledge of English, strong negotiation skills, influence suppliers ability, leadership, business understanding, knowledge of Microsoft Office are essential.

Le mansioni: Major tasks and responsibilities:
a) Implementing globa0l sub-category strategy and local sourcing strategies;
b) Support the implementation of the global sub-category strategy and develop the local sourcing strategies.

Luogo di lavoro: Milano

Inquadramento: contratto a tempo indeterminato

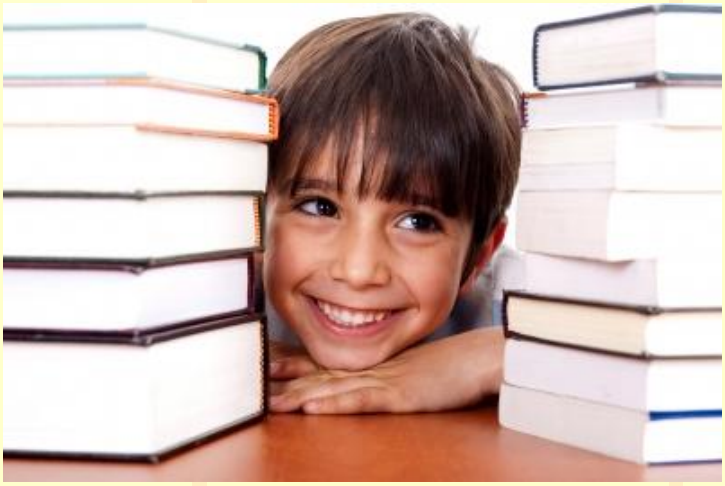
Per visionare e candidarti a queste e ad altre posizioni, accedi alla homepage del sito di Bachelor, www.bachelor.it

Attualità

Per non saper né leggere, né scrivere…i genitori italiani sognano un figlio col camice bianco

Un genitore italiano su tre lo ammette: non comprende del tutto in cosa consista il lavoro del figlio e, per necessaria conseguenza, non è in grado di offrirgli dei consigli utili per favorire e sostenere la sua crescita professionale. Lo svela la ricerca condotta su commissione di LinkedIn, il social network professionale che conta ormai 238 milioni di iscritti in tutto il mondo e oltre 5 milioni in Italia, da parte di Opinium Research.

Tale sondaggio, condotto su scala globale, rivela tuttavia che gli italiani – almeno questa volta – non sono i più disinformati: nella classifica europea, le famiglie italiane sono infatti le maggiormente interessate a saperne di più sulla professione dei ragazzi, mentre i cugini francesi sembrano essere quelli a cui interessa meno sapere cosa fanno i propri figli per lavoro, seguiti da svedesi, tedeschi e britannici.



In realtà, come precisa il Vice President of Talent di LinkedIn *"con tutte le nuove professioni nate negli ultimi anni, è comprensibile che molti genitori non abbiano un'idea chiara di che cosa facciano i propri figli al lavoro ogni giorno"*.

Preso atto della difficoltà dei senior di comprendere il mondo nel quale devono barcamenarsi i junior, LinkedIn ha provato ad individuare un correttivo idoneo a colmare tale gap in parte intergenerazionale, in parte tecnologico. Il sondaggio di cui si discute rappresenta infatti la premessa del Bring in Your Parents Day, la giornata mondiale organizzata da LinkedIn per favorire l'incontro fra genitori e figli sul luogo di lavoro, in modo da consentire ai genitori dei professionisti di tutto il mondo di avere un'idea del lavoro dei figli e permettere a questi ultimi di poter imparare qualcosa dalle esperienze dei genitori.

Sembra una contraddizione in termini: il social network, uno degli strumenti causa del divario creatosi tra genitori e figli punta i riflettori, mediante tale iniziativa, sull'importanza del supporto della famiglia, elemento fondamentale per favorire la carriera e la crescita professionale dei giovani talenti. Ancora più singolare sembra essere la modalità con la quale LinkedIn ha architettato di poter colmare tale divario: è infatti stato utilizzato il modo più semplice e genuino che si potesse immaginare, ovvero portare mamma e papà in azienda e trascorrere con loro una normale giornata lavorativa.

Fermo restando l'auspicio che tale iniziativa possa essere stata d'aiuto per avvicinare le due generazioni, permettendo loro di confrontarsi su sfide che, sotto vesti solo apparentemente diverse, i genitori hanno dovuto affrontare in passato, merita di essere evidenziata una tendenza propria del nostro Paese che sembra essere, almeno in parte, consequenziale alla disinformazione dei genitori sul lavoro della prole. Che tale tendenza sia determinata dalla difficile comprensione delle nuove professioni, ovvero dallo spirito conservatore e familistico che da sempre caratterizza il mondo del lavoro italiano, il risultato non cambia: i genitori italiani sognano il figlio con il camice bianco o, "alla peggio", imprenditore. Un altro sondaggio promosso da LinkedIn conferma infatti che il medico rimane la professione più amata e ambita dalle famiglie italiane, nonostante l'ondata di precariato che sta investendo anche il mondo sanitario. Incidono sicuramente fattori remunerativi, status symbol e il senso di sicurezza, anche a livello personale, che la figura del medico incarna nell'immaginario comune.

Aldilà dei sogni e dei modelli, la famiglia italiana si conferma inoltre – prevedibilmente- legata alla tradizione: il 29% del campione intervistato spera infatti che il figlio scelga il suo stesso percorso lavorativo. Volgendo lo sguardo ai giovani, emerge invece, che i ragazzi condividono solo in parte le speranze dei genitori: nella classifica delle professioni più ambite, vi sono infatti quella del dottore e dell'imprenditore (anche se in posizione inversa rispetto a quella auspicata dai genitori), ma altrettanto sognate risultano essere professioni meno solide, legate invece alle passioni personali.

E la positività dei ragazzi italiani, inspiegabilmente, visto il tasso di disoccupazione giovanile raggiunto nel nostro Paese, non si ferma qua: il 48% del campione intervistato – peraltro, la percentuale più alta fra i giovani europei - asserisce che la possibilità di svolgere la professione dei sogni sia una delle cose più importanti e gratificanti nella vita. Dovendo fare i conti con la realtà di un mondo del lavoro sempre più ostico e difficoltoso, non si può che consigliare ai giovani sognatori italiani di provare ad inseguire le proprie aspirazioni, senza tuttavia dimenticare che i sogni devono essere supportati da costanza e determinazione e soprattutto che bisogna essere pronti ad adattarsi ai cambiamenti che ci circondano e, come suggerisce la dott.ssa Fiorin nell'articolo di pagina 7 a reinventare la professione amata in funzione – anche – delle nuove tecnologie.

Rachele Rossi
Junior Recruiter Bachelor Selezione

Attualità

Top 10 dei lavori più desiderati dai genitori italiani per i loro figli:

1. Dottore (22%)
2. Imprenditore (20%)
3. Impiegato nel settore finanziario (13%)
4. Insegnante (13%)
5. Avvocato (12%)
6. Dentista (12%)
7. PR / esperto di Marketing (11%)
8. Imprenditore edile (10%)
9. Impiegato nel settore alberghiero (9%)
10. Chef (7%)

Top 10 dei lavori più desiderati dai più giovani:

1. Imprenditore (20%)
2. Dottore (16%)
3. Insegnante (15%)
4. Impiegato settore finanziario (12%)
5. Impiegato settore alberghiero (12%)
6. Agente di viaggio (10%)
7. Sportivo (10%)
8. Avvocato (8%)
9. Politico (8%)
10. Impiegato in un'organizzazione benefica (8%)

Gli allievi della XXVI edizione della Two Weeks Training in "Ricerca e Selezione del Personale", svolta dal l'11 al 22 novembre 2013.
*Alta Scuola di Formazione Bachelor è una scuola per l'occupabilità indirizzata unicamente a giovani laureati. La scuola utilizza una metodologia formativa basata sull'**action learning**: la realizzazione di laboratori su compiti reali e project work.*
Per informazioni sulle prossime date della scuola, www.bachelor.it/formazione .

Società

Soft Power: l'arte di convincere anziché di costringere

Tradotto letteralmente significa potere soffice, dolce. Ma non lasciatevi ingannare: sempre di potere si sta parlando. Il potere è una relazione sociale che si può esercitare in due modi: uno *hard*, cioè duro, basato sulla coercizione; e uno *soft*, cioè morbido, basato sulla flessibilità. Precursori di questo tema sono stati gli studiosi delle organizzazioni aziendali con le loro teorie sulla leadership condivisa o distribuita. Per spiegare meglio cosa sia questo stile di direzione, basta citare un caso su tutti: il Giappone. Sono state le aziende nipponiche a mettere per prime in discussione i classici paradigmi aziendali attraverso la filosofia del Total Quality Management: ogni dipendente di una grande azienda giapponese è spinto ad analizzare i problemi, a trovare soluzioni, e ad apportare miglioramenti. È dunque evidente un atteggiamento di apertura mentale di fondo, atto a favorire il dialogo e a rendere possibile l'espressione di punti di vista anche divergenti. Tipicamente giapponesi sono i *ringi*: ogni nuova proposta viene fatta circolare tra dirigenti e dipendenti, e ognuno è libero di approntare delle modifiche, dopodichè il documento viene fatto girare nuovamente finché non si trova un accordo che soddisfi tutti. Queste pratiche contraddicono la concezione tradizionale di management *top-down*, per cui chi si trova ai posti più alti della gerarchia aziendale è l'unico a prendere decisioni e ad imporle.

Solitamente il potere viene concepito come qualcosa di *hard*, di razionale, strategico, orientato alla decisione: tutte qualità che si suppongono essere maschili. Le donne, invece, sono stereotipicamente viste come emotive, comprensive, tolleranti, cooperative: caratteristiche *soft* che, nelle aziende moderne sempre meno gerarchiche e sempre più reticolari, sono molto ricercate. Non a caso, oggi le donne manager sono più numerose rispetto al passato - anche se ancora poche rispetto ai colleghi uomini -, e spesso lo diventano grazie alla loro capacità di dar vita a reti d'inclusione e di costruire consenso.

Ma il concetto di leadership può essere esteso ad ogni campo della vita umana. Il soft power, secondo il professore di Relazioni Internazionali ad Harvard Joseph Nye, è la capacità di raggiungere gli obiettivi desiderati convincendo le persone, anziché pagandole od obbligandole a fare qualcosa; è dunque l'abilità nell'ottenere ciò che si vuole tramite la seduzione. "Se volete, – afferma Nye – chiamatelo fascino".

Che il carisma sia sempre stato una fonte di potere, lo diceva anche Max Weber. La legittimazione del potere, che si verifica quando i governati sono convinti che obbedire sia un loro dovere, può basarsi su tre criteri: la tradizione, la burocrazia o il carisma. In questo ultimo caso, la gente riconosce delle qualità speciali in alcuni individui e le considera come base del loro diritto di decidere per conto loro. Il fascino, solitamente, è una dote naturale che caratterizza i "trascinatori", quelle personalità che in ogni campo sono capaci di mettere d'accordo tutte le parti e le controparti. Ma quello stesso fascino può anche essere razionalmente e volontariamente costruito grazie a consiglieri e consulenti per l'immagine. È stato coniato un termine ad hoc per indicare l'importanza che lo stile riveste nella società postmoderna, specialmente in ambito politico: *management dell'impressione*. Soft power, dunque, è anche usare il proprio charme per creare rapporti di natura informale, coltivare alleanze, cercare di far entrare nella rete delle proprie amicizie tutti coloro che contano, incluso i potenziali nemici. Significa saper guardare al di là degli interessi contingenti e saper offrire il proprio sostegno oggi, in cambio di promesse per il futuro. Il motivo per cui attualmente si parla di soft power è che se ne fa sempre di più un uso strategico: si è compreso che esso non è più (e forse non lo è mai stato) un accessorio. Lo stesso concetto di soft power non è necessariamente da intendersi come un *peace & love* riveduto e corretto per i giorni nostri. Esso non è buono di per sé, e non sempre è migliore. *Hard* e *soft* sono in realtà le due facce della stessa medaglia, entrambi dirette verso il perseguimento dei propri obiettivi. Non che l'hard sia diventato improvvisamente irrilevante: raramente il soft power, da solo, può bastare. I leader ed i manager del futuro – se vogliono davvero essere tali - dovrebbero dunque saper sviluppare un'intelligenza contestuale che sappia combinare hard e soft in uno *smart power*, potere intelligente. Ciò, se ci pensiamo bene, non è nulla di eclatante. Nella vita quotidiana tutti sappiamo applicare un certo soft power: tante volte si riesce ad ottenere più con un sorriso, che con un'imposizione. Forse siamo tutti manager dell'impressione di noi stessi, da bravi attori nel teatro della vita quotidiana (come sosteneva Erving Goffman).

Daniela Arlenghi—Cestri Bachelor

Un focus su...

Giovani giornalisti contemporanei...

Un neolaureato in materie umanistiche che avesse la pessima idea di consultare i risultati delle ultime ricerche sull'occupabilità, probabilmente si troverebbe a rimpiangere il fatto di avere una mente attratta dalla letteratura e non da numeri e grafici. Effettivamente i dati recenti sugli annunci di lavoro ci dicono che solo il 6,8% di questi sono rivolti alla ricerca di figure laureate in lettere e discipline affini e, udite udite, solo l'1,3% ricerca persone da inserire all'interno del mondo editoriale. Ora verrebbe spontaneo trarre la conclusione che non ci sia alcun modo per un "letterato" di mettere a frutto l'impegno profuso durante i lunghi anni universitari, ma non è così. È vero che il mondo editoriale da un paio d'anni a questa parte ha, purtroppo, risentito della concorrenza spietata del web, ma questo non deve essere visto solo in un'accezione negativa, deve anzi fungere da monito e da "trampolino di lancio" al fine di sviluppare una strategia alternativa per poter lavorare all'interno del settore editoriale. Ed è proprio quello che stanno facendo diversi giovani volenterosi che, pur di esprimere le proprie idee hanno aperto una serie di testate giornalistiche online che si occupano degli argomenti più disparati; basta entrare su qualunque social network per prendere atto di questo fatto. La cosa più interessante sono gli spunti di riflessione che si possono trarre leggendo le produzioni di questi giovani reporter, il loro occhio e la loro penna (forse faremmo meglio a parlare di tastiera!) hanno una freschezza e una spontaneità che si fatica, ahimè, a trovare all'interno delle testate giornalistiche veterane. Se poi ci soffermiamo per un attimo sugli argomenti trattati possiamo renderci conto che vi è uno sguardo attento volto alla promozione di eventi culturali di varia natura che permettono ai lavoratori, sballottati dalla frenesia della quotidianità, di prendersi una pausa; questo può avvenire in qualunque momento della giornata, si estrae dalla borsa o dalla tasca della giacca il proprio smartphone o tablet e si entra in un altro mondo, si legge di argomenti diversi e magari – perché no?! – si trova anche qualche idea interessante per passare il weekend all'insegna della cultura e della conoscenza. Sebbene il web offra un nuovo spazio per i giovani di talento, purtroppo dobbiamo fare i conti con il rovescio della medaglia; i giovani non possono ritenere questa valvola di sfogo una professione perché non vi è alcun tipo di contratto o di retribuzione; credo che oggi più che mai i giovani non debbano perdere la speranza. Se chiudiamo le porte della nostra mente e ci lasciamo schiacciare dal fatto che quello che ci permette di vivere non sia il nostro talento e la nostra "vena poetica" ma, spesso, una professione che non risulta essere in linea con quanto da noi sempre desiderato, rischiamo di far spegnere la luce nella nostra mente e di permettere che questa si atrofizzi. Le persone non sono il lavoro che fanno, sono l'insieme delle idee che frullano nei loro cervelli ed è proprio per questo motivo che non bisogna mai frenare il proprio potenziale e la propria creatività, anche se magari possono essere espressi solo nei ritagli di tempo; bisogna aggrapparsi alla speranza che le cose possano cambiare e che quella serie di caratteri pubblicati un giorno vengano letti da un editore, magari proprio mentre si prende una pausa dal caos cittadino, e che questo abbia voglia e possibilità di investire sul talento che si cela dietro lo schermo.

Magda Fiorin

Junior Recruiter Bachelor Selezione

Stage and Go

È il nuovo sito di job posting
unicamente dedicato agli **stage**!

Ogni settimana troverai nuovi annunci a cui candidarti

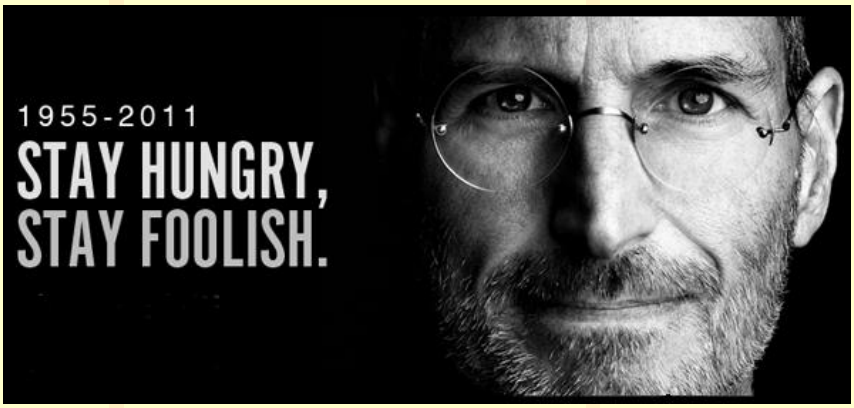
Cosa aspetti? Visita www.stageandgo.it
e seguici anche su Facebook!

Tempo libero

Che cosa ci ha veramente insegnato Steve Jobs?

Alla vigilia dell'uscita nelle nostre sale del tanto atteso biopic su Steve Jobs, mi ritrovo a pensare a quale sia stato il vero ingrediente chiave del suo successo e che cosa ci porta a descriverlo come un innovatore non solo nel mondo dei computer, ma anche per ciò che riguarda il business della musica, i film d'animazione, telefoni, tablet e l'editoria digitale. L'incredibile funzionalità e semplicità dei prodotti Apple? Eppure non era un ingegnere, non realizzò lui in prima persona i suoi prodotti, ma una squadra di ingegneri qualificati; tuttavia se pensiamo ad Apple pensiamo a Steve Jobs, non alla sua squadra di ingegneri. Una buona idea di business? Eppure all'inizio della sua carriera quando il suo amico realizzò il Personal Computer, perfetto per l'utilizzo inesperto della maggior parte dei consumatori di quegl'anni, fallì miseramente in quanto l'utenza, pur convenendo nella qualità del prodotto e nell'idea innovativa che vi era dietro, non riconosceva il valore economico che Jobs si aspettava e che tutti noi siamo disposti a dare oggi a qualsiasi prodotto Apple. Un'ottima politica marketing, basata su una comunicazione vincente? Sicuramente si, eppure non aveva un master in marketing. Ciò che stupisce tutti è il fatto che all'età di 25 anni Jobs sapeva esattamente dove voleva arrivare e come ci sarebbe arrivato. Fu il primo a capire che per quanto possa essere perfetto un prodotto, la sua qualità, specialmente in un settore estremamente in divenire e pieno di validi competitors come quello dell'information technology, non basta a garantire il "tutto esaurito" nel lungo periodo, prima ancora di raggiungere gli scaffali. Fece della sua esperienza di vita e di consumatore, una scuola dove attingere le idee più innovative e che gli consentirono di reinventare in maniera semplice, funzionale ed intelligente, ciò che effettivamente sul mercato già esisteva ma il cui valore, per un motivo o per un altro, non veniva riconosciuto dal consumatore. È proprio in questo che Steve Jobs fu un "First Mover" investì nell'incolumità del marchio prima ancora di investire nella necessaria qualità del prodotto e investì nel suo potenziale, nei suoi interessi, nella sua esperienza di vita, prima ancora di investire nel marchio.

Senza ulteriori giri di parole, secondo me, l'elemento chiave sulla base del quale Steve Jobs fondò le basi del suo successo fu l'idea che aveva di educazione. Per spiegare meglio il concetto utilizzerò alcune parti del discorso che Steve Jobs fece ai neolaureati di Standford nel 2005: *"Andai al college. Ma ingenuamente ne scelsi uno altrettanto costoso di Stanford, e tutti i risparmi dei miei genitori finirono per pagarmi l'ammissione e i corsi. Dopo sei mesi, non riuscivo a vederci nessuna vera opportunità. Non avevo idea di quello che avrei voluto fare della mia vita e non vedevo come il college potesse aiutarmi a capirlo[…] Nell'attimo che mollai il college, potei anche smettere di seguire i corsi che non mi interessavano e cominciai invece a capitare nelle classi che trovavo più interessanti. Non è stato tutto rose e fiori, però […] Guadagnavo soldi riportando al venditore le bottiglie di Coca cola vuote per avere i cinque centesimi di deposito e poter comprare da mangiare. Una volta la settimana, alla domenica sera, camminavo per sette miglia attraverso la città per avere finalmente un buon pasto al tempio Hare Krishna: l'unico della settimana. Ma tutto quel che ho trovato seguendo la mia curiosità e la mia intuizione è risultato essere senza prezzo, dopo. Vi faccio subito un esempio. Il Reed College all'epoca offriva probabilmente la miglior formazione del Paese relativamente alla calligrafia. Dato che avevo mollato i corsi ufficiali, decisi che avrei seguito la classe di calligrafia per imparare a scrivere così. Fu lì che imparai dei caratteri serif e san serif, della differenza tra gli spazi che dividono le differenti combinazioni di lettere, di che cosa rende grande una stampa tipografica del testo. Fu meraviglioso, in un modo che la scienza non è in grado di offrire, perché era artistico, bello, storico e io ne fui assolutamente affascinato. Nessuna di queste cose però aveva alcuna speranza di trovare una applicazione pratica nella mia vita. Ma poi, dieci anni dopo, quando ci trovammo a progettare il primo Macintosh, mi tornò tutto utile".*



La vera chiave del successo di Jobs è da cercare, quindi, nella sua vita e nella grandissima capacità di volontà e di fare sue le informazioni che acquisì sia dentro che fuori le istituzioni scolastiche, e che lo hanno reso "un Grande".

In conclusione, che cosa ci insegna Jobs? Non ad abbandonare gli studi, anzi, ma a fare del mondo e della vita una scuola e soprattutto a capire il prima possibile quale sarà la nostra strada in base ai nostri interessi, alle nostre passioni a tutto ciò che ci rende unici, indipendentemente dall'indirizzo di laurea. Questa è la vera creatività, la vera chiave del successo. Quindi: "Siate affamati. Siate folli".

Manuela Bellani
Sales Account

Pausa relax

I consigli della redazione per alleggerire lo studio o il lavoro: speciale Natale!

Top 5 Songs

1.“Wizards in Winter” - Trans-Siberian Orchestra (2004)
Una grande canzone strumentale che unisce progressive rock, heavy metal e musica classica, resa ancora più bella dal video a ritmo di lucine natalizie (uno dei più cliccati di sempre su YouTube).

2.“All I want for Christmas is you” - Mariah Carey (1994)
Grande classicone natalizio, la voce di Mariah Carey ci ricorda quanto sia importante avere qualcuno da amare durante il Natale...

3. “Something stupid” - Robbie Williams e Nicole Kidman (2001)
I due recitano la parte dei perfetti innamorati in questa cover originariamente cantata da Frank Sinatra e dalla figlia Nancy.

4.“Last Christmas” - Wham! (1984)
Cosa c'è di più natalizio del passare le feste in montagna, rotolarsi nella neve finta e deprimersi per un amore non corrisposto? La risposta è: niente! E questa canzone ed il suo video ce lo ricordano...

5. “Christmas is all around” - Bill Nighy (2003)
Non si tratta di una vera canzone, ma della rivisitazione di Bill Nighy nel film Love Actually, che sostituisce la parola Love con Christmas: mette subito di buon umore!

Top 5 Libri

1. Canto di Natale—C. Dickens
Scritto nel 1843, è il più celebre ed importante libro sul Natale. A Christmas Carol contiene la storia della conversione dell'avaro Scrooge, affarista senza scrupoli che disprezza la religione e la famiglia solo perché non gli fanno guadagnare denaro.

2. Polar Express—C. Van Allsburg
Un ragazzo si trova a letto la sera della vigilia di Natale. Qui viene raggiunto da un treno magico, il Polar Express: qui vede migliaia di elfi nel centro della città in attesa della partenza di Babbo Natale...

3. Piccole Donne – L. M. Alcott
Nel suo romanzo, la Alcott racconta, da un Natale all’altro, la ita della famiglia March durante la guerra di secessione americana. Un libro tenero, da leggere davanti al camino!

4. Il dono - R. Bradbury
Il racconto si svolge nello spazio il 24 dicembre 2052 ed è di genere fantascientifico, ma in esso si trova la conferma che nel giorno di Natale i desideri di un padre, una madre e un figlio sono quelli di sempre e che il sentimento di quel giorno non si può cambiare nemmeno tra le stelle!

5. Marcovaldo—I. Calvino
In questo classico, si raccontano le avventure e disavventure di Marcovaldo e della sua famiglia, anche a Natale: un racconto divertente e allo stesso tempo malinconico, un po’ come il Natale.

Top 5 Film

1. Mamma ho perso l’aereo (C. Columbus, 1990)
Cosa succede se la sveglia non suona e i genitori dimenticano a casa il figlio di 8 anni? Un classico che non stanca mai!

2. A Christmas Carol (R. Zemeckis, 2009)
Si sa che il Natale è dei piccoli, ma questo film è adatto a tutta la famiglia e offre interessanti punti di riflessione sul nostro comportamento quotidiano...

3. Una poltrona per due (J. Landis, 1983)
Due finanzieri di Philadelphia sostituiscono per scommessa un manager d'assalto, bianco, con un nero spiantato senza arte né parte. Nel film c'è più astuzia che intelligenza, ma Landis lo serve in tavola con innegabile efficacia.

4. Nightmare before Christmas (T. Burton, 1993)
Jack Skeletron è il capo di Halloween, villaggio abitato da mostri. Piuttosto insoddisfatto ed annoiato di dover continuamente dover spaventare bambini, scopre per caso nel tronco di un albero l'entrata al regno di Babbo Natale...

5. Il Grinch (R. Howard, 2000)
Nel paese di Chinonsò, che si trova all'interno di un fiocco di neve, un bel giorno arriva il Grinch, un essere verde e peloso che vive con gli oggetti prelevati dalla discarica, e che detesta a morte il Natale. Ne combinerà di tutti i colori!

La domanda del mese

Come si lavora in un ambiente prettamente femminile?

Lavoro in Bachelor da circa 7 mesi. Nonostante io sia l'unico dipendente uomo di questa azienda non mi sento affatto "solo". Non posso nascondere che prima di iniziare a lavorare qui, l'idea di essere inserito in un organico prevalentemente femminile, ha generato in me il dubbio di non riuscire ad integrarmi. Fin dal primo giorno, però, non ho mai incontrato la minima difficoltà, anzi, non avrei potuto trovare azienda migliore per affrontare la mia prima esperienza lavorativa. Oltre al progetto aziendale, al progetto su di noi ed alla possibilità di poter imparare e crescere professionalmente, ho incontrato un ambiente lavorativo che mi ha permesso di maturare anche a livello personale. Mi è capitato di leggere su internet dei veri e propri "Manuali" su come un uomo possa "sopravvivere" in un luogo di lavoro composto prevalentemente da donne. Tali articoli consigliano di mantenere un atteggiamento che non possa urtare la sensibilità del gentil sesso, in poche parole di non comportarsi come Fantozzi mentre si gode la Champions League sul divano di casa sua. Un altro consiglio è quello di non mostrarsi per forza razionali, ovvero, di dare spazio al pathos, in modo da essere più rassicuranti. Inoltre, esistono studi che riguardano i conflitti fra donne, i quali risultano essere di più difficile risoluzione rispetto a quelli tra uomini: emerge che sono più facilmente gestibili e riparabili i rapporti incrinati tra maschi, piuttosto che quelli tra femmine. Mettendo da parte i consigli di internet, descriverò brevemente la mia esperienza. Io e le mie colleghe svolgiamo un'attività "muscolare", dove è importante seguire le direttive ma è altrettanto gradita e sostenuta una partecipazione personale al lavoro ed alle decisioni da prendere. In Bachelor, infatti, ho incontrato un team molto determinato, unito e consolidato sul quale poter fare affidamento nei momenti di difficoltà. Le mie colleghe, dalla prima all'ultima, sono per me un punto di riferimento e, da ognuna di loro, ho avuto la possibilità di imparare qualcosa, sia dal punto di vista professionale, sia da quello umano. Ciò che ho potuto apprendere è stato, innanzitutto, come integrarmi al meglio in un contesto aziendale, ho appreso come organizzare il lavoro e come affrontare nel modo più positivo possibile i momenti di criticità. Tutto ciò è stato possibile grazie ad un luogo composto da persone disponibili ma, soprattutto, competenti. Se una persona entra nei nostri uffici nota subito che io sono l'unico rappresentante del cromosoma XY ma, personalmente, durante le 8 ore, per me è ormai una cosa che non ha rilevanza (tranne quando vantano la loro superiorità intellettiva in quanto donne e, dato che la superiorità è anche numerica, io non posso replicare!). Forse a incidere potrebbe essere il fatto che l'età media dei dipendenti di Bachelor è molto bassa (26 anni), abbiamo tutti pochissimi anni di differenza e, questo ci consente di accorciare le distanze e arrivare ad una maggiore complicità, ma non credo che ne costituisca l'elemento essenziale. Per me, ciò che fa la differenza è Il clima aziendale, alla cui base c'è la cultura che la stessa azienda trasmette. Se ci sono dei valori che accomunano, se c'è la volontà di lavorare in team, se quando si raggiungono degli obiettivi il merito va riconosciuto al gruppo e non esclusivamente al singolo, si ottiene una forza che permette di andare oltre e di superare le criticità di qualsiasi tipo, comprese quelle che il genere potrebbe creare nel luogo di lavoro. Tutto ciò consente, inoltre, di avere un approccio di risoluzione dei conflitti maturo e responsabile. Infatti, nonostante il pensare comune sul fatto che le donne tendano a rendere più difficilmente risolvibili delle situazioni di scontro, devo dire che non ho mai assistito ad una situazione di questo tipo, anzi, fino ad ora non si sono mai venuti a creare dei presupposti che abbiano potuto generare contese irrisolvibili.

La mia non è una verità, è solo il racconto di un'esperienza che sto vivendo, ed ho voluto scrivere un articolo in merito per ringraziare tutti coloro che la stanno condividendo con me. Ci tengo a precisare che non lo faccio per assicurarmi un "quieto vivere" in questo contesto, ma per rendere omaggio a delle persone che hanno un grande valore e che è difficile trovare tutte insieme nello stesso posto. D'altronde, noi scopriamo talenti e, per fare ciò, dobbiamo averne necessariamente anche all'interno!

Paolo Branco
Sales Account

Bachelor Selezione Laureati

Bachelor contiene all'interno del suo nome la sua realtà: una società multinazionale italiana nata nel 1998, unica specialista nella selezione di giovani talenti. Attualmente siamo in contatto con oltre 8.000 aziende e con un network di 100.000 giovani laureati italiani.
Oltre all'attività di selezione, Bachelor si compone di altre due realtà: il Centro Studi e Ricerche Bachelor (il quale oggi redige rapporti di ricerca sul mercato del lavoro per laureati ed aziende, analizzando le dinamiche occupazionali riguardanti i giovani laureati), e l'Alta Scuola di Formazione Bachelor (scuola per l'occupabilità indirizzata unicamente a neo e giovani laureati).Tutte le news e le ricerche in corso sono sul sito (www.bachelor.it), e sulle pagine u Facebook, Twitter e Linkedin.