RISORSE

LENTE D'INGRANDIMENTO

La Formazione 4.0 punta al web

La formazione 4.0 si fa largo sul web, sebbene le lezioni in aula siano ancora in voga, le academy online sono il trend del momento. Il 52% delle aziende si avvale della formazione online a distanza. Crescono inoltre le metodologie di formazione legate alla gamification e alla tecnica esponenziale, oltre all'utilizzo di web series e virtual coach. AIDP, l'Associazione italiana per la Direzione del personale, ha condotto una ricerca per scoprire le trasformazioni aziendali riguardo la formazione. Isabella Covili Faggioli, presidente nazionale AIDP, ha spiegato che la formazione 4.0 è il principale tema per potere cogliere tutte le sfumature della IV rivoluzione industriale. Ha inoltre aggiunto che senza formazione e competenze innovative non saremmo in grado di realizzare una nuova crescita economica. Per quanto riguarda i contenuti della formazione troviamo al primo posto la sicurezza con il 75% dei corsi, al secondo posto le Soft skills con il 65%, al terzo posto le lingue con una percentuale del 54%, all'ultimo posto sono le competenze

tecniche con il 39%. Le academy aziendali sono nate negli anni Ottanta, sono sempre più in aumento, e stanno sempre più evolvendo verso le lezioni online.

Fonte: Missionline 12/06/2019

INTERNAZIONALE

Borderless talent assessment online

Globalization has not only changed corporate growth strategies across borders but also influenced the way corporations seek and assess the best international talent worldwide to add value to global career opportunities. In the last decade, video conferencing facilities and techniques have come a long way to facilitate various global Personnel assessment. Fast-forward to the present day, and we have accumulated extensive experience in utilizing various video interviewing technologies and online tools. Juhani Konu, the Managing Partner of InterSearch Finland and a Shareholders of InterSearch Worldwide with more than two decades of international executive search experience, has personally conducted almost a thousand video interviews to effectively assess talent for one of their major clients in several countries around the world. Once upon a time HR Consultants and HR Managers used to fly all over the world to do that. Nowadays an in-depth assessment can easily be done using a personal laptop or video conferencing facility in a Boardroom. There is an endless variety of technologies and service providers, which vary in quality to allow for a seamless conversation with no audio delays and good sync with the image – a key aspect for effective online interviews. There are various aspects that require consideration when conducting interviews via video conference:

- Legal aspects and **compliance with local Data protection** (or GDPR wherever applicable), as the rights of a candidate vary considerably from country to country. For example, in the Netherlands & Germany, candidates have extensive rights: they have the final say concerning their report, both in terms of the content and whether the report can be sent to the hiring manager at all.
- **Cultural aspects** require the interviewer knows the main cultural differences between countries, but he/she should be also ready to deal with an individual who does not fit any of the general classifications. In some countries, candidates are likely half an hour late or too early in the videoconference room due to heavy traffic jams. You cannot require prompt timing from the candidates in such cases.

>> Read the complete article <<

IN BREVE

Social media e business

I Social media negli ultimi anni si stanno rivelando un ottimo strumento per fare business. Linkedin, per esempio, è uno strumento che non si occupa solo di Selezione, ma anche di rafforzare il brand dell'azienda e dei manager. Inoltre è un potente canale di marketing, d'informazione e comunicazione. Il punto di forza dei social network è l'immediatezza, sebbene in alcuni casi potrebbe divenire un'arma a doppio taglio perché la facilità con cui possono diffondersi notizie false, con toni inadeguati, potrebbero compromettere e danneggiare l'immagine di un'azienda. Per fa sì che questo non accada bisogna impostare una policy condivisa comunicata a tutti i dipendenti. La social media policy presenta delle norme di comportamento che dovrebbero esser seguite sia dai collaboratori dell'azienda, sia dai clienti/utenti di un'azienda stessa. La policy interna interessa la relazione fra utenti e azienda, con l'obiettivo di rendere chiara e trasparente la fruizione dei Social, mentre la policy esterna definisce gli argomenti trattati e pubblicati sui canali e le modalità con cui l'azienda vuole interagire. I social, come accennato prima, sono uno strumento di Employer Branding e di Recruiting ed è importante essere sempre attivi e presenti per attrarre personale qualificato. Un altro punto a favore dei social è che sono ottimi strumenti di marketing: urge quindi postare video, testi, immagini originali e interessanti, mirate ad impressionare il target di riferimento.

Fonte: Il sole 24 Ore, 10/06/2019

www.intersearch.it
euren@intersearch.it

EUREN INTERSEARCH - www.intersearch.it
Aut. Min. Lav. ex D. Lgs. 276/03 - prot. nr 1317 del 15.1.07
TORINO Corso G. Marconi, 13 - 10125 Torino
Tel: +39 011 6690143 - Fax: + 39 011 6693104
MILANO Via Carducci, 26 - 20123 Milano
Tel: +39 02 5814021 - Fax: +39 02 58140250
ROMA Via Agri, 1 - 00198 Roma

Join us on LinkedIn