

Guida utile su

# Come organizzare un Career Day



# Cos'è un Career Day?

Un **Career Day** (o Career Fair, Job Fair, Job Day) è un evento di recruiting che permette un primo contatto conoscitivo tra **aziende in cerca di nuove risorse umane** e **studenti alla ricerca di una prima esperienza nel mondo del lavoro**, all'interno di un contesto spesso organizzato da un'Università.

Nella pratica, si tratta di **appuntamenti** che danno la possibilità a studenti in procinto di laurearsi o che stanno portando a termine il proprio percorso accademico, di **incontrare** alcune delle **più grandi aziende italiane ed internazionali** (ma non solo) e **farsi conoscere** attraverso un vero e proprio colloquio (anche finalizzato ad un'ipotetica assunzione) o semplicemente consegnando il proprio curriculum.





## Tipologie di Career Day

Le restrizioni dovute alla diffusione del virus Covid-19 hanno profondamente cambiato la maggior parte delle pratiche nel mondo del lavoro. I Career Day non hanno fatto eccezione: atenei e aziende si sono impegnati ad **organizzare incontri virtuali e colloqui da remoto**.

Distinguiamo perciò due diverse tipologie di Career Day:

- **on-site Career Day:** un evento, solitamente **tenuto all'interno dell'Università** che lo organizza, al quale le aziende partecipano e giungono ad un primo contatto con i candidati tramite colloqui conoscitivi. Ogni società può presenziare con uno stand o organizzarsi all'interno di aule universitarie, ed eseguire una serie di operazioni che vanno dalla semplice raccolta dei CV degli studenti allo svolgimento di veri e propri colloqui per le loro posizioni aperte;
- **virtual Career Day:** il contatto è raggiunto **a distanza, tramite videochiamate e incontri virtuali** (allo stato attuale, anche per rispettare il distanziamento sociale). In questo modo, le aziende possono pianificare una scaletta e programmare videochiamate per conoscere i possibili candidati.

# Vantaggi del virtual Career Day

Nonostante i virtual Career Day si siano affermati in risposta all'emergenza sanitaria, non è escluso che essi potranno continuare ad essere organizzati anche in futuro, specialmente alla luce dei loro **evidenti vantaggi**:

- **risparmio sui costi di organizzazione e viaggio**: non parliamo solo dell'azienda, che può tranquillamente gestire tutto da remoto riducendo le spese e i tempi necessari all'organizzazione on-site, ma anche dei candidati. Questi potranno partecipare ai diversi colloqui consecutivi senza dover raggiungere la sede dell'evento o correre da una parte all'altra dell'Università, ma semplicemente terminando una chiamata e iniziandone un'altra;
- **strumenti di presentazione pratici e veloci**: presentazioni video, set di slides e altri formati multimediali che aiutano a farsi conoscere e chiarire le dinamiche all'interno dell'azienda e che possono essere condivise sullo schermo (funzione disponibile ormai su qualunque piattaforma);
- **operazioni automatizzate**: alcune azioni sono **rese estremamente più efficienti**, come ad esempio la gestione della modulistica oppure la prenotazione e l'ingresso dei partecipanti all'evento, a interventi e webinar.

Il **modulo Eventi di In-recruiting** è uno strumento utile a ottimizzare questi processi perchè offre la possibilità di **organizzare e personalizzare eventi online (ed interventi) e gestirli da remoto in modo facile ed efficiente**.



## COMPANY PRESENTATION

Il modulo Eventi di In-recruiting consente a un'azienda che vuole presentarsi ai futuri candidati in maniera autonoma, di digitalizzare in modo personalizzato l'intera gestione dell'organizzazione dell'evento, semplificando la raccolta delle iscrizioni dei candidati e le comunicazioni con gli iscritti.



# Organizzazione del Career Day

La buona riuscita del virtual Career Day è legata ad una serie di operazioni che è necessario svolgere prima, durante e dopo l'evento.

## PRIMA:

- **definire l'obiettivo:** prima di partecipare ad un Career Day, è bene porsi **traguardi chiari e raggiungibili**. E' importante definire quali posizioni si vogliono coprire e che tipo di candidato si vuole assumere. Si può scegliere, inoltre, di organizzare un evento in maniera autonoma migliorando il proprio Employer Branding o di partecipare ad uno organizzato da un ente esterno, come un'Università;
- **scegliere il team:** non solo membri del team HR e recruiters, ma anche Manager che, in caso di evento on-site, non avrebbero avuto la possibilità di essere presenti. E' sempre una buona idea far partecipare anche alumni dell'Università organizzante per creare un engagement più forte con i candidati;
- **strutturare il colloquio:** studiare la gestione del colloquio in sé e le domande da porre ai candidati;
- **organizzare la campagna promozionale:** è importante studiare e rispettare la tempistica di questo processo per ottenere validi risultati. Ad esempio: è bene partire con una campagna promozionale **circa 4 settimane** prima dell'evento, tramite inviti, pubblicità sui social network e sulle principali piattaforme studentesche, modulando lo svolgersi della campagna con il passare del tempo (ad esempio con **reminders** poco prima dell'evento).

## DURANTE:

- **parlare con più candidati possibili**, in modo da avere una chiara immagine delle risorse potenzialmente a disposizione, e conservare i CV e i contatti di ognuno di essi;
- **organizzare con cura gli slot temporali:** rispettare le tempistiche e concedere ad ogni candidato più o meno lo stesso tempo;
- **informare i candidati degli step successivi: a fine colloquio**, fornire un'idea generale delle tempistiche e delle azioni che l'azienda svolgerà dopo il colloquio, in modo da dare al candidato un'immagine più possibile accurata di ciò che succederà nel futuro più imminente;
- **essere disponibili per qualunque domanda:** è bene lasciare un po' di tempo per rispondere ad eventuali domande del candidato.

## DOPO:

- **contattare i candidati il prima possibile:** in questi eventi la concorrenza potrebbe essere forte quindi sarebbe opportuno ricontattare il candidato appena possibile, prima che riceva altre offerte;
- **misurare i risultati:** la buona riuscita di un evento va misurata tramite Key Performance Indicators (KPI) dedicati. Tra questi: il numero di partecipanti totali, il numero di intervistati, il numero di assunti, il time to hire e tanti altri ancora, da definire anche in base ai diversi obiettivi delle aziende.



# Come fare una buona impressione

Durante i Career Day, come sottolineato più volte, gli studenti hanno un **primo contatto** con le varie aziende. La prima impressione è fondamentale e, per questo motivo, i recruiter devono tenere a mente una serie di **fattori** che possono fare la differenza. Vediamoli nel dettaglio:

- **l'engagement deve partire prima dell'evento:** partendo dalle iscrizioni, le aziende possono reperire le informazioni necessarie per iniziare a coltivare la relazione con i candidati prima del contatto vero e proprio. A prescindere dal canale utilizzato (messaggi sui social networks, e-mail, ecc.), è fondamentale cercare di fornire una **proposta unica**. Per distinguersi in mezzo al gruppo di competitor, bisogna puntare su una **Employee Value Proposition (EVP) inimitabile**;
- **perfezionare il proprio Employer Branding:** più di 9 candidati su 10 cercano informazioni sull'azienda prima di fare il primo colloquio. Un motivo in più per cercare di migliorare l'**Employer Branding** è puntare su un ambiente accogliente ed attrattivo;
- **prepararsi in modo strategico all'intervista:** organizzare il colloquio per condurlo al meglio, avere un'idea chiara degli argomenti da trattare e informarsi sui potenziali interessi del proprio Talent Pool possono influire sull'immagine che si trasmette al candidato;
- **puntare sull'approccio virtual per abbattere barriere:** ad esempio, sfruttare la rapidità e la facilità di utilizzo delle tecnologie audio/video per mettere in contatto manager, executives e candidati. Gli strumenti e le piattaforme utilizzate per gestire gli eventi virtuali superano i limiti di spazio e tempo agevolando la partecipazione e l'incontro tra le persone;
- **coltivare il proprio network anche dopo l'evento:** tramite i social networks, in particolare LinkedIn, ormai è facile rimanere in contatto con i candidati, seguire i loro percorsi e rimanere aggiornati sulle loro eventuali disponibilità.

## Contatti utili



Via Amedeo Avogadro, 20 . 10121 Torino



[sales@interviewweb.it](mailto:sales@interviewweb.it)



[www.in-recruiting.com](http://www.in-recruiting.com)



+39 011 5862407

