



Il nostro esperto

* Davide Dal Maso, classe 1995, coach di social media marketing specializzato nell'affiancare realtà aziendali innovative o focalizzate sulla Generazione Z. Fondatore della non profit sulle potenzialità e i rischi del Web "Social Warning-Movimento Etico Digitale" che conta 150 formatori e 30.000 persone incontrate. www.socialwarning.it



È la generazione che entro il 2025 costituirà 1/4 della forza lavoro mondiale. Quali sono i modi in cui cercano lavoro? Su quali piattaforme?

IL LAVORO? LO CERCO QUI

1 LA RICERCA SU SOCIAL E INTERNET

A differenza del passato, non viene quasi mai presa in considerazione l'idea di comprare il giornale per leggere gli annunci di lavoro. Al primo posto ci sono i canali web in generale, ma ancor prima i social network. La fanno da padrone le inserzioni sui social come Instagram, i contenuti postati da micro-influencer settoriali e la sezione Lavoro di LinkedIn. Restano utili le collaborazioni di scuole e università con le imprese, legame che andrebbe ulteriormente rafforzato per favorire un primo contatto tra giovani e mondo del lavoro. Alcune grandi aziende in Usa, come Walmart e Subway, stanno avviando campagne di *employer branding* e di *recruiting* su piattaforme adatte alla Generazione Z come Twitch e TikTok.



46%
elege i social
come primo
modo per
trovare un
posto di lavoro
(fonte: report
Bank of America)

2 FREELANCER, MA PER QUANTO?

Alcuni di loro hanno scoperto la possibilità di guadagnare attraverso piattaforme dedicate ai "lavoretti" digitali. Un esempio è @Fiverr dove grafici, programmatori, social media manager ecc. possono svolgere compiti dall'impegno limitato, al fine di ottenere un piccolo compenso. Un bravo freelancer può ricavarne un buono stipendio, lavorando totalmente da remoto, ma una buona parte di loro fa fatica perché si crea una battaglia di prezzo. Per questo motivo si sono anche sviluppate piattaforme verticali utili al *recruitment* come per esempio @Stackoverflow per trovare gli IT.



3 SCELTA ANALITICA.

Per utenti navigati del Web come loro, diventa spontaneo fare una ricerca online sull'azienda ancora prima di interagire con la proposta lavorativa. Vi analizzano la presenza sui social e su Google sotto vari punti di vista comunicativi e valoriali. Tenendo a mente le tipologie di contenuti che loro preferiscono (testi brevi, video, slide...) sarà importante trasmettere l'ambiente e la visione dell'azienda.

4 PRETENDONO INCLUSIONE E IMPEGNO PER IL SOCIALE.

Si tratta della generazione più multietnica di sempre e per questo richiedono tolleranza, inclusività

e apertura. Secondo una ricerca condotta a livello globale da Catalyst, il 62% vede questi valori come fondamentali per poter scegliere un'azienda. Per questo motivo per risultare maggiormente attrattive, le aziende devono necessariamente preparare un terreno valoriale adeguato.

5 AMBIZIOSI, MA ANCHE REALISTI

"Cos'è per te il lavoro?" è la domanda rivolta da uno studio condotto in Italia da Umara con la collaborazione scientifica dell'Osservatorio Giovani dell'Istituto G. Toniolo di Milano. La risposta più comune è stata "È il mezzo per ottenere un buon reddito". Certamente da interpretare, perché gli Zeta vogliono sentirsi rassicurati, in quanto sono la generazione che subisce una situazione di crisi e incertezza come non accadeva da almeno 50 anni. Dunque più attaccati ai soldi rispetto alle generazioni precedenti, ma anche coscienti che debbano guadagnarseli. Alla domanda iniziale seguono risposte come "Un luogo di impegno personale", "Un modo per affrontare il futuro" e "Una modalità di autorealizzazione". A proposito di futuro, ritengono che "Le aziende non stanno apportando l'impatto sociale che si aspettavano" e l'83% reputa l'etica del proprio superiore come molto importante.

6 LA DIFFICOLTÀ TRA SMARTWORKING E ONBOARDING.

Sebbene sia una generazione votata al lavoro da remoto, in questo periodo molti di loro sono costretti a cominciare la carriera con uno smart working forzato. Ne sono un esempio le centinaia di stagisti che iniziano il percorso nelle società di consulenza, tra cui le Big 4. Questi si trovano a dover svolgere compiti programmati senza aver accesso a tutte quelle esperienze che si vivono frequentando l'ambiente lavorativo, come pranzi o incontri con i clienti. «Così vengono a mancare gli aspetti di intelligenza emotiva, che costituisce la competenza più importante dei prossimi anni e che si sviluppa relazionandosi con gli altri professionisti» ci conferma Alessandro Loggi, fondatore di CVing e esperto di *digital recruitment*.