

# SELEZIONI

## Colloqui al contrario: così il candidato dà il voto all'azienda

di **Massimo Esposti**

«Allora? Com'è andato quel colloquio di lavoro? Ti hanno fatto poi sapere qualcosa?»

«Sinceramente no, nonostante sia stato impegnato in incontri tutto il giorno nel corso dei quali, tra l'altro, hanno continuato a insistere sui valori della trasparenza e della correttezza nei rapporti. Anzi, quasi quasi lo racconto sui social...»

Già, se questo per la reputazione di un'azienda non è un allarme rosso, poco ci manca. Anche perché in un mondo iperlinkato rapporti che sembravano univoci, come quello di offrire un ruolo manageriale, possono improvvisamente ribaltarsi in un drastico «sono io che non voglio venire a lavorare da voi».

Un cambiamento delicatissimo di cui è convinto Marco Boido, cacciatore di teste a livello internazionale, senior partner di Transearch. «Spesso spiega Boido - direttori risorse umane di multinazionali mi confessano che le loro aziende non sono in grado di dare un feedback adeguato ai candidati che vengono scartati nel corso del processo di selezione».

In effetti capita quasi sempre così, ma è la prassi. «Purtroppo, invece il processo di selezione è un linguaggio comunicativo allargato - dice Boido -. I candidati raccontano le loro esperienze ad amici, a conoscenti e a colleghi. In altre parole contribuiscono a modificare la percezione che il mondo esterno ha dell'azienda». Nessuno corrisponde mai

perfettamente al "job profile" utilizzato per la selezione. Le differenze tra il profilo ideale e le competenze del candidato possono essere utilizzate per personalizzare la risposta. Il feedback può fare riferimento a un altro candidato che possiede competenze, esperienze o caratteristiche più vicine al "job profile". Infine, quando possibile, è sempre cosa gradita dare un piccolo consiglio per eventuali selezioni future.

«Quello che un candidato si aspetta - sottolinea Boido -, in virtù dell'impegno profuso, è innanzitutto una manifestazione di rispetto. E la prima forma di rispetto consiste proprio nel dare una risposta, anche se spiacevole. Molte aziende trascurano questo passaggio, ritenendolo uno spreco di energie; ma non si rendono conto dell'impatto negativo che questa disattenzione ha sulla propria immagine. È invece necessario fornire un feedback a ogni persona contattata nel corso della selezione. Anzi, quando possibile sarebbe opportuno fornire un feedback personalizzato per ciascun candidato. Oggi chiunque esca deluso da un percorso di selezione può danneggiare l'immagine dell'azienda raccontando la propria esperienza sui social media in termini sarcastici: il prezzo che la società rischia di dover pagare può risultare particolarmente elevato»

[max.esposti@gmail.com](mailto:max.esposti@gmail.com)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com)

Cinque motivi per "rifiutare" il colloquio di lavoro

Il Sole **24 ORE**

27 novembre 2017