

TESTATA	ECONOMY (PANORAMA)
DATA	08.07.2010

Economy

MANAGEMENT



Se i dipendenti danno il voto alle loro aziende

Dopo le aziende, anche i dipendenti hanno imparato a fare network sul web. E possono essere pericolosi. Dagli Usa sono arrivati anche in Italia i siti dove i lavoratori esprimono le loro opinioni sulla propria azienda. E lo fanno senza peli sulla lingua protetti dall'anonimato. Per scoprirlo basta andare su www.sopo.it e www.lavoriamocisu.it. Due piazze dove i dipendenti danno un voto al proprio ambiente di lavoro in base a una serie di parametri: dalla possibilità di fare carriera allo stipendio, dai benefit alle capacità gestionali dei propri manager. Il risultato sono delle classifiche sul livello di qualità della vita nelle imprese made in Italy aggiornate in tempo reale e visibili a tutti. Deprimente la fotografia scattata: la maggior parte delle imprese viene giudicata poco trasparente, incapace di offrire una possibilità di carriera e guidata da un management non all'altezza. Certo, non mancano le eccezioni. Negli States siti simili come Vault, Jobvent e Glassdoor sono da tempo un punto di riferimento per chi sta cercando un impiego oppure desidera cambiarlo. Un modo per non avere sorprese e andare, per quanto possibile, sul sicuro, ribaltando così il solito: sai quello che la tua azienda ti ha fatto? Sai quello che trovi

Volete cambiare lavoro? Attenti a quel che fate online

Referenze? Roba d'altri tempi. Oggi i direttori del personale fanno tutto online. E chi si fa cogliere in fallo con la pubblicazione su social network di foto poco serie o la partecipazione a gruppi poco consoni al ruolo, può anche perdere l'occasione di cambiare lavoro. A dirlo è una ricerca condotta su 100 imprese italiane da Adecco, in collaborazione con 123 people, motore di ricerca di persone in tempo reale e digital.reputation.it, un blog che offre consigli pratici su come prendersi cura della propria reputazione online. In base alla ricerca il 36% degli Hr manager, infatti, dice di ricorrere al web per approfondire la conoscenza del candidato dopo aver visionato il suo curriculum vitae. Ai social network i selezionatori ricorrono soprattutto per verificare le referenze e i contatti personali dei candidati (48%), per accertare eventuali attitudini professionali attraverso la partecipazione a community su skill specifici (47%) e perfino per scoprire informazioni private sui candidati (40%). Dunque occhio a impostare i vostri profili sui social network.

NUOVE RETI È online un social network dove imprese e professionisti creano relazioni commerciali.

La sua ultima avventura imprenditoriale si chiama H2biz (www.h2biz.eu), società che Luigi De Falco, 34 anni, una laurea in economia aziendale nel cassetto, ha fondato con la moglie Daniela. Una sorta di Facebook in cui le aziende si incontrano e fanno affari. «Con la differenza che qui l'obiettivo non sono i contatti, bensì fornire alle aziende strumenti e occasioni per far correre il fatturato». E di corse De Falco se ne intende visto che ha alle spalle quattro anni da professionista nei rally.

Una passione mai abbandonata che l'ha aiutato a restare focalizzato sui risultati. Il suo, infatti, più che un social network è un hub per creare relazioni commerciali tra aziende, manager, professionisti e istituzioni. Mettendoli in contatto, ma anche offrendo servizi. Sul sito, che conta 16.500 visitatori unici al mese, le aziende possono mettersi in vetrina, formare gruppi d'acquisto, partecipare a gruppi mirati e concludere affari, come ha fatto un gruppo di giovani avvocati del Lazio in cerca di clienti. De Falco ha permesso loro di farlo, offrendo un servizio di consulenza e un numero verde, a 147 piccole aziende di tutta Italia. Tra le aziende che hanno deciso di far parte del network ci sono Giochi Preziosi e la banca d'affari Lazard, giusto per fare qualche nome. «H2biz funziona soprattutto per chi offre servizi» precisa De Falco, alcuni dei quali vengono gestiti direttamente dal sito, come il servizio di email marketing, il posizionamento dell'azienda su Facebook, la gestione di servizi di segreteria e di call center in outsourcing. Il modello di business è freemium, cioè accesso e servizi di base gratis, con servizi premium a pagamento.



Come in un rally conta il risultato



PASSIONE E BUSINESS
Luigi De Falco, 34 anni, fondatore di H2biz, il network per imprese. Sopra, la sua grande passione: il rally.

servizio di consulenza e un numero verde, a 147 piccole aziende di tutta Italia. Tra le aziende che hanno deciso di far parte del network ci sono Giochi Preziosi e la banca d'affari Lazard, giusto per fare qualche nome. «H2biz funziona soprattutto per chi offre servizi» precisa De Falco, alcuni dei quali vengono gestiti direttamente dal sito, come il servizio di email marketing, il posizionamento dell'azienda su Facebook, la gestione di servizi di segreteria e di call center in outsourcing. Il modello di business è freemium, cioè accesso e servizi di base gratis, con servizi premium a pagamento.

(g.m.)

