



ORNELLA CHINOTTI

## IL PROFILO DEL MANAGER...

Ornella Chinotti ha svolto tutta la sua carriera lavorativa in SHL. Infatti, dopo una laurea in psicologia, nel 1990 è entrata nel gruppo come project consultant. Ha poi assunto il ruolo di director e successivamente quello di managing director nella stessa azienda, prima di divenire, nel 2007, vice president Southern Europe del gruppo specializzato nella valutazione delle capacità delle persone.

## ... E QUELLO DELL'AZIENDA

SHL è leader mondiale nelle soluzioni di assessment, ovvero negli strumenti e nei servizi di valutazione del comportamento e delle capacità delle persone. Opera in 50 Paesi, integrando nei processi delle aziende clienti prodotti ad alta tecnologia e servizi di consulenza di primo livello disponibili in 30 lingue. Le soluzioni fornite sono supportate da anni di consolidata ricerca scientifica e hanno l'obiettivo di offrire un sostegno valido alla clientela.

IN COLLABORAZIONE CON



WWW.HRCOMMUNITYACADEMY.NET  
info@hrccommunityacademy.net

# LA SELEZIONE VA ONLINE

**THINK TANK HRC** I nuovi talenti da inserire in azienda si cercano sul web. Per risparmiare tempo e andare sul sicuro. Parola degli esperti di SHL.

■ La ripresa c'è, anche se lenta. Lo si capisce dalla rinnovata attenzione delle aziende al reclutamento di personale e al desiderio di recuperare lo spirito positivo attraverso l'attivazione delle energie e della spinta motivazionale delle persone. Un trend che si manifesta in modo diverso a seconda dell'area geografica. «Nella zona Asia-Pacifico si è già avvertita la necessità di lavorare sul reclutamento dei manager» dice Ornella Chinotti, vice president Southern Europe di SHL. «Questo ha dato impulso alla costruzione di processi di valutazione e selezione impostati su sistemi online snelli e molto orientati alla valutazione oggettiva».

## Tutto parte dal value recruitment...

Sì, ha inizio dal value recruitment finalizzato al reclutamento su grandi numeri che richiedono la capacità di fare screening e si evidenzia il bisogno di cogliere talenti tra tanti. È uno screening pensato non per sfoltire la massa dei curricula, ma per valutarli.

## Su quali criteri si basa la selezione?

Prima si usavano criteri come il tipo di laurea o l'età. Quello che interessa ora, invece, è la valutazione del potenziale per entrare in un'organizzazione, per esempio dal punto di vista cognitivo o caratteriale. I criteri hard non bastano; ora lo screening è qualitativo e comporta il riconoscimento di parametri collegati alla performance.

## Quali sono le raccomandazioni?

Applicare metodi e strumenti validi, veloci e flessibili. Internet ci aiuta, come forte sostegno tecnologico a tradurre i criteri in vantaggio per i candidati e le organizzazioni. Questa fotografia dello scenario internazionale sta permeando anche l'ambito nazionale: molte aziende con cui stiamo lavorando si stan-

no ponendo il problema del reclutamento e della valutazione per prepararsi alla ripresa.

## Quali i vantaggi della selezione online?

I test online di abilità cognitiva sono unici, ma confrontabili tra loro. Altro vantaggio per la brand image: l'azienda non fa spostare subito la persona, ma la convoca in un secondo momento. Si tratta di uno strumento valido per grandi imprese, ma anche per le medie e le piccole realtà, dove un inserimento ha più peso e l'impatto di un errore in selezione è più forte. Gli errori in selezione hanno un impatto che incide a livello nazionale dall'1 al 3% del Pil.

## Guardando invece all'interno delle nostre aziende?

La crisi ha devastato lo stato motivazionale delle persone in azienda, il senso di rassegnazione può essere un nemico subdolo della ripresa. Molti studi pongono l'attenzione sul disinvestimento e sulla diffusione



## COME CAMBIANO I CRITERI

Oggi più che il tipo di laurea o l'età sono importanti il carattere e la capacità di apprendere velocemente.

ne di un atteggiamento attendista e passivo che finisce per influenzare drasticamente la performance. Un fenomeno, questo, noto come *ghost turnover*, che può essere affrontato e superato investendo sulla capacità di riattivare se stessi, appoggiandosi al complesso di esperienze favorevoli, capaci di risvegliare nelle risorse un senso di produttività, energia, competitività.

## In che modo si può favorire l'attivazione delle persone?

Abbiamo già maturato un'esperienza delle pratiche di psicologia positiva come il Feedforward, e di programmi di leadership e sviluppo in molte organizzazioni. I risultati sono positivi e incoraggianti e consentono al direttore delle risorse umane di progettare interventi che davvero valorizzano il potenziale di ognuno e sostengono il business.