

Un cittadino svizzero su quattro, cerca lavoro sui social media

Facebook, Twitter e LinkedIn sono molto utilizzati anche da chi è alla ricerca di un posto di lavoro: già un cittadino svizzero su quattro utilizza le piattaforme di social media per cercare delle offerte di lavoro. È il risultato di un recente sondaggio dell'azienda di servizio di risorse umane internazionale Kelly Services. Circa un terzo degli intervistati svizzeri è convinto che l'autopromozione tramite i social media possa favorire la carriera. Altrettanti controllano e modificano i contenuti delle pagine del loro profilo per evitare di dare un'impressione errata ai (potenziali) datori di lavoro.

Neuchâtel, 15 giugno 2011. Per chi cerca lavoro, internet è la prima risorsa per iniziare: un cittadino svizzero su quattro trova lavoro attraverso una borsa lavoro online. Uno su cinque deve il proprio posto di lavoro attuale a un passa parola nella rete di contatti. Quasi altrettanti (18 per cento) hanno trovato il proprio lavoro attuale tramite un'azienda di reclutamento del personale. La classica inserzione di lavoro nei quotidiani perde d'importanza: solo uno su dieci ha trovato il proprio job attuale tramite un'inserzione di lavoro.

Chi cerca lavoro scopre i social media per la propria carriera

Finora solo il due per cento degli intervistati svizzeri ha trovato un datore di lavoro attraverso i social media. Tuttavia, il 24 per cento degli intervistati utilizza i servizi di social media per cercare lavoro, soprattutto per informarsi sui job e per scambiare informazioni. Con questo risultato la Svizzera si posiziona in un'area intermedia nella classifica europea. Gli intervistati in Portogallo (38 per cento), Italia, Paesi Bassi e Polonia (33 per cento rispettivamente), utilizzano più frequentemente i social media per cercare lavoro. Le piattaforme preferite sono LinkedIn, Facebook, Blog e Twitter.

“I servizi di social media si sviluppano accanto alle borse lavoro online, diventando un ulteriore importante canale per la ricerca di lavoro”, spiega Peter Guggi, Direttore Generale di Kelly Services Svizzera. “I candidati controllano sempre più spesso le presentazioni delle aziende nei social media e discutono le opportunità di lavoro e le possibilità di carriera nelle proprie reti digitali. Per questo motivo, per le aziende, è importante posizionarsi come datore di lavoro anche nell'area di social media, per coltivare il dialogo con i possibili candidati. In questo modo è possibile capire cosa viene detto della propria azienda e sfruttare in modo mirato il potenziale di Facebook, Twitter e Co. Nelle piattaforme di social media i candidati vengono contattati individualmente e si scoprono talenti. In questo modo nasce un nuovo pool di candidati.”

Soprattutto gli uomini utilizzano i social media per la ricerca di lavoro

Se si confrontano i risultati in base al sesso, si osserva una netta differenza: in Svizzera un numero nettamente maggiore di uomini (27 per cento) utilizza le piattaforme di social media per la ricerca di lavoro, rispetto alle donne (20 per cento). Nel confronto tra generazioni, le differenze variano solo marginalmente. Gli intervistati del settore dell'informatica, con un 46 per cento, sono nettamente in vantaggio: quando si tratta di lavoro, rappresentano la maggioranza nella navigazione in rete. Segue il settore del commercio al dettaglio (37 per cento), quello scientifico per es. farmacologia e industria petrolifera e del gas (33 per cento).

Censura: è di uso comune nei profili

Quasi un terzo degli intervistati è consapevole che le attività nei social media possono influenzare la carriera, sia in modo positivo, sia in modo negativo: il 31 per cento è convinto che un profilo online serio e curato possa influire sulla propria promozione personale e che quindi possa incidere positivamente sulla carriera. Altrettanti temono che i contenuti del profilo possano danneggiare il percorso professionale. Per questo motivo si cancellano o modificano contenuti dubbi, per evitare di dare un'impressione sbagliata. Le

donne (35 percento) censurano maggiormente i contenuti per avere una reputazione online “pulita” rispetto agli uomini (30 percento). I contenuti devono pertanto essere presi con cautela, come afferma anche Peter Guggi: “I profili nelle piattaforme dei social media sostengono il marketing e l’immagine della propria causa: punti di forza, abilità e interessi sono evidenziati. Le informazioni potrebbero essere in parte ingannevoli, troppo personali, esagerate o ormai superate.”

Poche linee guida per l’uso dei social media sul posto di lavoro

In base al sondaggio Kelly, le aziende svizzere non hanno quasi regole relative all’uso dei social media sul posto di lavoro: solo il 35 percento degli intervistati conosce delle linee guida aziendali a questo proposito. Il 37 percento afferma che non vi sono restrizioni all’uso dei social media sul posto di lavoro. E il 28 percento non sa se la propria azienda possiede una social media policy. L’uso dei social media sul posto di lavoro è regolamentato soprattutto nel settore dei servizi (53 percento), nell’assistenza clienti (55 percento) e nel settore del commercio al dettaglio (47).

“Le linee guida sui social media aiutano a regolamentare il dialogo. Che l’utilizzo dei social media sul posto di lavoro sia ammesso o no, dipende dall’ambito lavorativo. Molte aziende sfruttano le piattaforme per comunicare con i propri gruppi target”, afferma Peter Guggi. “All’inizio, in molte aziende, anche l’uso di internet non era consentito. Oggi, molti processi lavorativi sarebbero inimmaginabili senza internet. L’uso dei social media probabilmente si svilupperà nella stessa direzione.”

30 minuti al giorno per le attività nei social media

Quasi la metà degli intervistati svizzeri naviga quotidianamente fino a 30 minuti nelle piattaforme di social media. Il 18 percento li usa quotidianamente fino a un’ora, l’8 percento persino per più tempo. Un quarto degli intervistati non si occupa dei social media. Nel confronto generazionale, gli utenti di internet più anziani seguono a ruota i più giovani: nella generazione Y più giovane (18 fino a 29 anni) tre su quattro intervistati sono attivi quotidianamente nei social media fino a un’ora, seguiti dalla generazione X (30 fino a 47 anni) con un 66 percento e dalla generazione dei babyboomer (48 fino a 65 anni) con il 60 percento.

Informazioni sul Global Workforce Index:

Il Kelly Global Workforce Index è un sondaggio internazionale mirato a rilevare l’opinione dei lavoratori dipendenti su lavoro e occupazione. I risultati dei sondaggi vengono pubblicati ogni trimestre dalle agenzie Kelly Services in Europa, Nord America e nell’area Asia - Pacifico. Nel 2010, Kelly Services ha ricevuto, grazie al Global Workforce Index, il premio MarCom Platinum Award nella categoria Ricerche/studi. Questo riconoscimento premia l’eccellenza dimostrata a livello di qualità, creatività e innovatività. Nel 2009 al KGWI è stato assegnato il premio Gold nella stessa categoria.

Per il recente Global Workforce Index sono state intervistate 97’000 persone in 30 paesi, di cui circa 750 in Svizzera. Il sondaggio è stato effettuato tra ottobre 2010 e gennaio 2011.

Informazioni su Kelly Services:

Kelly Services, Inc. (NASDAQ: KELYA, KELYB), azienda della lista Fortune 500 con sede a Troy, nel Michigan, è una delle maggiori aziende al mondo operanti nel settore delle risorse umane. Kelly Services offre un’ampia gamma di servizi, dall’outsourcing (Kelly Outsourcing Consulting Group) alla consulenza per il personale alla fornitura di lavoro interinale (Try&Hire) all’assunzione a tempo indeterminato. I settori coperti sono scienze naturali, finanza, informatica, assistenza sanitaria, industria alimentare e agricola, edilizia ed artigianato, contact / call center, industria e tecnologia, vendita, logistica e trasporti, nonché il settore dell’orologeria. Kelly Services fornisce servizi per le risorse umane a clienti di tutto il mondo e fornisce ogni anno 530’000 dipendenti. Nel 2010 Kelly Services ha registrato un fatturato di 5 miliardi di dollari. Kelly Services è presente in Svizzera con oltre 45 filiali e divisioni specializzate. Per maggiori informazioni www.kellyservices.ch e www.kellyservices.com, si metta in contatto con noi su Facebook, Xing, LinkedIn e Twitter.

Referente per i media:

Kelly Services (Svizzera) SA, Urs Burgunder

Tel.: 032 / 732 11 00

E-mail: urs.burgunder@kellyservices.ch