

COME TROVARE
**LE FIGURE
AZIENDALI**
PER SUPPORTARE
LA **DIGITAL
TRANSFORMATION**

Il processo di ricerca e selezione

**Guarda i nostri servizi e
contattaci (senza impegno)**

Sommario

Introduzione | Digital transformation non è solo implementare nuove tecnologie in azienda ma anche assumere i professionisti più qualificati

Capitolo 1 | Quando la digital transformation in azienda fallisce

Capitolo 2 | Le caratteristiche che deve avere un digital leader

Capitolo 3 | I Professionisti high-level IT

Capitolo 4 | Come svolgere il processo di selezione

Capitolo 5 | Recruitment tecnico: come valutare il servizio di outsourcing (come scegliere l'agenzia di recruiting ideale)

Conclusioni

Introduzione

Digital transformation non è solo implementare nuove tecnologie in azienda ma soprattutto assumere i professionisti più qualificati

Quando si parla di Digital Transformation si fa riferimento ai cambiamenti che l'introduzione delle tecnologie digitali apportano a tutti i settori della società, con impatti tanto profondi da modificare radicalmente le interazioni umane; dalla vita quotidiana, all'economia produttiva di beni e servizi, al modo di fruirne... fino alle strutture amministrative e oltre.

Ma la digital transformation non si limita all'introduzione nelle aziende di nuove tecnologie digitali per quello specifico processo produttivo o organizzativo.

Questa trasformazione è un profondo e sostanziale cambiamento delle attività e dei processi che impattano sull'uomo e soprattutto sul modello di business di un'azienda e più in generale sui mercati economici dove le imprese si trovano a operare e competere.

Coinvolge insomma tutti gli aspetti di un'azienda, dall'introduzione di supporti tecnologici fisici e digitali, alle piattaforme multichannel e i processi che ne derivano, al modo stesso di lavorare dei professionisti. La trasformazione digitale è la rottura dei vecchi modelli di business.

A quale pro?

Quello di essere o rimanere competitivi in un mercato in continuo cambiamento. Proprio grazie all'introduzione di nuove tecnologie digitali, infatti, il cliente non "subisce" più un prodotto o servizio, ma è sempre più informato e libero di scegliere il prodotto desiderato senza influenze persuasive che non siano le proprie.

Adottare un piano di trasformazione digitale per un'azienda significa in fondo servire al meglio i propri clienti, raggiungere una maggiore competitività e possibilmente incrementare il fatturato del proprio business.

*Cosa comporta
in azienda una
trasformazione
digitale?*

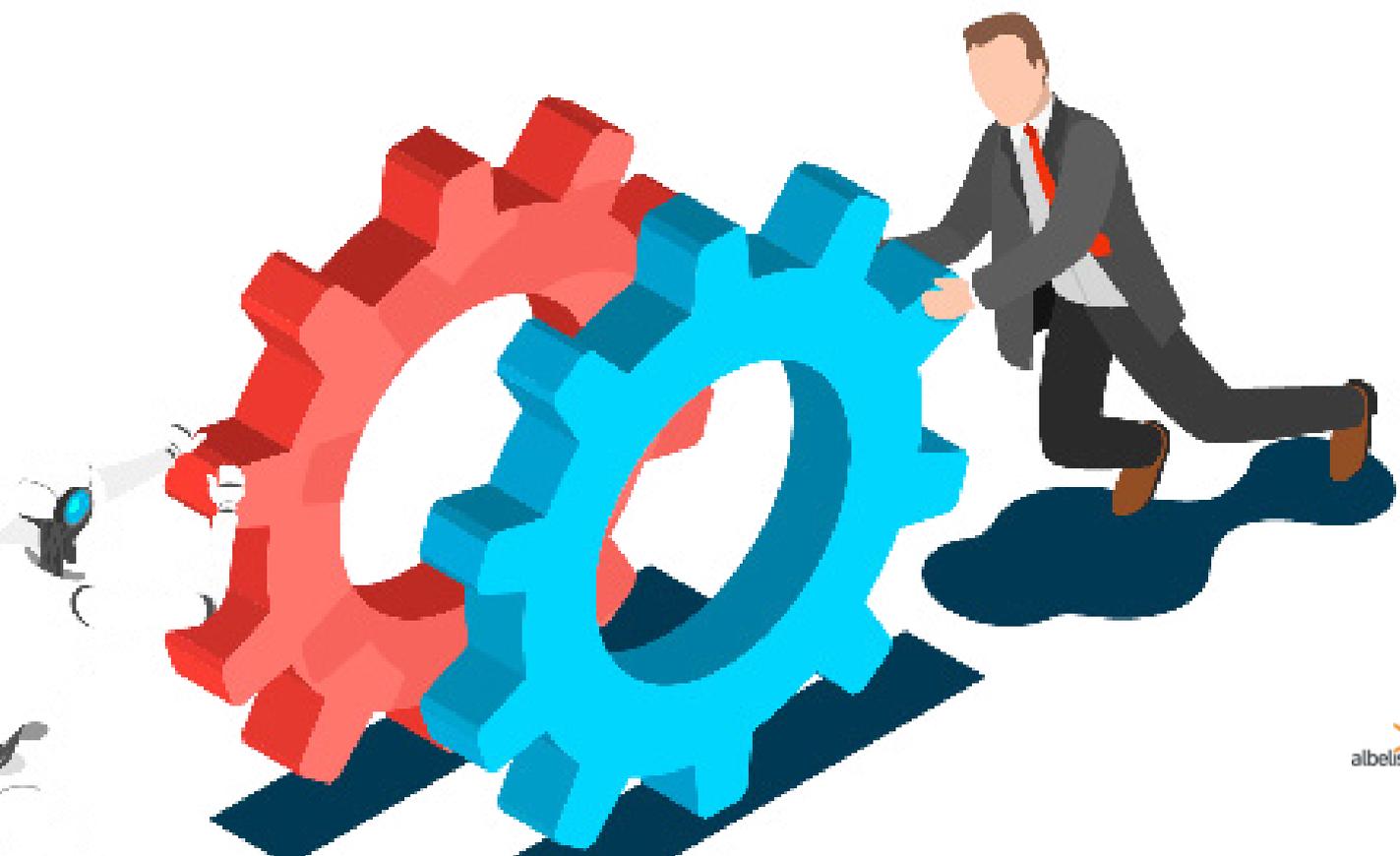
Se la Digital Transformation è così pervasiva e abbraccia una varietà di aspetti, è facile comprendere **come sia indispensabile un cambiamento mentale** che sia propulsore delle novità da mettere in atto in azienda, delle strategie e azioni a sostegno del cambiamento attivato dalle nuove tecnologie.

E se si parla di cambiamento culturale, le persone sono le dirette protagoniste, le figure aziendali tutte: dai vertici aziendali, ai manager, al personale interno, ai collaboratori fino ai nuovi assunti.

Il fattore umano, in questi casi, gioca un ruolo determinante nel processo di Digital Transformation.

Il motivo risale nel fatto che, per introdurre nuove tecnologie digitali, è necessario quasi sempre un sforzo individuale per formarsi continuamente, per essere all'altezza delle aspettative.

É fondamentale quindi **avere all'interno dell'azienda le figure professionali indispensabili per attuare la trasformazione digitale**. Questo e-book ti aiuterà a capire come trovare queste professionalità, quali caratteristiche sono necessarie e soprattutto l'apporto che daranno all'azienda.



Quando la digital transformation in azienda fallisce

Prima di capire le caratteristiche/skills importanti per attuare in azienda una trasformazione digitale, vediamo quali possono essere i motivi per cui un cambiamento del genere potrebbe non andare a buon fine.

Non esistono soluzioni o percorsi preconfezionati che possano andare bene per tutte le imprese. Ogni azienda deve tenere conto delle caratteristiche del proprio business, dei mercati di riferimento, delle dinamiche interne, dei processi produttivi intrinseci all'impresa stessa.

A volte nonostante la pianificazione, l'adozione dei giusti investimenti, la buona volontà e le capacità manageriali, ci si può comunque imbattere in problemi e difficoltà con conseguenti perdite di denaro, tempo e mancate opportunità.

È tuttavia possibile individuare alcuni fattori negativi che possono compromettere definitivamente, o rallentare pregiudizievolemente, il processo di Digital Transformation.

Mancanza di supporto dei CEO e Dirigenza

Tra i fattori che possono inficiare la buona riuscita del processo di Digital Transformation, un ruolo rilevante è dato dalla determinazione che tutto l'apice dirigenziale dimostra nel perseguire questo percorso.

È necessario che tutta l'azienda sia orientata verso questo nuovo mindset e mantenga salda la mira sull'obiettivo finale che spesso, per la stessa natura della trasformazione digitale è liquido, in continuo movimento.

Un CEO non convinto della strada intrapresa, all'insorgere delle prime difficoltà potrebbe mettere in dubbio l'utilità del processo di cambiamento.

Allo stesso modo, un CEO che voglia avviare la Digital Transformation ma non abbia le figure manageriali e professionali a supporto del suo obiettivo, troverà difficoltà a trasformare in azioni e operatività le sue idee.

In questi casi, avere accanto dei manager, meglio un team di Digital Leader, con cui il CEO possa condividere visione e progettualità verso il cambiamento digitale, è di fondamentale importanza per la sua realizzazione.

Vedremo più avanti quali caratteristiche devono possedere questi Digital Leader.

Reticenza / Resistenza al cambiamento

Gli effetti dei cambiamenti apportati dalle nuove tecnologie digitali sono già visibili in ogni ambito del nostro vivere quotidiano; e sono cambiamenti che non si arrestano. Scegliere di stare al passo oppure no, per un'azienda, può voler dire restare sul mercato ed essere competitiva oppure soccombere.

Soprattutto per le aziende che operano da anni sul mercato e hanno consolidato un modello di business che ha determinato il loro successo e ha consentito loro di passare indenni tra le fluttuazioni dei mercati, è difficile pensare di dover cambiare strategie, metodi, processi ecc.

Perché mai dovrebbero modificare un modello di business che fino a questo momento è stato vincente?

Perché mai come in questi anni, e in avvenire con sempre maggiore accelerazione, le tecnologie digitali hanno stravolto i mercati economici a seguito delle nuove modalità di fruizione che i clienti hanno di prodotti e servizi. Ma non solo, esse plasmano scenari di business nuovi con i quali è inevitabile imbattersi e che richiedono una rivisitazione delle proprie strategie di marketing e di vendita prima che sia troppo tardi.

Lo stesso può dirsi per le persone che lavorano in azienda: i cambiamenti interessano anche loro perché i processi produttivi muteranno, così come le operatività e le abilità necessarie per compiere lavori nuovi.

Un imprenditore, un professionista capace, un Leader carismatico non rincorre il cambiamento, lo cavalca.

Mancanza di velocità

Quando si decide di attuare la Digital Transformation in azienda, il fattore "tempo" è determinante. I processi da mettere in campo sono davvero numerosi e pianificare a monte delle fasi gestibili e raggiungibili secondo tempistiche definite può fare la differenza tra il successo della digitalizzazione e il suo fallimento.

Questo passaggio è importante anche per la pianificazione degli investimenti che questo comporta.

Consideriamo inoltre che l'accelerazione digitale data dalle nuove tecnologie è tale che allungare i tempi necessari può voler dire trovarsi ad aver adottato tecnologie che da lì a breve risultano obsolete.

Mancanza di continuità

Il turnover delle figure dirigenziali, in particolare quelle direttamente implicate nel processo di Digital Transformation, ha impatti difficili da quantificare ma che nella maggior parte dei casi tendono a rallentare gli sforzi fino a quel momento compiuti.

Questo perchè il subentrante è generalmente restio ad ereditare una trasformazione così impattante, che ha alla base decisioni prese dal suo predecessore e magari non condivise.

Queste situazioni possono portare ad uno stallo o addirittura a ricominciare il progetto di Digitalizzazione da zero, con inevitabile ulteriore tempo e denaro da investire.

Mancanza di competenze e di talenti

Quando un'azienda decide di intraprendere la Digital Transformation si renderà conto di avere bisogno di competenze tecnologiche e conoscenze nuove rispetto a quelle tradizionali per fruire appieno di tutte le possibilità che la Trasformazione Digitale apporta al business aziendale.

Non è sempre facile però per i leader aziendali capire cosa devono cambiare e come procedere; di conseguenza quali siano le tecnologie da adottare e quali siano i talenti professionali a cui affidarsi.

Anche in questo caso i professionisti interessati direttamente alla Digital Transformation hanno un ruolo determinante. Sono le persone che guidano questo processo a fare la differenza; ecco perché è necessario avere all'interno, al vertice, dei professionisti acculturati del mondo digitale e formati nelle nuove tecnologie IT.

Sono loro che formeranno il team di **Digital Leader**, insieme al CEO, deputato a traghettare l'azienda verso nuovi scenari e decreteranno il fallimento o il successo del processo di digitalizzazione.

Le soft skill di un digital leader

La trasformazione digitale nasce spesso da un'esigenza o un'intuizione del Ceo o di figure manageriali.

La presenza in azienda di figure professionali di rilievo in ambito digitale, di veri e propri Digital Leaders, è essenziale per il buon raggiungimento di questa trasformazione. Devono avere una visione unitaria che dall'alto regoli i vari settori aziendali verso la trasformazione digitale.

Le competenze prettamente tecniche legate al digitale, le hard skills, sono abbastanza individuabili e spesso dipendono molto sia dal tipo di azienda sia dalle strategie e obiettivi individuati per il processo di trasformazione digitale.

Ma quali sono le soft skills che deve avere un digital leader? quali sono le caratteristiche indispensabili di un team che guida la Digital Transformation dell'azienda?

Un leader/ professionista in trincea

Un digital leader non deve essere necessariamente super esperto di tecnologia, è più importante che abbia chiaro lo scopo del processo in corso e l'obiettivo da raggiungere per vagliare quali siano le esigenze, le strumentazioni, le metodologie, i processi IT che si possono attuare. Deve quindi possedere una "forma mentis" per cui sia più che disposto a "sporcarsi le mani" e a capire quali tra tutte le tecnologie a disposizione rispondono meglio al percorso di Digital Transformation della sua azienda.

Essere un buon ascoltatore e comunicatore

Al team che guida la transizione digitale verranno chiesti continui miglioramenti e aggiunte in corso d'opera.

Il digital leader deve saper stabilire le priorità e tempi di programmazione, ma anche ciò che è superfluo da ciò che è necessario. L'abilità di decifrare le richieste e scindere quelle utili è una skill profondamente connessa con la conoscenza dei processi tecnologici che stanno dietro a ciascun processo.

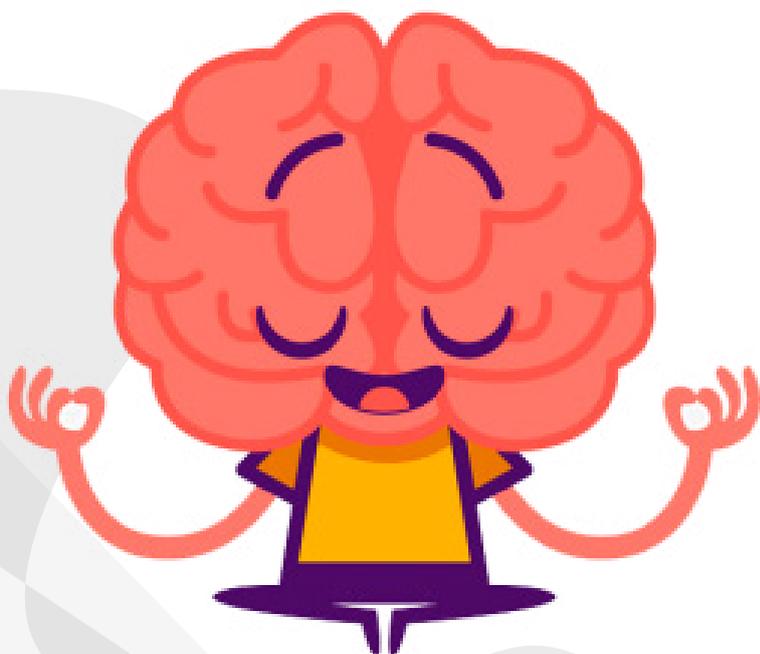
Comunicare correttamente tutte queste complessità mettendo sul piatto della bilancia pro e contro di ogni richiesta o necessità e il loro impatto sul processo, sono caratteristiche importanti per non perdere la strada e l'obiettivo finale.

Curiosità intellettuale

Essere digital leader non significa sapere tutto di tutto... bensì essere consapevoli che avrai bisogno di collaboratori capaci con particolari skills e dovrai essere in grado di identificare quei collaboratori. Ciò che non deve mancare al digital leader è la capacità di sperimentare, trovare soluzioni specifiche ma ri-contestualizzabili; deve saper innovare ma avere una mente razionale; deve sentirsi a proprio agio in queste fasi all'inizio fluide ed embrionali.

Questa abilità o predisposizione mentale è fondamentale quando impedimenti o errori (inevitabili e perfino utili) vengono alla luce nel processo di Digital Transformation aziendale.

Avere una leadership che sappia sfidare i convenzionali modi di pensare e di procedere motivando con i fatti le scelte è essenziale quando si tratta di scegliere tra nuove tecnologie e processi sempre in continua evoluzione.



"It is not the strongest of the species that survives, nor the most intelligent that survives.

It is the one that is the most adaptable to change"

- Charles Darwin

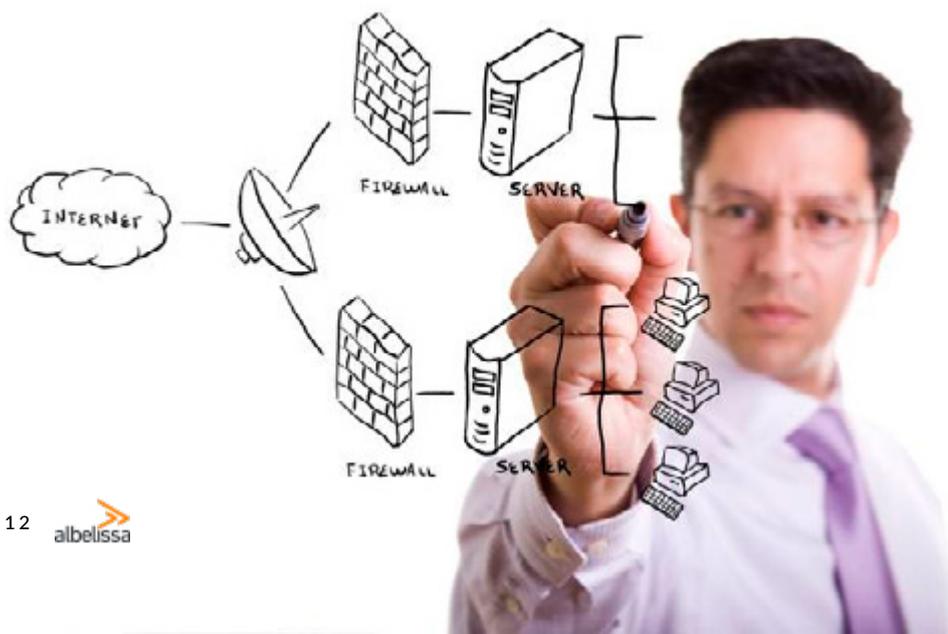
I Professionisti high-level IT

Un processo di Digital Transformation ha bisogno, oltre che di figure guida, anche di specialisti dell'area IT che siano in grado di comprendere l'idea che l'azienda vuole portare avanti, realizzando le modalità e le operazioni da implementare per raggiungere l'obiettivo.

Per quanto riguarda le hard skill, esse sono generalmente intrinseche al tipo di formazione scolastica e specializzazione che hanno acquisito, nonché all'esperienza in ambito IT maturata. In questi casi, lauree in Ingegneria elettronica, meccanica/industriale, Informatica, in Computer Science, Robotica, dei Sistemi Informatici e affini sono la base tecnica che viene normalmente richiesta. A queste spesso sono associate, e molto gradite, tutte le specializzazioni o esperienze lavorative che siano altamente qualificanti.

Questi professionisti IT, però, non sono semplici tecnici, ma avranno ruoli fondamentali per rendere operativi i processi di Digital Transformation. Dovranno perciò possedere anche soft skill quali: la capacità di essere multitasking, di saper lavorare in team ed essere i trait d'union tra i Digital Leaders, le figure dirigenziali apicali, e i tecnici veri e propri o i dipendenti low level. Indispensabili le capacità di analisi dei dati, di codifica delle problematiche e richieste, nonché la rapidità di valutazione e delle soluzioni da adottare; sempre avendo in mente il piano complessivo di trasformazione digitale a cui l'azienda mira.

Avere in azienda o riuscire a trovare questi professionisti è fondamentale perchè il processo di digitalizzazione possa compiere in modo organico e completo.



Come svolgere il processo di selezione

Trovare le figure più adatte, di alto rilievo professionale e dirigenziale, per avviare la trasformazione digitale non è certo un lavoro semplice. Innanzitutto serve avere ben chiaro a monte il processo che l'azienda ha intenzione di affrontare, la strategia, gli step, gli obiettivi.

Compresi e codificati questi aspetti, si può programmare una ridefinizione delle competenze presenti in azienda attraverso una formazione continua del personale; mentre per altri profili altamente qualificati, si potrà pensare ad una ricerca di nuovo personale.

Che si decida di procedere con una ricerca e selezione internamente all'azienda oppure si decida di esternalizzare il recruiting, è fondamentale trovare le persone giuste!

Normalmente la cosiddetta talent acquisition avviene per fasi:

1. L'ATTRACTION DEI CANDIDATI

Al di là delle segnalazioni interne ritenute sempre di grande interesse, si vanno a pubblicare annunci di lavoro su portali e social dedicati al recruiting di professionisti cercando di presentare l'azienda e la posizione ricercata nel migliore dei modi per suscitare una percezione positiva e quindi il desiderio dei candidati di inviare la loro candidatura.

2. LA SELEZIONE VERA E PROPRIA

In questa fase si procede con lo screening dei CV ricevuti per fare una prima scrematura dei candidati che andranno ad essere chiamati poi per un colloquio successivo.

Il colloquio conoscitivo è un altro momento delicato. In questa occasione il candidato verrà valutato nelle sue attitudini umane e personali, ma anche verificate le sue competenze e capacità effettive. Capacità e competenze, al di là delle informazioni contenute nel CV, possono essere valutate se il recruiter ha una cultura tale da porre le domande giuste per provare le abilità che il candidato riferisce.

Spesso ad un colloquio preliminare, soprattutto per professionisti che andranno a ricoprire posizioni strategiche, può seguire un secondo colloquio tenuto questa volta da un professionista senior dell'area di riferimento per cui si sta selezionando il candidato.

Quando l'intervistatore è esperto di digitale e tecnologia in genere, infatti, è possibile comprendere anche il grado di profondità delle esperienze del candidato perché il confronto avviene su un terreno comune.

Come svolgere il processo di selezione

3. ONBOARDING DEI NUOVI ASSUNTI

Scelto il candidato, si passa alla fase di assunzione vera e propria, dove viene sottoposto al candidato il contratto di lavoro, l'inquadramento, il livello retributivo, eventuali benefit, l'orario di lavoro ecc. Se le parti sono d'accordo si può procedere con la firma oppure con la cosiddetta "promessa di assunzione" con la quale l'azienda si impegna ad assumere il candidato una volta concluso il suo lavoro precedente. Seguirà a questo punto l'inserimento del professionista nella nuova azienda.



Recruitment tecnico: come valutare il servizio di outsourcing (come scegliere l'agenzia di recruiting ideale)

Soprattutto quando si tratta di dover scegliere figure professionali di alto livello per ruoli IT o strettamente connessi con le nuove tecnologie digitali, tanto più se si ha in ballo un processo così complesso come La Digital transformation aziendale, le aziende potrebbero esternalizzare in parte o tutto il processo di recruitment a società di ricerca e selezione.

Questo per vari motivi:

l'azienda non è strutturata o non ha un'esperienza tale per selezionare un professionista IT quindi cerca un'agenzia specializzata magari nella ricerca di personale tecnico di alto livello.

l'azienda non ha tempo di strutturare una ricerca di personale, né risorse da distogliere per questo obiettivo, quindi si affida all'Outsourcing

l'azienda desidera affidare solo una parte del processo di recruiting per accelerare alcune fasi.

Scegli un'agenzia specializzata

Nel caso la tua azienda abbia deciso di rivolgersi ad una agenzia di recruiting in outsourcing, come scegliere l'agenzia giusta?

C'è molta differenza tra l'affidarsi ad un'agenzia di recruiting generalista e un'agenzia che è specializzata in ricerca e selezione di professionisti high-level e IT.

Solitamente le seconde

- Hanno una **conoscenza approfondita dei ruoli**, settori e competenze che i candidati devono possedere di default;
- Hanno **dimestichezza nel rapportarsi con Top Manager**;
- Possono contare su un **database settoriale** di questi professionisti.

Come capire se un'agenzia di recruiting è specializzata in un certo ambito?
Sbirciare sulla loro bacheca di annunci!

Qui si trova un mondo di informazioni:

- **I profili ricercati sono specifici di un settore oppure generici?** Se abbondano quelli generici... non è l'agenzia a cui affidare la ricerca di professionisti High-level del settore che ti interessa.
- **Come redigono la Job Description?** se utilizzano termini poco tecnici del settore oppure non pertinenti e non esplicativi in profondità del ruolo professionale, forse non è un'agenzia specializzata
- **Se inseriscono richieste di skills o conoscenze non coerenti** o troppo generiche e divergenti, potrebbe non essere l'agenzia che fa per te.

Per contro, trovare nella bacheca degli annunci di un'agenzia di recruiting una preponderanza di profili specializzati in determinati settori, con descrizioni dei profili dettagliati e coerenti con le skills e conoscenze necessarie di quell'ambito professionale, sono indice che sei di fronte ad un'agenzia specializzata.

Scegli un'agenzia con un recruitment software

L'utilizzo di questo tipo di software, oltre ad essere un segnale di un'agenzia tecnologicamente avanzata, aiuta a selezionare i candidati più affini alle competenze ricercate in modo quasi automatizzato secondo parametri precisi, facendo guadagnare tempo prezioso, e quindi denaro all'azienda che si avvale del servizio di quel recruiter.

Consideriamo per esempio che 10/15 minuti di lettura per ciascun CV ricevuto. Ne riceviamo 200, quanto tempo è necessario per leggere tutto, considerando che poi i CV idonei sono normalmente solo il 4%? Ecco, questi strumenti servono per ridurre le tempistiche in fase di scrematura.

In più questi software forniscono una serie di metriche e dati dai quali è possibile analizzare il processo di selezione, mappando le informazioni ricevute nei CV per poi inserirle nel database per successive altre ricerche di personale.

Un'agenzia di valore fa domande

Capire esattamente le skills e competenze che l'azienda sta cercando, specie se nell'ambito dell'IT, è interesse sia dell'agenzia che offre il servizio di recruiting sia dell'azienda che focalizza nettamente le sue necessità.

Un'agenzia di valore cerca di capire al meglio il professionista cercato quindi saranno necessarie domande e approfondimenti per mettere a fuoco davvero le esigenze di un'azienda. Può poi non essere così strano che l'agenzia di recruitment chieda di partecipare alle riunioni del settore IT, o altro, dove la figura andrà ad operare, per meglio capire le caratteristiche che deve avere e entro quale strategia più ampia si collocherà.

Varie modalità di valutazione del candidato

Esistono vari metodi per valutare un candidato.

Il colloquio è solo uno di questi, anche se molto importante, ma poi si può analizzare anche il linguaggio paraverbale e del corpo. Per fare questo, un recruiter deve possedere particolari competenze per decifrare questi aspetti.

Si possono poi sottoporre ai candidati prove pratiche per valutare l'effettiva padronanza di certe capacità, forma tanto più facile nell'ambito delle nuove tecnologie e dell'IT, perchè questi test sono solitamente misurabili.

Altre prove di valutazioni possono essere i test psicometrici e gli Assessment, eventualmente da valutare con l'azienda. Chiedere comunque quali tipi di modalità un'agenzia possa organizzare, è un buon modo per capire il grado di preparazione e professionalità dei suoi reclutatori

Conclusioni

Alla luce di tutto questo, e non solo questo, si deve poi anche essere chiari col dire che il lavoro di un'agenzia di recruiting, specializzata, ha un costo, vero! ma anche un valore inestimabile: ricordiamo che sta cercando per la tua azienda le risorse umane altamente qualificate che servono per attuare, in questo caso, il processo di Digital Transformation in azienda.

Sono i professionisti che dovranno traghettare la tua azienda entro nuovi modelli di business, entro nuovi percorsi produttivi, di marketing, sales che le nuove tecnologie digitali (e le loro accelerazioni sui mercati) stanno imprimendo su tutta la nostra società. Cogliere questi cambiamenti... è determinante per un'azienda; avere al proprio interno professionisti talentuosi in grado di portare i benefici prospettati dalle tecnologie digitali al business aziendale, fa la differenza tra fallire il processo di trasformazione digitale e portarlo a frutto.

Noi di Albelissa, da oltre 15 anni, rispondiamo alle necessità delle aziende di trovare personale altamente specializzato, in ambito ingegneristico e IT, fornendo supporto ed esperienza tali da individuare il candidato più adatto per il profilo ricercato.

Vogliamo essere il tuo partner per supportare la trasformazione digitale nella tua azienda!

Guarda i nostri servizi e contattaci (senza impegno)



COME TROVARE **LE FIGURE AZIENDALI** PER SUPPORTARE LA **DIGITAL TRANSFORMATION**

Il processo di ricerca e selezione

©2019 Albelissa all rights reserved.
P.IVA 09157330011. REA TO 1029114.
Capitale sociale interamente versato €60.000,00

In possesso di autorizzazione all'esercizio dell'attività di ricerca e selezione del personale ai sensi dell'art. 2, comma 1, lettera c) del Decreto Legislativo 10 settembre 2003, n. 276 e iscrizione all'Albo informatico delle agenzie per il lavoro - Prot. 39/0003564 del 09/03/2016.