

HOTEL
D O M A N I

LUGLIO

98

TREND TOPIC

IL LAVORO a portata di CHAT

**Intervista a Claudia Ferrero, founder
e ceo di Horeca Job, startup che nasce
per rovesciare il paradigma nella
ricerca e selezione del personale
per l'horeca. Con uno smartphone**



**Horeca Job
è anche uno
strumento
multicanale
al servizio
dell'employer
branding**

di **Gianluca Miserendino**

Portare sul mercato dell'ospitalità un tool dinamico, smart e a misura di smartphone (e di chat) per far incontrare offerta e domanda di lavoro. È con questa mission che Claudia Ferrero e Viviana Greco - manager rispettivamente provenienti dal mondo dell'hôtellerie e delle risorse umane - hanno dato vita a Horeca Job, startup innovativa e società benefit che promette di garantire, attraverso la sua web app, un matching accurato tra imprese e lavoratori in un settore tra i più colpiti dal turnover e dalla carenza di professionalità.

Un paradigma nuovo

Le due imprenditrici sono partite da un dato di realtà tutt'altro che confortante: "Abbiamo semplicemente constatato - spiega la ceo Claudia Ferrero - che l'innovazione tecnologica non ha ancora portato a nuovi processi per chi offre e cerca lavoro. Gli schemi restano sempre gli stessi, anche se digitalizzati: da una parte gli annunci, dall'altra le candidature, con tanto di cv e di lunghe attese in vista di un eventuale colloquio e assunzione. È un paradigma vecchio, incompatibile con la velocità dei nostri tempi e con i livelli di turnover cui assistiamo nell'horeca". L'altra premessa è quella della centralità dello smartphone: "Il rapporto che oggi abbiamo con il cellulare, vera e propria scatola nera delle nostre esistenze, e la confidenza quotidiana che abbiamo con le chat, sono stati un elemento decisivo in fase di ideazione di Horeca Job".

Facciamo match

Ma come funziona il tool? "Il principio è simile a quello delle app per trovare l'anima gemella, ma ancora più semplificato e accurato. Chi cerca lavoro viene intervistato da un chatbot, creando in maniera automatica, semplice e velocissima un proprio account. Nel suo profilo il candidato può anche pubblicare foto e video - ad esempio, dimostrando concretamente come prepara un cocktail o un risotto - e avrà a disposizione una sorta di head-hunter. Sarà questo strumento a lavorare per lui, cercando le offerte di lavoro più attinenti alle preferenze e alle attitudini espresse. È un cambio di paradigma, che non passa solo dalle parole chiave come altri strumenti ma dalle aspettative ed esigenze personali. A tali offerte selezionate ci si potrà poi candidare, con la certezza di avere un feedback: si può verificare se il recruiter ha preso visione del profilo, se pensa di portarlo a colloquio e anche se decide di scartare il profilo".



Le priorità per le nuove leve

La stabilità del posto di lavoro (61%), le prospettive di crescita professionale (55%) e le opportunità di formazione (51%), la flessibilità dell'orario di lavoro (48%), un ambiente di lavoro piacevole (47%) e l'equilibrio tra lavoro e vita privata (37%), sono queste le priorità per i giovani italiani nella ricerca di un impiego. È ciò che emerge da una recente indagine commissionata per il lancio della sua Fondazione da Sommet Education, il network di formazione di eccellenza per l'hospitality, che comprende le rinomate Clion Institute e Les Roches. L'analisi è stata condotta a livello europeo da OpinionWay su un campione di 1.300 giovani professionisti dell'ospitalità di età compresa tra i 18 e i 34 anni e responsabili delle risorse umane di tutta Europa, oltre a 20 leader del settore turistico-ricettivo e retail di fascia alta, gruppi e indipendenti. Dallo studio si evince anche che i responsabili HR sono consapevoli della necessità di rivedere le basi del settore alberghiero: più della metà (58%) dichiara di essere in procinto di ripensare l'organizzazione del lavoro con l'introduzione di sistemi di rotazione, opportunità di mobilità, promozioni, formazione e benefit e per il 48% di concentrarsi sulla soddisfazione e il benessere del proprio team.



Due chance per chi offre lavoro

Sul lato di chi cerca personale, alcuni passaggi vanno in parallelo a quelli dei candidati, dalla creazione dell'account all'intervista dell'assistente virtuale, che "chiede al recruiter che professionalità stia cercando, con esattezza, mettendo in evidenza le caratteristiche richieste e il loro peso". Sulla base dell'intervista viene poi creata la posizione. Da qui ci sono due tipi di attività possibili. Come rimarca Ferrero, "si può cercare riscontro all'annuncio all'interno del database della community, grazie all'algoritmo che selezionerà i candidati potenzialmente interessanti in ordine di matching,

ai quali poi 'bussare' via mail o whatsapp. Sarà poi l'azienda a decidere gli eventuali colloqui personali". La seconda attività è invece più di sistema: "Permette di fare quello che dovrebbero fare tutte le aziende, cioè employer branding, ovvero comunicare sui vari canali, online e offline, tutto quello che riguarda la loro azienda. Grazie a Horca Job si possono mettere insieme e gestire, da un'unica piattaforma, strumenti diversissimi: post, reels, stories, siti web, app, annunci da vetrina con Qr code... Si tratta di mettere a sistema questi strumenti di comunicazione per offrire ai candidati un panorama completo della propria realtà, cosa fondamentale specie con i più giovani".



Un algoritmo seleziona i candidati nel database. Sarà poi l'azienda a fissare i colloqui individuali



Claudia Ferrero e, sopra, Viviana Greco, ideatrici di Horeca Job e rispettivamente ceo e HR manager. Nel profilo di Horeca Job il candidato può pubblicare anche foto e video per mostrare alcune delle sue abilità

Lavoratori per caso e per passione

Quanto alle posizioni più richieste, Ferrero conferma che "gran parte delle figure più ricercate, l'80% circa, riguarda i ruoli operativi non manageriali, per il 40% stagionali: ruoli che di per sé intercettano persone che approcciano all'horeca in maniera del tutto casuale, o quantomeno senza il sacro fuoco dell'ospitalità, e con una forte presenza di stranieri, più motivati e generalmente disponibili al sacrificio. Anche in reparti più amministrativi e specializzati può capitare che le persone entrino per caso, magari con lo stage curricolare



IL RAPPORTO ASSIDUO CON IL CELLULARE E LE CHAT È STATO UN ELEMENTO DECISIVO IN FASE DI IDEAZIONE DELLA WEB APP

Claudia Ferrero, ceo Horeca Job

Lo stipendio non basta, ma...

Ecco, i giovani. Un'analisi di Sommet Education Foundation ha recentemente individuato i principali ostacoli tra i ragazzi e il lavoro in hotel nelle "troppe gerarchie" degli alberghi e negli orari di lavoro proibitivi. E il parametro economico? "Il problema delle retribuzioni - spiega Ferrero - esiste, ma è molto italiano. Senza andar lontano, in Francia, in Svizzera e in Inghilterra i compensi sono molto più alti anche in caso di stage o tirocini, nel turismo come in altri settori e an-

che mettendo sul piatto il diverso costo della vita. Piuttosto è vero che i ragazzi non sono più disponibili a lavorare per un pezzo di pane per continuare a fare stage. In questo il mondo alberghiero offre senz'altro possibilità di carriera che altri settori non hanno, ma la gavetta di una volta garantisce condizioni materiali che adesso sono difficilissime da trovare. E resta vero che, anche in presenza della miglior retribuzione del mondo, le nuove generazioni non sottovalutano altri aspetti: un ambiente tossico, dove c'è impossibilità di crescere, dove non ci si sente parte di un progetto e non viene delegato assolutamente nulla, non viene preso in considerazione".

legato agli studi. Ma si tratta in questo caso di persone che continuano, si specializzano e fanno carriera: tra queste una piccola percentuale è costituita da coloro che hanno intrapreso un percorso formativo in tal senso - scuola alberghiera, lauree ad hoc, Its Turismo - e quindi si tratta di una scelta consapevole".

HR: lo tsunami ha bisogno di capitani

Ma qual è lo scenario attuale, nella ricerca e nella gestione delle risorse umane in hotel? Ferrero fa osservare che "il nostro è un Paese basato sulla piccola azienda familiare, con il capofamiglia che spesso - anche in hotel - assume su di sé una serie di ruoli, compreso quello delle HR. Il che diventa un problema, in primis per la mancanza del tempo da dedicare a un tema così rilevante e complesso. Altrettanto impattante è la mancanza di competenze: anche il più bravo degli imprenditori ha bisogno di consulenti, come per le buste paga e il web, specie in un settore come quello del personale, investito da un'onda tsunamica che rende necessarie professionalità in grado di interpretare un mercato del lavoro cambiato profondamente in pochissimo tempo. È in corso uno switch totale su tutti i parametri e i paradigmi che prima erano caposalda del settore, e che si sono completamente ribaltati. Per certi versi, in hotel il focus non è più quello di andare a cercare i clienti, perché i clienti ci sono, ma i leader, la squadra, la condivisione di un progetto e di una serie di valori. È condizione necessaria per restare sul mercato. E i giovani non fanno che ricordarcelo. Non sono sfaticati: hanno solo esigenze diverse di cui prendersi cura".