



MA PERCHÉ NON TROVO LAVORO ?



LE 10 RAGIONI PER CUI NON RIESCI A TROVARE LAVORO

ONE  4
we take care



MISTER
HIRE

OSM Lavoro

**MA PERCHÉ NON TROVO LAVORO? - LE 10
RAGIONI PER CUI NON RIESCI A TROVARE
LAVORO**

ISBN: 9788899127091

Questo libro è stato realizzato con StreetLib Write
<http://write.streetlib.com>

Indice

IL FRULLATORE E L'IMBUTO	2
IL POPOLO DEGLI "SCORAGGIATI"	5
CAUSA ED EFFETTO	6
1 - NON SAI COSA VUOI	8
2 - NON FAI NETWORKING	10
3 - QUALCOSA NON VA NEL TUO CV	11
4 - SFIGURI NEI COLLOQUI DI LAVORO	13
5 - NON TI SAI "VENDERE"	14
6 - HAI UN ATTEGGIAMENTO SBAGLIATO	17
7 - SEI DEPRESSO E NON LO SAI	19
8 - NON SEI REALISTA	21
9 - NON SAI SCEGLIERE IL BERSAGLIO	22
10 - NON TI ADEGUI AL MERCATO	23
PER CONCLUDERE	25
CONTATTI	26
EDITORE	27



“Vieni ridotto alla grandezza di una moneta da cinque centesimi e vieni gettato in un frullatore. La tua massa è stata ridotta, quindi la densità è quella tua solita. Le lame inizieranno a muoversi dopo 60 secondi. Che cosa fai?”.

Quella che avete appena letto è la famigerata “*blender question*”, ovvero la “domanda del frullatore”, una delle più bizzarre formulate nei colloqui ai quali **Google** sottopone i candidati in lizza per un’assunzione. Come non farsi tritare? Appiattendosi sulle pareti, sperando di non essere risucchiato dal vortice che si creerà una volta che le lame si metteranno in movimento? Rannicchiandosi sul fondo? Macché.

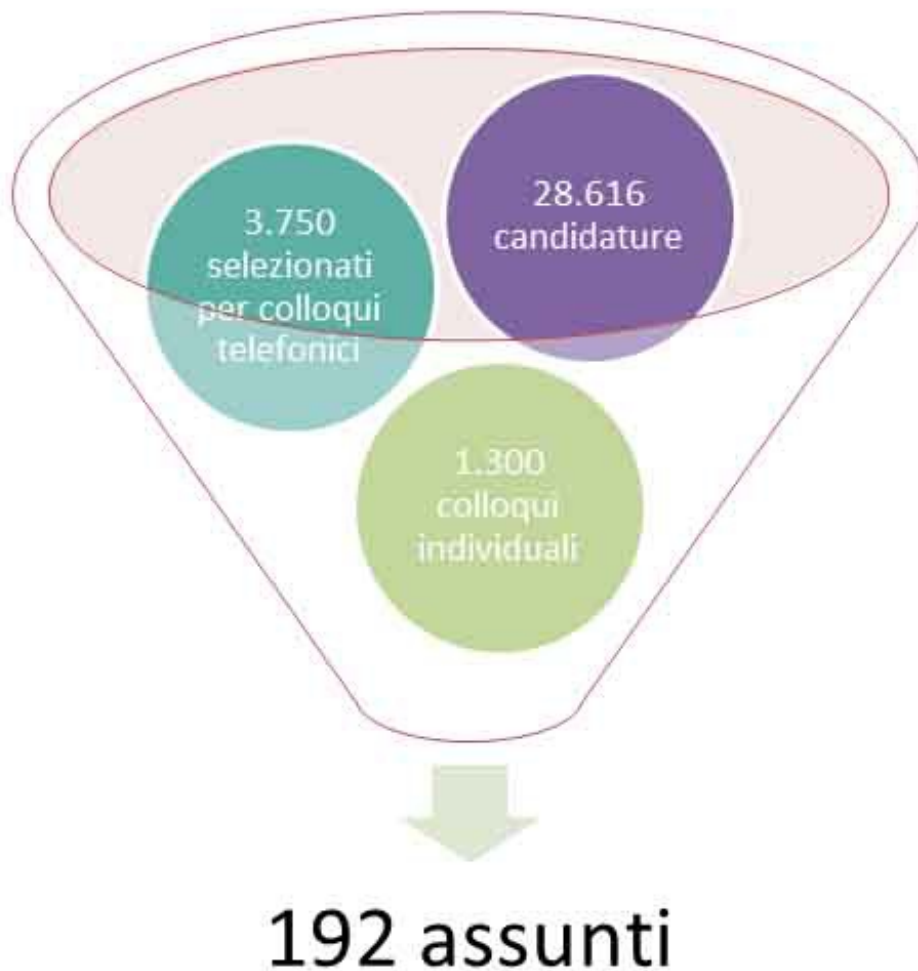
La risposta giusta è quella apparentemente più banale: la cosa da fare è semplicemente saltare fuori da quel frullatore, il che, per le leggi della fisica – e in primo luogo per la cosiddetta forza di gravità – non è affatto difficile se la “densità è quella tua solita”. Proprio “densità” è la parola chiave.

Per rendere l’idea, una pulce effettua salti pari in altezza a 200 volte la lunghezza del suo corpo. Ma se per ipotesi la sua dimensione fosse quella di un essere umano potrebbe elevarsi al massimo per 20 centimetri...

Da chi stende questi tipi di classifiche, Google viene ritenuta la **migliore azienda al mondo in cui lavorare**. Offre un’infinità di benefit e di servizi, compresa una mensa gratuita in cui servono piatti da gourmet, ed eccellenti salari (140 mila dollari annui agli ingegneri, 120 mila a ricercatori e *product manager*, più di 5 mila dollari al mese perfino agli stagisti). Dal 2011, addirittura, alle vedove dei dipendenti defunti viene corrisposta per dieci anni una metà dello stipendio che percepivano i rispettivi mariti.

Non c’è perciò da sorprendersi del fatto che i criteri attraverso i quali a Google si valutano le candidature siano particolarmente selettivi e che “rompicapi” tipo la domanda del frullatore ne abbiano fatto parte. I reclutatori tendevano a premiare soprattutto la creatività e il cosiddetto **pensiero laterale**, cioè la capacità di risolvere un problema logico me-

diante un ragionamento non convenzionale. Un altro famoso quesito proposto nell'ambito dei colloqui, ad esempio, chiedeva: "Un uomo guida fino ad un albergo e perde tutti i suoi averi. Cosa è successo?". Se non ti va di scervellarti, ecco la soluzione: stava giocando a Monopoli!

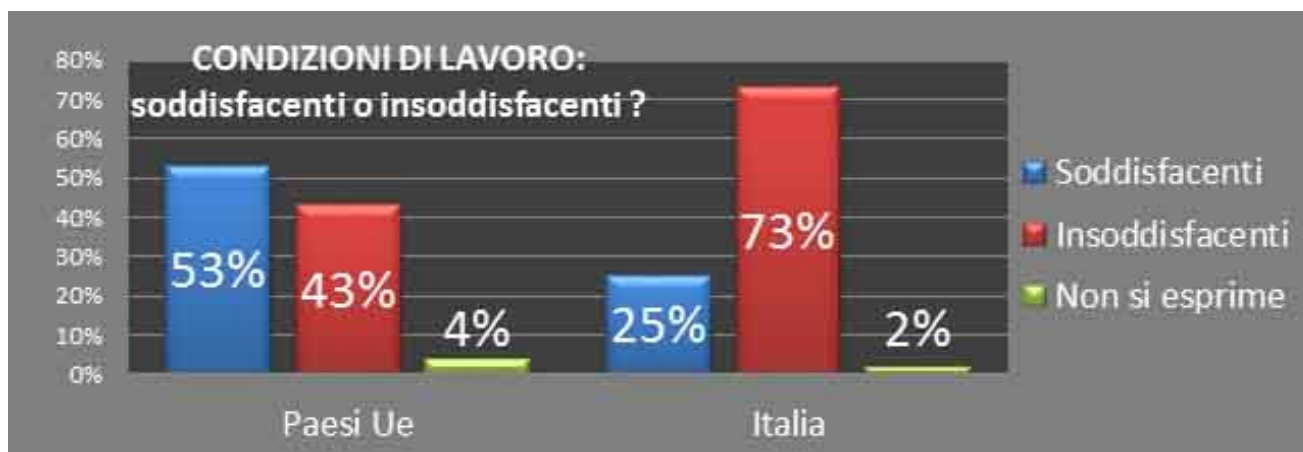


Ebbene, Google in tutto il mondo ha quasi 50 mila dipendenti e riceve mediamente nella sezione "careers" poco meno di due milioni di candidature all'anno, con punte che sfiorano le 100 mila settimanali. Benché ultimamente il colosso dei motori di ricerca abbia oltrepassato la soglia delle 8 mila assunzioni nell'arco di un anno, le probabilità che una singola candidatura vada a buon fine sono più o meno pari allo 0,4%. Quando si tratta di trovare un lavoro, insomma, occorre essere consapevoli che il "collo dell'imbuto" è spesso davvero molto stretto e che anche un piccolo passo falso – a partire dalla compilazione del curriculum – può essere fatale.

A proposito di "collo dell'imbuto", facciamo un esempio concreto. Il 15 luglio del 2013 ha avviato una raccolta di candidature online in vista dell'apertura nel marzo dell'anno successivo di un nuovo punto di vendita a Pisa. Nell'arco di tre settimane ne sono pervenute 28.616. Per la scrematura è stato utilizzato un apposito software che ne ha selezionate – come è visualizzato qui sotto – 3.750 per una successiva intervista telefonica. Già poco meno di 25 mila candidature sono state dunque scartate in questa fase preliminare. Altre 2.450 candidature sono state accantonate per gli esiti dei contatti telefonici o di 117

incontri di gruppo programmati con i superstiti. Fra i 1.300 prescelti per i colloqui individuali solo 192 (il 14,7% ma lo 0,67% degli originari 28.616) hanno ottenuto un contratto, nel 70% dei casi a tempo determinato.

A dar retta ad un rapporto che il Censis ha diffuso nel dicembre 2014, agli oltre 3 milioni di disoccupati ufficiali vanno aggiunti 1.780.000 individui inattivi perché "scoraggiati": non cercano un lavoro perché ormai rassegnati al fatto che a loro avviso è impossibile trovarlo. Sempre secondo il Censis poi ulteriori 3 milioni di individui, che per varie ragioni non si sono mai affacciati sul mercato del lavoro, potrebbero essere disponibili a farlo se venisse offerta loro l'opportunità. In totale, il Censis stima insomma che in Italia esista un "capitale umano" attorno agli 8 milioni di unità totalmente inutilizzato. Dunque, c'è chi cerca e non trova. Ma c'è anche chi nemmeno cerca. Uno studio promosso nel 2001 dalla Provincia di Milano, le cui conclusioni figurano in un volume pubblicato dall'editore Franco Angeli, ha indagato sulle azioni messe in atto per la ricerca di un'occupazione da chi un lavoro non ce l'ha. Su un campione di oltre 1.200 intervistati, il 10% ha ammesso di avere un atteggiamento passivo. Globalmente, il 62% non aveva mai inviato un curriculum e il 72% non aveva mai risposto a un annuncio.



Un'indagine effettuata nell'aprile 2014 da Eurobarometro, il servizio di sondaggi di opinione della Commissione Europea, ha poi rivelato che in Italia riguardo le **condizioni di lavoro** (orari, organizzazione, sicurezza, clima aziendale, ecc.) c'è un diffuso malcontento. Solo il 25%, come mostra il grafico qui sopra, le reputa soddisfacenti.

Sfiducia, frustrazione e costernazione paiono davvero aver preso il sopravvento e il "popolo degli scoraggiati", sostiene l'Istat, è aumentato nel 2014 del 6,5%. Il pessimismo si proietta anche sul futuro. Tant'è che due economisti di primissimo piano come Larry Summers, segretario al Tesoro con Bill Clinton e fra i principali consiglieri di Barack Obama, e come Paul Krugman, premio Nobel nel 2008, paventano che siamo entrati in una "stagnazione secolare".

Se permetti, cominciamo a darci del tu. Ebbene, possono essere davvero tanti, e tutti perfettamente plausibili, i motivi per i quali – ammesso che questo sia il tuo caso – non riesci a trovare il lavoro che vorresti. Un lavoro che ti soddisfi, che renda onore alle tue attitudini e alle tue competenze e che sia retribuito per quanto ti meriti.

C'è la crisi, manca una politica industriale, latitano gli investimenti, le tasse strangolano le aziende, i datori di lavoro offrono stipendi da fame, impazza il precariato. E in più le tecnologie, la delocalizzazione delle imprese e la concorrenza sleale dei paesi emergenti continuano ad erodere posti di lavoro. Tutto vero, tutto sacrosanto. Peccato, soltanto, che **tu non possa farci niente**.

Puoi anche avere tutte le ragioni del mondo per prendertela con i governi, con i sindacati o con i centri per l'impiego. I tuoi sfoghi, lo sai bene, lasceranno il tempo che trovano. Magari ti senti un **incompreso** e avresti voglia di dirne quattro a quei reclutatori che non hanno preso in considerazione il tuo curriculum o che al termine di un colloquio ti hanno liquidato con un "Le faremo sapere" rimasto lettera morta. Purtroppo per te, le agenzie per il lavoro non sono affatto associazioni umanitarie: operano semplicemente nell'interesse delle aziende committenti, ricercando e selezionando le figure che meglio corrispondono alle loro richieste.

Se parti dal presupposto che la tua condizione sia effetto di cause totalmente estranee a te, ne ricaverai soltanto un senso di impotenza e di sfiducia. Pertanto, **cambia il tuo punto di vista**. Forse troverai spiacevole e ingeneroso quanto stiamo per dirti: in qualche misura sei anche tu la causa dei tuoi insuccessi e dei tuoi problemi.

Di fronte ad una situazione che ci si trova a vivere e che non ci piace, c'è una sostanziale differenza fra l' **atteggiamento mentale** di chi la subisce considerandola **effetto** delle circostanze o dei comportamenti degli altri e di chi viceversa se ne reputa almeno in parte **causa**. Su ciò che dipende da te puoi influire e intervenire. Puoi fartene carico.

Sul web esistono varie versioni di una frase che sarebbe uscita di bocca a Thomas Edison, l'inventore della lampadina. Trae origine da una biografia pubblicata nel 1910 da Walter Mallory, che fu suo socio per lunga data. Mallory andò a far visita ad Edison nel suo laboratorio, dove nell'arco di cinque mesi erano stati sviluppati senza successo oltre 9.000 esperimenti nel tentativo di realizzare un accumulatore per sviluppare una batteria in nichel e ferro. «Un vero peccato – scappò detto a Mallory per consolare l'amico – che un tale mole di lavoro non abbia prodotto risultati...». «Risultati? Ne ho ottenuti, eccome – replicò Edison –. Adesso so che migliaia di cose non funzionano».

L'atteggiamento di Edison è un formidabile esempio di **causatività**. Essere causativi, cioè "**pensare da causa**", significa mettersi in discussione per rendersi conto che cosa nei nostri atteggiamenti, nelle nostre scelte, nelle nostre azioni è opportuno correggere o modificare – facendo anche tesoro degli errori – per raggiungere gli obiettivi desiderati.

Gli americani, a questo proposito, parlano di **attitudine KFC**. Le tre lettere sono le ini-

ziali di *know*, *find* e *change*. Ovvero: sappi, scopri, cambia. Il tutto va declinato così: sappi cosa vuoi, scopri cosa stai ottenendo, cambia ciò che fai finché non ottieni ciò che vuoi. All'insegna dell'attitudine KFC, nelle pagine che seguono troverai **10 plausibili ragioni** che in genere sono fonte di insuccesso nella ricerca di un lavoro. Se ti riconosci in qualcuna di esse, saprai cosa devi correggere.



Potrà apparire banale ma l'indeterminatezza degli obiettivi è un tratto piuttosto comune nelle situazioni di disagio. Alle insoddisfazioni spesso non riusciamo a nemmeno a dare un nome. A volte è perfino più facile stabilire che cosa “**non voglio**” anziché che cosa “**voglio**”.

Una delle risposte tipiche di chi cerca lavoro a chi gli chiede cosa stai cercando è: “un qualsiasi lavoro! mi basta lavorare.”

In Grecia, nell'antichità, sul frontone del tempio di Apollo a Delfi spiccava a caratteri cubitali l'iscrizione “**Conosci te stesso**”. Platone, in una delle sue opere che ci è stata tramandata, racconta che Socrate gli riferì che furono sette sapienti a volere che venisse scolpita. È una massima eternamente valida. Gran parte delle risposte che pretenderemo dagli altri sono già rinchiusi dentro noi stessi. Si tratta di farle affiorare.

Che cosa vuoi? Ti basta un lavoro “purchessia” o “qualcosa di meglio” di quello che hai? Se è così, evidentemente hai idee ancora piuttosto confuse: non sai nemmeno dove e cosa cercare. E se anche cerchi, lo farai in maniera dispersiva e estemporanea e mai mirata e sistematica. Il fatto è che non conosci abbastanza te stesso. Può aiutarti allora quella che vedi qui sotto: la matrice della cosiddetta analisi SWOT.



La matrice SWOT è uno strumento di pianificazione strategica. Il nome deriva dalle iniziali di quattro termini inglesi che significano rispettivamente punti di forza, punti di debolezza, opportunità e minacce.

Quali sono i tuoi **punti di forza** e i tuoi **punti di debolezza**? Sei un tipo determinato o ti perdi in un bicchier d'acqua? Esamina gli aspetti del tuo carattere, valuta il tuo bagaglio di conoscenze e competenze ed inizia a compilare i due quadranti superiori della matrice. Sforzati di essere il più possibile obiettivo: se non lo fai, ingannerai te stesso.

I due campi inferiori riguardano le condizioni esterne. A sinistra quelle a favore, a destra quelle a sfavore. Quali **opportunità** possono offrire il mercato, il mondo della formazione, il tuo giro di amicizie? E in fatto di **minacce**, quali tipi di attività sono palesemente in crisi e quali posizioni sono troppo inflazionate o in via di estinzione?

Una volta completata la matrice, avrai certamente le idee più chiare su cosa ti conviene puntare e su cosa ti conviene scartare. E forse sarai in grado di definire “cosa vuoi” e di elaborare una strategia.

Scusa, ma in giro lo sanno che stai cercando lavoro? Che tu ci creda o no, c'è chi non lo confida neppure agli amici più stretti e tanto meno in famiglia. Fare *networking* significa tessere una **rete di contatti** che possono rivelarsi utili a vari livelli: scambiarsi esperienze, ottenere informazioni di prima mano, acquisire referenze, trovare agganci. In buona sostanza, significa costruire relazioni. C'è una frase che magari esaspera il concetto ma lo riassume perfettamente: **non conta che cosa conosci, ma chi conosci**.

La riservatezza è un pregio, è dunque normale che tu tenga alla tua *privacy* e non ti vada di mettere in piazza i fatti tuoi. Renditi conto tuttavia che è sbagliato rinunciare a priori a qualsiasi forma di **aiuto**. Se stai cercando un lavoro, la dritta giusta può provenire da chi meno te lo aspetti. Beninteso, non ti stiamo invitando a lanciare appelli a destra o manca: non devi implorare né impietosire nessuno. Non stai chiedendo la **carità**. Certe cose non occorre nemmeno dirle apertamente. Quello che nella cerchia delle tue conoscenze devi far trapelare è che sei uno che si guarda intorno, che è interessato a valutare ogni opportunità, che non si sottrae alle sfide.

Se un lavoro ce l'hai già, ovviamente gli unici da tenere all'oscuro del fatto che ne stai cercando un altro sono il tuo principale e i tuoi colleghi. Esclusi loro, tutti gli altri sono potenzialmente arruolabili nella tua **"rete spionistica"**.



Oggi più che mai è importante sapersi muovere sul web. **LinkedIn**, che ha già oltrepassato i 7 milioni di iscritti soltanto in Italia, è certamente una piattaforma ideale per stringere legami in ambito professionale. Sempre su Internet si concentra pressoché la totalità degli annunci di offerta lavoro. Limitare però la ricerca esclusivamente ai canali online è un grossolano errore: tuttora, come emerge dai dati raccolti da Excelsior (il sistema informativo di Unioncamere e del Ministero del Lavoro), più del 60% delle assunzioni avviene attraverso i cosiddetti **canali informali**: conoscenza diretta e segnalazioni. Insomma, il **"passaparola"**. E più fai *networking*, più sarà probabile che qualcuno di tua conoscenza spenda una **"buona parola"** per te.

Quante volte ti sei riconosciuto nel profilo indicato in un annuncio di offerta di lavoro, hai trasmesso il tuo **curriculum** e non hai ricevuto nemmeno un cenno di risposta? Eppure presumevi di essere in tutto e per tutto la persona giusta. Se le cose stanno così, forse è il caso di chiederti se c'è qualcosa che non va nel tuo CV. E lo stesso vale per l'eventuale lettera di presentazione.

Partiamo da una premessa. Gli anglosassoni distinguono con le definizioni "*focus writer*" e "*focus reader*" due diverse modalità di scrittura. Puoi scrivere per te stesso (*focus writer*) e l'esempio più classico è un diario. Oppure puoi scrivere per chi avrà occasione di leggerti (*focus reader*). Nel secondo caso, verosimilmente il più frequente, dovrai porti innanzitutto il problema di risultare chiaro e comprensibile, di non essere frainteso o equivocado. È sufficiente? Niente affatto.

Ci sono curriculum che passano quasi inosservati, ai quali si dà al massimo una rapida scorsa. Ce ne sono altri viceversa che contengono elementi che destano **attenzione**, sia in senso positivo ma pure in senso negativo. Perché una veste grafica sbilenco, uno strafalcione grammaticale, una cronologia lacunosa o sconclusionata hanno un effetto killer: non costituiscono un buon biglietto da visita e si prenotano per il cestino.

Va da sé che un curriculum va impostato "*focus reader*" e che la sua formulazione può essere variata a seconda di chi prevedibilmente lo leggerà. Storicamente viene considerata quale antesignana degli odierni curriculum una lettera che **Leonardo da Vinci** inviò a Ludovico il Moro, duca di Milano, per essere assunto alla sua corte. Leonardo, è noto, amava scrivere all'incontrario: da destra a sinistra. Ma quella era la sua modalità "*focus writer*", per i documenti da tenere per sé. La lettera al duca, conservata nella Biblioteca Ambrosiana di Milano, è scritta correttamente da sinistra a destra. Tuttavia è il contenuto che è davvero "*focus reader*". Leonardo fa solo un fugace accenno, nelle ultime righe, al suo talento artistico mentre si dilunga nell'illustrare l'intero arsenale di macchine da guerra che è in grado di progettare e di costruire per combattere sia in terra sia in mare. Sapeva perfettamente che per il duca, impegnato in varie campagne militari, era esattamente quello **il tasto da toccare**.

A chi sono indirizzati in genere i tuoi curriculum? A società di servizi finanziari, ad aziende che opera nel campo della moda, ad agenzia di marketing? Fa una certa differenza. Chi lo prenderà in mano lo apprezzerà di più se è redatto su un modello Europass o su un modello cronologico? Sul web puoi trovare anche un'infinità di spunti per realizzare modelli fuori dagli schemi più convenzionali: possono far colpo se ti candidi per un lavoro creativo mentre di sicuro sono decisamente controindicati se ti proponi per una mansione amministrativa.



In uno dei suoi ultimi Career Day, l'Università Ca' Foscari di Venezia – la prima *Business School* fondata in Italia e la seconda in Europa (dopo quella di Anversa) – ha presentato un'indagine sugli errori più comuni che spingono i reclutatori a scartare un curriculum. Il 71% degli interpellati ha risposto che tende a farlo quando rileva che un candidato le spara grosse a proposito delle esperienze maturate o dei ruoli ricoperti, un 25% storce il naso davanti a una foto inappropriata (tipo *casting* "Grande Fratello") e in genere infastidisce un curriculum troppo prolisso.

Prima di inviare un curriculum preoccupati di verificare **quanto è in linea** con lo stile dell'azienda al quale è destinato e naturalmente con il profilo ricercato. Adatta il contenuto, non appesantendolo con inutile zavorra ma sviluppando quelle informazioni che possono effettivamente interessare chi lo riceverà. Non essere troppo banale o scontato. Non abusare di aggettivi che significano poco. Un'analisi recentemente effettuata sui profili che compaiono su LinkedIn ha rivelato che è diventato un luogo comune descriversi "motivato" e "appassionato" o attribuirsi genericamente "vasta esperienza" e "risultati professionali". Se davvero spicchi per determinate qualità, segnalalo nel tuo curriculum piuttosto con **esempi concreti**. Insomma, con l'eloquenza dei fatti.

È del tutto superfluo fare l'inventario dei fattori che fanno sì che non si riesca a lasciare una **buona impressione** quando si sostiene un colloquio di lavoro. L'importante è rendersene conto. A tutto c'è rimedio.

Tralasciamo l'aspetto dell'abbigliamento, sul quale sono stati versati fiumi di inchiostro, non perché non abbia il suo peso ma perché presumiamo basti semplicemente fare affidamento sul buonsenso per scegliere il più consono. Qual è? Quello che non dà troppo nell'occhio e ci fa sentire a proprio agio, dominando ansie ed emozioni che – se non sono su livelli patologici – in fondo non guastano. Dimostrano che ci teniamo a quel lavoro. Ingiustificate, semmai, sono certe paure. La paura, quella sì, paralizza. Se ti assale, trova un modo per sdrammatizzare: sei davanti ad un *recruiter*, un selezionatore, non ad un plotone d'esecuzione!

Un colloquio di lavoro somiglia molto a un **esame** e ad un esame ci si va **preparati**. Gran parte delle domande sono prevedibili: tenderanno a mettere a fuoco le tue motivazioni, i tuoi obiettivi, i tuoi comportamenti e soprattutto qual è il **valore** che un'azienda può ricavare dal tuo eventuale apporto. Non farti trovare spiazzato: se hai troppe esitazioni chi hai davanti ne dedurrà che non stai prendendo seriamente la cosa.

Per sua natura, il colloquio di lavoro è un' **intervista** ma, anche se indossi i panni dell'intervistato, non considerarli una camicia di forza. Puoi benissimo porgere anche tu delle domande: guadagnerai dei punti se sono pertinenti e comprovano che da parte tua c'è un sincero interesse per il posto in palio.

Il ruolo dell'intervistato comporta l'obbligo di avere la parola per un buon 80% del tempo ma non di essere logorroico. I selezionatori apprezzano la **sintesi**, che offre loro l'opportunità di incalzarti con altre domande di approfondimento. Essere sintetici non significa essere evasivi e non impedisce di essere esaurienti.

Può essere che fin qui non ti abbiamo detto nulla di nuovo. Magari hai già una qualche esperienza riguardo i colloqui di lavoro, ci vai preparato ma non sei abbastanza disinvolto e sei consapevole che è un handicap che finisce per penalizzarti. Sei insomma vittima di una specie di blocco. Come puoi vincerlo?

Ebbene, possiamo fornirti un paio di suggerimenti. Il primo: iscriviti ad un corso di **teatro** o aggregati a qualche filodrammatica amatoriale. Il secondo: considera l'idea di frequentare un corso di *"public speaking"*. Resterai sbalordito dai miglioramenti delle tue capacità comunicative.

Di un prodotto si dice che il **prezzo giusto** è quello massimo che il mercato è disposto a pagare. Poco importano il tempo che è occorso per realizzarlo o le risorse che sono state impiegate. E tu, in termini di retribuzione, quanto vali? La risposta potrebbe essere: lo stipendio massimo che un datore di lavoro è disposto a riconoscerti, indipendentemente dagli studi che hai fatto, dai titoli, dalle competenze e dalle esperienze che hai acquisito.

Il mondo è pieno di prodotti simili venduti a prezzi anche estremamente diversi. La differenza non sempre è determinata dalla qualità, cioè l'aspetto materiale. In gioco entrano fattori immateriali come la notorietà e l'immagine. In una parola il **"brand"**.

Internet era ancora in fasce e Facebook o Twitter erano ancora di là da venire quando nel 1997 Tom Peters, uno dei guru più innovatori nell'intera storia del management, in un famoso articolo comparso sul Fast Company Magazine sostenne che "per distinguersi e prosperare nel nuovo mondo del lavoro" occorre prendere esempio dalle imprese e sapersi promuovere esattamente come si fa per un marchio o un prodotto. Quell'articolo è unanimemente considerato come l'atto di nascita del *"personal branding"*, il marketing di se stessi.

Oggi gran parte delle strategie per accreditarsi e valorizzarsi passano attraverso i social network, uno strumento alla portata di tutti per esprimersi e farsi notare. La parola d'ordine è **visibilità**. Canti divinamente? Suor Cristina, la vincitrice della seconda edizione italiana di *The Voice*, non sarebbe mai diventata una *star*

se le sue doti canore fossero rimaste confinate all'interno di un convento. Puoi avere anche straordinari talenti ma se non li metti in mostra chi mai potrà accorgersene?



Il marketing non è tutto. Occorre anche **sapersi vendere**. Uno spot televisivo può convincerti a credere che un modello di auto sia quello che fa per te, per poi ricrederti una volta che te lo trovi davanti. Puoi avere un curriculum perfetto e ottime referenze, ma se non lasci di te una buona impressione nel colloquio puoi scommettere che il posto di lavoro a cui aspiravi verrà assegnato a qualcun altro.

I manuali di tecniche di vendita ci insegnano che alcuni dei passaggi fondamentali per concludere positivamente una trattativa sono **approccio**, **indagine**, **presentazione della soluzione** e **superamento delle obiezioni**. Se devi “venderti”, il selezionatore o il datore di lavoro sono in sostanza il cliente.

L’approccio si consuma nei primissimi minuti, quelli in cui si crea il clima che caratterizzerà l’intero colloquio. Se non hai ben chiare quali sono le esigenze del tuo interlocutore, è il caso di trovare un modo discreto per indagarle (“Se non ho frainteso, la figura che cercate deve...”). Se pensi di essere davvero tu la soluzione, devi saper spiegare qual è il valore che hai da offrire. Alle aziende importa cosa puoi **dare**, non cosa vuoi **prendere**. A questo proposito, una domanda piuttosto ricorrente nei colloqui è “Perché dovremmo scegliere proprio lei?”. Non esiste una risposta giusta ma ne esistono molte di sbagliate. Ebbene, prova un po’ a pensare come tu risponderesti e tieni conto che spesso proprio le risposte fornite a questo tipo di domande sono decisive. Per quanto riguarda le obiezioni, qualcuna puoi immaginarla. Sei troppo giovane? Sei troppo vecchio? Hai scarsa esperienza in quel determinato settore? Sei troppo qualificato? Abiti troppo distante dal luogo di lavoro? Se è su qualcuno di questi aspetti che ti punzecchia il selezionatore, lo fa vero-

similmente per metterti alla prova. Conosceva già la tua età o la tua residenza, eppure ti ha convocato ugualmente per un colloquio. Perciò resta calmo, non ti scomporre e soprattutto non assumere un atteggiamento **remissivo** o **rassegnato**. Se ti riesce, rispondi con una battuta. Del tipo: “In effetti è stato un viaggio venire sin qui. Ma quando si ama un lavoro non si contano i chilometri”. Chi si sa vendere, non si fa mettere alle corde dalle obiezioni. Le utilizza come **opportunità** per ribaltare le situazioni a suo favore.



Gli atteggiamenti che assumiamo di fronte a una persona, un oggetto o un argomento sono frutto di convinzioni od esperienze, di emozioni o stati d'animo, di sentimenti o di convenienze. In genere si mescolano tre componenti: **cognitiva**, **affettiva** e **comportamentale**. Non sempre gli atteggiamenti si traducono in **intenzioni** e non sempre le intenzioni si traducono in **azioni**. Facciamo un esempio: gli atteggiamenti di fronte a un sigaretta possono essere estremamente diversificati. C'è chi trova disgustoso il fumo e chi lo trova piacevole (dimensione affettiva). C'è chi è dell'idea che ci si possa concedere qualche sigaretta senza compromettere la salute e chi ritiene già il fumo passivo estremamente nocivo (dimensione cognitiva). C'è chi matura il proposito di smettere di fumare e chi il problema non se lo pone minimamente (dimensione comportamentale).

Un **atteggiamento positivo** non è garanzia di successo, ma un atteggiamento negativo è un'autostrada che come unico sbocco l'insuccesso. Induce a desistere anziché ad insistere. Se nella ricerca di un lavoro parti con la convinzione che "è tutto inutile", l'esito è già scritto: non otterrai risultati.

Se hai un atteggiamento negativo, un buon reclutatore te lo leggerà in faccia già nel cosiddetto "*warm up*", la fase di riscaldamento che apre un colloquio di lavoro e che si protrae per un paio di minuti. Sappi che lui, il reclutatore, ti sta già studiando per formarsi una **prima impressione**. Quale che sia, ci sono forti probabilità che non la modifichi nelle fasi successive: l'esame vero e proprio, il controesame (è dedicato ad approfondimenti e delucidazioni, eventualmente anche da parte del candidato) e la chiusura.

Magari non sei un campione di ottimismo, sei scettico sulle tue possibilità e, per quanti sforzi tu faccia, non ti viene in mente nulla che possa farti apparire differente e speciale rispetto a tanti altri. E allora? Nessuno è perfetto. Non essere perfetti non esclude di poter essere il candidato giusto. Non lasciarti soffocare dalle negatività e soprattutto, in particolare nel corso di un colloquio, **evita di dire cose negative** specie se riferite ad altri. Anche se hai subito qualche torto, astieniti dal parlar male delle tue precedenti esperienze di studio o lavorative, di capi, di compagni o di ex colleghi. Se lo fai, ti darai la zappa sui piedi e

ti metterai in cattiva luce.

Guardati allo specchio. Come ti vedi? Sei il tipo di persona che in un ambiente di lavoro si vorrebbe avere accanto tutti i santi giorni? Magari il tuo senso autocritico non è particolarmente sviluppato e allora rivolgi la stessa domanda a qualcuno di cui ti fidi e sappia dirti la **verità**, per quanto dura possa essere.

Il 90% delle persone se ne sta rintanato nella sua “**zona di comfort**”. Cos'è? È quella condizione, quello stile di vita, quello stato neutro e apparentemente sicuro che non procura **ansie** ed in cui si perpetuano gli stessi comportamenti e le stesse abitudini. Insomma, una sorta di tana in cui si vive alla giornata, senza mettere fuori il naso perché il mondo all'esterno è pieno di **pericoli**.



Il mondo però cambia in fretta, la zona di comfort si restringe e diventa sempre più difficile tenere i pericoli fuori dalla porta. Nel campo del lavoro l'innovazione avanza e spazza via chi non si adegua e si trincerava dietro il solito alibi: “abbiamo sempre fatto così...”.

All'interno della zona di comfort la monotonia diventa noia, l'apparente **assenza di rischi** si traduce in assoluta **mancanza di stimoli**, la depressione trova terreno fertile. Detto questo, torniamo per un attimo alla domanda originaria: sei il tipo di persona che in un ambiente di lavoro si vorrebbe avere accanto tutti i santi giorni?

Magari non sei depresso, sei soltanto un po' **deprimente**. Non dimostri l'entusiasmo, l'energia, la curiosità che occorre per inserirsi in un gruppo. Esci perciò dalla tua zona di comfort perché è al di fuori di essa che stanno le opportunità da cogliere, gli obiettivi da inseguire e tutto ciò che può farti crescere. Combatti la pigrizia, cerca di essere attivo fisicamente e mentalmente. Coltiva nuovi interessi, sviluppa la tua vita sociale. Anche agli

occhi di un datore di lavoro avrai un'aria diversa.

La più famosa opera teatrale del drammaturgo inglese Samuel Beckett si intitola “**Aspettando Godot**”. È una delle più rappresentate in tutto il mondo. La trama è piuttosto semplice perché, come si lesse in una delle primissime recensioni, “è una commedia in cui non accade nulla, per due volte”. Nei due atti sulla scena compaiono due uomini ai quali un fantomatico Godot ha dato appuntamento sotto un albero in aperta campagna. Godot non comparirà mai, né nel primo né nel secondo atto. La commedia estremizza quelle situazioni in cui si aspetta il verificarsi un evento dato per **imminente** ma che **non arriva mai**, senza far nulla perché si realizzi.

Stai aspettando la **grande occasione**? Nel tipo di offerta che c'è in giro non trovi **nulla di buono** per te? Sei convinto che non è il momento giusto e che fra sei mesi, un anno o due, lo scenario muterà? Forse anche tu stai aspettando Godot.

“*Life's too short for the wrong job*”, la vita è troppo breve per avere un lavoro sbagliato, è uno slogan internazionalmente conosciuto. Ma se è breve perché sprecare troppo tempo ad aspettare? Forse esiste il lavoro dei tuoi sogni, ma non è a portata di mano. Forse non è nella regione in cui abiti. Forse non hai ancora tutte le competenze per conquistarlo. Forse all'inizio comporta un bel po' di gavetta e di sacrifici. Oppure ti sei fatto un film che **non corrisponde alla realtà**: se, con un colpo di bacchetta magica, quel lavoro tu potessi averlo adesso, magari scopriresti che è ben altra cosa rispetto a ciò che ti figuravi.

L'ambizione è una molla importante, tuttavia muoversi con almeno una dose di **sano realismo** e un pizzico di umiltà non guasta. Mentre tu “aspetti Godot”, tanti altri trovano lavori che li appagano e stanno facendo carriera. Li vedi sfrecciare a fianco, in corsia di sorpasso.

Se la tua ricerca di lavoro è infruttuosa, riconsidera le tue aspettative e le tue aspirazioni. Sono congrue rispetto a quello che sei in grado attualmente di offrire ad un'azienda disposta ad assumerti? Ti stai sopravvalutando? Sei troppo esigente? Torna con i piedi per terra. Per spiccare un volo bisogna comunque partire con i piedi per terra.

Sergio Marchionne, l'amministratore delegato di Fiat Chrysler, è il manager più pagato d'Italia e i suoi compensi ultimamente si aggirano sui 50 milioni di euro all'anno. Marchionne è figlio di una profuga istriana e di un modesto maresciallo dei carabinieri che, raggiunti i 50 anni e andato in pensione anticipata, decise di emigrare in Canada. Marchionne all'epoca di anni ne aveva 14 e, come ha raccontato in un'intervista, ce ne mise altri 6 per riuscire a parlare inglese senza doversi vergognare di un'eccessiva inflessione italiana. Per imparare la lingua frequentò i corsi che il governo offriva agli stranieri per integrarsi. In seguito prese tre lauree ed era ancora studente quando nel 1983, a 31 anni, trovò finalmente il primo lavoro come consulente fiscale alla Deloitte. La storia di Marchionne insegna che non è dal punto di partenza che dipende il punto d'arrivo. Anche le più impressionanti scalate avvengono per gradi. Se punti in alto, comincia almeno a fare un **passo avanti**.

Fin qui abbiamo dedicato un sacco di spazio al colloquio di lavoro ma c'è chi a quell'appuntamento non ci è nemmeno arrivato. Se il tuo curriculum continua a viaggiare incessantemente senza che da nessuna parte giunga qualche tipo di riscontro, diventa legittimo il sospetto che tu non sappia individuare né le aziende né le posizioni “bersaglio”.

Le probabilità di centrare un bersaglio non dipendono dalla quantità di frecce scagliate ma dalla **mira** del tiratore. Può bastarne una per andare a segno. Se invii il tuo curriculum a casaccio (“Perché non si sa mai”), la tua è una sorta di giocata alla lotteria. Ma è una lotteria che prevede soltanto il primo premio e nessun premio di consolazione.



In fatto di bersagli, il selezionatore sei tu. Devi mantenerti il più possibile informato. Quali sono i settori che offrono le maggiori opportunità? Quali sono le aziende che stanno procedendo ad assunzioni? Leggi bene le “*job descriptions*”, cioè tutti i dettagli che vengono forniti sulle posizioni da ricoprire, e verifica quanto il tuo profilo collima con i requisiti richiesti. Valuta come, senza truccarlo, puoi renderlo più aderente rispetto alle aspettative di chi lo riceverà. Insomma, devi confezionare al meglio la **tua offerta**. Infine cerca di capire se si tratta di posti di lavoro che possono schiuderti delle prospettive e se hai delle ragionevoli *chances* per sperare almeno di poter essere convocato per un colloquio.

Internet gronda di informazioni. Non limitarti però a quanto puoi reperire *online*. Datti da fare, chiedi in giro, se puoi trova agganci. Per ultimo, una volta identificati i bersagli, comincia pure a scagliare le tue frecce.

Le aziende sanno per filo e per segno che cosa vogliono. Prova ad esempio a dare un'occhiata alle offerte di lavoro per un ruolo di responsabile amministrativo. Ne troverai alcune che contengono un elenco dettagliato degli adempimenti di cui ci si aspetta debba occuparsi la figura ricercata. Ebbene, in molti casi ci si spinge ben al di là della tenuta della contabilità ordinaria. C'è chi richiede competenze in fatto di controllo di gestione, di predisposizione dei bilanci d'esercizio, di contrattualistica clienti e fornitori, di sicurezza sul lavoro, di sistemi di qualità.

Analizzare i requisiti richiesti negli annunci di lavoro per i rami di attività che ti interessano sarà un esercizio particolarmente **istruttivo**. Per quanto empirica, è una maniera per scoprire se sei al passo o meno con i **fabbisogni occupazionali** del mercato. Esamina un campione di annunci sufficientemente significativo, poi soffermati su quelli che ricercano profili più qualificati del tuo. In una serie di casi il gap da colmare potrà essere notevole. In altri vedrai che il divario non è troppo sensibile e che possono esserci **ampi margini per recuperare**. Per mettersi al passo, si tratterà di lavorare su alcune **aree di miglioramento**, completando e affilando le tue capacità tecniche e personali.

L'avvento delle nuove tecnologie ha determinato il fatto che in molte mansioni sia divenuto indispensabile conoscere ed utilizzare gli applicativi informatici. Paradossalmente, il mercato lamenta però una carenza di tecnici di sistemi informatici mentre assorbe una grande quantità di badanti, perché per i lavori a bassa qualificazione non mancano le opportunità occupazionali. McDonald ha assunto 2 mila addetti fra il 2013 e il 2014 ed altri mille li recluterà nel 2015. È un posto al bancone di un fastfood che ti interessa?

Con l'andare del tempo, la configurazione del mercato del lavoro tende sempre più a somigliare ad una **clessidra**: si restringe in mezzo. Per tutti quei ruoli che, nella scala della qualificazione, rientrano nella fascia intermedia si riducono le richieste e ne soffrono anche le retribuzioni. In una clessidra i granellini di sabbia che stanno in mezzo sono i primi a precipitare sul fondo.



Quali sono le tue aree di miglioramento? Valutale alla luce dello schema che vedi qui sopra. Le **capacità gestionali** hanno a che fare con la determinazione che ci metti e con i metodi che applichi per il raggiungimento di un risultato. In fatto di **capacità relazionali** tieni conto che è fondamentale la disponibilità verso gli altri: ascolto, comprensione delle loro esigenze anche quando non sono esplicitamente espresse, collaborazione. Riguardo le **competenze tecniche** considera che non esistono soltanto gli aspetti strettamente operativi ma che spesso a fare la differenza sono le conoscenze di tipo normativo o organizzativo oppure delle specificità di un ambiente o di un contesto.

E la **flessibilità**? È la capacità di saper (e voler) cambiare. Dentro ci stanno tante cose: sapersi adattare alle situazioni e ai tempi, saper rivedere criticamente le proprie opinioni e i propri schemi o saper scegliere vie nuove per affrontare e risolvere problemi.

Se il tuo problema è che non riesci a trovare il lavoro che vuoi, una delle cause a monte potrebbe proprio essere una scarsa **flessibilità al cambiamento**. All'origine delle difficoltà che si registrano nel trovare un impiego, c'è quello che si definisce il **"no matching"**, cioè il fatto che non si incontrino domanda e offerta di lavoro. Non puoi pretendere che sia il mercato ad adeguarsi a te, **tocca a te adeguarti al mercato**.

Perché, se non lo fai, il mercato ti respinge o ti espelle.

Si può decidere di non combattere durante una guerra. Si può scegliere il migliore nascondiglio possibile e sperare di non essere notati. Cercare di rimanere vivi.

Si può sperare che le cose cambino o che un bel giorno qualcuno cambierà lo stato attuale delle cose e trasformi questo momento difficile e convulso in un'oasi di prosperità e di crescita.

Scegliere di fare tutto ciò è umanamente comprensibile. Non c'è biasimo in questo.

Ma questo testo ha cercato, anche provocatoriamente, di portare a decidere qualcosa di diverso. Abbiamo provato a stimolare una reazione, una riflessione, un'idea diversa. Se tutto quello che stai facendo ora sta funzionando, continua a farlo e non ti curare di quello che abbiamo scritto qui. Ma se le cose sono ferme e non sembrano trovare una soluzione percorribile, allora tieni fermamente presente quanto scritto. E prova ad utilizzarlo su di te. Senza pregiudizi, se ti è possibile.

Noi comunque non smetteremo di cercare nuovi metodi per aiutarti.

Ciao!

Conoscerai Mister Hire principalmente perché è il portale di annunci di ricerca e selezione del personale di ONE4, il Brand di OSM Network srl.

Mister Hire, però, è anche la personificazione di un HR Specialist che lavora con l'obiettivo di far incontrare a ogni azienda il candidato in grado di far crescere il proprio business e a ogni candidato l'azienda in grado di far emergere le proprie potenzialità e realizzare i propri sogni professionali.

Mister Hire è un simpatico consulente inglese, very British nell'atteggiamento e nel modo di essere, molto professionale e attento alle esigenze dei propri interlocutori.

Per questo ha visionato e approvato tutti gli e-book, come questo, dedicato a chi cerca lavoro, scaricabili dal suo portale www.misterhire.it e in vendita sui principali store online.

Mister Hire approved è sigillo di garanzia!

Se sei alla ricerca del lavoro dei tuoi sogni, iscriviti a www.misterhire.it e rimani aggiornato su tutte le offerte di lavoro consigliate da Mister Hire.

Titolo dell'opera:

Ma perché non trovo lavoro? - Le 10 ragioni per cui non riesci a trovare lavoro

Edito da:

OSM NETWORK SA

P. Iva CHE - 477.143.091IVA

Sede legale e operativa:

Via Ferruccio Pelli, 10

Lugano – Svizzera

Telefono: +41 91 92 333 44

Fax: +41 91 92 333 45

E-mail: info@osmnetwork.ch

www.osmnetwork.ch

Prima edizione

Febbraio 2015

ISBN 978-88-99127-09-1