

*Come emergere nel mercato del lavoro
di oggi?*

Tecniche e strategie pratiche per farsi
notare e farsi assumere

Gabriele Sciulli
Personal Branding Coach

www.gabrielesciulli.it



2021 © Gabriele Sciulli

Tutti i marchi riportati in questo LIBRO appartengono ai
legittimi proprietari.

dedica

*Questo libro è per te che sei stufo della
confusione che regna sovrana nel mercato
del lavoro di oggi.*

Il presente manuale non può essere venduto, duplicato, modificato e distribuito senza autorizzazione dell'autore.

Il presente manuale ha come unico scopo la diffusione ai fini promozionali.

Prima edizione: gennaio 2021

INDICE

Prefazione di Maria Letizia Russo.....	7
Mi presento subito.....	15
La fine della “cultura del fare”	21
I nemici della ricerca del lavoro.....	27
Come emergere nel mercato del lavoro di oggi.....	45
I vantaggi di una lettera di presentazione.....	61
Linkedin non serve a niente (se non sai come usarlo).....	73
Che cos'è il Career Coaching.....	81
Conclusioni	91

Prefazione

di Maria Letizia Russo
Trainer e Consulente indipendente su LinkedIn
e Sales Navigator

Scrivere la prefazione di un libro è sempre un onore, segno di stima da parte dell'autore ma è anche un impegno emotivo, una promessa di valore da parte di chi la scrive.

Mi sono chiesta quindi cosa potessi trasmettere in concreto a chi si appresta a leggere il libro di Gabriele Sciulli su come emergere nel mercato del lavoro, che potesse essere uno stimolo a leggerlo con occhi diversi, pensando che quanto illustrato possa essere applicato ad ognuno di voi e non è solo semplice teoria.

Il fatto di essere io stessa trainer e consulente per la strategia LinkedIn di professionisti e aziende mi ha fatto riflettere sul valore di questa prefazione per chi l'avrebbe letta e così ho deciso fosse giunta l'ora di parlare di me e di

come LinkedIn sia stato il mio trampolino di lancio, il solo social su cui ho puntato da subito e che mi ha reso conosciuta e apprezzata al punto da decidere di rivoluzionare la mia vita professionale.

La mia storia con LinkedIn inizia in modo davvero anomalo e bizzarro, e proprio in questa prefazione ho deciso di raccontarla.

Mi sono iscritta su LinkedIn nel 2011, considerando il lancio di questo social meraviglioso nel lontano maggio 2003, posso definirmi un utente LinkedIn di media longevità.

Mentirei se vi dicessi che ne ho subito comprese le potenzialità, a dire il vero la mia iscrizione fu totalmente casuale, legata all'invito di un collega che iscrivendosi a sua volta aveva erroneamente mandato l'invito all'iscrizione a tutte le persone nei suoi contatti.

Mi trovai intrappolata in una procedura di registrazione da cui non riuscii ad uscire fino a quando esasperata dalla perdita di tempo che ne stava conseguendo decisi di lasciare la mia email e di inserire la prima password che mi veniva in mente.

Non potevo sapere che quell'iscrizione, nonostante il nervosismo e il disappunto del momento, mi avrebbe letteralmente cambiato la vita molti anni dopo.

Per i cinque anni successivi quasi ignorai le notifiche di LinkedIn, ogni tanto cliccavo ma per accedere avrei dovuto ricordare la mia password e visto il modo in cui mi ero iscritta non la ricordavo né avevo voglia di effettuare un recupero.

Il fatto era che lavoravo nell'ufficio Marketing di una grande azienda, non avevo intenzione di cambiare lavoro ed ero in quegli anni comodamente seduta nella mia zona comfort fatta di programmi, persone e procedure che conoscevo a memoria, lavoravo con impegno e passione ma senza grande fatica.

Ad un certo punto, all'ennesima notifica avviai il recupero password, ogni tanto qualcuno mi chiedeva di collegarmi e così decisi che era arrivato il momento di dare un'occhiata.

Mi si aprì un mondo! Non solo LinkedIn in sé, come luogo in cui pubblicare il mio curriculum online, ma le tante informazioni che professionisti del marketing e del digitale pubblicavano erano per me costante fonte di conoscenza e formazione.

Cosa mi ero persa in quei cinque anni dall'iscrizione?

Probabilmente la possibilità di accelerare il cambiamento che era in me da un po',

corsi mi iscrissi ad ogni evento formativo su LinkedIn tenuto da validi formatori.

Nel giro di pochi mesi iniziai a pubblicare i miei articoli a tema LinkedIn su blog di marketing digitale e alcune web agency iniziarono a chiedermi consulenze oppure a propormi la gestione della pagina LinkedIn dei loro clienti.

Continuai a studiare e formarmi, la rete dei miei collegamenti cresceva, la mia comunicazione aveva un suo tono di voce ed una riconoscibilità, di conseguenza aumentò la mia notorietà.

Grazie a quanto comunicavo su LinkedIn, mi stavo trasformando in un hub, un punto di riferimento autorevole e soprattutto le persone avevano fiducia in me.

Riconoscibilità, notorietà, autorevolezza, tono di voce, fiducia non erano altro che importanti elementi del mio personal branding cui avevo lavorato inconsciamente ma con assidua continuità spinta da passione ed entusiasmo nel raccontare ad altri le opportunità di LinkedIn per aziende e professionisti, dividevo la mia esperienza e come sostiene Reid Hoffman co-founder di LinkedIn avevo scoperto “quanto valgono le tue qualità agli occhi di chi non ce l’ha”.

Le persone beneficiavano della mia

conoscenza ed io diventavo ogni giorno più autorevole ma anche molto apprezzata, stimata e benvoluta dai miei follower che trovavano in me supporto e disponibilità.

Poi un bel giorno ho deciso di farmi un regalo, era il mio compleanno e ho deciso che il regalo più bello fosse quello di diventare una libera professionista, di fare della mia passione il mio lavoro, di uscire dalla mia zona comfort e provare a vedere quanto davvero potevo essere brava, anzi esserlo ancora di più.

Quando Gabriele Sciulli mi ha chiesto di scrivere la prefazione del suo libro ho accettato senza pensarci un attimo, oltre che essere stato un mio “allievo” attento e recettivo ad ogni mio insegnamento, Gabriele con la sua attività online stimola le persone ad uscire dal loro mondo chiuso e a far vedere chi sono e il loro valore.

La mia esperienza è solo una delle tante esperienze, la testimonianza di qualcuno che con passione e dedizione ha iniziato ad utilizzare LinkedIn, costruendo la propria identità digitale con il profilo, creando una rete di persone “che possono aiutarti e che tu vuoi aiutare” citando nuovamente Reid Hoffman e pubblicando contenuti su LinkedIn.

Tutto ciò è davvero molto potente, non

è inserendo un semplice CV online che LinkedIn ci può aiutare ma attraverso una serie di azioni che compiamo in modo coordinato, con costanza e coerenza, avere un network che ci supporta e condivide i nostri contenuti è assolutamente prioritario, almeno quanto avere un buon profilo che faccia comprendere chi siamo e in cosa possiamo essere di supporto a chi ci incontra su LinkedIn.

LinkedIn è oggi molto di più rispetto alle sue origini, non è più il luogo in cui inserire il cv digitale e una lettera di presentazione sperando che qualche azienda ci cerchi e contatti.

La magia sta proprio nello scoprirlo e stupirsi di quanto può fare LinkedIn per ognuno di voi, Il libro di Gabriele può essere un'ottima guida alla scoperta del tuo personal branding.



Maria Letizia Russo è Trainer e Consulente indipendente LinkedIn e Sales Navigator. Aiuta e supporta i professionisti e le aziende (MARKETING, HR e SALES) accelerando le vendite con il Social Selling, migliorando la percezione del Brand con l'Employer Branding.

Visita il sito web:

www.marialetziarusso.com

Canale Telegram:

<https://t.me/SocialSellerGram>

Mi presento subito...

Mi presento subito io sono Gabriele Sciulli e sono un Personal Branding Coach e Career Coach professionista.

La mia missione è aiutare manager, professionisti, liberi professionisti e imprenditori a far emergere il proprio valore e a promuovere se stessi attraverso il personal branding nella vita, nel lavoro, per la loro professione e in generale per la carriera.

In parole povere aiuto le persone come te che fanno ogni giorno della loro professione la loro passione, a realizzarsi e a promuovere il loro marchio personale nella vita, nel mercato del lavoro e in generale per attrarre a sé nuove opportunità.

Fino ad oggi infatti che cosa ti hanno fatto credere... Che è colpa tua!

E colpa tua se non hai ancora trovato la tua strada professionale, è colpa tua se

non hai ancora trovato la tua vocazione, è colpa tua se non hai trovato una professione che ti soddisfa pienamente al di là dell' aspetto economico ed insomma è colpa tua se non riesci a realizzarti da un punto di vista professionale.

E tutto questo ti provoca un senso di rabbia, un senso di frustrazione, un senso di sconfitta e anche un senso di invidia verso coloro che in qualche modo se la passano meglio di te... Come lo so?

Molto semplice ci sono passato anche io!

E anche io mi sono sentito proprio come ti senti tu e cioè solo, senza nessuno che ti dia una mano e senza nessuno che in qualche modo ti guidi verso orizzonti migliori. Infatti per anni mi sono fidato di consigli sbagliati di familiari, amici e conoscenti che credevano di poter scegliere al posto mio la mia strada, la mia ambizione e la mia vera vocazione.

Poi quando mi sono trovato seriamente in difficoltà, naturalmente te lo lascio immaginare, non ho trovato nessuno che riuscisse a darmi veramente una mano neanche per darmi una sola pacca sulla spalla.

Ma è stato proprio in questo momento di difficoltà che ho capito che l'unica risorsa sulla quale potevo puntare e insomma

l'unica vera risorsa era una sola: me stesso.

L'unico vero prodotto sul quale investire ero io e l'ho potuto fare studiando e applicando le tecniche del personal branding. Personal branding non significa altro che l'arte di promuovere se stessi e fare di noi stessi per l'appunto un brand, un marchio proprio come se fossimo un'azienda tutti gli effetti.

Sì insomma il personal branding, contrariamente a quello che vogliono farti credere, è quella roba del saper vendere sé stessi e le proprie competenze a un futuro datore di lavoro o a un futuro cliente.

Se non ti piace il termine vendere allora puoi sostituirlo tranquillamente senza alcun problema con il termine promuovere: insomma cambia la forma ma non la sostanza.

A questo punto giustamente starai pensando: sì tutto molto bello ma come faccio a studiare e applicare il personal branding anche su di me?

Beh innanzitutto lasciami dire che se ne hai sentito parlare poco fino ad oggi e perché fino ad oggi in pochi te ne hanno parlato. Devi sapere infatti che quando ho iniziato a studiare e applicare il personal branding su di me in Italia non c'era praticamente

nulla a riguardo e tutto quello che c'era da sapere l'ho appreso dai principali libri, corsi, videocorsi e manuali dei principali speaker a livello internazionale.

E poi oggi non si fa altro che parlare di personal branding su Facebook, su LinkedIn, su Instagram ed in generale all'interno di internet e del web 2.0: tu pensa che la sola definizione di personal branding è stata data intorno agli anni '90 e quindi capisci tu stesso in un periodo in cui eravamo molto lontani dall'aver internet e i social network in ogni casa e in ogni smartphone come adesso.

Quello che vedi oggi è soltanto una piccola parte di una grossa massa che ha mosso i suoi passi molto tempo fa.

Proprio per questo motivo ho deciso di racchiudere tutta quanta la mia esperienza personale, la mia esperienza professionale nelle risorse umane e adesso come Personal Branding Coach e insomma tutto ciò che c'è da sapere su come promuovere se stessi al meglio, all'interno del mio blog: **www.gabrielesciulli.it** dove troverai innanzitutto centinaia di articoli dedicati interamente al personal branding e dove potrai scaricare tante risorse gratuite.

Potrai anche interagire direttamente con me richiedendo la tua consulenza gratuita

così potrai raccontarmi la tua storia, i tuoi sogni, le tue ambizioni e le tue passioni.

Quindi se anche tu vuoi realizzare il tuo brand personale, il tuo marchio personale vai subito sul blog www.gabrielesciulli.it ed inizia ad attrarre nuove opportunità.

Rimaniamo in contatto e FACCIAMOGLI VEDERE CHI SEI



VISITA IL BLOG:

WWW.GABRIELESCIULLI.IT

Il Blog di riferimento in Italia per il Personal Branding, il Career Coaching, la carriera, la ricerca del lavoro, la crescita professionale e la promozione di se stessi. Seguimi sul mio profilo LinkedIn, sulla mia pagina Facebook, sul mio canale YouTube e entra all'interno del mio gruppo Facebook privato "FACCIAMOGLI VEDERE CHI SEI" E mi raccomando...

**Rimaniamo in contatto e FACCIAMOGLI
VEDERE CHI SEI**

La fine della “Cultura del Fare”

Che cosa ti hanno fatto credere fino ad oggi?

Fino ad oggi ti hanno detto che se non trovi lavoro è praticamente colpa tua! Ti hanno detto che non hai un curriculum adeguato, ti hanno detto che il tuo curriculum risulta essere troppo corto o troppo lungo, ti hanno ripetuto che l'europass non va bene e nemmeno il CV fatto con photoshop o con Canva.

Ti hanno ripetuto poi che non hai una cover letter adeguata al CV e se hai la cover letter però poi non arrivi abbastanza preparato al colloquio di lavoro, non sei particolarmente motivato per il colloquio con il recruiter e ti hanno ripetuto infinite volte che non hai ancora trovato il tuo obiettivo e non hai ancora trovato la tua vera strada professionale.

Ok sia chiaro questa è solo una premessa iniziale, questi sono tutti elementi

importantissimi per la tua ricerca del lavoro e non puoi di certo immaginare di cercare lavoro oggi senza avere come base di partenza questi elementi imprescindibili.

Detto questo però l'insieme di tutti questi elementi non risponde alla domanda fondamentale posta da questo libro e cioè *“come faccio ad emergere nel mercato del lavoro di oggi?”*

Devi sapere che da quando ho avuto la folle idea di partire con il mio blog www.gabrielesciulli.it, c'è una domanda che tanti mi ripetono in continuazione e che ancora in tanti si pongono ed è esattamente questa: “come faccio a fare la differenza rispetto a tutti gli altri nel mercato del lavoro?”

In un mercato del lavoro dove bene o male tutti abbiamo una laurea, dove tutti abbiamo un master e dove tutti abbiamo un'esperienza professionale alle spalle (corta o lunga che sia) la domanda in buona sostanza rimane sempre la stessa... *Come faccio ad emergere nel mercato del lavoro di oggi e a fare la differenza?*

Innanzitutto per rispondere a questo dilemma dobbiamo fare un saltino nel passato perché soltanto facendo un salto nel passato possiamo capire meglio il

presente e possiamo capire meglio quello che poi ci aspetta nel futuro.

Se anche tu sei giovane o comunque relativamente giovane come me, io dico relativamente perché non so te ma io ho conosciuto anche il periodo in cui i computer in casa non c'erano e non avevamo ancora internet, quindi sono sì giovane ma diciamo ho avuto modo di prendere due generazioni a cavallo tra gli anni '80 e gli anni '90...

Quindi se hai più o meno la mia età, potrai subito fare un paragone con i tuoi genitori, con i tuoi nonni, con i tuoi zii o comunque con le persone che sono più grandi di te e ti accorgerai che loro sono state tutte persone che hanno vissuto una vita lavorativa professionale serena e felice.

Praticamente non hanno mai cambiato lavoro in vita loro, non hanno mai conosciuto concetti come crisi economica, flessibilità lavorativa, come la formazione professionale continua, come la mobilità lavorativa e tanti altri analoghi.

Questi sono concetti che loro non hanno mai conosciuto e non sanno lontanamente che cosa siano. Inoltre se vieni da piccole realtà di paese come la mia ad esempio, ti accorgerai come anni fa bastava aprire un

negozio in centro per avere clienti sempre freschi, bastava aprire una saracinesca di un negozio al mattino e le persone entravano, le persone compravano e il negoziante non sapeva neanche come accadesse tutto questo.

Oppure ti bastava avere un diploma di ragioneria per entrare in una azienda per partire come semplice impiegato e uscire direttore generale. Ti bastava mandare una lettera all'azienda vicino casa per essere assunto per tutta la vita oppure meglio ancora ti bastava fare un concorso pubblico per essere sistemato per tutta la vita.

Purtroppo poi che cosa è successo?

Compresi le nuove tecnologie, le varie crisi economiche che si sono susseguite compresa quella che stiamo vivendo oggi purtroppo e la globalizzazione, le cose sono cambiate e le nostre generazioni hanno conosciuto un nuovo concetto di lavoro: la flessibilità, la mobilità e diciamo anche il concetto più ampio di disoccupazione.

Questa sostituzione delle vecchie regole con le nuove all'interno del folle mercato del lavoro di oggi, la chiamo "cultura del fare". Sostanzialmente mi riferisco a quell'insieme di regole e di valori in base alle

quali noi tutti quanti siamo stati educati ma che purtroppo oggi quegli stessi valori, anche se comunque buoni e giusti, non ci servono più per affrontare le sfide professionali e lavorative del presente e del futuro.

Cosa ci hanno dato i nostri genitori? Direi tutto, i nostri genitori ci hanno dato l'educazione, i valori, il sussidio economico e l'affetto.

La scuola e l'università cosa ci hanno insegnato? Tutto. Ci hanno insegnato praticamente tutto e ognuno di noi fino ai 23, 24, 25 anni studia di continuo e proprio come delle spugne assorbe quanto più possibile quel che può.

A questo punto però ti faccio un'altra domanda ben precisa...

La famiglia, la scuola e l'università ci hanno insegnato a cercare lavoro?

La risposta è semplicemente una: **NO**.

I nostri nonni ci ripetevano sempre, rimboccatevi le maniche che qualcosa succede, basta impegnarsi e vedrai che qualcosa succede, lo vedrai in futuro...

Il problema è che oggi tutti ci impegniamo, studiamo, ci laureiamo e lavoriamo anche molto più di prima.

Ma la situazione non cambia e tutti o quasi tutti facciamo molta fatica a trovare lavoro o a immetterci nel mercato del lavoro.

Purtroppo oggi come vedremo, non funziona più così e quindi diciamo pure che questa “cultura del fare”, questo vecchio sistema di regole per quanto buono e accettabile, assomiglia sempre di più a un vecchio quadro antico.

I nemici della ricerca del lavoro

Veniamo ai giorni nostri...

Il mercato del lavoro odierno è sempre pieno di trasformazioni continue ed è diventato sicuramente molto complesso: se lo vivi ogni giorno anche tu come me saprai esattamente a cosa mi riferisco senza dover aggiungere altro.

Per questo motivo voglio parlarti immediatamente dei nemici della ricerca del lavoro.

Cioè di tutti quegli ostacoli che noi incontriamo quotidianamente quando vogliamo cercare un nuovo lavoro, quando vogliamo cambiare lavoro, quando vogliamo in generale cercare la nostra prima occupazione oppure in generale attrarre verso di noi nuove opportunità lavorative.

Questi ostacoli che tutti noi dobbiamo prepararci ad abbattere quando ci avviciniamo per la prima volta, o dopo

tanto tempo, quando cerchiamo lavoro sono sostanzialmente due: la diffidenza delle aziende e Internet.

Lo avresti mai detto? Ebbene sì, quelli che in apparenza potevano sembrare nostri partner nella ricerca del lavoro invece sono proprio i nostri peggiori nemici. E adesso vedremo perché...

Obiettivamente parlando, queste sono cose che nessuno mai si sognerebbe di raccontare, nessuno vuole dirtele infatti. Sono proprio come dei veri e propri dogmi.

In parte nessuno degli esperti del settore li conosce in maniera approfondita e soprattutto nessuno è un pazzo scellerato come me che ha deciso di studiare e analizzare questo settore così affondo per divulgarle qui in questo libro.

Adesso entro meglio nel merito della spiegazione raccontandoti un aneddoto simpatico...

Ti spiego in generale un po' come funziona il meccanismo della selezione del personale attraverso un esempio pratico e banale accaduto a me, ma che può essere accaduto allo stesso identico modo anche a te o ai tuoi amici più di una volta nella vita.

Devi sapere infatti che giorni fa ho avuto bisogno di un idraulico in casa perché mi si era rotto un tubo in bagno, quindi c'era questo problema e avevo questa esigenza da dover gestire.

Io non sono un idraulico e non so aggiustare tubi. E non conosco nemmeno un idraulico di fiducia.

Allora la prima cosa che ho fatto è stato chiedere spontaneamente ad amici, ai miei vicini e ai miei colleghi se conoscevano un idraulico bravo e di cui potersi fidare.

Risultato? Nessuno mi ha suggerito un buon idraulico. Purtroppo...

E allora che cosa ho fatto?

Semplicemente come fanno tutti, sono andato in internet, ho aperto Google e ho cercato la parola "idraulico Bologna" perché era ciò che mi serviva in quel momento.

Naturalmente ti lascio immaginare che Google mi ha sparato fuori un elenco infinito di idraulici di ogni tipo e ogni svariato settore.

Allora mi sono armato di santa pazienza, ho proseguito con la mia ricerca e ho ristretto il numero al cerchio di persone che poteva fare al caso mio.

Alla fine ne ho contattati un paio, due sono venuti in casa a vedere il guasto e alla fine diciamo che ho scelto la persona di cui mi sembrava ci si potesse fidare maggiormente a pelle e ho scelto il preventivo proposto.

Perché ti ho fatto questo esempio dell'idraulico?

Ti ho fatto questo esempio semplicemente per spiegarti che i processi di selezione, a grandi linee, funzionano praticamente come la scelta dell'idraulico che ti ho appena mostrato o come la scelta che qualunque persona compie oggi nella scelta di qualunque servizio per risolvere un problema.

Cosa fa un'azienda quando deve assumere?

Si comporta esattamente come te o come me, quando deve scegliere un idraulico per casa sua.

Quando un'azienda deve inserire una nuova risorsa da assumere infatti, la prima cosa che fa è cercare di risolvere quell'esigenza al proprio interno cioè cercare di capire se ci sono persone che possono ricoprire internamente quel ruolo per risolvere quel problema, pescando direttamente dal proprio organico o altri dipendenti provenienti da altri settori e da altri gruppi satelliti.

Se questo tentativo va a vuoto, allora si passa successivamente alla ricerca di personale vera e propria, cioè al processo di selezione verso l'esterno e quindi poi tutto quello che conosci anche tu: le candidature on line, le telefonate, le convocazioni per i colloqui, i vari step di selezione e così via fino alla proposta di assunzione...

Dunque sfatiamo subito i misteri del processo di selezione perché in verità ogni processo di selezione non è altro che una scelta normalissima che viene fatta allo stesso modo di come la facciamo già tutti noi per scegliere ogni giorno un idraulico, per scegliere un commercialista, per scegliere un avvocato, per scegliere un medico e per scegliere in generale qualunque cosa ci possa servire sotto forma di prodotto, servizio o prestazione.

Le aziende quando aprono un processo di selezione verso l'esterno infatti cercano di scegliere una persona a cui affidarsi, di cui sanno di potersi fidare per affidargli la risoluzione di un determinato problema e soprattutto che questa persona una volta inserita non gli crei di certo nuovi problemi.

È importante puntare sostanzialmente il più possibile su di un rapporto di fiducia fra noi che cerchiamo lavoro e le aziende

che ci sono all'esterno e viceversa.

Anche perchè il mercato del lavoro funziona allo stesso identico modo di tutti gli altri mercati (assicurativo, bancario, immobiliare, ecc.) e cioè dove il rapporto dominante al giorno d'oggi è senz'altro quello della fiducia.

Tutti i mercati di oggi si basano sulla fiducia.

“Ma la colpa è dei recruiter che non capiscono niente!”. Lo so che stai pensando questo e infatti era proprio qui che volevo arrivare...

Un altro mito che bisogna sfatare della ricerca del lavoro oggi giorno è quello della figura del recruiter. Il recruiter o il selezionatore tendenzialmente sono professionisti che non sanno scegliere la risorsa da inserire e adesso capirai meglio il perché.

Devi sapere che i dati ci dicono che solo per l'anno in corso in Italia ci sono circa 5 milioni di pmi sul territorio che aprono e che chiudono nel nostro Paese.

Le piccole e medie imprese sono costituite per la maggior parte da padre, madre, figlio, cugino e amico di famiglia; è così che funziona il tessuto produttivo del nostro paese.

Questo significa che tolti i grandi gruppi industriali, le grandi multinazionali italiane che sono solo una parte residuale del nostro mercato, circa l'85% delle aziende sono pmi composte principalmente come vi ho detto prima.

Chiaramente adesso non dobbiamo parlare di pmi, non siamo qui per questo.

Però è sicuramente un ottimo paragone da fare per capire un po' da subito come funziona il tessuto economico e produttivo del nostro paese.

Ciò significa che la maggior parte di queste piccole imprese che ci sono nel nostro territorio non avendo un settore HR strutturato e preparato, non sono quindi in grado di effettuare in toto dei veri e propri processi di selezione, delle vere e proprie scelte o delle vere e proprie valutazioni del potenziale del personale.

Queste ultime sono soltanto, diciamo così, un lusso che solo le grandi aziende si possono permettere; molto spesso l'80% delle imprese che ci sono sul territorio non sono in grado di valutare il potenziale di una persona da inserire e quindi di conseguenza che cosa succede? Non essendo in grado di farlo da sole, la piccola impresa italiana ha paura nello scegliere un candidato e

automaticamente aumenta sul piatto della bilancia lo spettro della diffidenza. Ed è per questo che poi finiscono per affidarsi alle APL o a società di recruiting specializzate nella ricerca e selezione di profili.

Se ci pensi bene è più che normale: se io non so bene che cosa fare, se non so chi o cosa scegliere, se non sono in grado di farlo per bene perché non so come si fa a scegliere, tutto il resto si complica e aumenta sempre di più il muro della diffidenza.

E di conseguenza il compito che abbiamo noi quando cerchiamo lavoro prima di tutto è quello di abbattere questo muro della diffidenza.

Quindi per prima cosa ognuno di noi deve portare l'interlocutore che si ha davanti a far capire che in qualche modo si può sicuramente fidare di noi perché oggi la fiducia è diventata dappertutto un fattore di engagement determinante per tutti i mercati compreso anche il mercato del lavoro e così della ricerca del lavoro.

Il concetto importante è dunque quello di abbattere la diffidenza, soprattutto per l'Italia che, come buona parte dei paesi latini, è una nazione di diffidenti per eccellenza.

Noi diffidiamo di tutto: pensa solo alla diffidenza che continuiamo ad avere noi italiani, anche in questo periodo, delle tecnologie e dei social network. Evidentemente siamo fatti così e basta. Fa parte della nostra cultura...

Un altro fattore altrettanto importante da dover tenere sempre presente nella nostra ricerca del lavoro è internet e più in generale dunque il web 2.0 e quindi anche i social network.

I social network sono strumenti importantissimi che però purtroppo stanno diventando strumenti di comunicazione di massa, un po' come la televisione.

Sono diventati la nuova comunicazione di massa: quindi è vero che internet e le nuove tecnologie ci danno sicuramente un vantaggio competitivo enorme perché ci mettono in mostra e ci fanno fare cose in maniera semplice e gratuita che mai avremmo pensato di fare fino a qualche anno fa.

Proprio perché sono accessibili a tutti e proprio perché sono utilizzabili da tutti con pochi click, tali strumenti sono diventati un mezzo sputtanatissimo e in molti casi usato veramente male dalla maggior parte delle persone.

Infatti che cosa succede nella realtà?

Nella realtà i social media e internet ci livellano, cioè democraticamente internet ci azzera e ci fa praticamente far parte tutti dello stesso identico mucchio, della stessa massa e sono veramente ogni giorno sempre meno le persone che riescono in qualche modo ad emergere e distinguersi attraverso questi strumenti tecnologici.

In particolare nel nostro caso mi riferisco soprattutto al LinkedIn.

I social sono strumenti con i quali è possibile emergere solo ed esclusivamente se li si conoscono bene e se si conoscono le dinamiche, la filosofia o la ratio che esistono dietro ogni social.

Ti dico tutto questo per spiegarti un assunto molto importante che la maggior parte delle persone sottovaluta quando cerca lavoro.

Quando si cerca lavoro oggi le persone cosa fanno?

Si collegano ad internet, in particolare ad un portale di un'azienda oppure a siti specializzati nella ricerca del lavoro (come ad esempio Indeed o Infojobs) e su questi portali ognuno di noi deposita il proprio CV in un database.

Tieni a mente questa cosa.

Oggigiorno quando noi cerchiamo lavoro non stiamo mandando un curriculum verso un'azienda.

Quando cerchiamo lavoro per prima cosa noi mandiamo un curriculum all'interno di un database di una azienda.

E così allo stesso identico modo centinaia di persone, migliaia di persone al giorno fanno questa stessa identica cosa.

Stanno lì, si collegano ad un sito di ricerca del lavoro, compilano quei benedetti form che sono noiosissimi i quali non sopporta nessuno tanto da perderci la vista e solo alla fine riusciamo ad inviare la nostra application.

Che cosa succede dopo?

Accade però che quel curriculum va a finire in un database e dall'altra parte deve esserci una persona che si collega a questo database e che attraverso dei filtri (o degli ATS) lo tira fuori.

Insomma se tutto va per il verso giusto avremo la fortuna che qualcuno dall'altra parte peschi da un database il nostro curriculum e si accorga della nostra candidatura.

Quindi ricordati innanzitutto che quello che facciamo non è mandare un curriculum in una azienda, ma mandare un curriculum

in un database di un'azienda.

Molto spesso le persone si lamentano e dicono “sembra come che nessuno legga il mio curriculum!” oppure “sembra come se non fosse mai arrivata la mia candidatura!”.

Bene il problema purtroppo è proprio quello lì. La tua candidatura non viene vista proprio perché viene sotterrata da tutte le altre application all'interno di questi enormi database.

La persona che è dall'altra parte non pesca il tuo curriculum magari semplicemente perché non fa in tempo o perché sono arrivate talmente tante candidature che la tua si perde in fondo fra le altre e quindi semplicemente nessuno fa in tempo a tirarla fuori dal database. O magari la vede di sfuggita e non la prende in considerazione.

Ma non è finita qui...

Una cosa simile avviene quando riusciamo a reperire i contatti aziendali o gli indirizzi mail dei referenti aziendali verso i quali vogliamo candidarci con il nostro CV.

Sto parlando del classico giochino che abbiamo fatto tutti. In primis io stesso: il solito nome.cognome@dominioaziendale.com e via così poi

di spam con il nostro curriculum e la nostra lettera di presentazione attraverso centinaia di mail.

Il testo rimane lo stesso, cambia solo l'intestazione.

Lo so bene, lo abbiamo fatto tutti, lo hai fatto tu e l'ho fatto anche io...

Spariamo così tanti messaggi in giro nella speranza che quella mail possa arrivare agli occhi del diretto interessato e viviamo nella cieca speranza che in qualche modo qualcuno ci possa notare o possa notare la nostra candidatura.

Benissimo. In pochissimi sanno che questa attività si chiama spam ed è un reato.

Chiariamoci subito, nessuno va in galera per una mail di candidatura spontanea inviata senza permesso all'indirizzo di qualcuno che lavora in azienda.

Quindi tu sei liberissimo di farlo senza problemi a tuo rischio e pericolo.

Il punto della questione non è la violazione della legge o dello spam.

Il punto vero di questa situazione è che i domini aziendali delle mail (quindi il solito [nome.cognome@dominioaziendale.it](#)) che troviamo in giro su Internet o su LinkedIn, sono domini aziendali privati che

fanno parte di un sistema chiuso. Questo significa che sono già testati e settati in modo da respingere in automatico tutte le mail dei mittenti che non appartengono al sistema aziendale stesso.

Se lavori in azienda sai già che la maggior parte delle mail si perde infatti proprio in questo modo.

Quindi tu da una parte credi di essere stato furbo e veloce rispetto agli altri nello scovare un indirizzo mail e poi mandare in pochi secondi centinaia di mail contenenti il tuo curriculum e di averlo fatto soprattutto prima di tutti gli altri.

Dall'altra parte però più della metà di queste candidature via mail è già finita nello spam senza che tu te ne sia reso conto e soprattutto senza che nessuno dall'altra parte abbia la possibilità di leggerle.

Quindi per ricapitolare e concludere dobbiamo partire da questo presupposto e cioè considerare che quando ci avviciniamo alla ricerca del lavoro dobbiamo essere sempre capaci di abbattere questi due acerrimi nemici che sono da una parte la diffidenza delle aziende e cioè il semplice fatto che le persone non si fidano di noi perché non ci conoscono. Dall'altra dobbiamo

combattere con internet e le nuove tecnologie che ormai ci hanno livellati e resi sterili comunicatori di massa.

Le aziende infatti sono prima di tutto organizzazioni di persone, fatte da persone, per l'appunto, che non si fidano di noi semplicemente perché ricevono centinaia di CV tutti uguali e tutti fatti allo stesso modo. Allo stesso modo di come quando tu scegli un idraulico o un avvocato da Internet. Ma quindi che cosa bisogna fare per poter emergere e per farsi notare? Seguimi attentamente nel prossimo capitolo e lo scoprirai.

Come emergere nel mercato del lavoro di oggi

Giunto a questo punto le cose che bisogna fare per emergere nel mercato del lavoro e fare veramente la differenza oggi, sono sostanzialmente due.

Innanzitutto differenziarsi dagli altri, cioè mettere in atto tutta quella serie di attività, di strategie o tutte quelle micro attività che in qualche modo ci permettono di fare la differenza rispetto a tutti quanti gli altri.

Quando parlo di fare la differenza rispetto a tutti quanti gli altri io praticamente mi riferisco non ad attività bizzarre come ad esempio darsi fuoco davanti a un portone di un'azienda oppure dipingere il proprio curriculum sui muri o peggio ancora lanciarsi dagli aerei in volo.

Fortunatamente nulla di tutto questo. Intendo attività piccole e quotidiane che siano focalizzate a farci essere diversi

rispetto alla massa. Insomma un insieme costante di micro attività focalizzate.

Come ad esempio, curare il proprio curriculum, curare la cover letter, curare il proprio profilo Linkedin e tutte quelle altre micro attività che poi messe insieme e sommate una per una, fanno sicuramente un'ottima base dalla quale partire per poi praticamente approcciarsi alla ricerca del lavoro.

Un'altra cosa di fondamentale importanza è cercare di arrivare direttamente al decision maker di una azienda. Sempre e in ogni caso...

Non capisco veramente perché questa cosa viene sempre tralasciata dagli esperti di risorse umane e dai super consulenti.

Arrivare al decision maker di un'azienda significa sostanzialmente arrivare alla persona che in azienda si occupa di scegliere di decretare la scelta per tutto ciò che riguarda l'inserimento di una nuova risorsa all'interno di una organizzazione.

E qui chiaramente ritorno sugli esempi precedenti. Il recruiter non è il decision maker di un'azienda perché lui farà soltanto quello che gli dicono di fare gli altri capi degli altri settori aziendali di riferimento.

Tant'è che spesso ce la prendiamo sempre più con il recruiter quando in verità lui è soltanto un mero esecutore delle direttive altrui.

Il selezionatore è pagato per scartare le persone e per trovare il pelo nell'uovo nel tuo curriculum; un curriculum in più per i recruiters o per chi si occupa di selezione non è altro che un valido motivo in più per scartarti.

E nient'altro di più.

Chi si occupa veramente della scelta e quindi di decretare la scelta finale per un'assunzione in un'azienda, non sono di certo le risorse umane ma appunto il deciso maker cioè il responsabile di funzione o anche detto manager di linea che si dovrà occupare poi di lavorare con quella risorsa che dovrà poi essere inserita.

Mi spiego meglio con degli esempi pratici.

In contabilità c'è un capo con due risorse e queste due risorse schiattano dentro un ufficio dalla mattina alla sera perché sono sommersi di lavoro.

Lavorano 12 ore al giorno e le risorse iniziano essere stanche o diciamo a commettere più errori del previsto.

Questo inizia ad essere un problema

grosso per tutta la funzione di amministrazione e contabilità di un'azienda. Allora il responsabile che fa il capo dell'amministrazione chiama le risorse umane e chiede se per favore gli trovano una persona in più da inserire nel proprio ufficio perché in questo modo le cose non possono più andare avanti.

Dopo un'analisi più approfondita, le risorse umane mettono in atto il processo di selezione che ti ho descritto prima e si mettono a cercare una nuova risorsa da inserire in amministrazione e contabilità a supporto del team di lavoro.

Quindi come puoi notare già in questo processo sono impegnate due figure chiave: da una parte le risorse umane che si occupano della selezione e dall'altra il responsabile della funzione (nel nostro esempio la funzione di amministrazione e contabilità).

Quindi quando ti dico di arrivare al decision maker io non intendo solo arrivare alle risorse umane e sparare nel mucchio il tuo CV. Sappi che i selezionatori vivono notti tranquille e sanno bene che non è un loro problema.

Chi non dorme la notte, nel nostro esempio invece, è il capo dell'amministrazione e della contabilità perché non ce la fa più e

quindi freme per avere il prima possibile una risorsa da inserire che possa iniziare a collaborare presso il suo team. Quando ci muoviamo per una ricerca del lavoro dunque dobbiamo arrivare a queste due funzioni obbligatoriamente: le risorse umane e poi arrivare al decision maker.

E quindi che cosa succede?

Succede che se io lavoro nella funzione acquisti, dovrò parlare con le risorse umane e in base a quello che abbiamo detto anche con il responsabile degli acquisti.

Se sono un commerciale io dovrò dialogare anche con il responsabile commerciale, se sono un ingegnere meccanico dovrò dialogare con il responsabile della produzione, perché sono loro i diretti interessati da quella scelta.

E ancora, se ad esempio sono un cassiere di banca alla fine quello che deciderà, quello che dirà sì o no su di me è il direttore della filiale e se il direttore dice che questa persona non va bene e non ce la vuole nella sua filiale, rimanderà tutto quanto indietro al mittente e cioè alle risorse umane che apriranno un nuovo processo di selezione. Pertanto piuttosto che sparare a caso messaggi e curriculum a caso, è veramente

importante imparare a dialogare attraverso LinkedIn con i capi di queste funzioni interessate, dove poi si andrà a lavorare. Se ci fai caso infatti, quando leggi degli annunci di lavoro una delle prime cose che trovi all'interno della descrizione di un annuncio di lavoro è esattamente dove la figura verrà inserita e quale figura sarà il suo diretto responsabile.

Naturalmente questo accade quando gli annunci di lavoro sono scritti bene, ma questa è tutta un'altra storia...

Questa dicitura è molto importante perché fa capire subito a chi sta cercando lavoro che esattamente con quella persona ti relazionerai per lavorare e non di certo con le risorse umane.

Perciò segui questo consiglio da amico e torno a ripetere che al posto di mandare messaggi a caso su LinkedIn ovunque tu veda la parola HR appiccicata su di ogni profilo, concentrati piuttosto sul responsabile con il quale ti dovrai relazionare nel caso in cui poi verrai assunto.

Ricapitolando...

Abbiamo capito quindi che bisogna saper fare la differenza e mettere in atto quei comportamenti che ci rendono unici rispetto a tutti quanti gli altri. Abbiamo

capito fra le altre cose che bisogna arrivare in generale al decision maker di un'azienda e adesso arriviamo finalmente a un punto molto importante e cioè cosa fare per farsi notare e farsi assumere.

Dunque fino a qui abbiamo capito che le regole vecchie con le quali siamo stati educati non valgono più oggi per trovare lavoro. Abbiamo visto quali sono i veri nemici da combattere quando si cerca lavoro che sono appunto la diffidenza e Internet.

Abbiamo visto in che modo comportarsi per farsi notare e farsi assumere cercando di arrivare il più possibile al decision maker e lasciare perdere i messaggi spam alle risorse umane.

E ora vedremo quali sono gli strumenti a nostra disposizione per attuare tutto questo meccanismo.

Lo so che in questo momento starai già pensando al curriculum e al profilo LinkedIn.

Per questi strumenti ti rimando agli innumerevoli tutorial che ci sono già in Internet (compresi i miei) perchè non farei altro che ripetermi ed essere ridondante.

Ho già ampiamente affrontato questi argomenti all'interno del mio blog, dei

miei canali e soprattutto all'interno del corso DirectCV che ti spiega proprio come realizzare un CV e una lettera di presentazione a prova di ogni filtro umano e informatico che già in tanti hanno acquistato prima di te con ottimi risultati per altro.

Io sto parlando invece di due strumenti diversi e importantissimi: il personal branding e la lettera di presentazione.

Per personal branding intendo l'applicazione del paradigma del marketing moderno applicato alle persone e cioè sostanzialmente applicare tutte quelle regole che nel marketing si applicano al marchio di una azienda anche alle persone stesse.

Non a caso si chiama personal branding...

Personal branding non vuol dire altro che l'arte di promuovere se stessi e fare di noi stessi per l'appunto un brand, proprio come se fossimo un'azienda a tutti gli effetti.

E tu hai mai sentito parlare di personal branding e della sua fondamentale importanza nel mercato del lavoro?

Luigi Centenaro, un importante personal branding strategist, lo definisce come "la

ragione per cui un cliente, un datore di lavoro o un partner ti sceglie”.

Jeff Besos, il CEO di Amazon, lo definisce come quello che qualcuno dice di te quando non sei nella stanza.

Io personalmente preferisco definirlo come “l’ arte di promuovere se stessi e fare di noi stessi un brand”, proprio come se fossimo una azienda a tutti gli effetti.

Personal branding infatti non vuol dire altro che fare di noi stessi un marchio, o meglio ancora, un brand nonché applicare le stesse regole del branding valide per una qualsiasi azienda, anche per i singoli individui.

Questo che stiamo vivendo è sicuramente un momento di importante cambiamento sia sociale che lavorativo, non ci sono più le certezze che c’erano negli anni passati e nessun lavoro è per sempre. Se prima la vita era limitata ai nostri soli limiti sensoriali, adesso va oltre essi ed è vincolata solo a quelli della tecnologia.

In effetti oggi grazie alla rivoluzione scatenata dai social media non esistono più barriere gerarchiche e chiunque può mettersi in gioco ed esporsi sul mercato attraverso il proprio brand personale.

Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn, il

tuo network professionale, le tue amicizie e anche il curriculum, la cover letter, la preparazione ad un colloquio di lavoro, il tuo profilo professionale, non sono altro che strumenti del packaging del tuo brand personale che ti servono per essere assunto oggi e molto altro ancora. Quanto più sarai bravo a costruire e comunicare con semplicità il tuo marchio, tanto più sarà alto il valore percepito del tuo brand.

Il primo passo da fare per iniziare a lavorare sul tuo personal branding è naturalmente quello di partire da te stesso, lavorando allo specchio sui tuoi punti di forza e migliorando quelli di debolezza.

Per fare crescere te stesso infatti devi conoscere prima di tutto te stesso, questa regola vale nella vita, in generale quando cerchi lavoro e durante tutta la tua carriera.

In queste righe voglio elencarti alcune semplici domande utili per aiutarti a scoprire e costruire il tuo brand personale, come ad esempio:

- 1. Quali sono le mie passioni?*
- 2. Quali sono i miei valori personali?*
- 3. Cosa è importante per me?*
- 4. Quale contributo posso dare io al mondo?*

Inizia dunque con l' appuntarti queste semplici domande e prova a darne una risposta concreta.

Ti ripeto che il personal branding non è altro che l' arte di promuovere se stessi e fare di noi stessi, per l' appunto, un brand.

Inizierai così a fare subito chiarezza sul tuo personal branding e in questo modo potrai costruirti nel tempo un brand unico, autentico e soprattutto riconoscibile.

Ma in fin dei conti perché il personal branding è davvero così importante nella vita?

Con il mercato del lavoro che sta cambiando continuamente e in tutti i settori, il personal branding è diventato ormai molto più che un accessorio nella vita professionale delle persone.

Soprattutto per questo diventa di fondamentale importanza capire come e perché il personal branding è importante nella vita.

Per prima cosa il personal branding è uno strumento vitale, perché è la modalità con la quale ci presentiamo ai nostri attuali o futuri datori di lavoro o potenziali clienti

Dunque fare personal branding significa realizzare il proprio marchio personale e affermarlo successivamente come un

vero e proprio brand.

Mai come oggi infatti Il Personal Branding è di vitale importanza per la nostra vita professionale, perché è la modalità con la quale ci presentiamo sempre più spesso davanti ai nostri attuali o futuri datori di lavoro o potenziali clienti.

È quello che ci dà l'opportunità di sottolineare in modo pubblico i nostri punti di forza e le nostre passioni.

Possiamo individuare almeno tre buoni motivi per occuparcene in modo approfondito:

1. Se non sei sul web non esisti. Specialmente in questi ultimi anni in cui tutti siamo eternamente connessi attraverso computer, smartphone o tablet.
2. Oggi milioni di opportunità di lavoro e milioni di società sono presenti sul web ed è sempre più comune per i selezionatori utilizzare la rete per trovare i propri candidati o al contrario per noi clienti selezionare aziende e servizi.
3. Oggi tutti abbiamo già una online brand identity: la maggior parte di noi ha un profilo LinkedIn, Facebook, Twitter o Instagram. E quindi, la maggior parte di noi ha un'identità online che è la stessa immagine che vogliamo condividere con

il nostro futuro datore di lavoro, i nostri prossimi clienti o colleghi.

Da alcune ricerche condotte recentemente è emerso che più del 70% dei selezionatori usavano i social media durante i processi di selezione e probabilmente questa percentuale è destinata ad aumentare significativamente così come è accaduto negli ultimi mesi.

Spesso per questo il personal branding viene confuso con la reputazione online.

Sono due elementi fortemente collegati tra di loro, ma anche diversi: la nostra online reputation è fatta non solo dai nostri profili social, ma anche da quello che scriviamo nei post, dalle recensioni che lasciamo su un prodotto, un albergo o un ristorante, dai commenti nei forum o dalle foto che postiamo.

Rappresenta dunque un sistema multicanale complesso che va tenuto sotto controllo perché la mancata gestione di questi aspetti può far perdere innumerevoli opportunità.

Infine indipendentemente dalle scelte di ciascuno di noi, c'è un aspetto che non deve mai essere sottovalutato in tema di personal branding: la coerenza. Dobbiamo scegliere un tono di voce che ci appartenga e ci rappresenti, ma

che non crei confusione tra i vari social. Qualora volessimo avere toni di voce differenti e poco coerenti tra di loro sarebbe bene decidere quali rendere accessibili a tutti e quali solo ai nostri amici.

Possiamo per questo subito individuare 6 regole di fondo da tenere a mente quando lavoriamo sul nostro Personal Branding:

1. Fare sempre attenzione alla nostra foto profilo e a quelle di background.
2. Gestire l'online reputation il prima possibile, non è mai troppo presto per farlo. L'ideale sarebbe iniziare a farlo quando ancora non si sta cercando attivamente un lavoro.
3. Cercare il proprio nome sui motori di ricerca e verificare periodicamente quali risultati escono, non solo nelle prime pagine. A volte si scoprono delle cose interessanti (io lo faccio quasi ogni giorno!)
4. Scegliere il proprio tono di voce. Simpatico? Professionale? Scientifico? Formale o informale? Senza mescolarli tra loro, scegline uno e portalo avanti.
5. Fare attenzione a cosa si vuole condividere online e fare ancora più attenzione a quello che le persone postano

sui social taggando il nostro nome.

6. Costruire un network professionale in modo strategico. Il nostro Personal Brand dipende anche da chi abbiamo nella nostra rete di conoscenze.

Spero di avere fatto abbastanza chiarezza anche questa volta per quanto riguarda l'importanza del self-branding oggi e soprattutto del perché è importante il personal branding nella vita e nella tua ricerca del lavoro.

Se vuoi veramente approfondire l'argomento, entra nel mio gruppo privato di Facebook **"FACCIAMOGLI VEDERE CHI SEI"** oppure scarica la mia guida **PERSONAL BRANDING FOR LIFE** direttamente dal mio blog.

Nel prossimo capitolo parleremo della lettera di presentazione e di questo importantissimo strumento un po' caduto in disuso nel tempo ma non per questo mai tramontato.

I vantaggi di una lettera di presentazione

L'errore più grande che tu possa fare è considerare la lettera di presentazione come una sintesi delle informazioni già riportate nel tuo CV. Scrivere una buona cover letter infatti aumenterà del 40% la possibilità che il tuo curriculum venga aperto con più gusto e che tu possa essere contattato per un colloquio di lavoro.

L'obiettivo finale della tua lettera infatti è proprio quello di attirare l'attenzione del tuo interlocutore e farti contattare per un colloquio di lavoro conoscitivo.

Ma quali sono i veri vantaggi di una lettera di presentazione rispetto al tuo curriculum?

Se mandi centinaia di CV al giorno senza ottenere una risposta, e so che lo fai perché lo fanno tutti quanti (me compreso), è perché con molta probabilità nessuno dall'altra parte legge o addirittura riceve il tuo CV.

Ricordati che quando ti candidi online per un annuncio di lavoro tu non stai inviando il tuo CV ad una azienda, né tantomeno ad una persona specifica che analizzerà la tua proposta.

Per prima cosa infatti tu stai inviando la tua candidatura ad un database. Si hai capito proprio bene: invii il tuo CV in un database dove poi ti metti in fila a centinaia di altre candidature come la tua, insieme ad altri centinaia di CV esattamente come il tuo.

Finchè poi il tuo curriculum non va a scalare in fondo all'abisso di questo stesso database.

Tutti identici, tutti uguali. Si ok qualcuno si differenzierà per qualcosa in particolare, ma il meccanismo è sempre lo stesso per tutti. Dall'altra parte poi non saprai mai chi andrà a scavare in quel database. Le aziende ricevono centinaia di curricula al giorno ed è naturalmente impensabile che li leggano tutti quanti.

Seduto dall'altra parte forse ci sarà un recruiter, un selezionatore o comunque qualcuno che ne fa le veci o anche una persona non specializzata che avrà il compito di pescare da questo database (che ormai è stracolmo di CV) alcune proposte da analizzare, ritenute maggiormente in

linea con la posizione ricercata.

Secondo una recente ricerca del 2018 fatta dall' Osservatorio Jobtome, è emerso che più del 60% degli italiani si affida alle APL per cercare lavoro, mentre la restante parte utilizza il metodo delle candidature spontanee nelle aziende. Lo stesso filtro vale infatti per le agenzie per il lavoro o le società specializzate in recruiting.

Queste società svolgono senza dubbio una funzione economico-sociale rilevante per quanto riguarda l'attività di intermediazione tra domanda e offerta di lavoro.

Devi sapere però che queste società lavorano su numeri e volumi giornalieri molto alti ed intensi rispetto ad una azienda.

Questo significa che seguono numerosissime ricerche di lavoro contemporaneamente tutte quante insieme e quindi il loro compito è principalmente quello di assecondare le richieste provenienti dal mercato e quelle dei loro clienti per cercare di chiudere il prima possibile le ricerche dei candidati (altrimenti lo farà qualcun altro al posto loro) e accaparrarsi il pagamento della fattura quando il candidato prescelto firmerà il contratto di assunzione.

Anche qui la solita faccenda... Centinaia di curricula da analizzare (dove la maggior parte di questi finisce nel cestino), numerose ricerche da portare avanti in una unità di tempo limitatissima, il tutto condito da una forte pressione commerciale.

Il compito di APL e società specializzate nel recruiting non è dunque quello di scegliere il candidato migliore sul mercato come vorrebbero farti credere loro, ma è solo quello di chiudere in fretta e prima della concorrenza una ricerca voluta da una azienda cliente.

Altrimenti il cliente non li pagherà alla fine della fiera e la filiale o il team di lavoro non raggiungeranno mai i loro obiettivi di budget assegnati.

Inoltre queste società proprio al fine di raggiungere gli obiettivi commerciali prendono quanti più incarichi di ricerca possibile, ma alla fine non è detto che portino a termine tutte le ricerche che gli vengono commissionate dal cliente (anzi il più delle volte è proprio così) ed è proprio per questo che sono costrette a lavorare su tanti volumi.

Ovvero il concetto è: se prendo tanti mandati dalle aziende clienti, avrò maggiore probabilità di chiudere più

ricerche. E poi che Dio ce la mandi buona anche stavolta! E più ricerche significa più possibilità di fatturato e più obiettivi di budget raggiunti e superati. E alla fine maggiore sarà il mio sistema incentivante per il mio stipendio.

D'altronde tutti i servizi commerciali funzionano così. Anche il business delle APL e delle società di recruiting funziona così. Come tutti i servizi commerciali sono orientati esclusivamente al cliente, anche il business del lavoro è orientato verso il suo cliente che in questo caso sono le aziende, non i candidati.

Il loro cliente è l'azienda non il candidato. Perciò scordati di pensare che le società di recruiting ti aiutano nella ricerca del lavoro, perché non è così! Non è quello il loro obiettivo. Loro sono orientati verso il loro cliente: l'azienda. So bene come funziona avendoci lavorato.

Ma scusa cosa centra tutto questo con la LETTERA DI PRESENTAZIONE?

Ti ho fatto questo piccolo cenno sul sistema della selezione solo per farti capire quanti step e quanti livelli ti separano dalla ricerca del lavoro e di nuove opportunità in generale. E il motivo principale secondo il quale tu non vieni chiamato per un colloquio è perché ci

sono alte probabilità che il tuo curriculum si sia perso per strada o sparito proprio all'interno di questi meandri sempre più fitti e nascosti.

E tu puoi farci ben poco, se non aspettare, aspettare ancora e aspettare che qualcuno ti chiami, mentre la tua autostima scende sempre più e ti ingastrisci verso un fantomatico nemico "inesistente" nel mercato del lavoro che sembra essere avverso al tuo destino ogni santo giorno.

Sai qual è poi un altro vero grosso problema?

Devi anche considerare il fatto che i servizi del centro per l'impiego non hanno mai trovato lavoro a nessuno, nemmeno quando sono stati creati in Italia con questo scopo ormai più di 20 anni fa.

Capisci tu stesso a questo punto come diventa sempre più difficile per un comune mortale cercarsi un lavoro oggi ed emergere rispetto ai suoi concorrenti.

È praticamente impossibile in questo modo. Rarissimi poi sono i casi di coloro che invece si propongono direttamente alle aziende.

Allora per farmi notare ed essere assunto cosa devo fare?

Devo darmi fuoco davanti al portone di

una azienda forse? Per fortuna niente di tutto questo. Innanzitutto quello che devi è arrivare quanto prima e subito al decision maker di una azienda cercando di anticipare le mosse che faranno gli altri attori del mercato, con lo scopo principale di proporti ai suoi occhi in maniera autentica e originale.

E di questo ne abbiamo già parlato abbondantemente nel precedente capitolo...

In secondo luogo una volta selezionata l'azienda e il suo relativo decision maker, devi trovare una formula originale tutta tua per arrivare da loro e proporti nel migliore dei modi.

In un precedente articolo del mio Blog dal titolo **“COME CERCA LAVORO TUO ZIO?”** ti ho già indicato le enormi potenzialità nello spedire delle lettere di presentazione alle aziende per proporre la tua candidatura per un nuovo lavoro.

Qui di seguito ti riporto i vantaggi che una lettera di presentazione possiede rispetto al tuo curriculum e che magari stai ancora ampiamente sottovalutando.

Rispetto ad un semplice curriculum infatti, i vantaggi di una LETTERA DI PRESENTAZIONE sono davvero molteplici e voglio racchiuderli nell'elenco qui di

seguito ancora una volta: la lettera di presentazione è personale e puoi scriverci liberamente ciò che meglio ti descrive o comunque ciò che ritieni sia utile per te. Il curriculum invece ti limita nello spazio e nella forma perché ti costringe ad utilizzare un formato prestabilito che per quanto personalizzato sia, non riuscirà mai a rispecchiare tutti i tratti distintivi della tua professionalità e della tua personalità.

Anzi al contrario li inibisce quasi del tutto, obbligandoti a pensare solo in funzione di come comporre il CV e non di chi poi lo dovrà leggere.

Una lettera di presentazione solitamente viene inviata direttamente ad un referente aziendale specifico, al decision maker o un imprenditore. Una buona lettera di presentazione infatti riesce a baipassare recruiters, database vari e i sofisticati mezzi di ATS per arrivare subito dritti al cuore dell' azienda.

Una lettera di presentazione ti permette di parlare di tutte quelle cose che interessano veramente ad una azienda che solitamente in un CV non possono essere inserite. Infatti sei completamente libero di comporla a tuo piacimento.

E ancora, una lettera di presentazione

soprattutto se inviata in maniera cartacea ha il 100% di possibilità di arrivare nelle mani del diretto interessato e solo ed esclusivamente nelle sue.

A differenza di un CV e di tutto quel materiale online che ogni giorno visioniamo e che poi puntualmente svanisce sotto i nostri occhi attraverso lo scorrere di un click.

Una lettera di presentazione specialmente se in formato cartaceo, è sempre presente in maniera fisica e materiale sulla scrivania del diretto interessato a cui viene recapitata e non viene cestinata; continua a lavorare quindi nella testa della persona e anche se non viene letta immediatamente è lì che insiste sul tavolo, nel cassetto nella mente del suo destinatario. I nostri occhi invece ormai sono diventati praticamente immuni alla visione di un CV.

Inoltre un CV inviato via mail con indirizzo fuori dal dominio aziendale, è uno SPAM; ormai ogni sistema avanzato lo riconosce e non ti permette di farlo giungere a destinazione. Fino a prova contraria invece, chiunque può inviare una lettera a qualcuno.

Attraverso questi esempi pratici e questi esempi concreti, hai ancora di più ben

chiaro in che modo bisogna combattere il nemico Internet per tutto ciò che riguarda la ricerca del lavoro.

Ovviamente è fuori discussione che una lettera di presentazione deve essere scritta molto bene e in maniera efficace altrimenti si rischiano solo di fare dei grossi disastri. Ma se scritta per bene, riga per riga in maniera efficace avrà il potere di farti posizionare al meglio nella mente del tuo interlocutore.

Non a caso negli ultimi anni, soprattutto con l' avvento dei social network, il potere della scrittura e delle tecniche di COPYWRITING si sono ampiamente affinate, segno che le parole al giorno d'oggi rimangono uno strumento di comunicazione potentissimo, più di ogni altro elenco puntato o tabella presente nel tuo curriculum.

Linkedin non serve a niente (se non sai come usarlo)

Te le ricordi le bacheche che utilizzavamo quando andavamo all'università per cercare una nuova casa in affitto, un nuovo coinquilino, per scambiarci dei libri oppure per creare dei gruppi studio?

Bene!

Dimenticale subito perché Linkedin non è nulla di tutto questo...

Ogni volta che apro Linkedin mi imbatto spesso in post di persone meravigliose e volenterose che scrivono post di questo genere...

“Sto cercando lavoro a Milano...”, “Sto cercando lavoro a Roma...”, “Sto cercando lavoro a Torino...” e poi ancora “Condividete il mio curriculum, condividete il mio profilo vi prego, eccomi sono qua disponibile...!”

Io di solito ho provato a contattare personalmente queste persone per dare

loro consigli su come migliorare la loro presenza su LinkedIn e soprattutto per interrompere subito questa cattiva prassi.

E sono io il primo a chiedere loro di migliorare questa pessima abitudine, proprio perché in passato io stesso sono stato il primo ad esserne schiavo.

Dunque se non stai ottenendo alcun riscontro nella tua strategia di LinkedIn, starai sicuramente pensando, come fanno già in tanti, che LinkedIn alla fine non serva praticamente a nulla.

Ciò avviene perché probabilmente non lo stai utilizzando nel modo corretto.

Proprio come tutte le altre piattaforme, anche LinkedIn è un social network che si basa sulla interazione fra gli utenti: pertanto scrivere post e contenuti relativi alla tua ricerca del lavoro non ha praticamente alcun senso se poi questi stessi post non vengono commentati, condivisi o consigliati. Se non vengono quindi alimentati a livello organico. Insomma se non hai una rete professionale abbastanza grande da sostenere e intercettare i tuoi post di ricerca del lavoro, il tuo messaggio svanirà nell'etere per sempre come se fosse aria fresca, senza neppure che gli altri se ne accorgano.

Pertanto senza una vasta rete professionale allargata (composta da professionisti come te) e senza una buona interazione quotidiana con lo strumento, è altamente probabile che anche tu possa cascare nella trappola del “Linkedin non serve a niente!”.

Trappola nella quale finiscono tantissimi professionisti ogni giorno, rischiando di bruciarsi molte possibilità per la loro carriera.

Sia io che te sappiamo benissimo che Linkedin non è stato creato per fare perdere tempo alle persone e in fondo, probabilmente, già sapevi che scrivere post di questo genere o usare Linkedin in maniera inadeguata non è affatto la migliore strategia da mettere in pratica se si vuole alimentare il proprio personal branding on line per cercare lavoro.

Infine se continui a lamentarti di tutto ciò che non va sui social network e in particolare proprio su Linkedin, sai benissimo che nessuna azienda verrà mai a suonare al campanello di casa tua per offrirti un lavoro o una opportunità.

Ora io non voglio fare il professore della situazione perché è un ruolo che non mi piace e non mi si addice. Ad ogni

modo saprai che la rete è piena zeppa di straordinari professionisti e formatori che ti spiegano come utilizzare LinkedIn in maniera efficace per migliorare le prestazioni.

Una in particolare l'hai trovata proprio all'interno di questo manuale ed è l'autrice della prefazione: si chiama Maria Letizia Russo. Ed io stesso sono stato suo allievo in un corso che mi ha spiegato come utilizzare LinkedIn dalla A alla Z.

Ed è proprio attraverso LinkedIn che io sono riuscito a creare e valorizzare il mio brand personale e a far crescere gli utenti del mio blog. Probabilmente anche tu che stai leggendo questo libro sarai entrato in contatto direttamente con me attraverso LinkedIn.

Poi ci sono numerosi libri, manuali, tutorial e guide gratuite che puoi ricercare in rete e puoi sempre decidere di scegliere tu il formatore che preferisci e che ritieni più utile per te. Così come ho fatto io.

Insomma al di là di quello che c'è scritto nei libri o nei corsi dedicati a LinkedIn, sto cercando di dirti che su questo social network non esistono formule magiche e ciò che ti conviene fare è utilizzare LinkedIn semplicemente partendo da te stesso...

Se pensi che oggi giorno esistano ancora le formule magiche per diventare bravi, belli, ricchi e famosi sui social network, ti dico subito che hai sbagliato ad acquistare questo manuale e hai sbagliato posto dove atterrare. Mai come su ogni altra piattaforma virtuale, anche su LinkedIn ciò che conta di più sono i contenuti e gli spunti di valore che ogni professionista offre al proprio network o al proprio pubblico.

Pertanto rimane di fondamentale importanza curare l'immagine del proprio profilo LinkedIn personale e la propria reach organica.

Altresì importante è aggiornare periodicamente il profilo personale e come per ogni aspetto importante della vita naturalmente anche su LinkedIn tempo e costanza sono i migliori fattori sui quali investire in maniera certa.

Parti ad esempio proprio da te stesso, dalle tue passioni, dal tuo carattere, da quello che ti piace fare, da quello che ti piacerebbe fare o vorresti fare in futuro. Crea e offri spunti o ancora per la tua rete di contatti.

Quindi come ti ho detto all'inizio, ricorda che LinkedIn non è una bacheca per annunci e non è neanche un sito di incontri,

come tanti ancora credono purtroppo. LinkedIn è la piattaforma, ad oggi l'unica probabilmente, che ti regala l'opportunità più grande che esista oggi: quella di costruirti nel tempo il tuo brand personale e il tuo marchio personale.

Anche io sono riuscito a farlo con grossissime soddisfazioni sia personali sia a livello di brand personale. E quindi la strada che mi sento di consigliarti ora è: scegli il tuo formatore ed inizia...

Inizia subito ad usare LinkedIn!

Che cos'è il Career Coaching?

Se fai una ricerca in internet e provi a cercare la parola Career Coaching, ti accorgerai subito che verranno fuori pochi risultati. Addirittura non esiste nemmeno una pagina Wikipedia in italiano dedicata espressamente al Career Coaching.

A questo punto viene spontaneo domandarsi: che cos'è il Career Coaching e perché è importante più che mai oggi questa figura professionale? Il Coaching è diventata sicuramente una professione sempre più preponderante per la nostra vita e il nostro lavoro. Non a caso tale professione attraversa gli ambiti più disparati dalla vita privata a quella professionale, fino ad arrivare al business e alla carriera.

In particolare Il Career Coach è quella figura che aiuta le persone ad affrontare le sfide lavorative del presente e del futuro e le aiuta a realizzarsi professionalmente in un mercato del lavoro come quello in cui viviamo oggi estremamente complesso, fitto ed in continua trasformazione.

Se non ne hai mai sentito parlare fino ad oggi è perché in Italia questa figura è sicuramente poco conosciuta e poco sfruttata. Insomma Business Coaching, Executive Coaching, Life Coaching, Mental Coaching, adesso anche il Career Coaching e chi più ne ha più ne metta...

Innanzitutto Il Career Coaching ha come obiettivo primario quello di rendere la persona autonoma e in grado di potersi muovere in modo consapevole e responsabile nel mercato del lavoro e resistere nel tempo ai suoi cambiamenti. In molti casi si parla anche di consulente di carriera. I due termini in fondo sono sinonimi, anche se non sono identificati alla stessa maniera pur operando sempre nel medesimo settore.

Ma che cosa fa un Career Coach?

Per prima cosa il Career Coach ti aiuta a scoprire te stesso e a raggiungere i tuoi obiettivi professionali. Solitamente dopo un prima sessione conoscitiva (di solito introduttiva e gratuita) il primo step dal quale un bravo Career coach dovrebbe sempre partire, è quello di aiutarti a scoprire te stesso e gli obiettivi da pianificare.

Solo dopo avere inquadrato bene te stesso e aver pianificato i tuoi obiettivi, si

inizia a riscrivere il tuo profilo personale, in modo tale da fare il punto della tua posizione attuale. Attraverso più sessioni di Coaching si lavora nel tempo per fare emergere tutte le tue attitudini, le tue esperienze, le tue conoscenze, le tue competenze e i tuoi obiettivi. Infine un bravo Career Coach inoltre è in grado di farti focalizzare subito sulle tue risorse interne tra cui capacità, Interessi, motivazioni e valori personali.

Ma non è di certo finita qui perché un Career Coach attraverso il suo lavoro valuta le tue capacità, competenze e i tuoi interessi. Il Career Coach ti supporta dunque ricostruendo la tua carriera e pianificando i tuoi obiettivi professionali attraverso lo strumento dell'indagine sottoponendoti, ad esempio, domande di questo genere:

- 1. Cosa ti piace fare?*
- 2. Cosa è importante per te?*
- 3. Cosa ti motiva a svolgere il lavoro?*
- 4. Quale segno vorresti lasciare nel mondo?*

Successivamente un Career Coach deve fare passare la persona dagli obiettivi ai risultati. Gli obiettivi infatti rappresentano il risultato atteso alla conclusione di un percorso nonchè il risultato finale verso il quale tutti

tendiamo dopo un determinato percorso di coaching.

È importante sottolineare il fatto che il risultato da raggiungere è totalmente dipendente e personale dalla persona che se lo prefigge.

Per raggiungere il tuo risultato è necessario valutare innanzitutto i propri valori e analizzare i criteri per giungere a dei traguardi futuri, mettendo in pratica un processo periodico di verifica a seguito del quale prendere una o più decisioni in merito.

Generalmente la base del Coaching consiste essenzialmente in questa ultima definizione: “quello di cui abbiamo bisogno è già a disposizione dentro di noi...” Basta solo cercare la leva motivazionale per tirarla fuori.

Cercare lavoro oggi è di per sé già un lavoro a tutti gli effetti. Ormai questo lo abbiamo capito tutti! Non è scritto o previsto da nessuna parte che il Career Coach ti assista anche nella ricerca attiva del lavoro.

Ma in determinati casi un Coach ti aiuta personalmente a navigare ed iscriverti nei principali siti internet e portali dedicati alla ricerca del lavoro; a volte deposita anche il tuo curriculum vitae presso le

Agenzie per il Lavoro o si rivolge ai centri di orientamento lavorativo.

Ad esempio contatta lo Sportello Stage o si rivolge agli Uffici Placement dell'Università (o ai Career Day) nei casi dei profili più junior. Mentre nei casi dei profili più senior, ti iscrive nei social network professionali (in primis LinkedIn) e cura la tua reputazione on line.

Fra gli ulteriori compiti di un Career Coach c'è anche quello di costruire il tuo curriculum vitae e la tua lettera di presentazione, personalizzandoli in base all'azienda, alla posizione per la quale ti stai candidando ed in generale alle tue esigenze.

Ridefinisce il focus mentale in maniera vincente con il quale rivolgersi alle aziende per essere assunti, argomento che ho già trattato ampiamente sul mio Blog.

Dato che la reputazione (online/offline) oggi è diventata una vera e propria moneta di scambio, un Coach professionista sa che è importantissimo curarla nei minimi dettagli.

Un bravo Career Coach infatti, fra le altre cose, cura la tua immagine personale e il tuo personal branding; prende informazioni approfondite sull'azienda e i suoi referenti al fine di promuovere te

stesso. Infine ti allena per la posizione di lavoro da ricoprire, ti ascolta e ti prepara per i colloqui di lavoro da sostenere sia presenti che futuri.

Come si diventa Career Coach?

In Italia chi svolge le consulenze di carriera o il Career Coaching è spesso uno psicologo o comunque una persona proveniente dall'ambito pedagogico-sociale o dal mondo della formazione e delle risorse umane.

Purtroppo nella peggiore delle ipotesi capita spesso che queste figure appena elencate, abbiano una preparazione teorica di facciata ma magari non hanno mai lavorato in una azienda e non hanno mai cercato lavoro in vita loro anche solo per un giorno. Questo fa sì che chi si occupa di orientamento professionale in realtà sia piuttosto carente di nozioni legate al personal branding e la promozione di se stessi in generale.

Come ho detto poco fa, ad oggi non esiste un percorso formativo unanime per diventare Career Coach (se non acquisire la certificazione di Coach professionista rilasciata dalla AICP). Ognuno dunque fornisce nella pratica la sua esperienza e il suo background culturale come in tutte le situazioni. E credo che questo sia anche

il lato polivalente di chi svolge un lavoro del genere.

Secondo il mio parere personale però, al giorno d'oggi è sempre più improbabile pensare di intraprendere questo tipo di professione senza conoscere i principi fondamentali del marketing, della comunicazione e del web 2.0 e di conseguenza applicare il paradigma del marketing moderno all'individuo. E dunque applicare così il marketing alla persona (self-branding).

Spero di aver fatto abbastanza chiarezza su questa figura mitologica che ancora non riesce a prendere completamente piede nel nostro Paese come si dovrebbe, ma di cui ben presto se ne sentirà sempre più parlare e ce ne sarà sempre più bisogno. D'altronde l'evidenza è sotto gli occhi di tutti...

**RICHIEDI LA TUA CONSULENZA CON
GABRIELE SCIULLI**

Valuto personalmente ogni richiesta di consulenza per verificare in prima persona di essere in assoluto il Coach che sa valorizzare le tue competenze, la tua professione e la tua attività. Sarò io stesso il primo ad indicarti il percorso giusto per te e in generale a comunicarti se possiamo collaborare insieme oppure se rimanere semplicemente in contatto come buoni amici. Devi sapere che ogni consulenza per me è come una prima esperienza di vita che mi coinvolge così tanto da rendere gli obiettivi della consulenza i miei obiettivi e non possiamo rischiare di lavorare per non raggiungerli.

Contattami subito per richiedere la mia consulenza.

Scegli se avermi completamente al tuo fianco come **Personal Branding Coach**.

Vai sul sito www.gabrielesciulli.it e prenota la tua consulenza

Rimaniamo in contatto e FACCIAMOGLI VEDERE CHI SEI



Conclusioni

Leggendo questo libro fino alla fine hai imparato innanzitutto che i principi in base ai quali noi tutti siamo stati educati dalla scuola, dall'università e dalla famiglia, non sono più validi all'interno di un mercato del lavoro di oggi così fitto, complesso ed in continua trasformazione.

Hai notato tu stesso attraverso gli esempi che ti ho dato come questo vecchio modo di pensare ci ha influenzati tutti in maniera negativa e ci ha portati tutti quanti a fare le stesse identiche cose senza che nessuno abbia più la capacità di distinguersi da tutti gli altri. Senza che nessuno conosca alla perfezione se stesso e senza che nessuno sappia scegliere la strada migliore da intraprendere.

Contrariamente a tutto quello che i “maxi esperti” di oggi ti vogliono fare credere, hai visto quali sono i veri nemici della ricerca del lavoro, in particolare la diffidenza e le nuove tecnologie.

Probabilmente fino ad oggi invece hai

sempre pensato il contrario e cioè che soprattutto internet fosse dalla tua parte in questa lotta. Questo è vero fino ad un certo punto, ovvero finchè il web 2.0 non ci riduce tutti a essere degli sterili comunicatori di massa che si scopiazzano tutti gli uni con gli altri.

Il CV è morto! Il CV non lo legge nessuno e così nemmeno la tua lettera di presentazione... Tutto in buona parte vero. Gran parte degli esperti che ripetono di continuo questo concetto si dimenticano poi di dirti però che cosa fare o cosa mettere in pratica per farsi notare al fine di farsi assumere.

Il CV e la lettera di presentazione non sono altro infatti che dei meri strumenti che rientrano più in generale nel packaging del tuo brand personale.

Quindi questo vuol dire che se non curi il tuo personal branding quotidianamente attraverso delle micro attività costanti nel tempo, sia il tuo CV che la tua lettera di presentazione non troveranno mai un senso all'interno di un mercato del lavoro così saturo e ormai pieno zeppo di concorrenti che come te si muovono per cercare lavoro o cambiare lavoro.

Dunque è importante concentrarsi su questi strumenti solo nel momento in cui

lavoro ed il mondo delle professioni.

L'importante non è domandarsi se sia giusto iniziare, con cosa iniziare o da dove iniziare... Il punto è iniziare e basta!

Ti aspetto all'interno della mia Community su: www.gabrielesciulli.it

**Rimaniamo in contatto e FACCIAMOGLI
VEDERE CHI SEI**

