

Nei forum online per chi cerca lavoro, lo scambio di esperienze e impressioni Aziende in «chat», in testa CheBanca

Basta che se ne parli? Se anche per le aziende funzionasse come per le star (essere sulla bocca di tutti fa comunque pubblicità) allora CheBanca, Fiat e Intesa Sanpaolo, solo per citare le più «citate», dovrebbero essere più che contente circa l'interesse suscitato tra i giovani. I quali sui social media italiani, dai forum ai blog ai newsgroup ai social network, parlano abbondantemente di lavoro. Le conversazioni della generazione web sono state monitorate da BlogMeter con l'analisi di quasi mezzo milione di messaggi scambiati nella blogsfera. Alla fine è arrivata la classifica delle 50 aziende più menziona-

te, guidata da CheBanca con il 19,4% delle citazioni, seguita da Gruppo Fiat (15,1%), Intesa Sanpaolo (9,7%), Accenture (7%) ed Enel (5,7%). Ma nel ranking, tra le altre, ci sono anche Microsoft (3,7%), Unicredit (3,4%) e Poste Italiane con «solo» il 2,6% che, però, significa comparire in ben 13 mila post.

Ma cosa si dicono gli inter-

I gruppi

In vetta CheBanca, seguita da Fiat, Intesa Sanpaolo, Accenture ed Enel

nauti? Parlando di Fiat, per esempio, citano spesso questioni sindacali, mentre su CheBanca prevalgono le «dritte» sui colloqui di selezione e, su Intesa Sanpaolo, si guarda ai profili selezionati per le assunzioni. «C'è una grande richiesta di informazioni - spiega Alessandro Bignardi, partner di BlogMeter - chiedono quanto paghi una certa azienda, che benefit offra e così via. Per i giovani non è un parlar bene o male via web, è solo la loro via principale di comunicazione». Ma avere una «buona reputazione» è comunque importante per attirare i talenti migliori. «Se sul web si parla poco di

un'azienda significa che suscita poco interesse - commenta Daniele Maselli, partner di Cesop Communication che ha commissionato l'indagine - Ciò può dipendere dal fatto che l'azienda in quel momento non sta assumendo, ma anche che sa usare poco gli strumenti del web 2.0. Ma non è solo l'impresa che deve curare la brand reputation, anche i giovani devono imparare a fare "personal branding", cioè a procurarsi un'immagine sul web che non abbia troppe falle. Sempre più, infatti, quando devono assumere qualcuno i responsabili del personale vanno a tracciare il suo profilo anche sui social media. Bisogna quindi stare attenti a cosa si pubblica, anche quando si è ancora studenti e non si pensa al lavoro».

Enzo Riboni

© RIPRODUZIONE RISERVATA



CheBanca Christian Miccoli