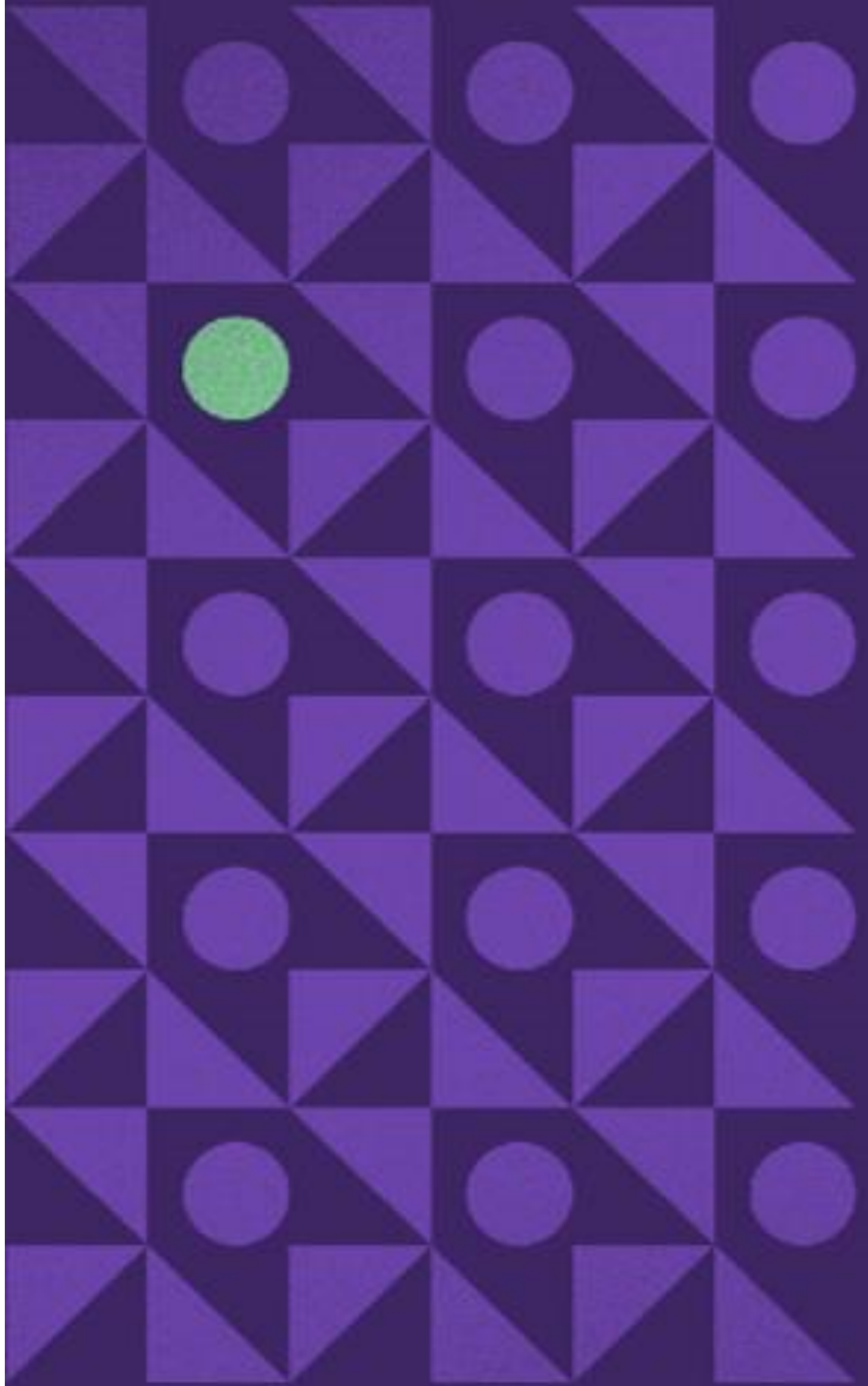
UNIVERSITÀ · DEGLI · STUDI · DI · VERONA

27 FEBBRAIO 2019

MONSTER
UNIVERSITY TOUR

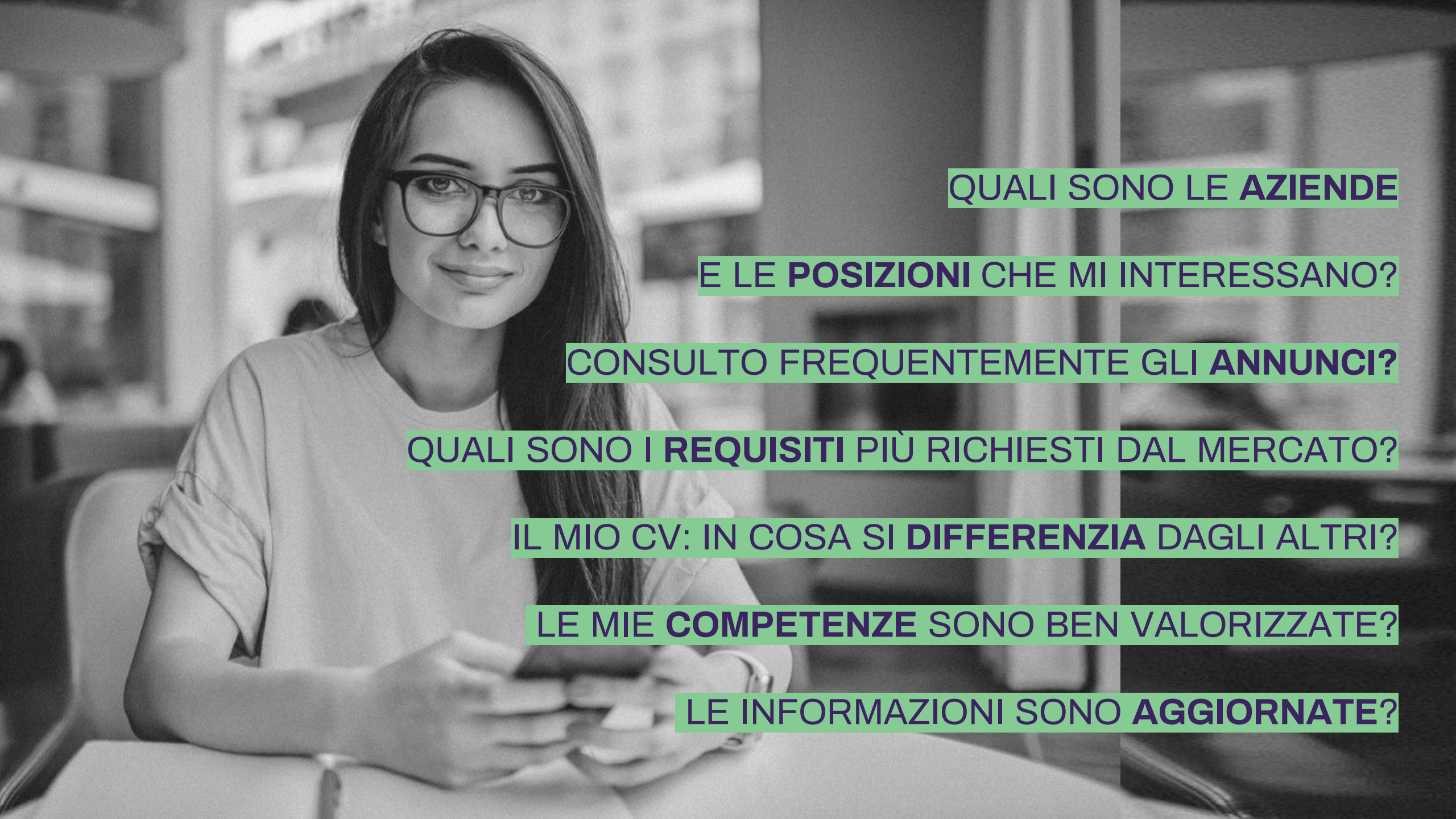
MONSTER CHI?

CERCARE LAVORO
È UN LAVORO



MONSTER ?

FACCIAMOCI QUALCHE DOMANDA


QUALI SONO LE **AZIENDE**
E LE **POSIZIONI** CHE MI INTERESSANO?
CONSULTO FREQUENTEMENTE GLI **ANNUNCI?**
QUALI SONO I **REQUISITI** PIÙ RICHIESTI DAL MERCATO?
IL MIO CV: IN COSA SI **DIFFERENZIA** DAGLI ALTRI?
LE MIE **COMPETENZE** SONO BEN VALORIZZATE?
LE INFORMAZIONI SONO **AGGIORNATE**?

L'OTTIMIZZAZIONE DEL CV PER IL WEB

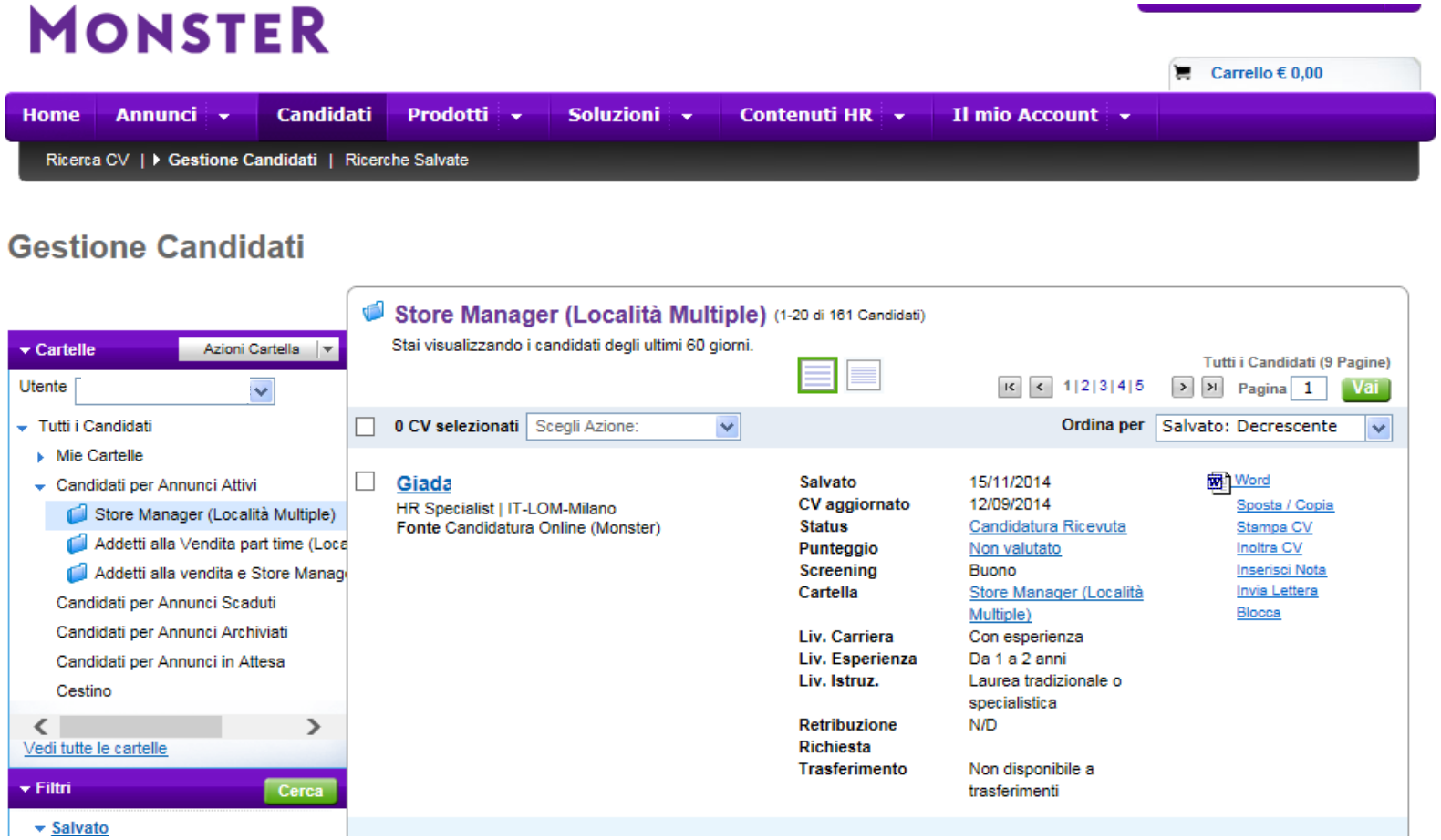
IL CV ONLINE È UN VERO E PROPRIO "FILE" ONLINE

LE PAROLE CHIAVE: CREA UN **TITOLO DEL FILE**
CHE SINTETIZZI IL TUO PROFILO.

AGGIORNARE IL CV: PERCHÉ PER IL WEB È FONDAMENTALE?

COSA VEDONO LE AZIENDE?

È necessario compilare **con cura** le informazioni e aggiornarle.



IL PRIMO PASSO: SCRIVERE IL CV

Il CV deve essere **facile da leggere ma completo:** concentra le informazioni salienti nella prima pagina e cambia le priorità!

Le sue generalità, prego: massima reperibilità, la concorrenza è spietata!

Il percorso scolastico & esperienze professionali: partite dall'esperienza più recente (es. Master o Laurea) fino a quella meno recente (es. diploma superiore).

Conoscenze linguistiche ed informatiche: Non barate! Spesso i selezionatori effettuano colloqui in lingua e prove pratiche di conoscenza.

Hobby e Interessi: devono far emergere la personalità del candidato, ma niente stravaganze!

RILEGGERE SEMPRE IL CV!

DA NON DIMENTICARE

- Autorizzazione al trattamento dei dati personali (d. lgs. 196/2003 e GDPR 2016)
- **Attestati** e **certificazioni** linguistiche e/o tecniche
- **Esperienze all'estero** (ad esempio Erasmus)
- Segnalare eventuale disponibilità a **trasferimenti su territorio nazionale e all'estero**
- **Altri corsi di formazione** pertinenti e funzionali a completare il profilo professionale
- Indicazioni su **tempi e disponibilità** a iniziare il lavoro
- **Curriculum in lingua inglese:** se viene richiesto dalle Aziende, per Aziende straniere o per candidarsi a un annuncio redatto in lingua inglese

EVELIEN CV CALLENS

HELLO

I'm **Evelien**
graphic designer + dreamer

Belgium

CONTACT

callensevelien@hotmail.com
+32 (0) 00/000000

EDUCATION

2013
Central Saint Martins UAL - **TYPOGRAPHY** (Short Course)
London

2012
Syntra - **WEBDESIGN** (Short Course, Adobe Dreamweaver)
Leuven

2011/2012
Ester Goris design studio - **MODE** (Short Course)
Brussels

2010/2011
KULeuven - **ART HISTORY**
Leuven

2006/2010
MAD Faculty/ PHL - (MA) **GRAFISCH ONTWERP**
Hasselt

2000/2006
Sint-Martinusscholen - **Economics, Modern Languages**

1997/2001 & 2005/2006
Stedelijke Academie voor Schone Kunsten - Kunstacademie
Hasselt

EXPERIENCE

2009
Van Looveren & Princen - Graphic Designer (internship)
Brussel (August - September)

2005/2010
Studenten jobs: Palm Parkies Festival, JBC, Scandinavian Tobacco Group...

LANGUAGES

Nederlands ..... +++++
(Native)

Français ..... ++
(Limited working proficiency)

Deutsch ..... +
(Elementary proficiency)

English ..... ++++
(Professional working proficiency)

VAARDIGHEDEN

- Adobe InDesign
- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Adobe Dreamweaver
- Adobe Flash
- Quark Xpress
- Microsoft Office

INTERESSES

Print Design/
Branding + Corporate Identity/
Typography/
Photography/
Illustration/
Fashion/
Music/
Musea/
Film/
Travel/

DJC

Darrin Caldwell

49 South 4th West #3
Rexburg, ID 83440
801.635.9928
Caldwell.Darrin@gmail.com

ZeebzLink.com
@Darrin_Caldwell
.inkedin.com/in/DarrinCaldwell

TECHNICAL SKILLS

Digital, Social Media, and Web Marketing
Online Marketing Tools: Analytics, Facebook, Twitter, Hootsuite, etc.
Graphic Design & Web Development (Wordpress)
Mandarin Chinese 中文

ADJUNCT MARKETING PROFESSOR

Brigham Young University of Idaho — APR 2012 - Present

Utilize the Harvard case study method to teach a comprehensive introduction to the principles of marketing. Course covers marketing essentials such as:

- Consumer research
- Segmentation & targeting
- Product positioning
- New product development
- Branding & marketing strategy
- Pricing & distribution.

FOUNDER I MARKETING CONSULTANT

Zeebz Link, LLC — JAN 2012 - Present

Specialize in guiding businesses to more fully utilize Digital & Social Media Marketing resources in order to expand brand loyalty, communication reach, customer traffic, and sales.

- Social Media Management, Development, Advertising, and Strategy
- Search Engine Marketing and Search Engine Optimization
- Website Creation, Development, Design, and Analytics
- Digital, Web, Social, and Graphic Design
- Business Strategy and Social Media Marketing Consulting

CUSTOMER SERVICE & SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGIST

Idahoan Foods, LLC — APR 2010 - MAR 2012

- Successfully orchestrated the "Pilgrahoan" social media marketing campaign; increasing Facebook Likes from 24,000 to 55,000+ in 1 week.
- Manage all Social Media Marketing technologies & platforms; growing Likes from 10,200 to 55,000+ in just 6 months
- Co-administer retail web development and social media integration initiatives

TOYOTA ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT CO-OP SPECIALIST

NUMMI: Toyota & GM Joint Venture — JAN 2009 - SEP 2009

- Only co-op selected by management to support Union Contract Negotiations
- Developed "Conflict Management" training and practicum for shop leadership
- Created a 6 hour Excel Basics & A3 Report Design training class for Group Leaders

BS BUSINESS MANAGEMENT I EMPHASIS IN MARKETING & MANDARIN

Zeebz Link, LLC — FEB 2007 - APR 2010

- Graduated with a 3.7 GPA
- Received the Newel K. Whitney Distinguished Scholar Award for "outstanding academics"
- Ran 4 competitions per semester as Competitions Director for the Newel K. Whitney Society
- Organized speakers and networking events as Vice-President of the Marketing Society

INTERNATIONAL EXPERIENCE

Taiwan, Taizhong LDS Mission — JAN 2005 - FEB 2007

- Orchestrated, directed, produced, and executed the "50 Year Anniversary, Nationwide Youth Conference – Evening Fireside" for over 2000 Taiwanese church members
- Supervised over 100 representatives, in more than 20 regions

MARCO

INGEGNERE GESTIONALE

Indirizzo Email

Profilo LinkedIn

Nome Skype

Data di Nascita
07/05/84

Residenza
CA)

Telefono

info&contatti

esperienza

Sky Italia, Milano. giu 14 – dic 14
LOGISTICS INTERN
-Produzione e analisi di KPI logistici
-Attività di supporto nella spedizione e consegna di materiali a clienti e punti di vendita

Comune di Pabillonis, Pabillonis. mar 14 – apr 14
RILEVATORE DI INDAGINE STATISTICA
-Interviste alle famiglie appartenenti al campione statistico
-Data entry dei dati riguardanti l'indagine

OR Lab (DEIS), Bologna. apr 11 – lug 11
TIROCINANTE
-Analisi del problema dell'ottimizzazione del flusso di veicoli in una rete di PRT
-Implementazione del modello matematico del problema MINLP in linguaggio C++

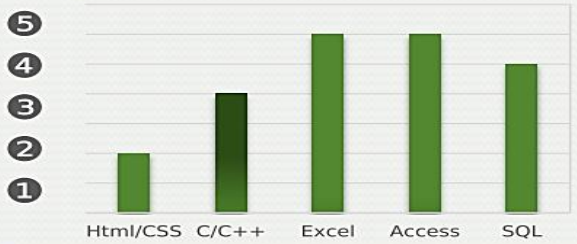
formazione

Università di Bologna, Bologna. ott 11 – dic 13
M.Sc in INGEGNERIA GESTIONALE
-Business Management
-Sistemi di Produzione Avanzati
-Marketing
-Business Intelligence

Università di Bologna, Bologna. ott 03 – ott 11
B.Sc in INGEGNERIA GESTIONALE
-Gestione degli Impianti Industriali
-Business Management
-ICT
-Project Management

ITIS Othoca, Oristano. set 98 – giu 03
DIPLOMA DI PERITO INFORMATICO
-Informatica
-Elettronica

competenze informatiche



conoscenze linguistiche

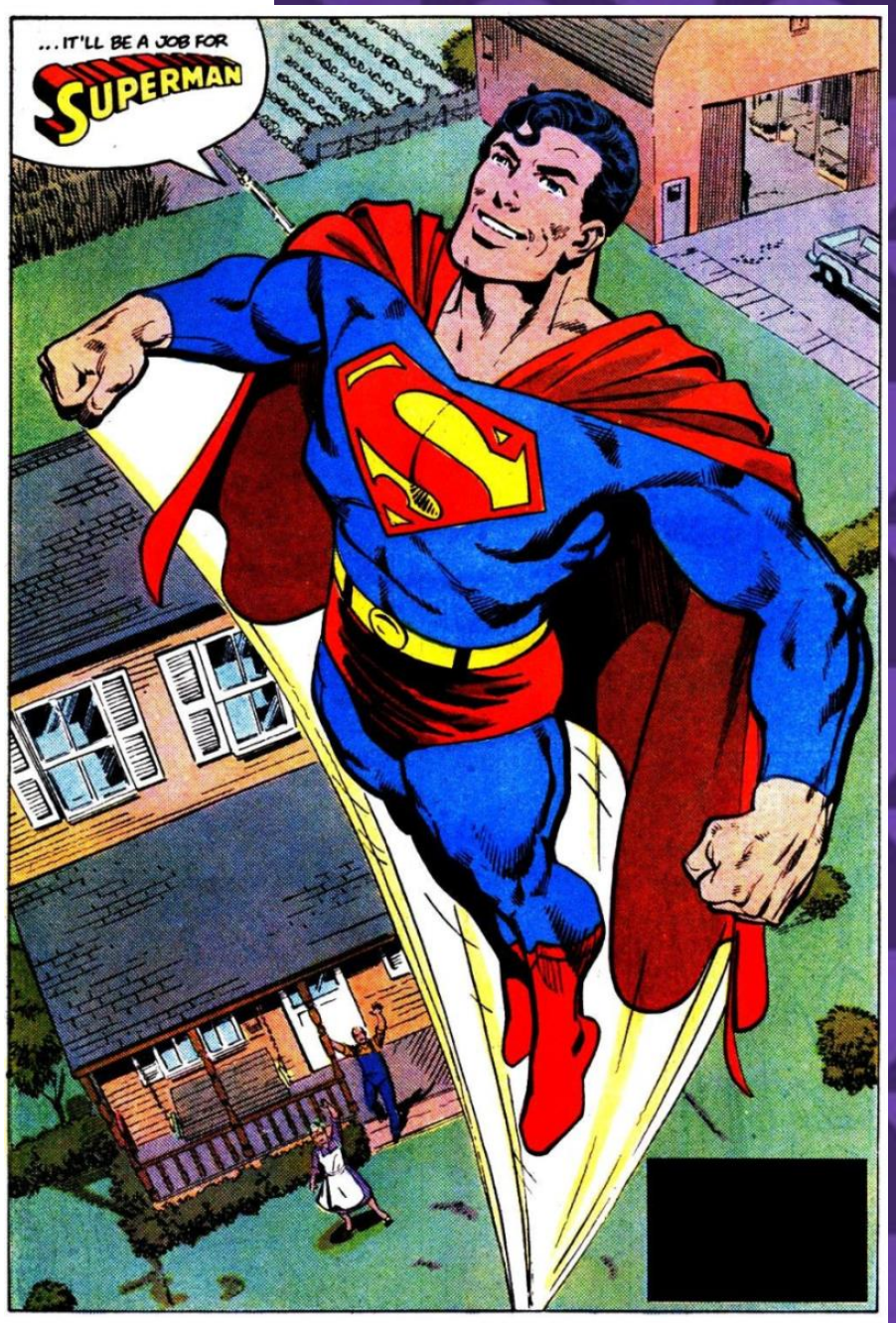
tempo libero

ARDUINO CINEMA GARDINAGGIO CUCINA CORSA HAPPY HOUR

Il **70%** dei selezionatori in Italia, una volta letto il CV, apre una pagina di Google digitando il nome e cognome del candidato, per cercare altre informazioni.

VI SIETE MAI CERCATI SU GOOGLE?

COS'È LA REPUTAZIONE?



LA WEB REPUTATION

“Con il termine reputazione on line intendiamo la raccolta di tutti quei contenuti presenti su Internet riguardanti una persona, un marchio, un prodotto, un argomento, una notizia. (…) Si cerca di capire che reputazione ci si crea nello spazio web: quello che tutti (o molti) dicono di noi. Si tratta dello stesso concetto di reputazione che adottiamo nella nostra quotidianità, solo che, quando questo è applicato a Internet (…) diventa una **reputazione pubblica e poco controllabile**: è una **traccia che resta nel tempo**.”

PERCHÉ È IMPORTANTE

La web reputation può essere un **ottimo strumento** per la ricerca di lavoro.

La nostra identità digitale deve restituire un'immagine che ci **valorizzi** e che sia **positiva.**

Fonte: Adecco Work Trends Study

DAL CV AL PERSONAL BRANDING

“Il Personal Branding è l'arte di vendere se stessi con modalità simili a quanto avviene con altri prodotti commerciali.
A differenza di altre discipline di miglioramento personale, il personal branding suggerisce di concentrarsi oltre che sul valore anche sulle modalità di promozione.

(…) il concetto di Personal Branding (…) include ma non si limita al corpo, all'abbigliamento, all'aspetto e alla conoscenza, ma a tutta la rappresentazione del ”SÉ”, portando ad un'indelebile impressione che ci distingue.”

“You’re branded, branded, branded, branded. (...) Everyone has a chance to learn, improve, and build up their skills. Everyone has a chance to be a brand worthy of remark”.

I TRE PILASTRI

COERENZA

Pensare a chi siamo e a cosa abbiamo da offrire sul mercato.

AFFIDABILITÀ

Curare la nostra reputazione, soprattutto sul web.

PERSUASIONE

Individuare il nostro valore aggiunto rispetto a tutti gli altri.

IO, LA RICERCA DI LAVORO E IL WEB

PRIVACY

Presta attenzione alle informazioni che scegli di condividere nel tuo spazio sul web. Imposta la **privacy** per i contenuti più sensibili, come i tuoi dati di contatto e le tue foto personali.

COMUNICA & INFORMATI

Partecipa alle discussioni online e sfrutta tutti gli strumenti a tua disposizione per tenerti aggiornato. Un blog, un sito Internet specifico o una pagina social possono essere canali preziosi!

PROVOCAZIONI

Non rispondere mai in modo affrettato, cerca di essere sempre gentile e di usare toni adeguati, soprattutto sui social network. **Non parlare male sui social** del tuo lavoro/datore di lavoro attuale!

AGGIORNAMENTO CONTINUO

Aggiorna sempre le tue informazioni online, non lasciare mai sul web dati non aggiornati (attuale datore di lavoro, data di laurea…).
Il Web parla di te!

CV E PERSONAL BRANDING

- ✓ Non essere presenti online oggi è una strategia penalizzante.
- ✓ Per distinguerci e farci notare, è utile e opportuno combinare un **CV** ben fatto a una **presenza web di qualità**.
- ✓ Bisogna cercare di diventare oltre che dei candidati attivi, dei candidati appetibili e interessanti
- ✓ Se utilizzati correttamente i social network possono rappresentare un'**ottima vetrina** per raccontare solo il meglio di sé

LA TUA PRESENZA ONLINE RAPPRESENTA

NON SOLO UNA RESPONSABILITÀ,

MA SOPRATTUTTO UN'OPPORTUNITÀ

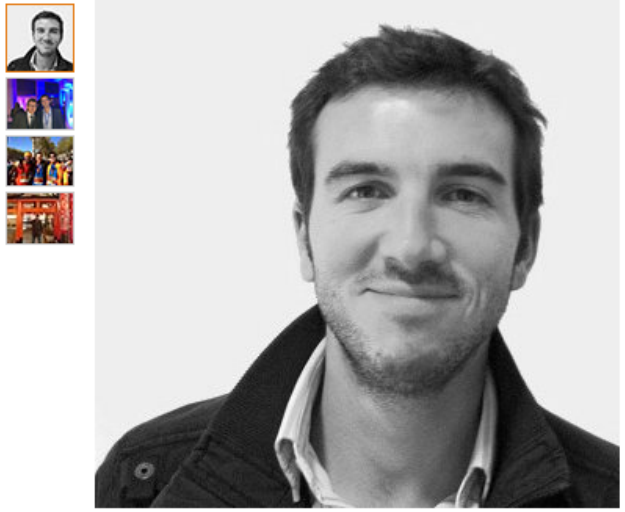
PERSONAL BRANDING: UN ESEMPIO

phildub Hire Him | Philippe's Amaz'ing resume | Contact

Shop by Department | Search: Job Candidates | Go | Hello, Company Your Account | Hire Him | 0 Cart | Wish List

Web Products | Product Management | Online Advertising | Web Marketing | Client Support | Internet Culture | Web Development | SEO | Information Security

Instant update for you: March 26th 2013: After 2 months and 1,500,000 visitors, I've found *THE* job! Thank you! More info here. I'm also on twitter.
See the original product page.



Philippe Dubost, Web Product Manager

by Philippe Dubost

(5 previous positions) | Like 606

Currently unavailable.
We don't know when or if this item will be back in stock.

- Dual competence: technical-management
- 5+ years working on web products
- Entrepreneurial mindset
- "Strong Generalist"
- Trilingual EN/FR/ES

Take a Trip with Philippe
Visit the Avocado Travel blog (FR) for our full selection of Japan, Thailand, Airlines articles and much more. Travel now.

Have one to sell?
Add to Wish List
Add to Wedding Registry
my LinkedIn profile

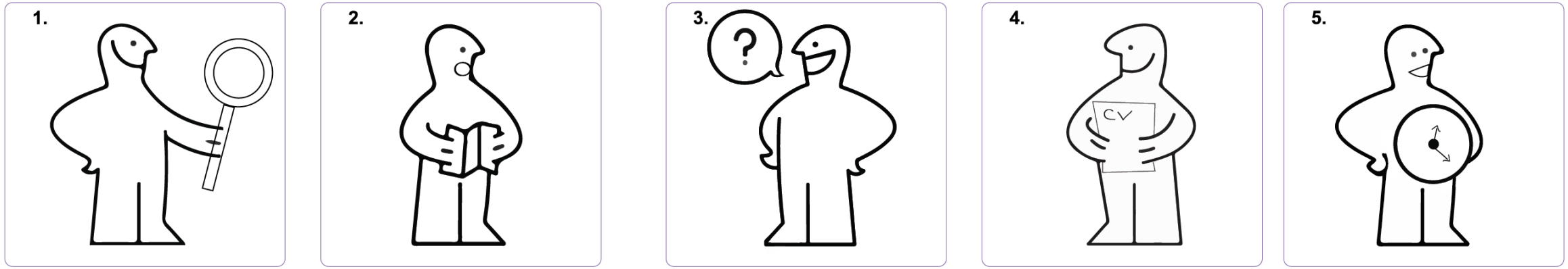
Share: Email | Facebook | Tweet | LinkedIn | Google +

Frequently Bought Together

Add all three to Wish List

- **This item:** Philippe Dubost, Web Product Manager
- Onitsuka Tiger Mexico 66 by Asics by Asics $169.99
- Airline Tickets by Airline

IL COLLOQUIO: ISTRUZIONI PER L'USO



1. Prendere **informazioni** sull'Azienda
2. Essere informati **sull'attualità di settore**
3. Non perdere l'occasione di **fare delle domande**
4. Portare con sé una **copia del CV** ed eventuali certificati
5. Arrivare con qualche minuto di **anticipo**

COSA VOGLIONO SAPERE LE AZIENDE?

- **Capacità interpersonali** e **competenze trasversali**
- **Competenze tecniche** e capacità di base
- **Motivazioni** e aspettative
- Se siete **affini** alle peculiarità della posizione

IL PRIMO CONTATTO

Tutto parte dalla prima telefonata!

Voce sveglia

Carta e penna: segnare ogni dettaglio, soprattutto:

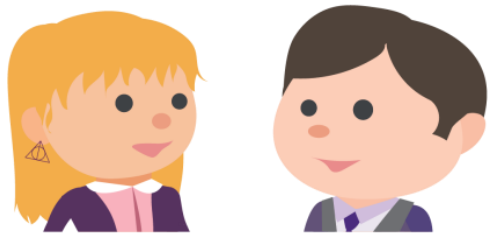
Nome della persona con cui sosterremo il colloquio;

Indirizzo presso il quale recarsi;

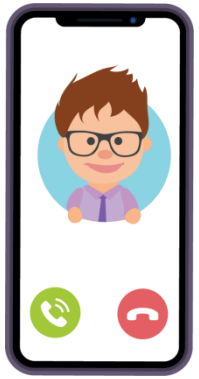
Contatti per ogni evenienza.

I DIVERSI TIPI DI COLLOQUIO

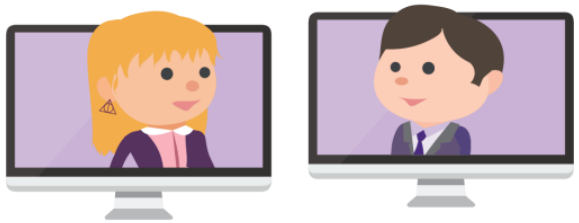
Colloquio ***vis a vis***



Colloquio **telefonico**



Video colloquio



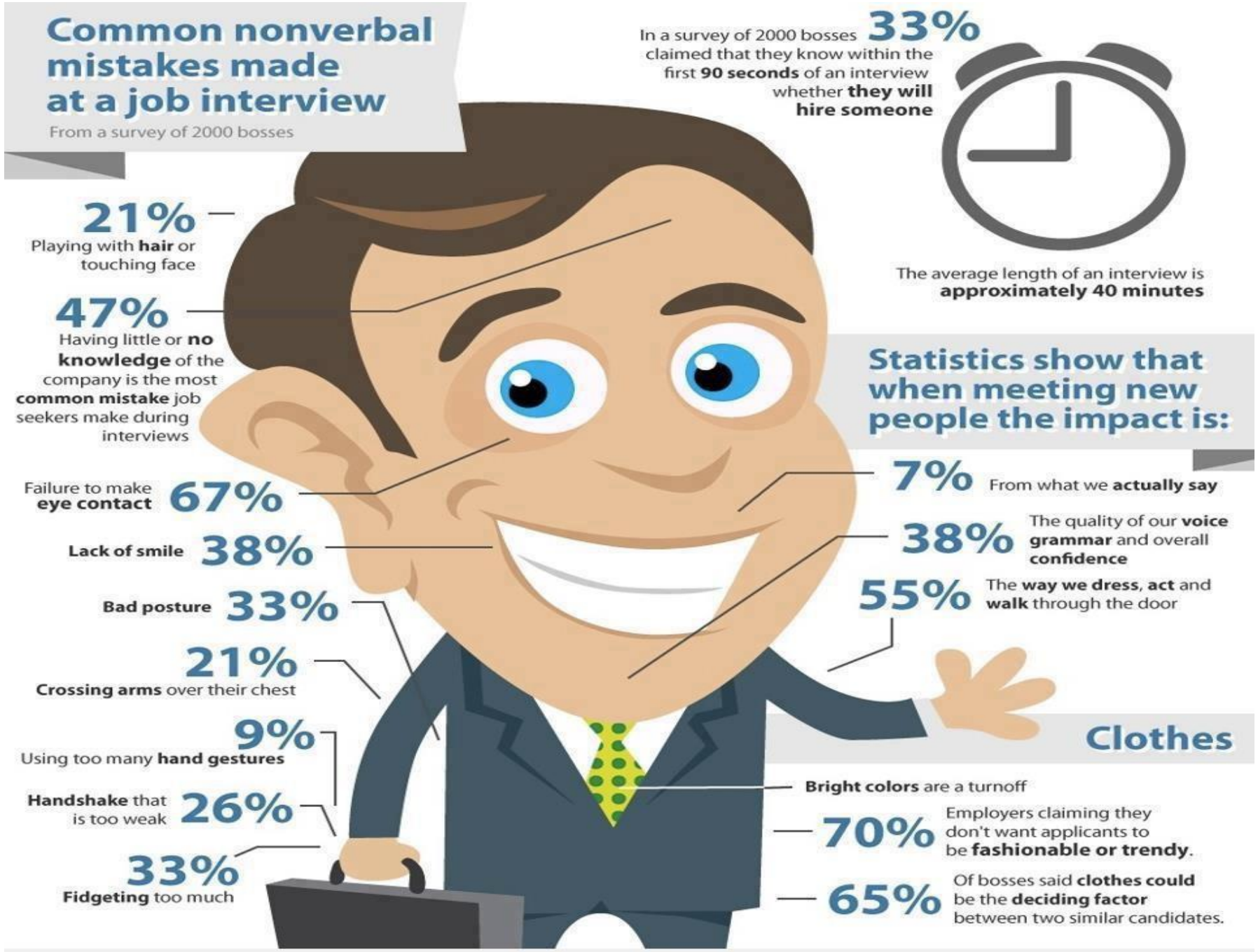
Video colloquio **in differita**

Assessment o **colloquio di gruppo**

IL VIDEO COLLOQUIO

CHECK PC E CONNESSIONE
ACCOUNT NAME
POSTAZIONE
LOOK & STANDING
CV A PORTATA DI MANO

GLI ERRORI PIÙ COMUNI DURANTE UN COLLOQUIO



LA PRESENTAZIONE

NO ALLE STRAVAGANZE

SÌ ALLA SOBRIETÀ

ESISTE UNA SOLA BUONA PRIMA IMPRESSIONE

RICAPITOLANDO...
LE 10 REGOLE D'ORO PER LA RICERCA DI LAVORO

1. **Impostare** una vera e propria strategia di ricerca
2. **Investire** del tempo su una buona stesura del CV
3. **Scrivere** un CV in **inglese** seguendo i consigli dei professionisti
4. "**Mappare**" le Aziende del proprio settore professionale
5. **Consultare** giornalmente gli annunci di lavoro sul web
6. **Aggiornare** spesso il CV su Internet
7. **Curare** la propria web reputation
8. **Restare informati** sulle Aziende che ci interessano
9. **Restare sempre aggiornati** sull'attualità
10. **Non scoraggiarsi** e **non arrendersi** davanti ad un "NO"!

MONSTER

GRAZIE!

Q&A