

Recruiting creativo: soluzioni smart per scoprire talenti

I migliori talenti riescono a colmare le lacune nella maggior parte delle strategie di assunzione delle aziende. Le pagine di annunci di lavoro generici non riescono a coinvolgere i migliori candidati e spesso le aziende non riescono a connettersi a livello umano. Le campagne di assunzioni creative e "out-of-the-box" hanno aiutato alcune aziende a testare meglio le capacità dei candidati e di rintracciare le persone più talentuose per il ruolo.

Molte grandi aziende nel mondo si sono ingegnate per riuscire a trovare il modo di accaparrarsi i migliori talenti disponibili sul mercato trovando delle campagne di recruiting creative e allo stesso tempo vincenti. Eccone alcuni esempi:

Volkswagen: pubblicità nascosta

Avendo bisogno di nuovi meccanici qualificati, Volkswagen distribuì veicoli danneggiati a officine di riparazione in tutta la Germania, lasciando un annuncio di lavoro sul carrello di ciascuno. Ha aiutato l'azienda a portare un certo numero di lavoratori di talento e ad affermarsi come un marchio di reclutamento innovativo.

MGM Grand: Iron Chef

L'MGM Grand ha cercato internamente un nuovo capo chef per uno dei loro ristoranti, eseguendo la propria versione del famoso reality show "Iron Chef". Le squadre di ognuno dei 16 ristoranti del casinò, che vanno dai migliori chef fino ai cuochi della cena dei dipendenti, hanno ricevuto un ingrediente segreto e le hanno insegnato a preparare un pasto

di 4 portate in meno di 1 ora. Il vincitore, uno Sous chef di 23 anni da una caffetteria aperta 24 ore su 24, ha incrementato le vendite del raffinato ristorante giapponese del 400%!

Leggi anche: [Work Engagement: elemento essenziale nell'azienda moderna](#)

Mastercard Canada: sfida per i social media

Usando l'hashtag #internswanted, Mastercard Canada ha offerto agli studenti universitari la possibilità di competere per uno stage sui social media. I candidati hanno presentato un'idea per un prodotto, un'app o una tecnica per aiutare l'azienda a creare un futuro senza contanti. I concorrenti sono stati giudicati in base alla quantità di "Mi piace" e "retweet" ottenuti dalle loro idee. La campagna ha fruttato 532 talenti tra cui scegliere i nuovi stagisti.

Uncle Grey : Fortress 2

A causa delle difficoltà a trovare sviluppatori front-end attraverso canali standard, l'agenzia danese Uncle Gray, consapevole del proprio mercato di riferimento, si è rivolta al popolare gioco online "Fortress 2". Hanno raggiunto un accordo di sponsorizzazione con i migliori giocatori che hanno rappresentato la compagnia come ambasciatori all'interno del gioco, distribuendo poster e promuovendo l'url della pagina di reclutamento. Nel giro di una settimana, Uncle Grey aveva più di 50 domande e aveva trovato il candidato ideale.

Leggi anche: [Un recruiting efficace in 10 mosse](#)

Quixey : 60 secondi di sfida

Lo startup della "Silicon Valley" Quixey, in competizione con Facebook e Google come top talent, ha sfidato gli ingegneri a risolvere un puzzle di programmazione di 60 secondi, offrendo un premio di 100 dollari al giorno per un mese. Uno scenario

vincente, il migliore è andato via con il denaro in mano e Quixey ha ottenuto l'accesso esclusivo a dei veri talenti, molti dei quali sono riusciti a salire a bordo.

Quindi a conti fatti è necessario essere attrattivi verso i talenti. È questa oggi una delle grandi sfide di talent management che le aziende sono chiamate ad affrontare per rimanere competitive su un mercato soggetto a continui cambiamenti. Esistono diverse tecniche di recruiting davvero originali e, con un po' di creatività, se ne possono creare molte altre, basta dare spazio alla fantasia.

Leggi anche: [Il Chief Happiness Officer: il manager della felicità](#)