

Sono gli smartphone il prossimo strumento per trovare lavoro: il trend è già in atto negli **Stati Uniti** ed

è prevedibile che arriverà presto anche nel Vecchio continente. La società di ricerche Idc prevede che negli Usa entro il 2015 l'uso dei device mobili supererà quello dei computer desktop e laptop come strumento preferito per accedere a Internet, e quindi anche ai siti delle grandi aziende che pubblicizzano le posizioni aperte. Già diversi grandi gruppi, da McDonald's a Macy's, stanno sviluppando versioni mobili dei loro siti per le offerte di lavoro o applicazioni con contenuti interattivi che riguardano la ricerca di posizioni libere, nonché versioni semplificate dei moduli per presentare domanda di lavoro che possono essere completati facilmente dallo smartphone.

Aziende ed esperti del mondo del lavoro pensano che il mobile recruiting aiuterà ad attrarre i candidati, soprattutto i giovani che sempre più usano lo smartphone e non il desktop per qualunque interazione col web. "Le persone si stanno abituando ad andare online mentre sono sull'autobus o in sala d'attesa", indica **Cindy Cloud**, senior manager di employment-branding and marketing di **Informatica Corp.** "Per noi il mobile è la prossima frontiera del recruiting".

"Le aziende che non lavorano per cercare i loro candidati ideali sui device mobili sono almeno un anno indietro", sostiene **Elaine Orlor**, esperta di tecnologie di recruiting e presidente del **Talent Function Group**, società di consulenza per le risorse umane.

E le aziende rimaste indietro non mancano, anche se molte lavorano per colmare il gap. A gennaio, **iMomentous**, società che sviluppa siti di recruiting per le piattaforme mobili, ha indicato che solo 167, o il 33%, delle aziende del **Fortune 500** aveva portali per il trova-lavoro ottimizzati per lo smartphone, anche se il dato rappresenta un miglioramento rispetto alle 65 aziende che lo avevano l'anno scorso.

Tra le aziende più all'avanguardia c'è **McDonald's**, che è anche una delle aziende che assume di più: negli **Stati Uniti** i candidati possono riempire i moduli per le posizioni aperte direttamente con lo smartphone anziché sulla carta. Lanciato nel 2008, il sito mobile di

McDonald's

per raccogliere le candidature a lavorare nella catena di fast food ha totalizzato 30 milioni di visite e 2 milioni di moduli riempiti; il 10% del totale delle richieste di lavoro vengono presentate da mobile.

Si tratta di un'evoluzione non solo tecnologica, sottolineano gli esperti, ma che aiuta a far incontrare meglio domanda e offerta di lavoro, soprattutto - ma non solo - nei settori dove non sono richieste alte competenze e il turnover è alto, indica **Richard Freeman**, economista del lavoro della **Harvard University**.

Già nel 2011 uno studio degli economisti **Peter Kuhn**

e **Hani Mansour** mostrava che la ricerca di lavoro online sta cominciando a rendere il mercato del lavoro più efficiente perché riesce ad abbinare meglio le competenze con le posizioni ricercate dalle aziende.

Questo trend si combina anche con la popolarità dei social network, da **Facebook** a **LinkedIn**, cui sempre più spesso si accede da smartphone e dove si diffondono rapidamente le notizie di cerca-lavoro, e l'uso dei codici

QR e dei messaggi di testo, strumenti specifici per lo smartphone e molto utili alle aziende che assumono. Sia

McDonald's che

Macy's negli

Usa stanno integrando i codici

QR nei loro annunci di lavoro, così gli interessati possono entrare in uno dei loro punti vendita, scannerizzare il codice da un poster e conoscere le posizioni aperte in quella sede, mentre con gli sms i candidati possono mandare un messaggio a un numero di telefono indicato, per esempio, su un tabellone pubblicitario, e ricevere immediatamente il link alle posizioni aperte per quella azienda.

Fonte: corrierecomunicazioni.it

[Joomla SEO powered by JoomSEF](#)