

I giovani talenti cercano flessibilità e etica

Digital #zeta Strategie

Davide Dal Maso

Nativi digitali con un livello d'istruzione tra i più alti di sempre raggiungeranno un terzo della popolazione mondiale e un quarto delle risorse umane aziendali entro il 2025.

La generazione Z vanta grandi abilità nell'utilizzo degli strumenti digitali, tanto è vero che nel 1998, quando nasceva Google, i più grandi tra loro avevano solamente tre anni. Condizionati dai periodi di crisi degli inizi del 2000 e dalla presenza massiva di internet all'interno delle loro vite fin dalla tenera età, hanno sviluppato una diversa sensibilità rispetto alle genera-

zioni precedenti. Perciò, hanno maturato una prospettiva differente del mercato del lavoro. Non danno per scontato il loro futuro e sanno che per rendere lo sviluppo sostenibile è necessario che le imprese facciano di più.

Come rendere attrattiva la propria azienda agli occhi della GenZ?

❶ Per conquistare i giovani talenti è sempre più importante avere una strategia di employer branding che significa creare un ambiente di lavoro dinamico e coinvolgente per poi comunicarlo. Con la GenZ decade il mito dei grandi brand in quanto i fattori che elevano l'attrattiva ai loro occhi sono l'innovazione, il coinvolgimento in progetti sulla sostenibilità e la possibilità di alternare presenza in sede e smartworking. Valutano la società cercando informazioni online e partecipando a fiere del lavoro digitali, quindi attenzione a recensioni negative su Goo-

gle, forum o siti di recruiting.

❷ È essenziale avere una Mission, una Vision e dei Valori aziendali solidi, riconosciuti e condivisi dai collaboratori: obiettivi e aspirazioni a cui tutto il team ambisce. Provate a domandare ad un vostro collega di descrivervi gli ideali e la mission della vostra azienda, ovvero il motivo per cui esiste. Se non sa rispondere, significa che questo aspetto va rafforzato, in particolare, se il vostro intento è quello di assumere giovani talenti.

❸ Quando si tratta di scegliere un ambiente di lavoro, il modo in cui si viene a conoscenza di una realtà è di per sé influente in vista della decisione finale, così come lo sono il processo di candidatura e quello con cui si ricevono i feedback. Virgin e Coca Cola sono esempi di aziende che hanno subito importanti danni d'immagine connessi a una cattiva gestione delle mo-

dalità di selezione di alcuni candidati, i quali si sono organizzati in massa e hanno protestato sul web. Quindi, con i giovani della GenZ, è importante curare ogni singolo punto d'incontro tra i candidati e la società per evitare di rovinare la propria reputazione online.

❹ Si tratta di ragazzi consapevoli e idealisti, sono legati a temi come la sostenibilità ambientale e all'educazione digitale, perciò, prediligono realtà che sostengono e sono aperte alle opportunità di volontariato.

Nutrono un profondo desiderio di cambiamento perciò ritengono di fondamentale importanza dedicare tempo per attività al servizio della comunità. Inoltre, sono consapevoli di quanto queste esperienze valorizzano il proprio curriculum e che, quindi, si tratta anche di un investimento in termini futuri.

© RIPRODUZIONE RISERVATA