

Quando i dirigenti devono cambiare settore

LE "REGOLE" ELABORATE DALLA SOCIETÀ DI SELEZIONE TECHNICAL HUNTERS PER IMPARARE A COGLIERE LE OCCASIONI IN COMPARTI DIVERSI

Andrea Rustichelli

Roma

«Dai diamanti non nasce niente, dal letame nascono i fiori». Così recita un famoso passaggio di una canzone di Fabrizio De André. Parole che, mai come ora, potrebbero funzionare anche da mantra per più di qualche manager, alle prese con i turbolenti cambiamenti di questi anni. Un elogio dell'innesto e dell'ibridazione, che fa di necessità virtù. Perché dagli spiazzamenti professionali e dal rimescolamento delle carte, superato il trauma della perdita del lavoro, possono nascere i fiori dell'innovazione.

Così capita sempre più spesso che, a causa della recessione, manager formati in un determinato settore si debbano rivendere in tutt'altro ambito: spazzando via, con l'adeguato senso della sfida, posture mentali rigide, ormai divenute impraticabili. È l'era del "manager liquido", come direbbe il sociologo Bauman? Qualcosa del genere sta accadendo, mettendo in risalto i cosiddetti *soft skills*



dei professionisti, rispetto alla mera technicality, cioè alle competenze rigide e poco spendibili in altri contesti.

«Lo stiamo notando in particolare nel settore finanziario, dove ora c'è una certa paralisi: molti professionisti cercano alternative altrove. E spesso ci capitano manager che rispondono ad annunci molto diversi rispetto alla loro area di provenienza», dice Diego Di Barietta, director della società di selezione e ricerca di manager Techni-

cal Hunters, dove è responsabile della divisione Finance Hunters. Arrivano, per esempio, candidature per posizioni nel settore industriale da parte di project manager provenienti dal mondo assicurativo o bancario. «La trasversalità delle competenze, accentuata dall'instabilità determinata dalla crisi, può senza dubbio essere un investimento interessante per le aziende, perché crea energie e spinte innovative», aggiunge Di Barietta.

LE REGOLE D'ORO

Le qualità utili

Ascolto nella fase antecedente l'incontro si tratta di ascolto "della rete": lettura del sito aziendale, ricerca di informazioni di settore e sulla persona che avete di fronte.

Informazione leggere tra le righe di un annuncio non dà sempre tutte le risposte. Preparato domande ben formulate che chiariscano i vostri dubbi sul lavoro, sull'azienda, sul ruolo e sul processo di selezione. **Sintesi** una delle virtù più apprezzate in azienda, perché trasmettere il maggior numero di informazioni nel minor tempo possibile vuol dire avere metodo, rigore logico e capacità espressive.

Risposte concentratevi sulle domande, non abbiate fretta di rispondere, ma siate concisi, diretti e soprattutto rispondete nel merito.

Cosa fare

Preparatevi sui vostri punti deboli poiché nessuno di noi è perfetto e qualcosa affiorerà.

Abbiate degli obiettivi e dimostratele alla domanda "Ora, ha lei qualche domanda da fare?", il modo più certo di rovinare un colloquio è rispondere "no, non mi viene in mente niente".

Dimostrate che siete lì perché fatevi sentire prendete informazioni sull'azienda e fate vedere che l'avete fatto.

Preparate una presentazione di voi stessi deve essere complementare al CV e deve esporre i seguenti punti: capacità, abilità, conoscenze, risorse, potenziale.

Dimostrate come sapete cogliere e dimostrare le complessità qualità imprescindibili sono l'analisi e l'interpretazione dei fatti, con realismo e senso dell'opportunità.

Nel grafico a sinistra, i flussi dei manager in uscita verso altri settori. A fianco le "regole" d'oro per non sbagliare.

Data la rilevanza epocale del fenomeno, Technical Hunters ha prodotto una serie di consigli per questi aspiranti, una sorta di vademecum. Vi si legge tra l'altro: «Una buona preparazione sull'azienda, sui prodotti e servizi e soprattutto su quali elementi sottolineare nel proporre la propria candidatura saranno fondamentali per aumentare le proprie chance di successo». E poi un consiglio di merito: «Se siete in svantaggio prescrive il vademecum - perché il vostro *curriculum vitae* sembra oggettivamente debole rispetto al ruolo ricercato, non potete limitarvi a fare bene il "compitino" durante la selezione: dovete prendervi dei rischi maggiori pur di farvi notare. Non avendo niente da perdere, dovete provare a mettere sul tavolo caratteristiche diverse, che in qualche modo diano al selezionatore/potenziale datore di lavoro l'impressione di trovarsi di fronte a un professionista con capacità ed esperienze assimilabili a quelle ricercate».

Eppure l'eventuale pigrizia o l'insicurezza di questi manager "in transito" non sono gli unici

ostacoli. Anzi, sembrano il problema minore. Perché il principale nemico della duttilità e degli innesti si rivela, in molti casi, il datore di lavoro: non solo le piccole aziende, tradizionalmente più diffidenti, ma anche le multinazionali.

I manager italiani, di fronte alla crisi, sistano rivelando abbastanza reattivi e senza dubbio anche gli *head hunters* apprezzano una certa mobilità mentale. «Ma sono le imprese - sottolinea Di Barietta - a manifestare scarsa lungimiranza: preferiscono i ruoli classici alle sfide degli innesti. E la cosa sorprendente è che anche le realtà più grandi, di stampo internazionale, qui in Italia diventano riluttanti rispetto all'inserimento di manager dalle provenienze diversificate. Prevalde da noi un certo tradizionalismo che non giova alla mobilità professionale: si preferiscono i manager ready-to-go».

Si tende, quindi, a privilegiare la filosofia dell'"usato sicuro". «Purtroppo - spiega Di Barietta - il mercato italiano è piuttosto statico rispetto all'estero. C'è una resistenza culturale. A Londra può fare scuola, per esempio, la scelta di una società finanziaria che inserisce come key account manager un professionista proveniente da un grande marchio del beverage».