

OPEN SOURCE MANAGEMENT



OPEN SOURCE MANAGEMENT

human centered business partner.

RECRUITMENT 4.0

www.opensourcemanagement.it



OPEN SOURCE MANAGEMENT

human centered business partner.

COME ATTRARRE, MOTIVARE E TRATTENERE I MILLENNIALS

Sandra Goracci

GENERAZIONE Y



BABY BOOMER

ANNI '50 - '60



GENERAZIONE X

Anni '65 - '80



GENERAZIONE Z

2005



MILLENNIALS

Anni '80 - 2004

Chi sono i MILLENNIALS?



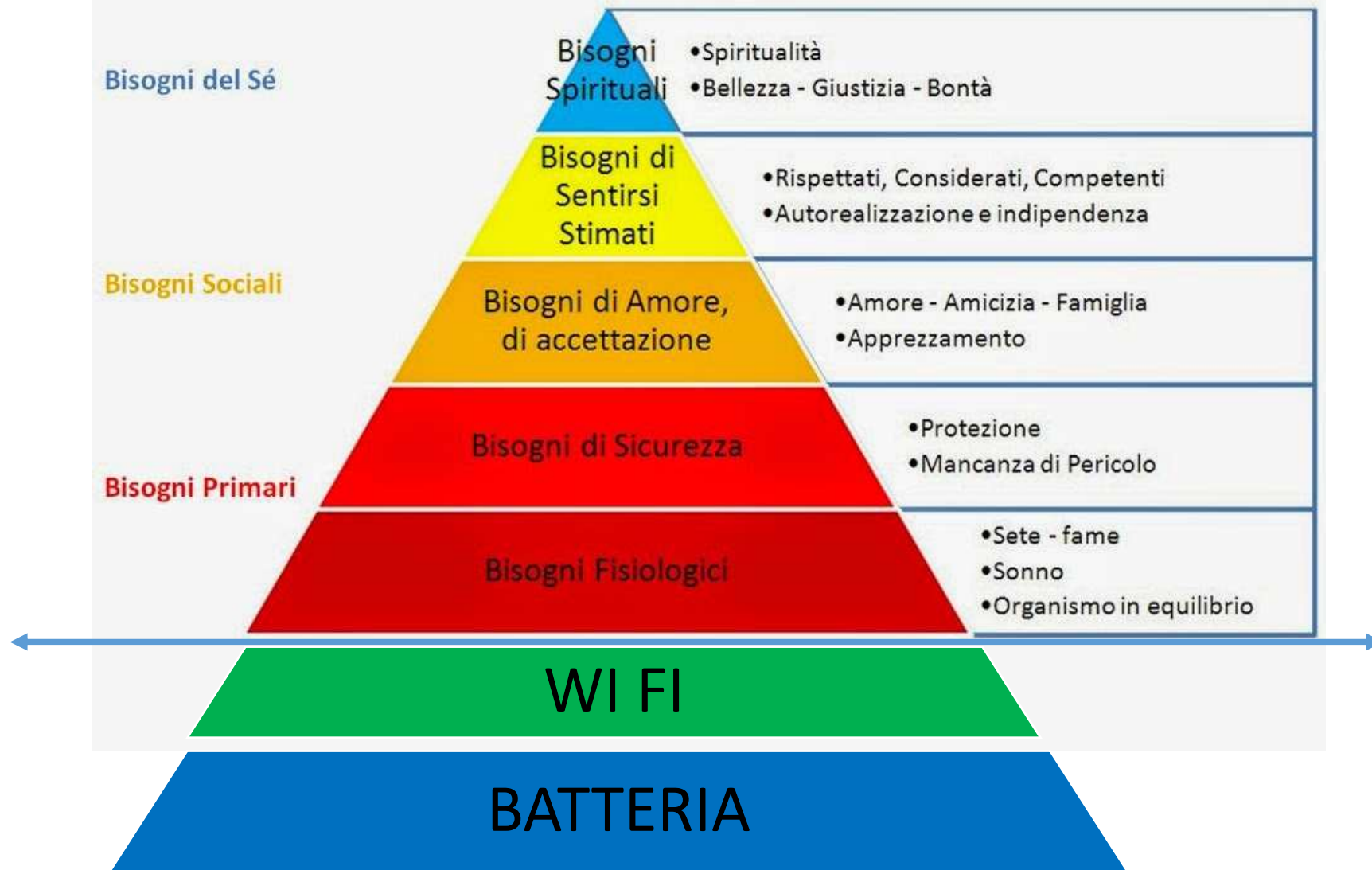
NETFLIX



UBER



La nuova Piramide dei Bisogni dei Millennials



MILLENNIALS: CHE COSA VOGLIONO DAL LAVORO?

29%
scontento

44% retrib.
inadeguata

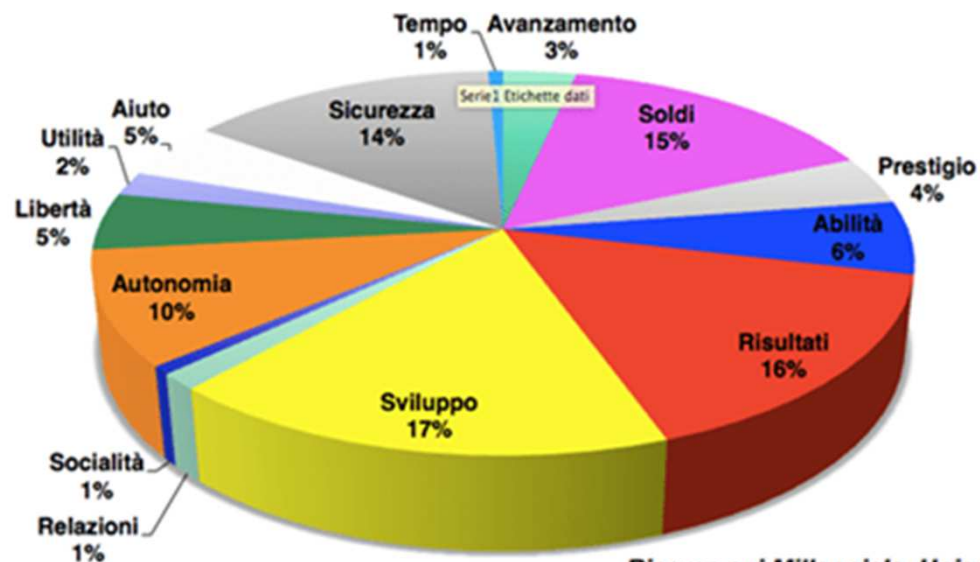
Il 61%
vuole
espatriare

2 su 3
vogliono
cambiare

In Italia il 22% degli occupati sono Millennials

In Inghilterra il 29%

negli Stati Uniti costituiranno la metà dell'intera forza lavoro entro il 2020



Ricerca sui Millennials, Unige 2016



Sandra Goracci

8 settembre



Domanda. Uno così lo vogliamo con noi? Questo ragazzo ha 20 anni!

Ciao [redacted], ho dato un'occhiata al profilo Facebook di Paolo Ruggeri.

Che dire, la pensa come, mi rivedo in lui.

Ho intenzione di conoscerlo e di fargli capire che oltre alla mia giovane età, oltre alla passione di far impresa, oltre alla voglia di far soldi, ho la conoscenza e la consapevolezza dell'esistenza della legge di attrazione.

Voglio essere un punto di riferimento per la gente, una guida nella vita. Aiutare questa gente a raggiungere il proprio successo (che è soggettivo) indirizzandola verso un pensiero positivo.

Un'altra cosa: mi piacerebbe partecipare all'incontro del 21-22, del primo milione.

Come devo procedere? -



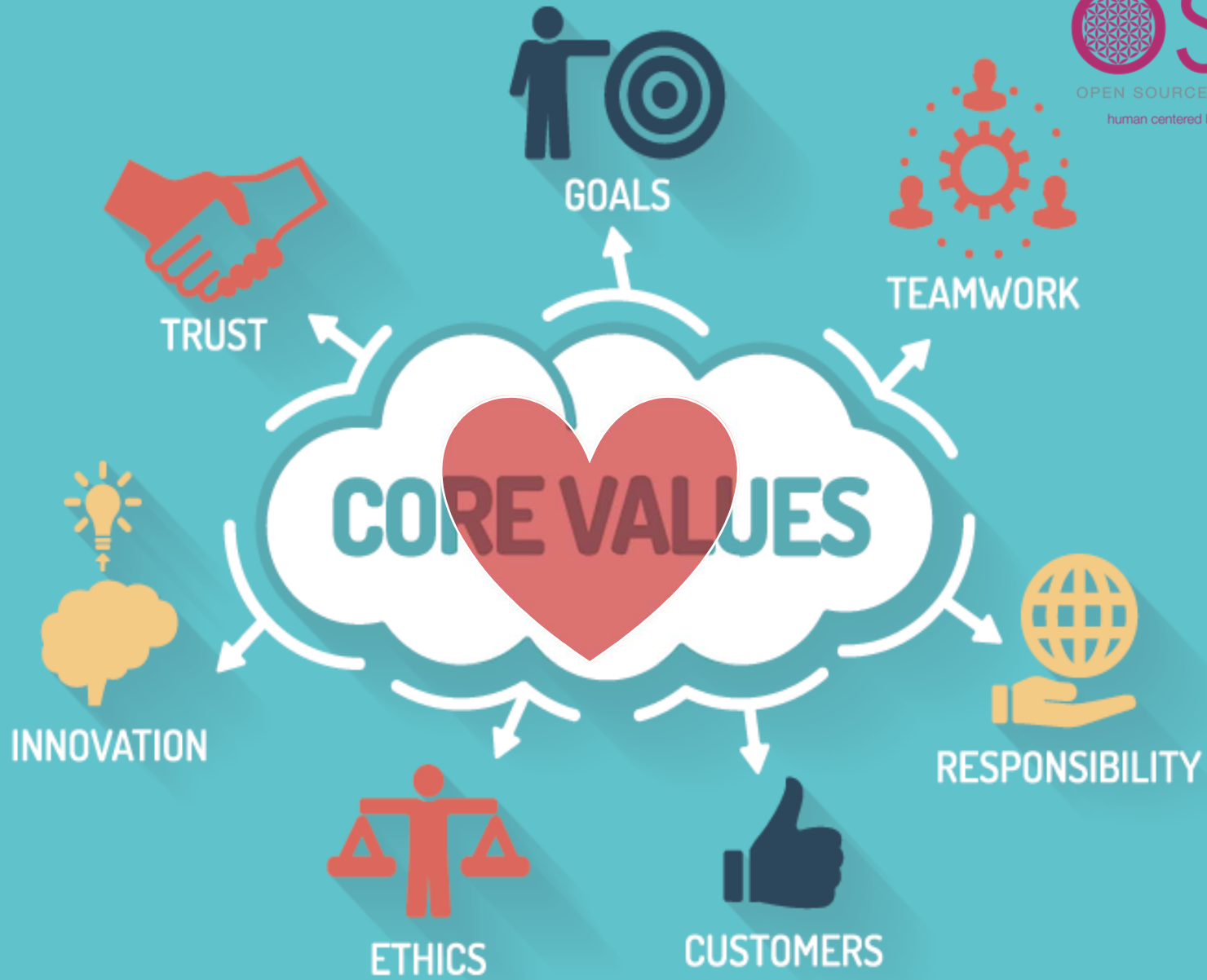
[redacted]



Mi piace



Commenta





1. COMUNICAZIONE



OSM
OPEN SOURCE MANAGEMENT
human centered business partner.

4. SMART WORKING



2. STRUMENTI




3. AGGIORNAMENTI

DAI LORO UNA CATTEDRALE





ASSUMI PERSONE. NON COMPETENZE



SE NON CONOSCI LE PERSONE DELLA TUA ORGANIZZAZIONE, COME PUOI FIDARTI DI LORO?



**COSA COMUNICANO (DIRETTAMENTE E
INDIRETTAMENTE) LE TUE PERSONE?**



IL CUORE DELL'INNOVAZIONE SONO LE PERSONE



OPEN SOURCE MANAGEMENT
human centered business partner

LE PERSONE RIFLETTONO L'AZIENDA

I TUOI **WORKER** COME RISPONDEREBBERO?



1. Sono consapevole di cosa ci si aspetta da me a lavoro
2. Ho il materiale e gli strumenti necessari per svolgere il lavoro correttamente?
3. A lavoro ho l'opportunità di fare ciò che so fare meglio ogni giorno?
4. Negli ultimi 7 giorni ho ricevuto apprezzamenti o elogi per aver fatto un buon lavoro?
5. Il mio supervisor, o qualcuno in azienda, sembra prendersi cura di me come persona?
6. C'è qualcuno che mi incoraggia e sostiene i miei sviluppi a lavoro?
7. A lavoro, le mie opinioni e considerazioni sembrano contare?
8. La mission e lo scopo della mia azienda fa sentire il mio lavoro importante?
9. I miei colleghi sono coinvolti nello svolgere quotidianamente lavori di qualità?
10. Ho un collega a lavoro che posso considerare miglior amico?
11. Negli ultimi sei mesi, qualcuno ha parlato con me circa i miei progressi?
12. Questo ultimo anno, ho avuto opportunità a lavoro di imparare e crescere?

Gallup - Società Americana Ricerca

*«Non importa qual è il tuo **business**,
l'unico modo per generare profitti
duraturi è **iniziare** a costruire quel
tipo di ambiente lavorativo in grado
di **attrarre, concentrare, mantenere**
worker talentuosi.»*

Quando?

Rispondi da Millennials!



OPEN SOURCE MANAGEMENT

human centered business partner.

Rendi attraente la tua azienda e
fai recruiting attivo

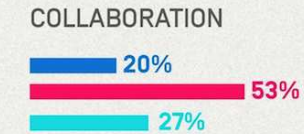
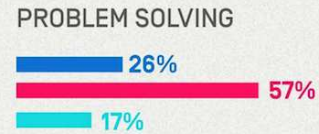
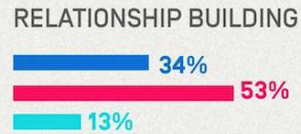
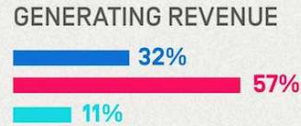
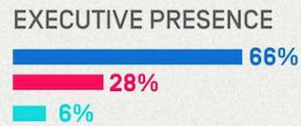
27 Novembre 2017



Dove sono i nostri **migliori**
candidati?

THE GENERATIONS IN THE WORKPLACE

BASED ON A SURVEY OF 1,200 WORKERS ACROSS DIFFERENT GENERATIONS MEASURING THEIR STRENGTHS & WEAKNESSES



BABY BOOMERS

BORN: <1963

PROS: Productive, hardworking, team players, mentors

CONS: Less adaptable, less collaborative



GEN X

BORN: 1963-1980

PROS: Managerial skills, revenue generation, problem solving

CONS: Less cost-effective, less executive presence



MILLENNIALS

BORN: 1980-1995

PROS: Enthusiastic, tech-savvy, entrepreneurial, opportunistic

CONS: Lazy, unproductive, self-obsessed



GENERATION Z

★ BORN 1995-2009 ★

MOBILITY

17 JOBS
15 HOMES
IN A LIFETIME*

TOP NAMES

- | | | |
|---------|---|----------|
| William | 1 | Lily |
| Jack | 2 | Chloe |
| Jacob | 3 | Isabella |
| Lachlan | 4 | Mia |
| Oliver | 5 | Olivia |

EFFECTIVE ENGAGEMENT

- | | | |
|--------------------|---|-----------------|
| Verbal | → | Visual |
| Sit & listen | → | Try & see |
| Teacher | → | Facilitator |
| Content (what) | → | Process (how) |
| Curriculum centred | → | Learner centric |
| Closed book exams | → | Open book world |

EDUCATION

- 1 in 4
- 1 in 3
- 1 in 2*

UNIVERSITY EDUCATED

DIGITAL INTEGRATORS

10 HRS 19 MINS
TECH. USE/DAY

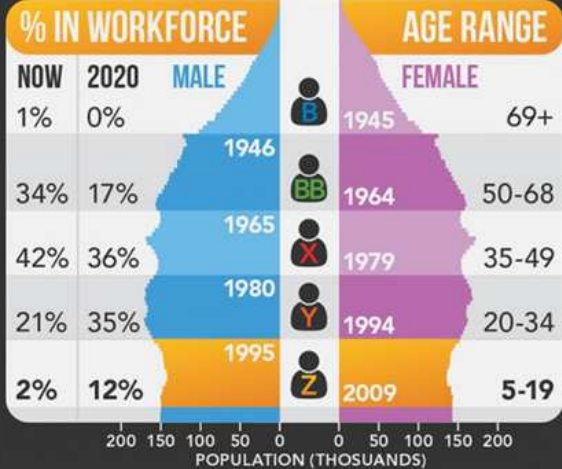
5,100,000,000
SEARCHES/DAY

4,000,000,000
VIEWS/DAY

1,000,000,000+
ACTIVE USERS

500,000,000
TWEETS/DAY

1,000,000+
APPS



HEALTH

% likely to be obese/overweight when all Gen Z have reached adulthood (2027)*

77.9 61.8

SLANGUAGE



WEALTH

Avg. annual earnings in 2063 (as Gen Z retire)*

\$222,000

Average capital city house price (2063)*

\$2.5 MIL.

GLOBAL GENERATION

2,000,000,000 2 BILLION GEN Zs

COUNTRIES WITH LARGEST NUMBER



REDEFINED LIFESTAGES

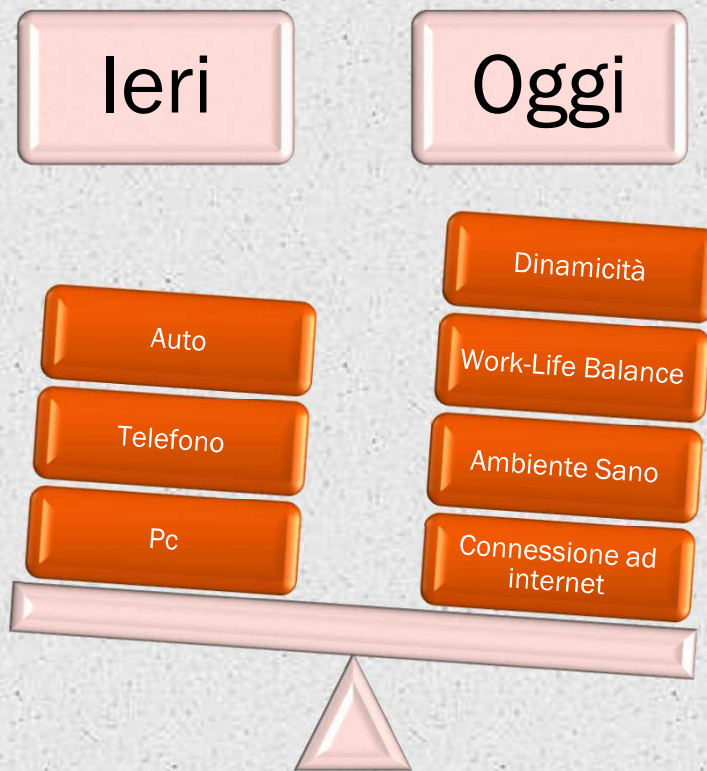




- ☑ **11,2 milioni** in Italia: 42% al Nord - 19% al Centro - 39% al Sud e Isole
- ☑ **Entro il 2020** rappresenteranno più del 50% della forza lavoro a livello globale.
- ☑ **Entro i 30 anni** cambiano il doppio dei lavori rispetto ad una persona della generazione X.


Un recruiter "Baby Boomers" come sta valutando questo dato?

COSA SI CHIEDE ALL'AZIENDA?



LA FANTASIA E LA CREATIVITÀ DI UN INDIVIDUO PASSANO ANCHE DA COME SI PRESENTA

CURRICULUM VITAE



6'

5'

4'

3'

2'

1'

KRISTIANUS KURNIA

GRAPHIC DESIGNER & ILLUSTRATOR

(+62) 856-456789-56
Rise.nShine@yahoo.com
Bandung, Indonesia.

WORK EXPERIENCES

- Freelance Graphic Designer, Illustrator
2004 - Present
Identity design, Illustration, T-shirt Design, Character design, tattoo concept, typography, etc.
- Rebofo Estudio
August 2011 - September 2011
Identity design, print ads, etc.
- Tjaja Widjaja Artist
November 2010 - February 2011
Digital Art
- Golden Tiger Garment
2005 - 2007
T-shirt Design
- Various Garment
2004 - 2007
T-shirt Design

SOME OF MY CLIENTS

- Bluebytes Technologies
Corporate Identity Design
- InKfruit
T-shirt Illustration
- Popolo Sardo
T-shirt Illustration

EDUCATION

- Sekolah Tinggi Desain Indonesia
2009 - 2012
Bachelor of Visual Communication Design
- Institut Teknologi Harapan Bangsa
2006 - 2009
Visual Communication Design
- STMIK Likmi
2005 - 2006
Abiturient of Multimedia Design

EXPERTISE

- Graphic Design
Corporate Identity, Print Ads
- 2D Illustration
Vector Illustration, Character Design
- Great Knowledge of Graphic Design
Concept, Color Theory, Typography, Layout Design Principles

SOFTWARE KNOWLEDGE

- Adobe Photoshop - Advanced
- Adobe Illustrator - Advanced
- Corel Draw - Advanced
- ZBrush - Beginner
- Cinema 4D - beginner

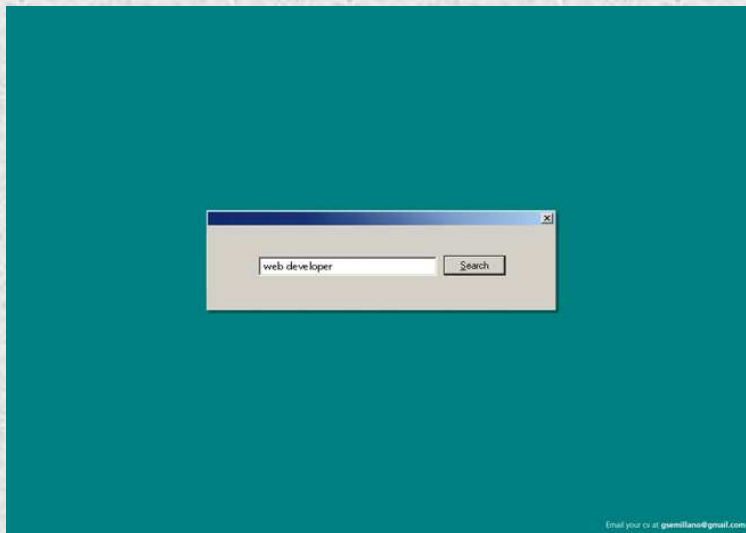
Lukas Yla



«La maggior parte dei curricula finisce nel cestino. Il mio nella vostra pancia», si legge aprendo la confezione. «Questa consegna non è un errore. Ho finto di essere un ragazzo di Postmates per assicurarmi che il mio cv fosse consegnato a voi personalmente».

GLI ANNUNCI OGGI

Nel 97% dei casi i candidati validi non sono alla ricerca attiva di lavoro.



Parla la stessa lingua
del candidato.

GLI ANNUNCI **OGGI**

Problem solvers wanted. Call us on this number now:

$x=24$ $y=30$
 $=01.(y^2-x).(y^2-10^2) \times 10$

Software Developer
£35,000 - £45,000

Software Developer / VB6 Programmer / VB Developer - VBE / Visual Basic, SQL Server (core skills), VB.Net, Crystal Reports (nice to have)

Microsoft requires an experienced Software Developer with excellent experience with VB6, Visual Basic, and SQL Server. Any experience of VB.Net and Crystal Reports will be an advantage.

Microsoft

Ti piacerebbe ricevere
curricula creativi e originali
?



Dobbiamo misurare quanto
è attraente la tua azienda.

Il 62% dei Millennials in cerca di lavoro va a visitare le pagine nei social network per reperire informazioni sull'azienda e sulla posizione aperta.

Non puoi permetterti di non comunicare !

Oggi un'azienda che non è presente sui social trasmette un chiaro messaggio: "Non voglio comunicare con te".

Allora spiegami perché un Millennials dovrebbe scegliere tua azienda?

RECRUITMENT = MARKETING

- ☑ **Cerca un sistema che sia in grado di automatizzare le attività più operative** (pubblicazione annunci, screening curricula).
- ☑ **Indaga sul modo di pensare dei candidati** che intendi attrarre.
- ☑ **Pensa come un marketer.** I candidati sono come potenziali clienti e prima di accettare se fare un colloquio si informano.

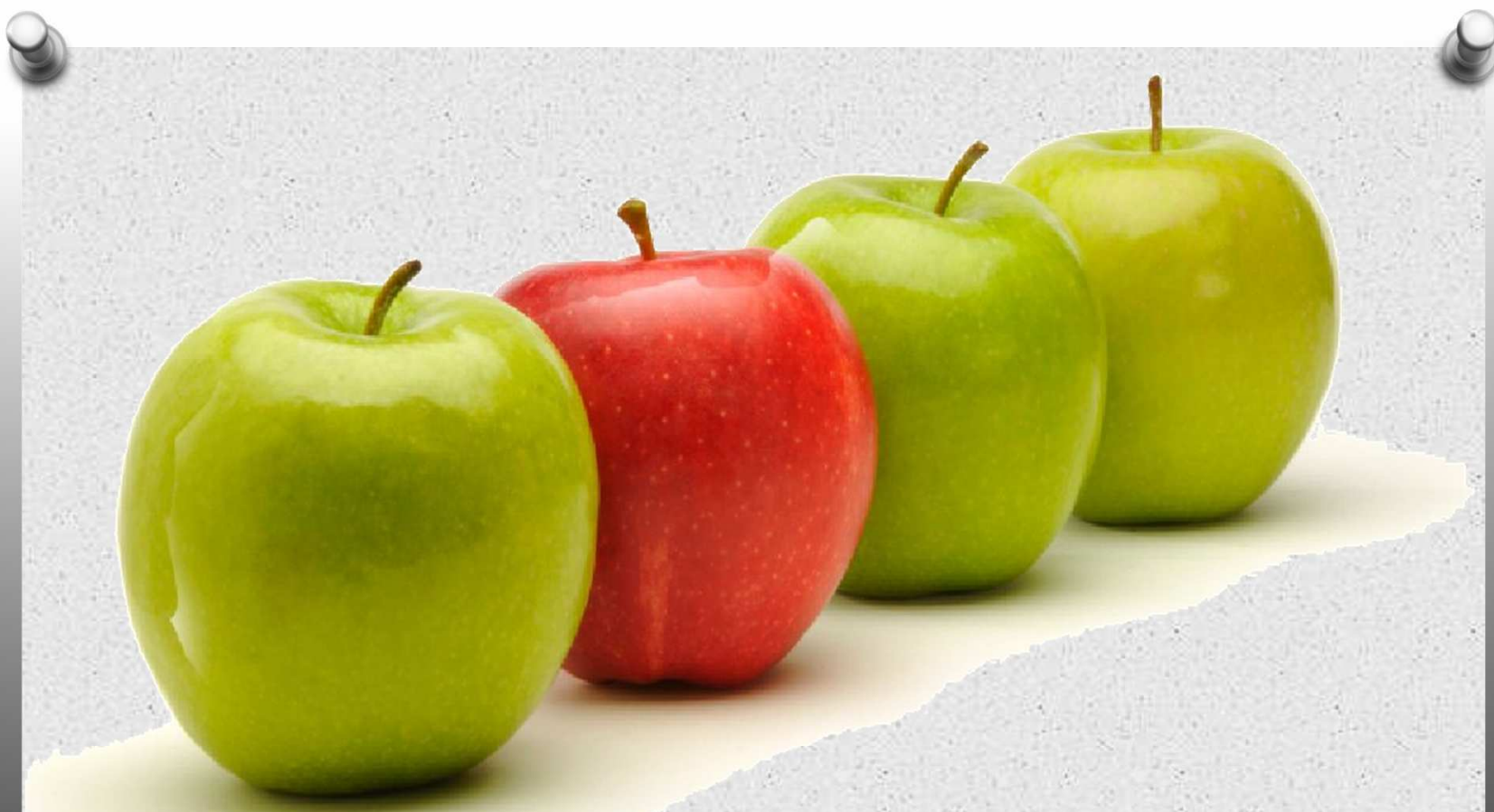
RACCONTA LA TUA STORIA.. ANCHE CON I VIDEO

- ☑ Sono contenuti **completi**;
- ☑ Permettono di metterci la faccia;
- ☑ Mostrano la realtà per ciò che è;
- ☑ Generano **empatia**;
- ☑ Trasmettono **emozioni**;
- ☑ Parlano a tutti, **sono universali**;

DAI VOCE AI TUOI COLLABORATORI

- ☑ Sono i tuoi ambasciatori.
- ☑ Con i loro profili social trasmettono coerenza rispetto al vivere bene.
- ☑ Rappresentano il punto di vista di chi vive l'azienda dall'interno.
- ☑ Sono l'esempio del percorso di crescita che l'azienda offre.
- ☑ Persone felici e appassionate non possono che attrarre candidati di grande valore.





RENDI LA TUA AZIENDA UNICA



**E IL RECRUITING ATTIVO
LO FAI?**

Linked in

Il Social Network professionale

- ☑ **550 milioni** di iscritti nel mondo.
- ☑ **11 milioni** in Italia.
- ☑ **2** nuovi iscritti al secondo.
- ☑ **6500** nuovi gruppi a settimana.
- ☑ **Top 5 delle città più connesse al mondo: Milano.**

Linked in

1. **Collegati alle persone...** più contatti hai e più persone trovi.
2. **Iscriviti a gruppi** di discussione del settore in cui dovrà lavorare la persona.
3. **Pubblica l'annuncio** sulla tua bacheca e nella sezione "lavoro" dei gruppi.
4. **Fai una ricerca tra i contatti**, utilizzando 2 requisiti per te indispensabili.

marketing bologna

Avanzata

Bologna, Italia x Settore: Marketing e pubblicità x Inglese x Reimposta

Avanzata

Tutto

Persone

Altro...

Relazione professionale

Tutto

Collegamenti di 1° grado

Collegamenti di 2° grado

Membri del gruppo

3° grado e tutti gli altri

Località

Tutto

Italia (2033)

Bologna, Italia (833)

Stati Uniti (326)

Milano, Italia (315)

Regno Unito (181)

+ Aggiungi

Azienda attuale

Tutto

Studio Tike (12)

Life, Longari & Loman (11)

UniCredit (8)

LUIS.it (7)

Ducati Motor Holding (7)

+ Aggiungi

Settore

Tutto

Marketing e pubblicità (833)

Informatica e servizi (463)

Consulenza manageria... (304)

Accessori e moda (220)

Internet (201)

Serena Gardella 1*

Marketing Manager - Exhibition manager presso Bologna

Bologna, Italia • Marketing e pubblicità

+ 90 collegamenti condivisi • Simile • +500+

Attuale: Marketing Manager - Exhibition manager presso Bol...

Messaggio

Saverio Ermanno Lorè 1*

Marketing consultant

Bologna, Italia • Marketing e pubblicità

+ 61 collegamenti condivisi • Simile

Attuale: Owner - Marketing consultant presso ADVCODE

Formazione: Bologna Business School

Messaggio

Mariangela Ricciardi 2*

CEO - Founder presso Fitying Corporation

Bologna, Italia • Marketing e pubblicità

+ 19 collegamenti condivisi • Simile

Attuale: Web marketing consultant presso MARKETING BOL...

Collegati

Gianluca Vianello 1*

Marketing and Communication

Bologna, Italia • Marketing e pubblicità

+ 38 collegamenti condivisi • Simile

Attuale: Marketing & Communication presso OSM Internation...

Messaggio

Elena Forni 1*

Marketing Communications Specialist

Bologna, Italia • Marketing e pubblicità

+ 35 collegamenti condivisi • Simile • +500+

Precedente: Writer presso BPART

• Wrote articles for the guidebook "Bologna Straordinaria" (Extraordinary Bologna)

Attuale: Marketing Communications Specialist presso - Freel...

Messaggio

Marco Borrega 2*

Presidente presso Round Table 7 Bologna

Bologna, Italia • Marketing e pubblicità

+ 35 collegamenti condivisi • Simile

Attuale: Presidente presso Round Table 7 Bologna

Attuale: Docente di web marketing presso Fondazione Aldini ...

Collegati

Ricerca Premium

Trova le persone giuste in poco tempo

Strumenti di ricerca

Ad

Become Brand Manager

Master in Brand Management and Communication, IED Milano. Enroll now!

Candidati non in linea?

Sales Line vi supporta nelle selezioni difficili, pagamento a successo

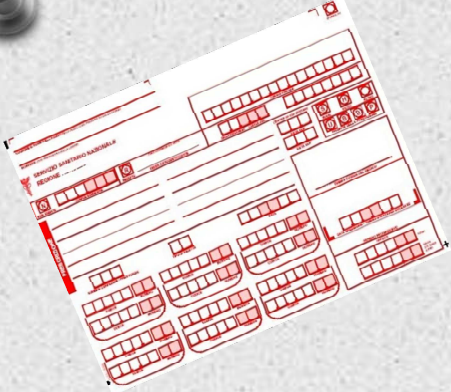
Impara le lingue online

Aumenta le tue chances lavorative imparando una nuova lingua



LINKEDIN PER CERCARE ATTIVAMENTE

- 1. CONTATTA:** i candidati rispondono quando personalizzi i tuoi messaggi mettendo le loro esperienze in relazione alle opportunità di lavoro che offri.
- 2. BRAND:** Una volta contattati, i candidati inizieranno a fare ricerche sul sito della tua organizzazione. Fai in modo che sia facile reperire informazioni.
- 3. ASCOLTA:** i candidati vogliono sentirsi compresi. Cerca di scoprire velocemente i loro obiettivi di carriera. Poi collegali alle opportunità giuste.
- 4. SII ONESTO:** i candidati vogliono informazioni reali. Preparati per fornire un'immagine precisa dell'organizzazione e del ruolo.
- 5. CREA COLLEGAMENTI:** i candidati scoprono più cose parlando con dipendenti attuali simili a loro. I dipendenti possono condividere il bello e il brutto di lavorare in una certa azienda.



LA CURA

- ☑ **2 gocce di Google Cv.** È sui motori di ricerca che avviene il primo approccio. Studia le news sul mondo social.
- ☑ **3 cucchiaini di gruppi Facebook e LinkedIn** prima e dopo i pasti;
- ☑ **1 misurino di Social Search** con keyword su linkedin.
- ☑ **3 compresse di software HR**, in grado di ottimizzare i processi di pubblicazione e screening dei curricula.



SELEZIONA SULLA PERSONALITÀ

UN SOFTWARE CHE FA LA MAGGIOR PARTE DEL LAVORO

CLASSIFICA DEI CANDIDATI



ANALISI ATTITUDINALE PER OGNI PROFILO

PUBBLICAZIONE AUTOMATICA SUI SOCIAL NETWORK CON UN SOLO CLICK



OPEN SOURCE MANAGEMENT



OPEN SOURCE MANAGEMENT

human centered business partner.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

s.marzullo@osmanagement.it

Mi trovate anche sui social

www.opensourcemanagement.it



OPEN SOURCE MANAGEMENT
INTERNATIONAL GROUP

**RECLUTARE CON I
SOCIAL NETWORK**

Diapositive dell'intervento:

www.paoloruggeri.it

**Milano: Corso Leadership
5 e 6 Dicembre**

**Bologna: Scuola di Management
MBS 14 e 15 Dicembre**

**1) Non inserisci
persone perché
non vuoi
plasmarle o hai
valori deboli**

2) Un gruppo produttivo di belle persone

(di cosa si compone?)

Pensa alle 4 persone più
produttive che hai in azienda (a
parte i soci fondatori)

**70% dei migliori
inserimenti
vengono da contatti
personali o sui
social network**

Indeed.com

Recruiting technology will continue to evolve to look more like marketing technology

Using technology to get great at matching applicants and opportunities

Marketing Technology Platform

Website and Landing Page

Lead Capture

Predictive Scoring

Marketing Automation

CRM

Performance Analytics

Recruiting Technology Platform

Career Site

Apply

Screening

Candidate Marketing Automation

Candidate CRM

Talent Performance Analytics

€ £ ¥ \$???



MARKETING: TRIDIMENSIONALE



- Eventi
- Alleanze
- Relazioni
- Social

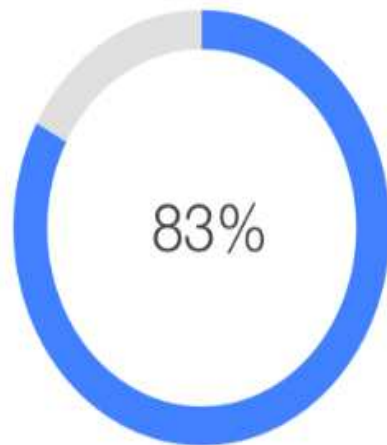
La gente AMA quello che fai



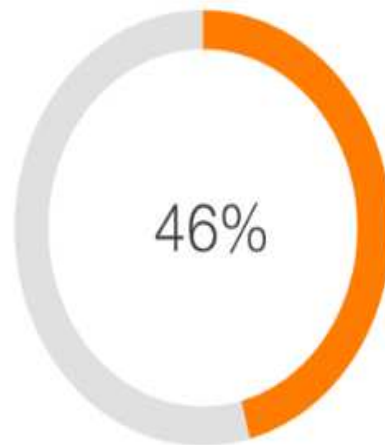
Millennials attratti
dall'emozione e dai valori più
che dal tipo di lavoro

Vogliono sapere «per chi
lavorano» che non è solo il
nome dell'azienda

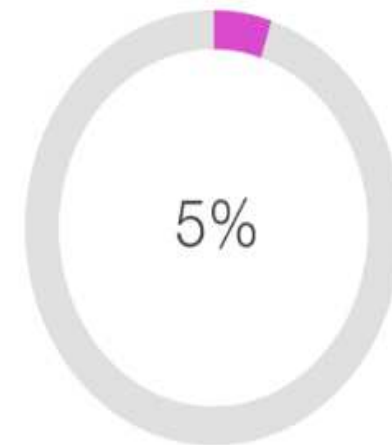
Your brand determines your candidates



Say reviews impact where they apply



Say company reputation has a big impact on decision to accept a job



Increase in apply rate when employer reviews are available

Source: Radcliffe Research Study for Indeed

#indeedexplore



TACTICS

- 1) Sei presente sui Social?
 - Facebook (1000 amici)
 - LinkedIn
- 2) Il tuo profilo di FB comunica che stai facendo un'attività:
 - Figa
 - Di successo
 - Che fa la differenza per la comunità/le altre persone

Se un gruppo di successo è fatto da persone che condividono i valori, come fai ad attirare persone se i tuoi valori non li comunichi?
























- 3) Esiste una sezione del sito **LAVORA CON NOI** con
 - Video di candidati e la loro storia
 - Interviste doppie
 - Descrizione delle opportunità dell'azienda?

- 4) Sei presente su Youtube con video che parlino dell'opportunità dell'azienda?
- 5) Dal tuo profilo FB almeno una volta al mese è evidente che stai cercando dei collaboratori?
- 6) Chiedi nominativi ai clienti?
- 7) Vanno via persone scontente?

⚙️ JOB VACANCY LIST

10 ▾ entries

Search:

Position	Days Left	Location (Address Line 1)	City	HR Manager (Full Name)	Share 
Boss	1754	1000 NW 54 Street	Miami	Sean McCullough	   
Consultant/Salesman	34	Iasi Romania	Iasi	Haley Leder	   
Franchise Salesperson	4	1000 5th street	Miami Beach	Paolo Ruggeri	   
HR MANAGER	355	1000 Lenin Bolshoy	Saint Petersburg	Paolo A Ruggeri	   
Junior Operations Manager Europe	34	Via Guelfa 5	Bologna	Paolo Ruggeri	   

Showing 1 to 5 of 5 entries

< 1 >

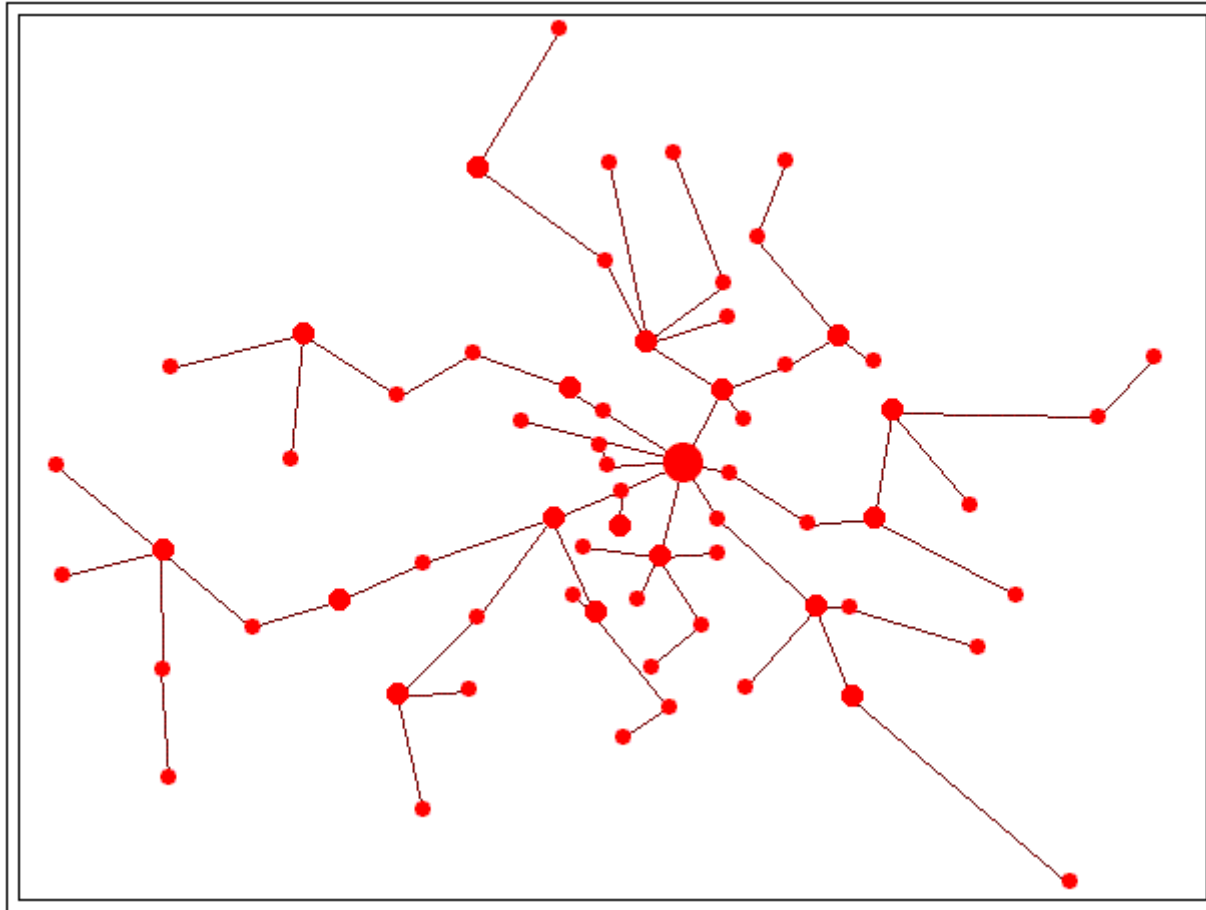
Transparent companies



Catturare l'energia...



Nodi connessi dai valori e non dai soldi



**L'energia emozionale positiva
cambia la polarità di ciò con
cui viene in contatto**

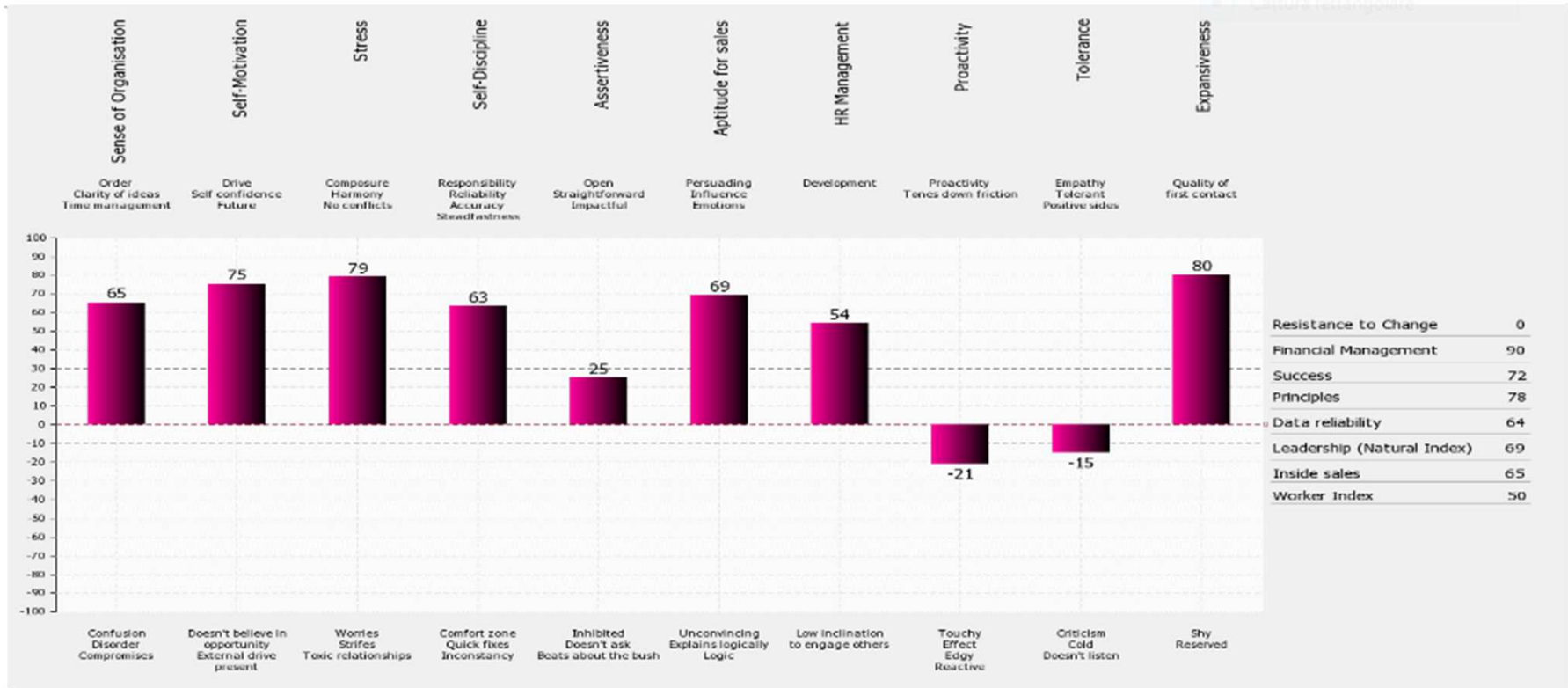


**Un gruppo di persone di valore,
attrae altre persone di valore**



**E la pila diventa
sempre più forte!!**

Candidate chart:



Experience Score:	15.0
Aptitude Score:	6.0
Total Profile Score	21.0

⚙️ JOB APPLICATION LIST

Filter

--Select Department-- ▾

Franchise Salesperson ▾

Filter



Refresh All

10 ▾ entries

Search:

Favorite	Candidate Name	City	Role in last Experience	Exp/Apti Score	Score	Job Vacancy	Download CV	Applied Date	Actions
	Thomas Andersson (2351)	Wilmington	COO	10+9 =	19.0	Franchise Salesperson	1. Cv1 2. No Resume	10-Sep-2017	 
	Paolo Agostino Ruggeri (2156)	Miami Beach	CEO	11+0 =	11.0	Franchise Salesperson	1. Cv1 2. No Resume	18-Aug-2017	 
	olesia mikh (2316)	saint p	brand manager	2+0 =	2.0	Franchise Salesperson	1. Cv1 2. No Resume	04-Sep-2017	 
	Patrick Ludwick (2365)	FORT LAUDERDALE	business development manager	2+0 =	2.0	Franchise Salesperson	1. Cv1 2. No Resume	17-Sep-2017	 

Diapositive dell'intervento:

www.paoloruggeri.it

Milano: Corso Leadership

5 e 6 Dicembre

Bologna: Scuola di Management

MBS 14 e 15 Dicembre