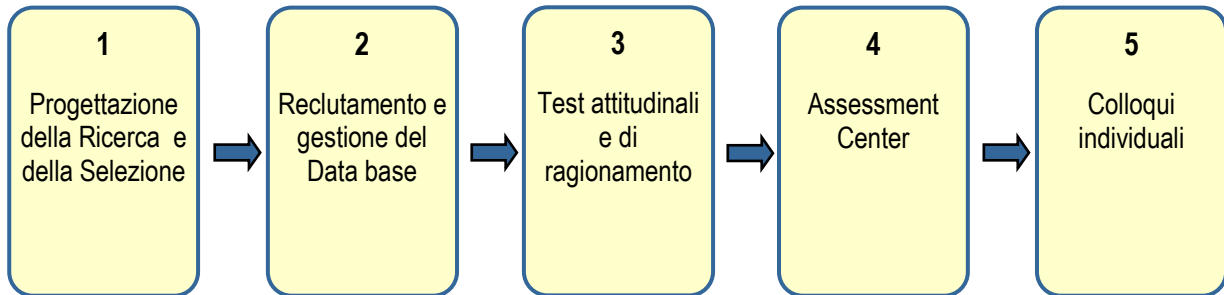


APRIRE UN CALL CENTER

LE FASI E LE MODALITÀ DI INTERVENTO



Fase 1 - Progettazione della ricerca e della selezione

Di concerto con l'Azienda Cliente si tratta di definire:

- ◇ **I profili "ideali":**
 - aspetti generali (età, scolarità, provenienza, esperienza ...);
 - dimensioni personali (motivazioni, attitudini, elementi di personalità).
- ◇ **Le condizioni** contrattuali (tipologia e durata), economiche e di lavoro (attività, orari, turnistica, ...) per essere "chiari" con i candidati durante la selezione e coerenti con il mercato del lavoro locale.
- ◇ La condivisione dei **del messaggio di recruiting** per rendere visibile e appetibile la proposta dell'Azienda Cliente.

Fase 2 - Reclutamento e gestione del Data base

- ◇ Effettuiamo il reclutamento tramite **siti di recruiting on-line**, ritenendoli strumenti adeguati alle caratteristiche dei candidati (popolazione giovane, scolarizzata, utilizzatrice di strumenti informatici).
- ◇ Creiamo un link tra il sito di reclutamento e quello di Metodo e mettiamo a disposizione una **pagina Web** con un form nel quale i candidati possono imputare direttamente i dati significativi per la selezione.
- ◇ Le candidature confluiscono in un **Data base - archivio informatico** - utile per la gestione di tutte le fasi del processo di selezione (convocazione ai test, elaborazione della graduatoria, stesura dei profili individuali, ecc).

Facciamo presente che tutte le candidature del data base saranno di esclusiva proprietà dell'Azienda Cliente, che potrà utilizzarle, se lo riterrà opportuno, anche per altre selezioni.

- ◇ Attraverso il Data base effettuiamo anche un **primo screening**, per deselezionare le candidature non in possesso dei requisiti formali richiesti dall'Azienda Cliente (età, zona di provenienza, titolo di studio, ...).

A questo riguardo, un elemento di riflessione: consideriamo una risorsa "rara" i candidati in possesso delle caratteristiche cognitive, di personalità e di motivazione adeguate alla copertura dei ruoli previsti; occorre, quindi, un reclutamento ampio: un rapporto 1:25 (a valle del primo screening) può essere indispensabile.

Fase 3 - Test attitudinali e di ragionamento

Attraverso i test - somministrati in forma collettiva - effettuiamo un ulteriore screening, selezionando solo i candidati che dimostrano attitudini e capacità di base in linea coi ruoli trapiandati.

I test che utilizziamo sono inediti e di nostra progettazione; si tratta di diagnostici ampiamente sperimentati nella selezione di figure di vendita (circa 50.000 somministrazioni su popolazioni di diplomati e laureati) di cui possediamo i riferimenti statistici aggiornati e pertinenti. La batteria che proponiamo ha la durata di circa 2 ore ed è incentrata su 3 fattori: efficienza mentale, fluidità e ragionamento verbale, competenza numerica.

L'*output* di questa fase è una graduatoria, che viene elaborata:

- ◇ per merito (punteggioai test);
- ◇ sulla base delle informazioni fornite dal candidato attraverso la compilazione di un questionario a risposta chiusa, somministrato prima dei test e leggibile in modo automatico; le domande del questionario sono concordate con la Committenza e vertono su: disponibilità alle condizioni di lavoro proposte e alle forma contrattuali, possesso di conoscenze/capacità considerate necessarie (ad esempio la familiarità nell'uso del computer, ...).

Questa impostazione consente di "mirare" meglio le fasi successive, rendendole più economiche ed efficaci.

Fase 4 - Assessment Center

Chi supera i test dimostra di possedere i requisiti di base - attitudinali e cognitivi - per svolgere le mansioni trapiandate.

Occorre poi verificare elementi quali le caratteristiche personali e le motivazioni.

La metodologia dell'assessment center è in grado di fornire queste informazioni.

Nella nostra impostazione ogni sessione di Assessment:

- ◇ dura circa quattro ore,
- ◇ prevede 10 partecipanti,
- ◇ coinvolge 2 osservatori senior.

Le prove che utilizziamo sono:

- ◇ esercitazioni di gruppo, per raccogliere informazioni sullo stile relazionale;

- ◇ esercitazioni individuali, per rilevare elementi sulle capacità di organizzazione, di delega e di controllo, di iniziativa e di decisione.

Le prove sono inedite e di nostra progettazione; in funzione delle decisioni che vengono prese con il cliente, tali prove sono di argomento "generico" o contestualizzate nell'ambito del settore di destinazione.

Fase 5 - Colloqui individuali

Lo strumento principe di selezione è il colloquio individuale; un "buon colloquio" deve permettere di verificare tutte le dimensioni che caratterizzano il profilo concordato.

Per gli operatori di call center, normalmente ricerchiamo e valutiamo:

- ◇ Motivazione al ruolo
- ◇ Capacità di relazione
- ◇ Orientamento alla vendita
- ◇ Attitudine al lavoro di gruppo
- ◇ Capacità di problem solving
- ◇ Autocontrollo e gestione dello stress

Per i Sales Manager sono inoltre ricercate doti organizzative e di leadership.

Output - Le graduatorie finali sono generate in base a tutte le prove sostenute esprimendo una valutazione di idoneità rispetto ai ruoli ricercati. Per i candidati proposti al Cliente, stendiamo un report sintetico su tutte le dimensioni che fanno parte del profilo concordato.

I TEMPI DELLA PROCEDURA

Dalla pubblicazione dell'annuncio, occorrono circa tre settimane per raccogliere le candidature e realizzare il "primo contatto" di tipo collegiale

L'intero processo di selezione richiede circa 8 settimane.

sett.	1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a	6 ^a	7 ^a	8 ^a
Fase 1 - Progettazione								
Fase 2 - Reclutamento								
Fase 3 - Test								
Fase 4 - Assessment								
Fase 5 - Colloqui								