

Recruiting e Social Selling: i principali trend e le strategie su LinkedIn

A firma di Gianni Adamoli, CEO di Execus

LinkedIn, social network con oltre 1 miliardo di utenti in tutto il mondo¹, ha rivoluzionato il modo attraverso cui le persone gestiscono le proprie carriere e, in generale, si interfacciano con il mondo lavorativo. L'ampia gamma di servizi offerti rende la piattaforma un luogo ideale, fecondo di opportunità, non solo per i networker professionisti ma anche nell'ambito del Recruiting e del Social Selling. D'altronde, i dati parlano chiaro. Sul versante del recruiting, ogni settimana 2,7 milioni di aziende pubblicano su LinkedIn i propri annunci lavorativi, e 52 milioni di persone - di cui il 60% appartenenti alla generazione dei Millennials -, lo utilizzano per cercare lavoro². Il coinvolgimento nel sistema di assunzioni della piattaforma, è tale per cui il 16,2% degli utenti la utilizza quotidianamente, raggiungendo la cifra del 48% di utenti attivi mensilmente³.

Il versante del Social Selling non è da meno. In un mondo sempre più digitale, questa attività rappresenta un significativo passo avanti rispetto ai metodi tradizionali di vendita. Grazie ai social media, le aziende possono costruire in modo autentico la loro reputazione, attirando l'attenzione degli utenti senza costi diretti. Questo processo permette di trasformare gli user interessati in clienti effettivi, sfruttando le piattaforme digitali per stabilire connessioni significative e promuovere prodotti o servizi. Secondo i recenti dati di LinkedIn, il Social Selling offre infatti il 45% di opportunità di vendita in più rispetto alle vendite tradizionali; non solo, i rappresentanti del Social Selling hanno il 51% di probabilità in più di raggiungere il loro obiettivo di vendita. L'impatto positivo dello strumento viene messo in risalto dagli stessi operatori del settore. Difatti, il 31% dei professionisti B2B ritiene di aver costruito relazioni più solide con i clienti attraverso il Social Selling⁴.

Ma quali sono i principali trend del settore del Recruiting e del Social Selling del 2024? E quali strategie dovranno essere formulate quest'anno per far fronte all'attuale incertezza economica? Per quel che riguarda il Recruiting, quattro previsioni incideranno sul *recruiting leader* del futuro⁵:

1. **Ruolo del Recruiting:** Il ruolo del recruiter sta evolvendo significativamente, passando da una funzione tradizionale di selezione del personale a un ruolo più strategico e di consulenza all'interno delle aziende. Ora, i recruiter sono focalizzati su due aspetti principali: primo, sviluppare un'immagine aziendale attraente per i potenziali candidati, rendendo l'azienda un luogo desiderabile in cui lavorare; secondo, valutare i candidati basandosi sulle loro competenze effettive piuttosto che sui titoli di studio o l'esperienza professionale pregressa. Inoltre, puntano sull'integrazione dell'intelligenza artificiale per

¹<https://news.linkedin.com/about-us#Statistics>

²<https://kinsta.com/blog/linkedin-statistics/>

³<https://www.linkedin.com/pulse/28-linkedin-stats-you-need-know-2023-joe-apfelbaum/>

⁴<https://business.linkedin.com/sales-solutions/social-selling>

⁵<https://business.linkedin.com/it-it/talent-solutions/resources/future-of-recruiting>

ottimizzare i processi di reclutamento. Stando ai dati, i due terzi (il 68%) dei responsabili delle assunzioni intervistati hanno affermato di essere “molto fiduciosi” o “cautamente ottimisti” circa l’impatto dell’IA generativa sul recruiting⁶. Questi cambiamenti mirano a migliorare la qualità delle assunzioni, promuovendo al contempo la diversità e l’inclusione nel posto di lavoro. In questo contesto, la collaborazione dei recruiter con, ad esempio, il Dipartimento Risorse Umane (HR) è cruciale per promuovere la crescita professionale dei nuovi dipendenti attraverso la formazione, l’apprendimento continuo e le iniziative di sviluppo delle competenze. Questo risponde così alla crescente domanda di un ambiente di lavoro inclusivo e di opportunità di crescita professionale.

2. **Incertezza economica:** nonostante la spirale inflazionistica possa avere un impatto sulle assunzioni, orientando quest’ultime verso talenti contingenti, le aziende continueranno a promuovere politiche orientate alla creazione di una forza lavoro basata sui principi di diversità, equità e inclusione (DEI);
3. **Employer branding:** le aziende presteranno maggiore attenzione verso le priorità dei candidati, il grado di soddisfazione e le opportunità di sviluppare nuove competenze per crescere professionalmente. In particolare, il sondaggio globale di LinkedIn sulle attrattive per i talenti (2023) sottolinea come le priorità in crescita rispetto all’anno precedente siano: condizioni di lavoro flessibili (+5%); retribuzione (+4%); manager pronti ad offrire sostegno (+4%); obiettivi chiari della leadership (+3%); sicurezza del posto di lavoro (+2%)⁷. Ci si aspetta quindi che le aziende guidate da professionisti appartenenti alla Gen Z privilegeranno, rispetto alla Gen X, la capacità di fare carriera e acquisire nuove competenze, prestando maggiore attenzione all’importanza di avere un ambiente di lavoro inclusivo.
4. **Assunzioni per competenze:** le assunzioni per competenze diventeranno lo standard di riferimento: il 75% dei professionisti del recruiting si aspetta che questo tipo di assunzioni saranno una priorità per la propria azienda nei prossimi 18 mesi⁸. Queste strategie di assunzione basate sulla valorizzazione delle competenze metteranno in luce talenti talvolta meno spesso selezionati come, ad esempio, i lavoratori che non hanno studi universitari alle spalle. Le statistiche dimostrano come negli Stati Uniti un’offerta di lavoro su cinque (il 20%) non richieda una laurea quadriennale⁹. Tramite quindi una mappatura delle competenze sarà possibile da un lato, valorizzare il singolo lavoratore, abbinando più facilmente i lavoratori qualificati all’interno dell’organizzazione alle posizioni aperte; dall’altro, identificare i gap di competenze.

⁶<https://business.linkedin.com/content/dam/me/business/en-us/talent-solutions/resources/pdfs/future-of-recruiting-2023.pdf>

⁷Global LinkedIn Talent Drivers survey, as of Jan 2023 - <https://business.linkedin.com/it-it/talent-solutions/resources/future-of-recruiting>

⁸Global LinkedIn data, as of Jan 2023 - <https://business.linkedin.com/it-it/talent-solutions/resources/future-of-recruiting>

⁹US LinkedIn data, June 2022 vs. Dec 2022 - <https://business.linkedin.com/it-it/talent-solutions/resources/future-of-recruiting>

5. **Mobilità interna e aggiornamento:** secondo i dati elaborati da LinkedIn, i dipendenti che lavorano in aziende con un'elevata mobilità interna rimangono il 60% più a lungo¹⁰. Anche per effetto della crescente instabilità economica, il 75% dei professionisti HR afferma che il Recruiting interno sarà un fattore decisivo nel plasmare il futuro del settore nei prossimi cinque anni¹¹. Tramite l'adozione di politiche aziendali volte a favorire maggiori opportunità di sviluppo e carriera le aziende potranno essere realmente inclusive.

Diversamente, per quel che riguarda il Social Selling si possono individuare i seguenti trend:

1. **Personalizzazione dei contenuti:** Le aziende personalizzano i contenuti e le interazioni sui social media per meglio adattarsi ai gusti e alle esigenze specifiche dei potenziali clienti;
2. **Pubblicizzazione tramite video:** Il video è divenuto una forma di contenuto sempre più popolare nel Social Selling che le aziende utilizzano per presentare prodotti, condividere testimonianze e stabilire connessioni più autentiche con i clienti;
3. **Focus su LinkedIn:** LinkedIn continua ad essere una piattaforma chiave per il Social Selling, in particolare in contesti B2B;
4. **Semplificazione per il tramite automazione:** Gli strumenti di Intelligenza Artificiale stanno diventando sempre più importanti nella semplificazione delle attività ripetitive del processo di Social Selling, consentendo ai professionisti delle vendite di concentrarsi solo sulle interazioni più rilevanti;
5. **Contenuto Interattivo:** Il contenuto interattivo, come sondaggi, quiz e live streaming, sta guadagnando popolarità nel Social Selling poiché coinvolge attivamente il pubblico e ne favorisce la partecipazione.

In conclusione, sia nel settore del Recruiting che in quello del Social Selling emergono cambiamenti che influenzeranno le strategie aziendali future. Entrambi i settori risentono di un contesto in rapidissima evoluzione, motivo per cui le aziende dovranno essere pronte ad adattarsi a queste dinamiche per rimanere competitive ed attrarre sempre più talenti e consumatori.

¹⁰Global LinkedIn data, as of Jan 2023 - <https://business.linkedin.com/it-it/talent-solutions/resources/future-of-recruiting>

¹¹<https://business.linkedin.com/content/dam/me/business/en-us/talent-solutions/resources/pdfs/future-of-recruiting-2023.pdf>