
IL LINGUAGGIO SEGRETO DEGLI HEAD HUNTER

Come ogni settore specialistico orientato ad un compiaciuto ermetismo, anche il mondo degli Head Hunters ha un proprio gergo, noto soltanto agli addetti ai lavori, attraverso il quale si possono intuire quegli aspetti meno evidenti ad una descrizione superficiale.

Publicato:
Ottobre 2006

Senza passare in rassegna tutta la terminologia in questione, può essere divertente ricordare alcune delle espressioni più fantasiose usate per descrivere i managers, possibili candidati da presentare in azienda.

L'Apripista

E' il primo candidato valido di cui si dispone e che consente innanzitutto di fare una buona impressione con l'azienda cliente e soprattutto di guadagnare tempo per ampliare la ricerca.

Il Pallone sonda

Viene utilizzato per verificare le reali esigenze dell'azienda, lo si presenta per meglio individuare l'identikit richiesto; capita spesso infatti che la stessa azienda, nel formulare le proprie richieste al cacciatore, non sempre sia precisa e tocchi poi al professionista intuire ciò che si sta cercando: non a caso i migliori cacciatori, prima di iniziare e accettare il lavoro, pretendono di conoscere l'azienda

al suo interno, trascorrendo alcuni giorni a saggiarne l'ambiente.

L'Aumentatore

E' una sorta di mina vagante per gli head hunters: è infatti il candidato che si serve del contatto e dell'offerta della società di consulenza per riuscire a strappare un aumento alla propria azienda od inviare in ogni caso messaggi cifrati ai propri superiori. L'aumentatore si fa riconoscere abbastanza facilmente, perché a differenza del manager interessato all'offerta, viola la regola della riservatezza e si impegna quasi a pubblicizzare in azienda l'offerta ricevuta. Lo stesso cacciatore,

dopo una serie di esperienze negative, riesce abbastanza presto ad individuare il trucco, anche se a volte il candidato è realmente valido e si tende a prolungare la trattativa, con la speranza di convincerlo ugualmente al passaggio.

Il Camaleonte

E' il candidato per tutte le stagioni, il manager che cambia pelle con grande facilità e con altrettanta si sposta da un'azienda all'altra, senza però lasciare un segno positivo; è generalmente un candidato che si presenta piuttosto bene, ma al momento di approfondire le proprie esperienze professionali, mostra una debolezza di fondo che quasi sempre dissuade l'azienda dal valutarlo positivamente.

La Comparsa

E' la figura che si cerca di utilizzare il meno possibile: non è altri che un candidato disponibile ad essere presentato anche quando la ricerca non è stata ancora

conclusa, ma il cliente scalpita per vedere qualche risultato. La comparsa può essere consapevole od inconsapevole: nel primo caso si presta alla messinscena con la speranza di essere proposto nell'immediato futuro per una posizione realmente aderente alla sua professionalità; nel secondo caso si tratta di figure di passaggio che la società di ricerca vuole sperimentare, presentandolo ad un colloquio, per sperimentarne le potenzialità, eventualmente da sfruttare in altre occasioni.

Il Marciatore

E' invece una comparsa che è sì disponibile ad un colloquio, ma che sin dall'inizio comunica al cacciatore la propria indisponibilità a valutare offerte concrete; è un buon punto di appoggio per il cacciatore con l'acqua alla gola e bisognoso di figure interlocutorie da presentare.

Il Tappabuchi

E' la cattiva coscienza del

cacciatore: il candidato che già in partenza si sa non essere idoneo, ma che viene ugualmente presentato per la funzione che il termine stesso ben illustra.

L'aspetto negativo in questo caso è che la persona pensa di concorrere realmente nella selezione; è ovvio che si ricorre al tappabuchi nei casi di estrema emergenza ed il cacciatore dall'animo buono cercherà poi di risarcire il candidato presentandolo per altre ricerche, dove ha maggiori chances di successo.

Il Front runner

E' chi, dopo la selezione, pare il più probabile candidato all'assunzione; anche in questo caso non è detto che sia il candidato migliore in assoluto, ma colui che ha le caratteristiche per ricevere un'offerta in prima battuta. Il candidato ideale potrebbe infatti avere dei "difetti" irrimediabili, ad esempio potrebbe essere un Fuori mercato, cioè avere una retribuzione troppo alta, che

dissuade qualunque azienda dall'avanzare un'offerta superiore alla sua attuale posizione.

Nel caso in cui la retribuzione sia l'unico ostacolo, l'azienda, direttamente o attraverso la stessa società di ricerca che ha presentato la persona, cerca di far leva sulle possibilità di carriera, che alla lunga potrebbero far gioco sull'aspetto strettamente economico.

Un'altra leva di pressione che può ottenere dei risultati è legata alla qualità della vita che prospetta il nuovo lavoro; soprattutto se il prescelto dovrà trasferirsi con la famiglia in una nuova città: sarà cura dell'azienda assicurare una zona abitativa confortevole e con tutti i servizi che possono tranquillizzarlo.

Anche in questo caso tocca all'head hunter che ha avviato il contatto, rivolgersi al candidato e dopo aver stabilito un rapporto più confidenziale, prospettare i vantaggi della nuova posizione, senza però eccedere, per non

dare l'impressione di voler spingere a tutti i costi una decisione troppo affrettata.

Il Gatto di marmo

E' il candidato che a parole è disponibile al cambiamento, ma in realtà alla fine non si muoverà di un centimetro; costoro si dimostrano sempre molto interessati a valutare nuove proposte, ma l'head hunter esperto lo individua dopo poche battute e lo contatta soltanto in momenti di maggior respiro per mantenere buoni rapporti di cortesia.

Una variante del gatto di marmo è

l' Informista:

anche lui non ha intenzione di cambiare lavoro, ma ha il desiderio di essere frequentemente sottoposto all'analisi del cacciatore di teste, per valutare la propria situazione sul mercato e non ultimo scoprire eventuali scostamenti retributivi rispetto a posizioni simili alla sua.

L'Impresentabile

E' il candidato che non è utilizzabile per nessuna ricerca, è una bocciatura netta che comunque si rivela quasi sempre azzeccata, se a condurre la selezione sono dei professionisti. Già il solo fatto di dover giudicare una persona implica una forte preparazione da parte del selezionatore, l'improvvisazione è fatale e la stessa azienda cliente scopre immediatamente il neofita quando si vede presentare candidati non idonei. Ecco perché la selezione che precede la presentazione è la parte fondamentale, le società di ricerca nate per caso e senza esperienza si riconoscono proprio perché tendono a presentare un alto numero di candidati, senza prima valutarli attentamente.

Il No-Show

E' il più subdolo della serie: è infatti colui che dopo aver accettato il passaggio ad altra azienda, si ritira all'ultimo momento, quasi sempre per

motivi familiari.

Ogni buon cacciatore ha nei propri ricordi un bruciante no-show legato ai momenti peggiori di questa professione; capita spesso infatti di aver già confermato il passaggio alla nuova azienda e la ritirata diventa molto delicata, anche perché c'è il rischio che il cliente sia poi diffidente verso la società che ha presentato il candidato ritirato senza ragione, e davvero tali situazioni possono pregiudicare i buoni rapporti tra le parti.

Il non si sa mai

E' invece una sorta di candidato ideale, con le carte in regola ,per far bella figura in qualunque selezione, in questo caso si tende a proporlo anche quando la sua professionalità non risponde completamente ai requisiti richiesti: non si sa mai, l'azienda vedendolo potrebbe ugualmente decidere di assumere un buon talento, anche se non ha esigenze immediate di personale.

Il Saltatore

E' un candidato che nel proprio curriculum dimentica volontariamente alcuni cambi di azienda, sia per evitare di dar l'impressione di una carriera troppo movimentata o per coprire alcune esperienze negative; in Italia è ancora lontano il modello americano che comporta numerosi step nel corso della carriera; la realtà è che la maggioranza delle imprese italiane è abbastanza conservatrice ed il manager che cambia spesso lavoro è ancora visto con sospetto.

La Spalla

E' un candidato che viene presentato per far meglio figurare un secondo candidato che si pensa abbia buone chances di essere assunto; quando si arriva al termine della selezione si presentano pochi candidati, l'ideale è tre; la società di consulenza conosce chi ha le carte migliori, ma per rafforzarlo ulteriormente gli si pone accanto un candidato più debole. Il

timore è che l'azienda, di fronte a candidature praticamente di ugual valore, rallenti la decisione e complichino il buon esito della ricerca.

The Winner!

E' infine il vincente, l'assunto, il candidato che, dopo la lunga trafila, risarcisce il cacciatore di tutte le pene patite; tra cacciatore e winner a volte nasce anche un'amicizia dovuta ai numerosi

incontri ed alla condivisione del periodo della selezione, oltreché la speranza che l'azienda decida in maniera positiva.

E' questo forse uno dei pochi momenti gratificanti, che riscattano tutto il cinismo che si può incontrare in questo gioco delle parti, dove comunque si decidono i destini professionali di molte persone.



L'autore:

Massimo Rosa Headhunter cuneese da oltre 25 anni elabora ed innova sistemi applicati in scala all'ambito delle Risorse Umane e della Ricerca e Selezione del Personale.

E' l'ideatore del primo modello di "Job Shop" d'Italia aperto nel 1991, trasformato e sviluppatosi nelle attuali agenzie per il lavoro.

Scelto dalla produzione di Sky per interpretare se stesso nella prima edizione di The Apprentice con Flavio Briatore, è spesso ospite o commentatore delle principali testate televisive e giornalistiche nazionali.

Blogger e scrittore di testi e ed e-book scaricati in oltre 150.000 copie.

Opinionista e consulente per i maggiori quotidiani economici.

Presidente del Gruppo Profili & Carriere.



Diritto d'autore - Copyright

Questo materiale è tutelato tramite
Licenza Creative Commons

Attribuzione - Non commerciale 3.0 Italia

Tu sei libero di:

Condividere: riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare, eseguire e recitare questo materiale con qualsiasi mezzo e formato

Modificare: remixare, trasformare il materiale e basarti su di esso per le tue opere.

Alle seguenti condizioni:

Attribuzione: devi attribuire adeguatamente la paternità sul materiale, fornire un link alla licenza e indicare se sono state effettuate modifiche. Puoi realizzare questi termini in qualsiasi maniera ragionevolmente possibile, ma non in modo tale da suggerire che il licenziante avalli te o il modo in cui usi il materiale.

NonCommerciale: non puoi usare il materiale per scopi commerciali.

La citazione della fonte (**massimorosa.com**) e il relativo indirizzo web: **<http://www.massimorosa.com>** è sempre obbligatoria.