

InfoJobs Italia

L'OFFERTA COME CHIAVE DI LETTURA
DEL MERCATO DEL LAVORO

Giuseppe Bruno, General Manager

“Il lavoro tra nuove regole e una ripresa possibile”

Convegno Assolombarda – 17 Settembre 2015



FAR VOLARE
MILANO

InfoJobs
Let's work!

Il contributo di InfoJobs



Il mercato del lavoro visto dai Protagonisti

I Candidati e le Aziende: ambizioni, competenze e formazione in un contesto sempre più digitale.



La rivoluzione digitale del recruitment

Oltre il 99% delle offerte di lavoro sono online.
Il ruolo della tecnologia e del mobile come driver della ripresa.

InfoJobs è il sito N°1 in Italia per l'offerta di lavoro.

6 Milioni di Candidati e 75.000 Aziende iscritte.

Oltre 1.000 nuove offerte pubblicate al giorno.

Oltre 2.000 clienti attivi ogni mese.

Oltre 2 Milioni di candidature ricevute ogni mese.



SCHIBSTED
MEDIA GROUP

Il mercato del lavoro visto dai protagonisti

Ricerca dell'Osservatorio InfoJobs – Settembre 2015

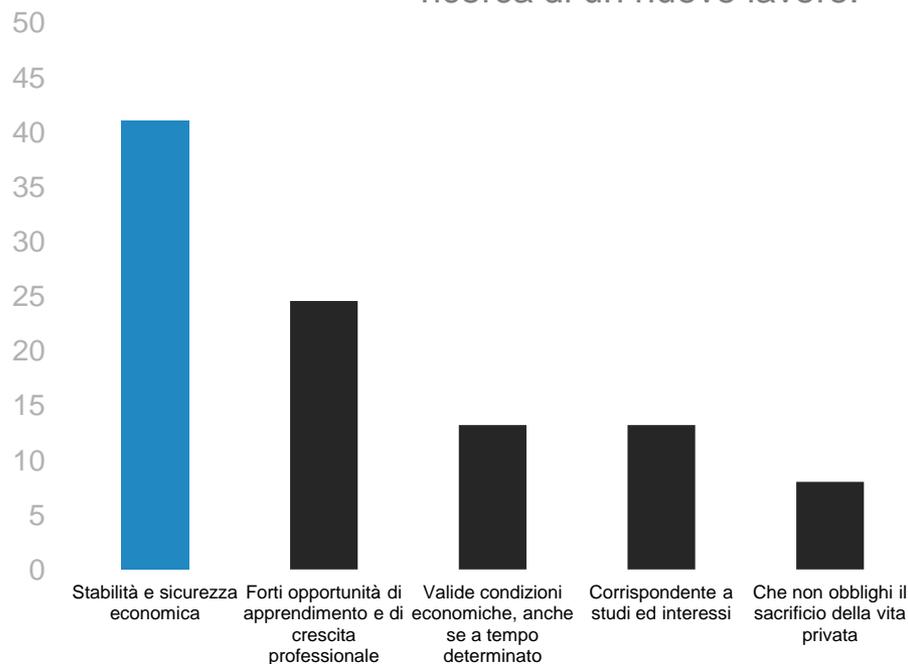
La stabilità è il fattore determinante

Ambizioni e driver nella ricerca di lavoro

41%

CANDIDATI

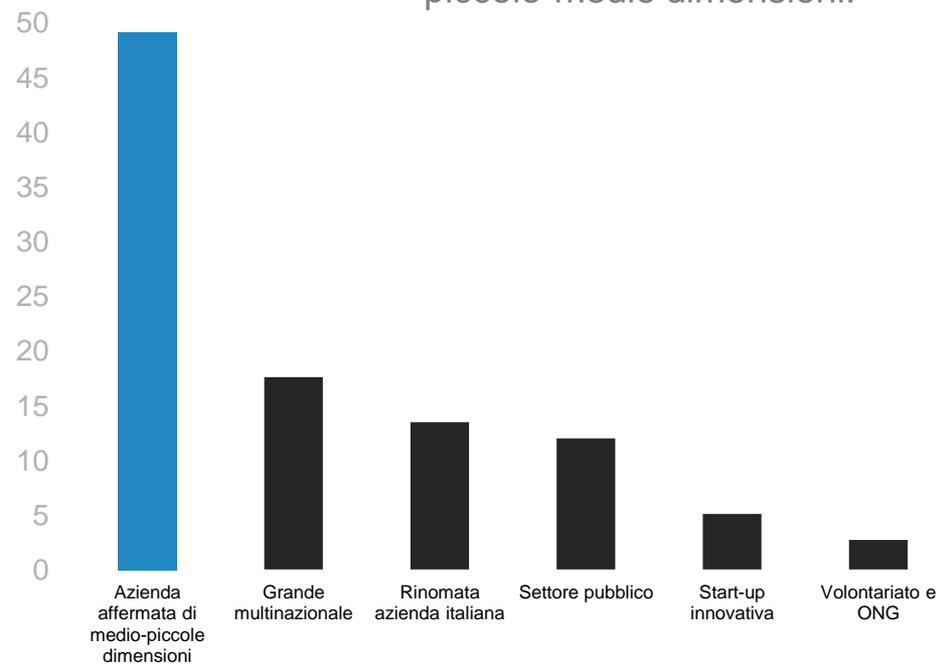
Ritiene che la sicurezza economica sia la priorità nella ricerca di un nuovo lavoro.



49%

CANDIDATI

Vede come luogo di lavoro più ambito un'azienda solida, di piccolo-medie dimensioni.



Fonte: indagine dell'Osservatorio InfoJobs su un campione di 48.000 candidati e 595 aziende partecipanti. Settembre 2015.

Le “soft skills” diventano centrali

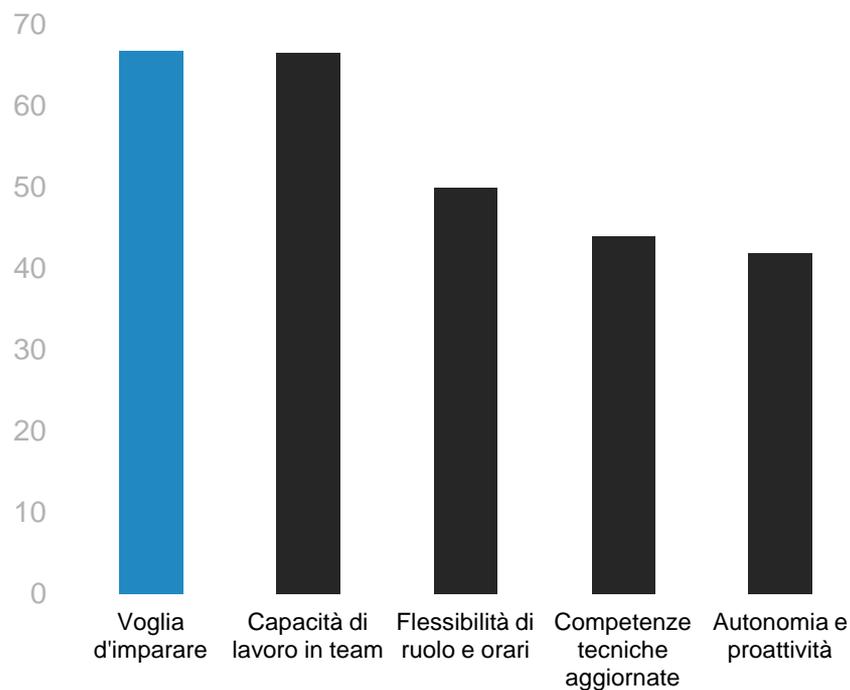
Top 5 competenze ricercate

67%

CANDIDATI

Voglia d'imparare

È ritenuta la caratteristica più importante per trovare lavoro.

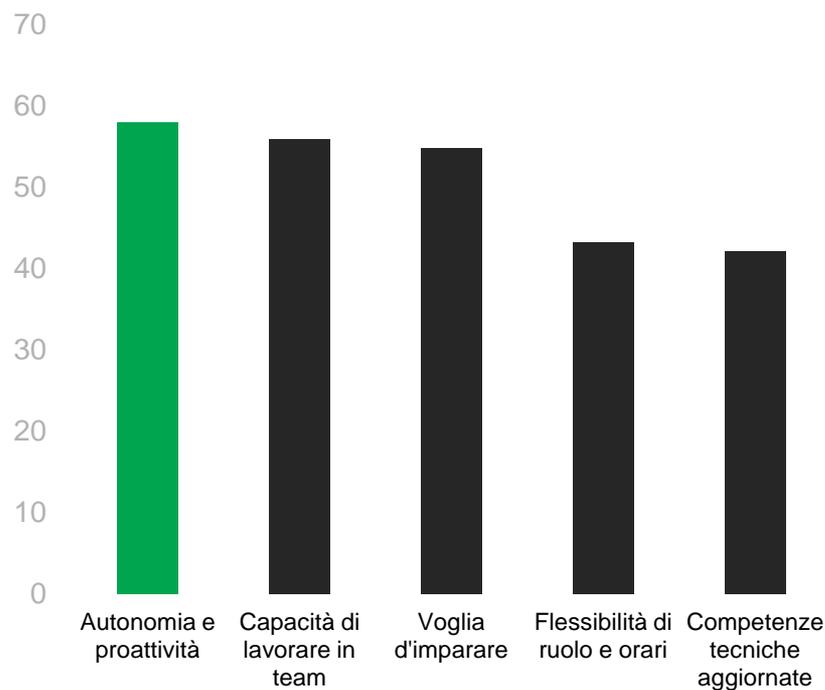


58%

AZIENDE

Autonomia e proattività

Si affermano come le caratteristiche più richieste.



Fonte: indagine dell'Osservatorio InfoJobs su un campione di 48.000 candidati e 595 aziende partecipanti. Settembre 2015.

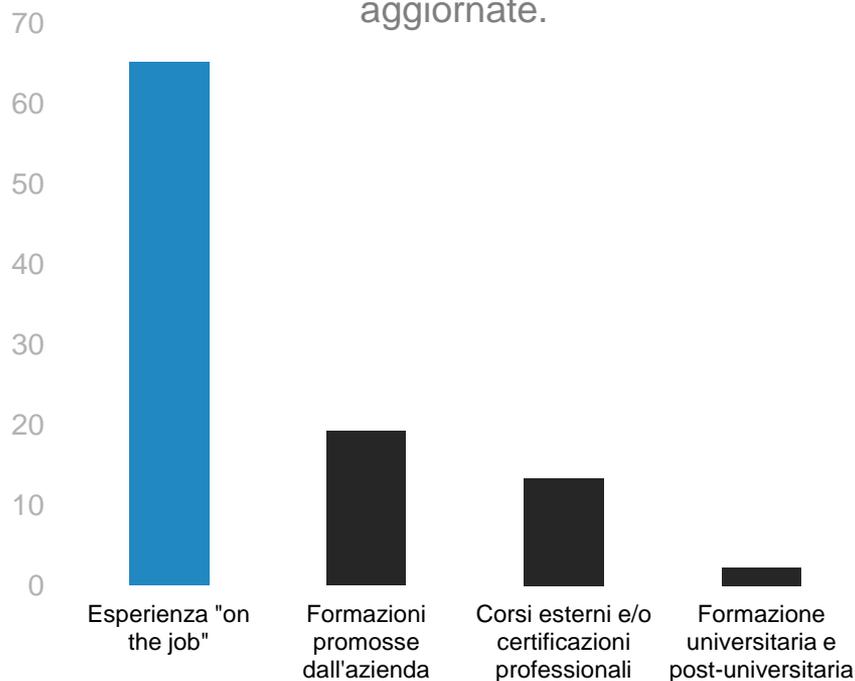
La formazione “on the job” è la più efficace

Competenze aggiornate e percorsi di formazione

65%

CANDIDATI

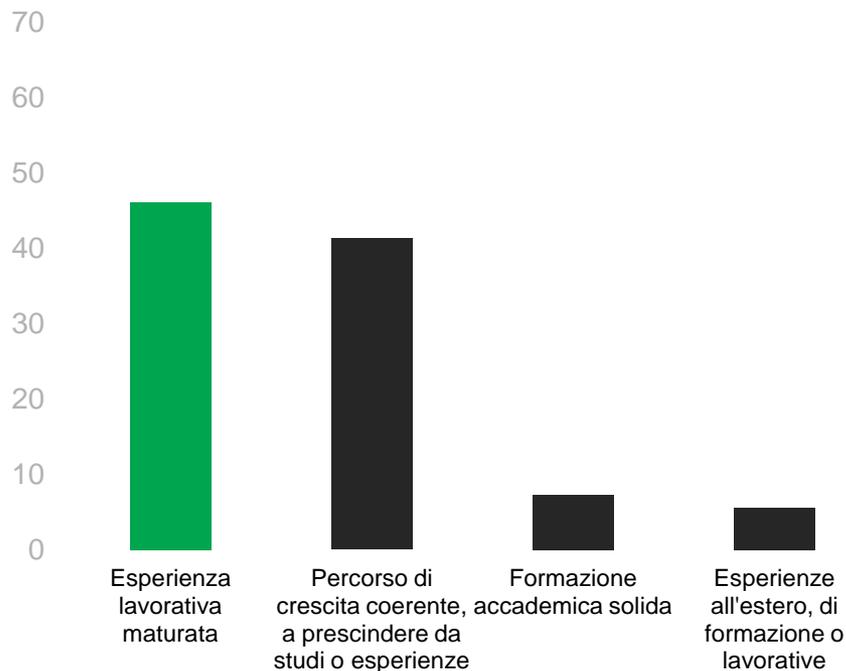
L'esperienza sul campo
È ritenuta la modalità migliore
per acquisire competenze
aggiornate.



46%

AZIENDE

L'esperienza lavorativa maturata
È l'elemento centrale nella
valutazione di una risorsa da
inserire in azienda.



Fonte: indagine dell'Osservatorio InfoJobs su un campione di 48.000 candidati e 595 aziende partecipanti. Settembre 2015.

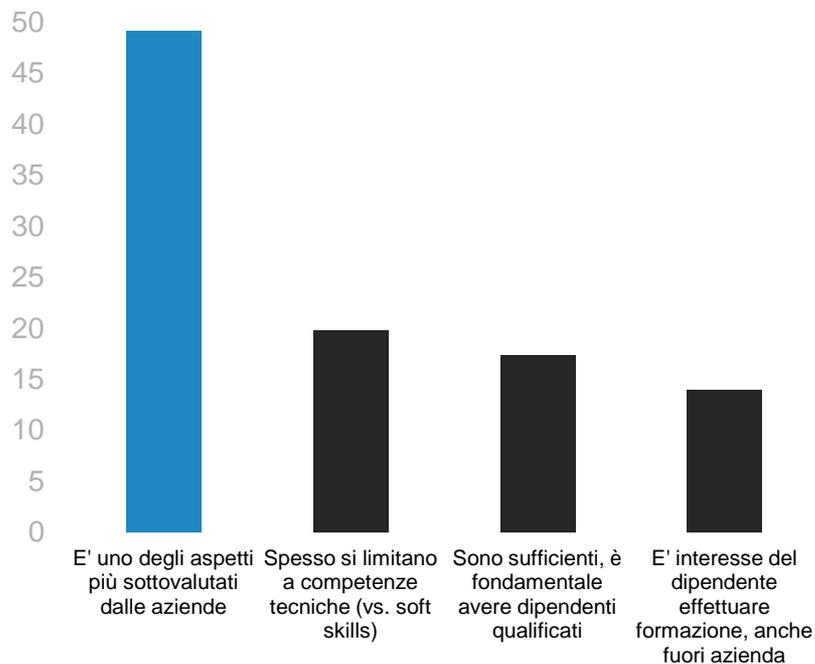
Formazione aziendale – Un cantiere aperto

Le risorse stanziare sono sufficienti?

49%

CANDIDATI

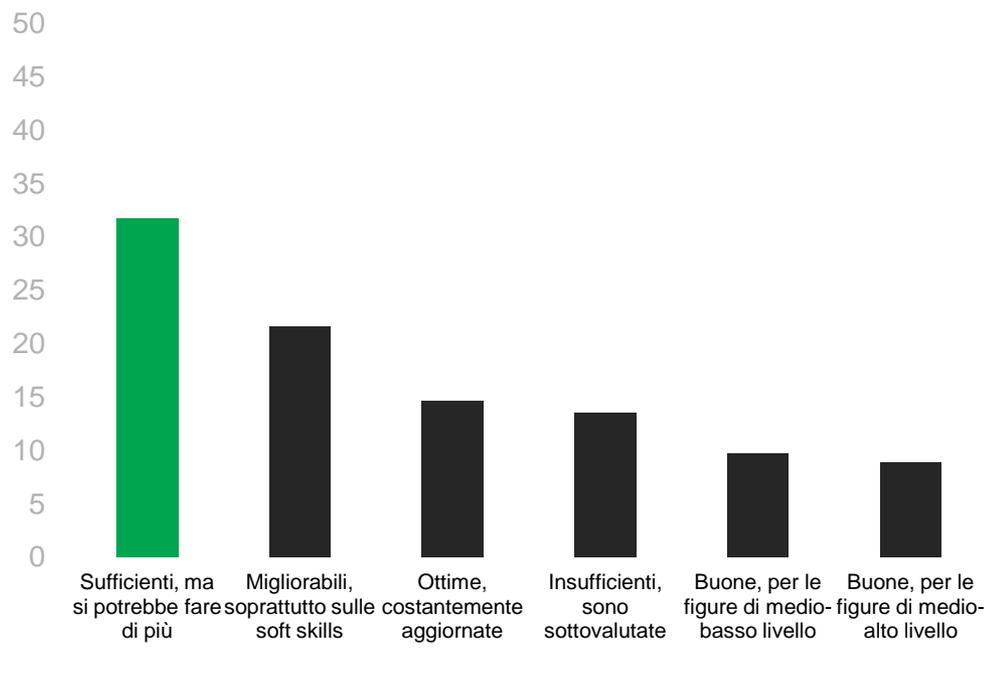
Dichiara che la formazione e/o aggiornamento delle competenze dei dipendenti siano sottovalutati.



32%

AZIENDE

Ritiene che le risorse dedicate dall'azienda siano sufficienti, ma si potrebbe fare di più.



Fonte: indagine dell'Osservatorio InfoJobs su un campione di 48.000 candidati e 595 aziende partecipanti. Settembre 2015.

Le opportunità del digitale per una ripresa possibile

Ricerca dell'Osservatorio InfoJobs – Settembre 2015

Le competenze digitali sono la priorità

Tecnologia e digitale come driver della ripresa

46%

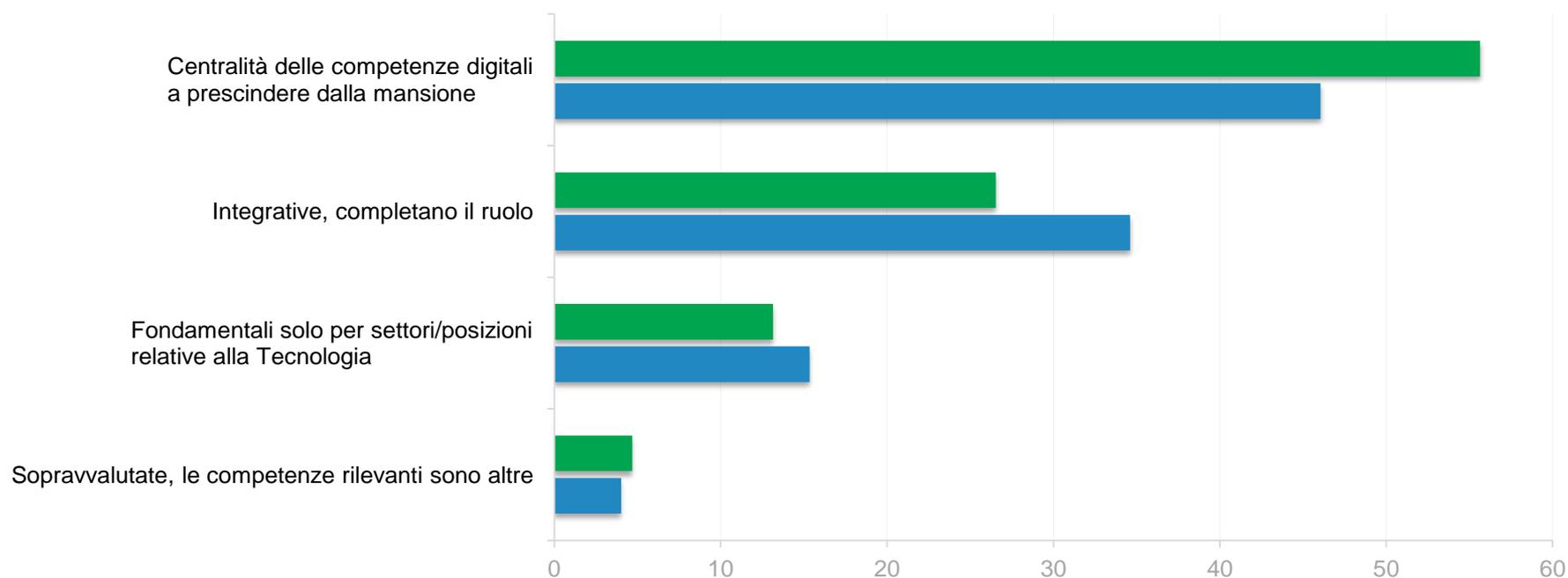
CANDIDATI

Crede nell'importanza di solide competenze digitali a prescindere dal ruolo.

56%

AZIENDE

Ritiene fondamentale che candidati e dipendenti posseggano competenze digitali.



Fonte: indagine dell'Osservatorio InfoJobs su un campione di 48.000 candidati e 595 aziende partecipanti. Settembre 2015.

Il gap di percezione tra domanda e offerta

I candidati e dipendenti sono “digital-ready”?

46%

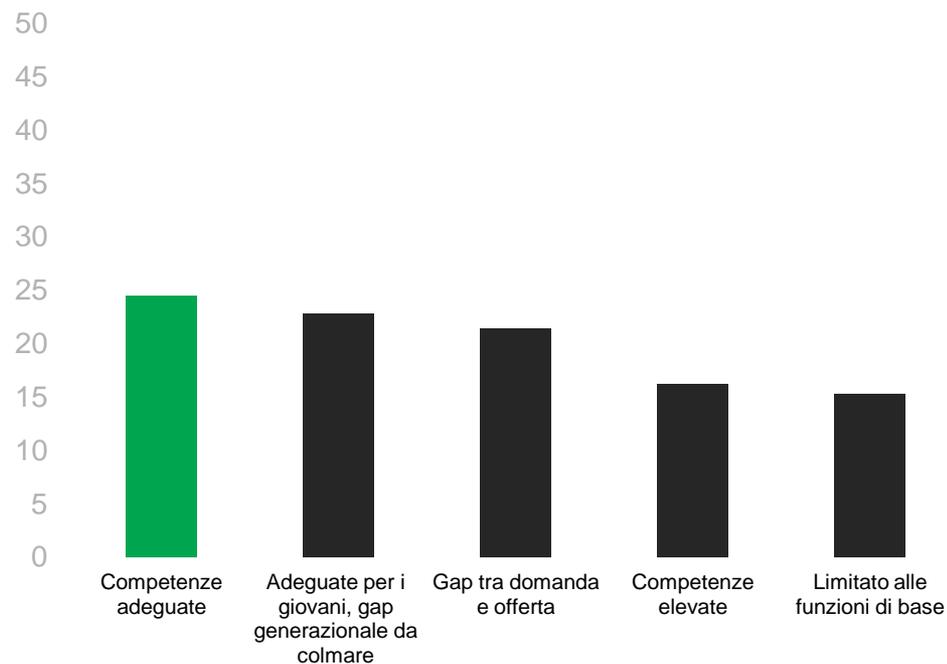
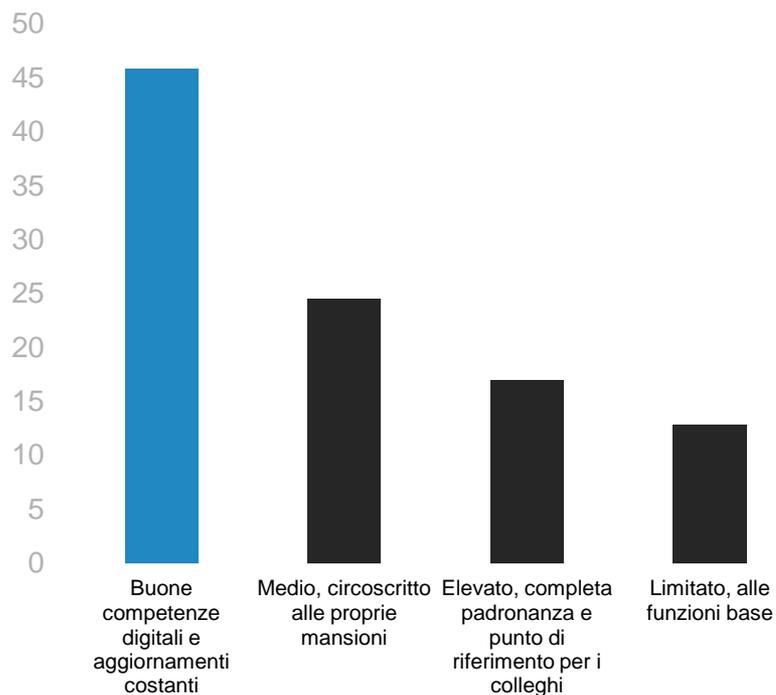
CANDIDATI

Dichiara di possedere buone competenze digitali, con aggiornamenti costanti.

24%

AZIENDE

Ritiene che le competenze siano adeguate. Il 23% sottolinea il gap generazionale.



Fonte: indagine dell'Osservatorio InfoJobs su un campione di 48.000 candidati e 595 aziende partecipanti. Settembre 2015.

L'innovazione digitale nelle HR

Il digitale e il mobile sono i driver fondamentali

88%

DEI CANDIDATI

Utilizza portali online per la ricerca di lavoro vs. il 77% delle aziende.

62%

DEI CANDIDATI

Sceglie siti mobile e app dedicate per la ricerca di lavoro, per la fruizione rapida ed efficace in ogni momento della giornata.

61%

DELLE AZIENDE

La diffusione del mobile nel recruitment favorisce sia i candidati che le aziende. Maggiore visibilità, ottimizzazione di tempi e risorse.

21%

DELLE AZIENDE

Adotta una strategia integrata e coerente di employer branding. Il 28% delle aziende sta realizzando alcune attività.

Fonte: indagine dell'Osservatorio InfoJobs su un campione di 48.000 candidati e 595 aziende partecipanti. Settembre 2015.

InfoJobs

Let's work!

DIPARTIMENTO COMMERCIALE

Eva Maggioni – Sales Manager
eva.maggioni@infojobs.it

DIPARTIMENTO MARKETING & COMUNICAZIONE OSSERVATORIO INFOJOBS

Laura Lattuada – Marketing Manager
laura.lattuada@infojobs.it