

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

SCUOLA DI SCIENZE POLITICHE

**Corso di laurea magistrale in
Comunicazione Pubblica e d'Impresa**

**Personal Branding, Online Reputation e
E-Recruitment: il caso degli studenti di Bologna**

Relatore:

Chiar.ma Prof.ssa: Saveria Capecchi

Correlatore:

Chiar.ma Prof.ssa: Debora Mantovani

Presentata da:

Marco Giordano

Appello IV

Anno Accademico 2015/2016

Indice:

1. Introduzione	Pag 1
2. Personal branding Online reputation	Pag 3
2.1 Personal Branding	Pag 3
2.2 Networking	Pag 9
2.3 Contenuti	Pag 11
2.4 Digital Personal Branding	Pag 13
-Facebook	Pag 14
-Twitter	Pag 17
-Blog Personale	Pag 20
-Instagram	Pag 23
-Youtube	Pag 24
2.5 Online reputation	Pag 26
3. E-recruitment	Pag 30
3.2 Piattaforme di e-recruitment	Pag 32
3.4 Recruitment in Germania	Pag 42
-Studentenwerk	Pag 43
-Piattaforme maggiormente utilizzate	Pag 43
4. LinkedIn, la più grande piattaforma di e-recruitment online al mondo	Pag 44
4.1 Reid Hoffman il fondatore di LinkedIn	Pag 44
4.2 La storia	Pag 46
4.3 Come funziona	Pag 49
4.4 LinkedIn in Italia	Pag 55
5. Il caso degli studenti dell'università di bologna	Pag 57
5.1 Metodologia utilizzata	Pag 57
5.2 Analisi dei dati	Pag 60
6. Conclusioni	Pag 67
7. Sitografia	Pag 70
8. Bibliografia	Pag 76
9. Appendice	Pag 78

L'assunto principale da cui parte questa tesi è che i giovani, non conoscano fino in fondo le modalità di trattamento della propria immagine, non comprendendone i rischi legati alla propria reputazione online. Le tematiche affrontate in questa tesi sono di grande attualità anche in relazione alla crisi identitaria moderna e alla difficoltà che i “Millennials” hanno nel relazionarsi con la propria immagine e con un mondo lavorativo profondamente cambiato rispetto a quello della generazione precedente e in continua evoluzione.

Verranno affrontate le tematiche di personal branding, della reputazione online e dell'e-recruitment e di come gli studenti, ed ex studenti, dell'almamater di Bologna vi si relazionano. Nel secondo capitolo verrà analizzato come il personal branding sia indispensabile nella vita lavorativa e non di ogni persona, diventando punto cardine per molti professionisti e personaggi di spicco di tutte le società. Il capitolo ha l'intento di delineare le linee generali per quanto riguarda la creazione di contenuti, la gestione del network personale e nello specifico verranno analizzati con cura tutti i Social Network su cui si possono perfezionare le tecniche di Personal Branding. Verrà inoltre analizzato come la reputazione, nei tempi moderni, è ancora più importante perchè va curata in relazione al web, un medium che è penetrato in ogni lato della vita di tutti i giorni.

Nel terzo capitolo verrà indagato il fenomeno dell'e-recruitment, di importanza primaria nel mondo lavorativo, e dei modi in cui ha rivoluzionato i mestieri legati alle risorse umane. Inoltre si analizzeranno le più importanti piattaforme legate all'e-recruitment utilizzate in Italia. Verrà fatto un paragone con la Germania, il paese che nell'immaginario comune è visto come quello che ha il più forte sistema di welfare e di collocazione, e che nei fatti è uno di quelli con il tasso di disoccupazione più bassi d'europa.

Nel quarto capitolo si spiegherà il fenomeno LinkedIn, dalla sua nascita fino ai giorni nostri e di come ha cambiato le carte in tavola per quanto riguarda il recruitment e la pratica del networking. LinkedIn è stato il primo social network ad affrontare approfonditamente, e in modo completo, tutte le tematiche che riguardano il recruitment online, riuscendo a sfruttare il momento storico favorevole e imponendosi come leader del settore.

Nel quarto capitolo verranno analizzati i dati delle interviste fatte agli studenti ed agli ex studenti dell'Ateneo Bolognese per quanto riguarda tutte le tematiche affrontate nella tesi, per capire quanto questi ultimi conoscano gli argomenti, in un momento in cui sono o sono appena, entrati nel mondo del lavoro.

In conclusione, si potrà vedere come le tematiche studiate nella tesi vengono affrontate dai soggetti intervistati, in che modo si correlano con la propria immagine online, con le modalità di reclutamento moderne e con alcune tematiche legate alla privacy.

Il personal branding negli ultimi anni è tornato in auge come “metodo innovativo” per spiccare rispetto agli altri, utilizzato per la maggiorparte su piattaforme web. In realtà il personal branding è una pratica antichissima, si è sempre utilizzata nel mondo cosiddetto “offline”, da sempre le persone hanno cercato di utilizzare tecniche per spiccare rispetto alla massa. Già nell'antichità personaggi famosi e sovrani utilizzavano tecniche di personal branding, come ad esempio Cleopatra che indossava sempre vestiti Viola, colore che denotava regalità ai tempi dei romani. Tutte queste “nuove teorie” venute fuori negli ultimi anni, di come comportarsi nei social network e più in generale nel mondo del web sono in realtà solo la trasposizione di pratiche utilizzate da millenni su nuovi medium.

Knoote-Parke Ashley nel libro “*Brand it Purple: Stand Out in a Crowd*” parla di come in realtà, le persone siano incapaci di non giudicare:

“Gli esseri umani non sono capaci di non giudicare, è nel nostro DNA, non possiamo semplicemente farci niente. Non è qualcosa che facciamo consapevolmente, è istinto. [...] Utilizziamo il nostro istinto negli affari, nel creare relazioni e la fiducia rappresenta le fondamenta di ogni relazione valida.”

In generale, credo che l'unico modo di farsi notare e di avere un buon personal branding sia “essere se stessi” o come diceva Oscar Wilde : “*Be yourself, everyone else is already taken*”. In fin dei conti le persone che hanno successo hanno semplicemente saputo come esporre le parti migliori di se stessi, valorizzandole e cercando di non imitare nessuno.

Gli studenti dell'ateneo di Bologna, come in generale tutti i millennials, devono giornalmente rapportarsi con tutte le tematiche legate a questa tesi. La loro immagine online è sempre passata al vaglio, in primo luogo fra le persone che frequentano e in secondo luogo da tutto il mondo e da ipotetici datori di lavoro.

Nella mia ricerca ho potuto constatare come molti di loro siano poco attenti alla propria immagine online, non conoscendo a fondo i rischi che corrono utilizzando social network o altre piattaforme legate al web. Per quanto riguarda l'utilizzo di linkedin, circa 7 soggetti su 10 avevano un profilo sulla piattaforma, ma la quasi totalità, ha espresso pareri contrastanti riguardo l'effettiva efficacia dell'utilizzo della piattaforma di e-recruitment più famosa del mondo. Solo alcuni ritenevano che “funzionasse” e la maggiorparte lo utilizza solo come “*curriculum online da aggiornare di tanto in tanto*”.

Molti studenti erano impreparati sia per quanto riguarda il Personal Branding che la reputazione online, temi che invece andrebbero conosciuti e le cui ripercussioni quotidiane, a

seguito di una mala gestione della propria immagine, sono tangibili ed evidenti.

In generale il mio pensiero è che si dovrebbero conoscere a fondo sia le tecniche di gestione e promozione della propria immagine online sia i rischi che si possono incontrare sul web, seguendo l'assunto: “il web non dimentica”, frase oggi, più attuale che mai.

Sitografia:

<http://bebusinessed.com/history/history-of-linkedin/> (2/01/2017)

https://en.wikipedia.org/wiki/Reid_Hoffman (2/01/2017)

<http://www.forbes.com/profile/peter-thiel/> (2/01/2017)

<https://www.sequoiacap.com/> (2/01/2017)

<http://allthingsd.com/20081217/linkedins-hoffman-takes-back-ceo-title-as-nye-departs-and-weiner-enters/> (4/01/2017)

<https://techcrunch.com/2008/12/17/management-shakeup-at-linkedin-reid-hoffman-takes-back-ceo-role-jeff-weiner-as-interim-president/> (4/01/2017)

<https://www.lynda.com/press/pressrelease?id=4563> (5/01/2017)

<http://www.ilsole24ore.com/art/finanza-e-mercati/2016-06-13/microsoft-compra-linkedin-262-miliardi-dollari-144206.shtml?uuid=ADHRxBb> (5/01/2017)

<https://www.linkedin.com/pulse/20141029101559-93464674-raggiungere-il-proprio-target-su-linkedin-scrivere-un-riepilogo-efficace> (6/01/2017)

<http://www.skande.com/profilo-linkedin-201401.html> (10/01/2017)

<http://www.skande.com/> (10/01/2017)

<https://www.linkedin.com/premium/products?family=jss> (10/01/2017)

<http://www.consulenzasocialmedia.it/linkedin-premium-come-funziona/> (12/01/2017)

http://www.corriere.it/tecnologia/social/16_novembre_29/linkedin-italia-ha-10-milioni-

iscritti-terzo-paese-europa-numero-utenti-competenze-tech-7e135f34-b65a-11e6-99ac-c46934d0b21c.shtml?refresh_ce-cp (12/01/2017)

<http://startupitalia.eu/58478-20160618-exit-linkedin-microsoft-spiegate> (12/01/2017)

<http://www.soldiblog.it/post/85626/self-branding-che-cose-significato> (12/01/2017)

<https://www.quora.com/How-do-I-build-a-personal-brand#> (12/01/2017)

https://en.wikipedia.org/wiki/Personal_branding (13/01/2017)

<https://fralinm.files.wordpress.com/2011/07/personalbranding20.pdf> (13/01/2017)

<http://www.personalbrandingblog.com/the-personal-branding-authority-flowchart/>
(13/01/2017)

<http://www.michelangelogiannino.com/blog/engagement-come-si-misura-e-crearlo/>
(15/01/2017)

https://transybusinesswriters.files.wordpress.com/2013/09/analog_digital_personalbranding.pdf (15/01/2017)

<https://www.youtube.com/watch?v=rGbsb6aXbzc> (15/01/2017)

https://vimeo.com/61260127?utm_medium=Email&utm_source=ExactTarget&utm_campaign=Global_Webinar_Personal_Branding&partner=eblast (15/01/2017)

<https://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/> (15/01/2017)

https://it.wikipedia.org/wiki/Jakob_Nielsen (16/01/2017)

<https://www.socialcustomer.com/2008/05/the-cuckoo.html> (16/01/2017)

<http://www.melbourneresumes.com.au/services/personal-branding/> (16/02/2017)

<http://www.patriziapisano.info/come-ci-si-comporta-su-facebook-12-utili-suggerimenti/>
(16/02/2017)

<http://www.mysocialweb.it/2014/08/20/profilo-facebook/> (18/01/2017)

<https://www.wired.it/internet/social-network/2015/12/14/facebook-licenziamento-per-post-sgradito/> (18/01/2017)

<http://iltirreno.gelocal.it/pontedera/cronaca/2016/05/14/news/licenziata-dalla-piaggio-per-un-commento-su-facebook-1.13471872> (18/01/2017)

<http://socialmediamarketing.it/twitter-italia-2016-panoramica/> (19/01/2017)

<https://twitter.com/robertosaviano/status/829305613473689600> (19/01/2017)

<https://twitter.com/evanoconnell/status/829336357684256770> (19/01/2017)

<https://twitter.com/ViceNewsIT/status/8293018w43373199362> (19/01/2017)

<http://startupitalia.eu/65471-20161107-numeri-twitter-italia> (19/01/2017)

http://hosting.mrwebmaster.it/faq-domini/differenza-c-domini-com-net-org_36.html
(21/01/2017)

<http://www.rudybandiera.com/> (21/01/2017)

<http://www.nomadidigitali.it/lavoro-e-opportunita/dieci-consigli-utili-se-stai-pensando-di-aprire-un-blog/> (21/01/2017)

[https://it.wikipedia.org/wiki/Ottimizzazione_\(motori_di_ricerca\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Ottimizzazione_(motori_di_ricerca)) (23/01/2017)

<https://it.wordpress.com/features/> (23/01/2017)

https://it.wikipedia.org/wiki/Content_management_system (23/01/2017)

<https://firstsiteguide.com/best-lifestyle-blogs/> (23/01/2017)

<https://firstsiteguide.com/best-lifestyle-blogs/> (23/01/2017)

<https://www.wired.it/internet/social-network/2016/06/21/instagram-500-milioni-utenti-mese/> (24/01/2017)

https://it.wikipedia.org/wiki/Search_engine_results_page (24/01/2017)

<https://www.youtube.com/yt/press/statistics.html> (24/01/2017)

<http://www.ninjamarketing.it/2010/11/04/personal-branding-e-youtube-5-esempi-da-cui-imparare-per-trovare-lavoro/> (24/01/2017)

http://www.corriere.it/cultura/11_novembre_28/di-stefano-italiani-non-capiscono-la-lingua_103bb0fa-19a8-11e1-8452-a4403a89a63b.shtml (24/01/2017)

<http://www.lastampa.it/2013/05/27/tecnologia/google-e-web-come-gestire-la-reputazione-online-fgdjGzJ30MJRCEpfgPZ0J/pagina.html> (24/01/2017)

<http://www.lastampa.it/2013/05/27/tecnologia/google-e-web-come-gestire-la-reputazione-online-fgdjGzJ30MJRCEpfgPZ0J/pagina.html> (24/01/2017)

<https://support.google.com/accounts/answer/1228138?hl=it> (24/01/2017)

<https://www.theguardian.com/technology/2013/may/24/search-me-online-reputation-management> (26/01/2017)

http://www.reputazionedigitale.it/servizi-reputation-manager?gclid=CjwKEAiAz4XFBRCW87vj6-28uFMSJAAHeGZbgrllpVIPEwbrlDtWijCw35hCIcjEUOW_B3RRm9qiBhoC85zw_wcB (26/01/2017)

<https://en.wikipedia.org/wiki/Recruitment> (26/01/2017)

<http://www.marcofavero.com/tesi-recruiting-online/i-punti-di-forza-e-di-debolezza-e-recruiting/> (26/01/2017)

<http://gianfrancomarini.blogspot.it/2014/01/il-social-media-recruiting.html>
(26/01/2017)

<https://medium.com/@deliacentrone/il-reclutamento-vantaggi-e-svantaggi-del-social-recruiting-8e60d1849df#.9nx1bcemd> (26/01/2017)

<http://news.talentmanager.com/2013/10/01/social-media-recruiting-unopportunita-per-aziende-e-candidati/> (26/01/2017)

<http://web.jobvite.com/rs/jobvite/images/2014%20Job%20Seeker%20Survey.pdf>
(26/01/2017)

<http://www.modellocurriculum.com/monster-il-sito-per-la-ricerca-del-personale-on-line.html>
(26/01/2017)

<http://temi.repubblica.it/guide-lavoro-e-master/2008/11/11/monsterit/> (26/01/2017)

<https://www.monster.com/about/our-company> (27/01/2017)

<https://it.wikipedia.org/wiki/Viadeo> (27/01/2017)

<https://jobtic.ch/it/rivista/articolo/1448> (27/01/2017)

http://www.corriere.it/economia/12_aprile_16/jobrapido-acquisizione-lomele-sideri_bf16a75e-87eb-11e1-99d7-92f741ee01c.shtml (29/01/2017)

<https://it.wikipedia.org/wiki/Jobrapido> (29/01/2017)

<http://www.qjob.it/blog/cosa-sono-le-agenzie-di-recruiting/> (29/01/2017)

<http://job24.ilsole24ore.com/news/Articoli/2014/02/Jobyourlife-comune-5032013.php>
(29/01/2017)

<http://www.voglio vivere così.com/face4job-un-nuovo-modo-per-trovare-lavoro.html>
(29/01/2017)

<http://it.face4job.com/> (29/01/2017)

<https://www.wired.it/economia/lavoro/2014/11/06/face4job-tutte-facce-recruiting/>
(30/01/2017)

<http://www.aranzulla.it/siti-per-cercare-lavoro-951982.html?fabm=file> (30/01/2017)

http://www.repubblica.it/next/2014/06/10/news/curriculum_e_competenze_si_localizzano_e_diventa_pi_facile_trovare_lavoro_job_your_life_start_up_che_ripensa_domanda_e_of-88550978/ (31/01/2017)

<https://www.cornerjob.com/it/> (31/01/2017)

<http://nuvola.corriere.it/2016/03/13/cornerjob-la-app-che-promette-lavoro-in-24h/>
(2/02/2017)

<http://www.linkiesta.it/it/article/2015/06/22/recruiting-le-nuove-frontiere-per-trovare-lavoro-online/26400/> (2/02/2017)

<http://www.businessnewsdaily.com/6975-future-of-recruiting.html> (2/02/2017)

<http://www.almalaurea.it/>
(4/02/2017)

<http://it.fashionjobs.com/> (12/02/2017)

<https://www.wired.it/internet/social-network/2017/02/16/facebook-linkedin-lavoro/>
(18/02/2017)

Bibliografia

Bodnar Kipp, Cohen Jeffrey L., *Social Media B2B, Blog, LinkedIn, Twitter, Facebook, E-mail & co. Per il marketing 2.0*, 2013, Milano, Ulrico Hoepli Editore

Centenaro Luigi, Sorchiotti Tommaso, *Personal Branding, L'arte di promuovere e vendere se stessi online*, 2010, Milano, Ulrico Hoepli Editore

Corbetta Piergiorgio, *Metodologia e Tecniche della ricerca sociale*, 2014, Bologna, Il Mulino

Evans Richard, the Talent Magnet, *Employer Branding & Recruitment Marketing strategies to attract millennial talent*, 2016, Londra, Amazon

Gioia Vito, Attilio De Pascalis, *Come farsi cacciare dai cacciatori di teste, carriera sostenibile e buona reputazione per finire nel mirino degli Head Hunters*, 2009, Milano, Gruppo 24 ore editore

Goffman Erving, *La vita quotidiana come rappresentazione*, 1959, Bologna, Universale paperbacks il Mulino

Lampignano Sebastiano Paolo, *Digital Reputation Management, Come gestire, promuovere e difendere la reputazione online*, 2016, Rimini, Maggioli Editore

Knoote-Parke Ashley, *Brand it Purple: Stand Out in a Crowd*, 2009, U.S., Brand it Purple Pty Ltd

Napolitano Antonella, *LinkedIn. La rete per trovare il lavoro dei sogni*, 2011, Milano, Apogeo Editore

Napolitano Antonela, Parviero Francesca, *LinkedIn. La rete per trovare il lavoro dei sogni*, 2000, Milano, Apogeo Editore

Saveria Capecchi, *L'audience attiva, effetti e usi sociali dei media*, 2015, Roma, Carocci Editore

Sebastiano Paolo Lampignano, *Digital Reputation Management. Come gestire, promuovere e difendere la*

propria reputazione online, 2016, Milano, Apogeo Editore

Scandellari Riccardo, *Fai di te stesso un brand, personal branding e reputazione online*, 2014, Palermo, Dario Flaccovio Editore

Scandellari Riccardo, *Promuovi Te Stesso, crea il tuo personal branding con una comunicazione mirata e vincente*, 2016, Palermo, Dario Flaccovio Editore

Pin J. R., Laorden, M., Saenz-Diez I., *Internet Recruitment Power: Opportunities and Effectiveness*, 2001, Navarra, International Research Centre on Organization