

# SOCIAL NETWORK PER IL RECRUITING

ANALISI, MODELLI E SPERIMENTAZIONI

Andreina Serena Romano

Marina Calandriello

Alessandra Lopez

Fausto Villani

Rossella Piscopo





# SOCIAL NETWORK PER IL RECRUITING

ANALISI, MODELLI E SPERIMENTAZIONI

**Andreina Serena Romano**

Ricercatrice EXO

**Marina Calandriello**

Ricercatrice CRMPA

**Alessandra Lopez**

Ricercatrice CRMPA

**Fausto Villani**

Presidente EXO

**Rossella Piscopo**

Assegnista di Ricerca DIEM

SVILUPPATO NELL'AMBITO DEL PROGETTO PON N.01\_03024:  
SIRET "SISTEMA INTEGRATO DI RECRUITING E TRAINING"  
ATTIVITÀ 5.3

In collaborazione con:

**MOMA SPA**

**DIEM UNISA**

**CRMPA**

**PROVINCIA DI POTENZA**

**CENTRO PER L'IMPIEGO DI POTENZA**

© EXO Organismo di ricerca / Prima edizione settembre 2014

ISBN 97-888-96295-17-5

GRAFIE snc  
85100 Potenza  
Via D. Di Giura, 49/51  
Tel. 0971.442145

# Indice generale

Prefazione .....	pag.	5
Presentazione .....	pag.	7
Prologo .....	pag.	9
Abstract .....	pag.	13
Introduzione .....	pag.	15
<b>1. Stato dell'arte .....</b>	<b>pag.</b>	<b>17</b>
1.1 La gestione delle risorse umane nell'era digitale .....	pag.	17
1.2 L'e-recruitment: dati, analisi e tendenze .....	pag.	23
1.3 L'employment ed i nuovi media digitali .....	pag.	27
1.4 La reputazione online .....	pag.	31
<b>2. I social network: nuove funzioni per il recruitment 2.0. ....</b>	<b>pag.</b>	<b>39</b>
2.1 Evoluzione dei social network .....	pag.	39
2.2 Recruitment attraverso i social network .....	pag.	46
2.3 Social recruiting: dati e tendenze .....	pag.	50
2.4 Sistemi di social networking per il recruiting .....	pag.	54
2.4.1 «LinkedIn» .....	pag.	55
2.4.2 «Facebook» .....	pag.	64
2.4.3 «Twitter» .....	pag.	75
2.4.4 «Pinterest» .....	pag.	84
2.4.5 «Jobinsider» .....	pag.	91
2.4.6 «FaceCv» .....	pag.	98
2.4.7 «Viadeo» .....	pag.	104
2.4.8 «YouTube» .....	pag.	111
2.4.9 «Blog» .....	pag.	117
2.4.10 «Google+» .....	pag.	122
2.5 Social network ed employability .....	pag.	131

<b>3. Impatto: socio-economico e culturale</b> .....	pag. 141
3.1 Evoluzione del mercato del lavoro tra vecchie e nuove tendenze .....	pag. 141
3.2 La competenza: fattore chiave di sviluppo economico .....	pag. 146
3.3 L’impatto sociale: formazione e conoscenza come punto di forza .....	pag. 154
3.4 Il Social recruiting: impatto, vantaggi e conseguenze .....	pag. 161
3.5 Vantaggi economici e sociali del Recruitment Management Software (RMS) .....	pag. 168
<b>4. Best practice e success stories</b> .....	pag. 175
4.1 In-recruiting: un caso di RMS .....	pag. 175
4.2 Progetto Employability 2.0 .....	pag. 182
4.3 Accenture .....	pag. 190
4.4 Progetto “Social Job Partnership” .....	pag. 199
4.5 Microsoft careers e Facebook .....	pag. 203
4.6 Adecco Italia .....	pag. 212
4.7 L’Oreal e l’employer branding .....	pag. 221
<b>5. Implementazione di un pilota: Provincia di Potenza</b> .....	pag. 229
5.1 Il mercato del lavoro nella provincia di Potenza .....	pag. 229
5.2 Analisi del contesto di riferimento: il Centro per l’impiego di Potenza .....	pag. 237
5.2.1 L’Osservatorio provinciale Mercato del Lavoro .....	pag. 243
5.2.2 Il sistema Basil .....	pag. 245
5.2.3 Tecnologia adottata .....	pag. 250
5.3 Regole di utilizzo dei Social media nella Pubblica amministrazione .....	pag. 257
5.3.1 Parte I - Il web 2.0 e la PA .....	pag. 258
5.3.2 Parte II – La PA sui social media .....	pag. 262
5.3.3 Parte III – Le principali piattaforme web 2.0 .....	pag. 266
5.4 Analisi comparativa dei social network analizzati .....	pag. 269
5.5 Elaborazione del modello .....	pag. 275
5.5.1 Modello 1: CPI Potenza e Facebook .....	pag. 277
5.5.2 Modello 2: CPI Potenza – Rete imprese lucane e LinkedIn .....	pag. 283
Bibliografia .....	pag. 291
Sitografia .....	pag. 298
Glossario .....	pag. 301

## Abstract

The “*Integrated System of Recruiting and Training*” (SIRET in short) is the employability system able to match demand and supply. The system will involve different needs, offering advanced customization features and orienting the demand for training towards the development of more useful skills in the current job market.

The project has two purpose: from one hand, it wants to analyse and define social recruiting techniques, in order to maximize the efficacy of the social employability models. On the other hand, it wants to achieve a perfect professional match, fitting together candidate competences with employer needs.

The final aim of SIRET is offering an innovative tool to the Public Administration and Employment Agencies. This tool will be capable: - to integrate recruiting and training functionalities, - to support the users in finding a job coherent with the skills they possess, - to develop skills by means of a training program based on the individual needs. For these reasons, the project will pay particular attention to skills management.

On a practical level, the system first interprets demand and supply of labour, representing the professional skills of individuals as well as those required in the recruitment process; then it allows users accurate descriptions, improving the functionality of research, ensuring a higher level of precision and recall, promoting the use of automatic matchmaking tools for both types of users. Doing this, candidates will be able to identify all the job opportunities related to their own profile, and companies will have the chance to identify those candidates who possess the abilities they are looking for. The objective of this research project is to analyse techniques and models in social recruiting.

The first part of the research project is a comprehensive analysis of the current situation. It analyses - traditional and 2.0 recruitment form, at national and European level, - management of human resources in digital era and the impact of online reputation in selection processes, - the study of the socio-economic and cultural development of new recruitment tools.

The second part is the overview and the study of social network platforms: from the evolution of social networks and social recruiting phenomenon to the analysis of the main social platform (e.g. LinkedIn, Facebook, Twitter, Pinterest, Jobinsider, FaceCv, Viadeo, YouTube and Blog) used for recruitment purposes. This part also studies the evolution of the labour market, the competences as a key factor of the economic development, the social impact of education and knowledge, and last but not least, advantages and disadvantages of social recruiting.

A section dedicated to “Best Practicice” has the purpose to comprehend advantages and good practices in e-recruiting (in-recruiting, Employability Project 2.0, the “Social Jobs Partnership” project, Microsoft careers through Facebook, the recruitment strategy adopted by Accenture and Adecco and the employer branding strategy adopted by L’Oreal).

An important part of this research project is the “Experimental models”: the study of Job Information Systems, especially related to the employment centres (ICC).

The trial focuses on Public Bodies and social recruiting, by creating a pilot related to the “Provincia di Potenza” Entity, the node of provincial employment centres in Basilicata. The study will analyse the context and the development, testing and evaluating the prototype in the recruiting and training phases.

To conclude, by means of this model, the institutional bodies, as well as the public administration, businesses and citizens will be able to play an active role in the employment process, providing an innovative guidance, counselling and training.

## Introduzione

Il progetto *SIRET* – “*Sistema Integrato di Recruiting e Training*” – intende realizzare e sperimentare un prototipo di ambiente, funzionale all’*employability*, in grado di favorire l’incontro tra domanda e offerta di lavoro, ovvero tra individui in grado di richiedere l’inserimento nel mondo del lavoro e aziende o enti che offrono opportunità lavorative, curare le esigenze dei singoli offrendo funzionalità avanzate di personalizzazione e, infine, orientare la domanda formativa verso lo sviluppo di competenze maggiormente spendibili sul mercato del lavoro attuale.

L’obiettivo del progetto è duplice: da una parte, analizzare e definire tecniche di *social networking* per il *recruiting*, massimizzando l’efficacia dei modelli *social* per fini occupazionali; dall’altra, pervenire alla rappresentazione delle competenze proprie di un candidato e definire e ottimizzare gli obiettivi formativi specifici per favorire il confronto tra il profilo professionale posseduto e quello richiesto dalle aziende ai fini di un opportuno collocamento delle professionalità.

Pertanto, il fine ultimo è quello di offrire alle Pubbliche Amministrazioni e ai Centri per l’impiego uno strumento innovativo che integri le funzionalità di *recruiting* con quelle di *training* per supportare gli utenti nella ricerca di un impiego attinente alle competenze possedute, e sviluppare e certificare tali competenze attraverso un percorso formativo personalizzato sulle singole esigenze. A tal proposito, il progetto presterà particolare attenzione alla gestione delle competenze, alle modalità con cui queste possano essere acquisite e alle procedure con cui competenze e tipologie di apprendimento possano essere riconosciute.

A livello pratico, attraverso opportune tecniche semantiche, il sistema deve innanzitutto interpretare domanda e offerta di lavoro e rappresentare le competenze professionali dei singoli nonché quelle richieste in fase di *recruiting*; deve, inoltre, consentire descrizioni accurate da parte degli utenti, potenziare le funzionalità di ricerca, assicurare un maggiore livello di precisione e *recall*, favorire l’utilizzo di strumenti di *matchmaking* automatico a entrambe le tipologie di utenti, ovvero i candidati devono poter individuare tutte le offerte di lavoro attinenti alla propria domanda e, viceversa, le aziende devono avere la possibilità



di individuare tutte le figure professionali in grado di rispondere a un'esigenza lavorativa espressa.

L'attività progettuale si sviluppa in una duplice prospettiva: la prima prevede la comprensione dello stato dell'arte dei sistemi di *employability* e delle nuove forme di *recruitment 2.0*, attraverso i *social network* e le nuove forme di comunicazione digitale. In particolare, verrà analizzata la situazione attuale a livello europeo e nazionale sia in ambito di *recruitment* tradizionale sia in ambito di *recruitment 2.0*, valutando la gestione delle risorse umane nell'era digitale e l'impatto della reputazione online nel processo di selezione; in secondo luogo, verrà esaminata l'evoluzione dei *social network* e il fenomeno del *social recruiting* con un'attenta e minuziosa disamina delle principali piattaforme adottate per scopi di *recruitment* (LinkedIn, Facebook, Twitter, Pinterest, Jobinsider, FaceCv, Viadeo, YouTube e i Blog). A questa prima parte della ricerca farà seguito lo studio dell'impatto socio-economico e culturale dei nuovi strumenti di *recruiting* che si sviluppa attraverso l'analisi dell'evoluzione del mercato del lavoro tra vecchie e nuove tendenze, della competenza come fattore chiave di sviluppo economico, dell'impatto sociale della formazione e della conoscenza, nonché dei vantaggi e svantaggi del *social recruiting*. Per comprendere le potenzialità e le criticità del fenomeno, il progetto di ricerca prevede la presentazione di alcune delle *best practices* in materia: In-recruiting, Progetto Employability 2.0, il Progetto "Social Job Partnership", Microsoft *careers* attraverso Facebook, la strategia di *recruiting* adottata da Accenture e Adecco e la strategia di *employer branding* di L'Oreal.

Nel contempo, la seconda prospettiva vede focalizzare l'attenzione sul "mondo" dei Sistemi Informativi Lavoro, in modo particolare sui Centri per l'impiego (CPI). E' prevista, infatti, l'implementazione di un pilota presso la Provincia di Potenza in qualità di nodo provinciale dei Centri per l'impiego della Regione Basilicata. La sperimentazione si svilupperà sull'analisi del contesto di riferimento e sull'elaborazione, verifica e valutazione del prototipo per il *recruiting* e il *training*.

Attraverso il modello realizzato nell'ambito del progetto sperimentale si offre, dunque, agli enti istituzionali, alla Pubblica Amministrazione, alle imprese e ai cittadini la possibilità di esercitare un ruolo attivo nel processo occupazionale, garantendo servizi di orientamento, consulenza e formazione attraverso uno strumento fortemente innovativo.