

# «Oggi l'azienda valuta il carattere Ragazzi, imparate a fare squadra» I consigli della John Cabot University

Antonella Salvatore, docente di Marketing: «Devono essere i ragazzi a dire alle aziende che cosa sono in grado di fare per quella realtà»

Giulia Prosperetti  
ROMA

«**U**NO dei primi passi per potersi avvicinare in maniera efficace al mondo del lavoro è conoscersi un po' di più, capire quali sono le proprie debolezze e i punti di forza su cui puntare». Antonella Salvatore, docente di Marketing e direttore del centro di avviamento alla carriera della John Cabot University di Roma, dal 2010 si occupa di formazione e di orientamento al lavoro. Dalla sua esperienza è nato un blog, Osservatorio Cultura Lavoro, e un libro, 'Stressati o sdraiati? Solo in cerca di lavoro' (Franco Angeli, 2018).

**NEL SUO** libro, la Salvatore offre ai giovani (e meno giovani) consigli per entrare in un mondo occupazionale competitivo e in continuo cambiamento. Una ricetta che, bandendo il fatalismo, invita i ragazzi a investire su se stessi in maniera proattiva e decisa.

**Partiamo dall'invio del curriculum. Come deve essere fatto?**

«La prima caratteristica che deve avere un curriculum è la chiarezza.



za. Noi, ad esempio, alla John Cabot utilizziamo un modello diverso da quello europeo che a nostro avviso è molto complesso e difficile da leggere. Dobbiamo pensare che il potenziale datore di lavoro solitamente ha 20 secondi per leggere un curriculum e decidere se chiamare o meno un candidato. Altra caratteristica importante è la sinteticità. Nel curriculum bisogna inserire solamente le informazioni necessarie, senza dilungarsi inutilmente. Importantissima è poi l'assenza di errori. Basta un refuso e l'azienda non chiama».

**Quali sono i consigli che dà ai ragazzi e alle ragazze in vista di un colloquio?**

«La preparazione parte, innanzitutto, da un'attenta raccolta di in-

## LA DOCENTE ANTONELLA SALVATORE

Professoressa di Marketing e direttore del centro di avviamento alla carriera della John Cabot University

formazioni sull'azienda in questione. Quando arrivano a un colloquio i ragazzi devono sapere esattamente qual è il contesto in cui si trovano e aver letto il maggior numero di notizie sull'azienda per la quale si stanno candidando».

**C'è un piccolo segreto che può fare la differenza?**

«Un consiglio che diamo sempre è quello di immaginare quale tipo di contributo possono dare a quell'azienda».

**Un errore frequentemente commesso dai giovani candidati?**

«Il problema molto spesso è che i candidati si aspettano che le aziende facciano qualcosa per loro mentre quello che diciamo continua-

**NUOVO CORSO**  
DI 1.500 ORE

## Bergamo prepara esperti digitali

A Bergamo la Scuola di management (Sdm) dell'università ha lanciato la prima edizione del master in Digital business development di primo livello, aperto, quindi, anche a chi ha una laurea triennale. Un corso di perfezionamento di durata annuale, con 1.500 ore di formazione, tra aula, project work ed elaborazione della tesina finale. In cattedra non salgono solo docenti universitari, ma anche esperti del mondo digitale, professionisti che sono a contatto con la sfida della digital transformation sul campo.

mente ai ragazzi è che devono essere loro a dire alle aziende che cosa sono in grado di fare per quella specifica realtà, quale problema sono in grado di risolvere, che tipo di attitudine portano. Soprattutto non occorre mentire».

**Ovvero?**

«Molti ragazzi vogliono apparire perfetti invece noi gli facciamo capire che tutti hanno delle debolezze e delle aree di miglioramento. L'importante è esserne coscienti e sapere in che maniera si possono compensare queste carenze».

**In base ai feedback che riceve, quali sono le caratteristiche maggiormente apprezzate dalle aziende?**

«Nei giovani laureati le aziende cercano e apprezzano soprattutto le soft skills, quelle competenze trasversali che vanno al di là delle competenze tecniche. Un'azienda valuta, prima di tutto, come il ragazzo si relaziona e gestisce il rapporto con gli altri, il 'saper fare squadra', la sua capacità di ingegnarsi per risolvere problemi e gestire conflitti. Le aziende spesso mi dicono che non cercano qualcuno di completamente formato perché in molti casi è previsto un percorso di formazione interna. Ma l'azienda non può formare una personalità e quella è una caratteristica che il ragazzo deve essere in grado di far emergere».

**Ad oggi quali sono le figure professionali più richieste?**

«Secondo la nostra ultima statistica, nel 2017 e nei primi sei mesi del 2018, il 30 per cento degli studenti e dei laureati alla John Cabot University, percentuale che costituisce la maggioranza, ha trovato collocazione nei settori Comunicazione, Marketing e Digitale. Al secondo posto viene la Finanza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA