



HR VISION: ADOTTA UNA PMI

Team Nordici (gruppo 9)



DOTTORESSA REYNALDI
LABORATORIO DI COSMESI NATURALE

Strategia di employer branding e talent acquisition





DOTTORESSA REYNALDI
LABORATORIO DI COSMESI NATURALE



L'azienda in pochi passi

Il core business è la cosmesi che si confronta con tre mercati:

- B2B
- B2C
- Coming soon → prodotti parafarmaceutici

La storia di Dott.ssa Reynaldi è familiare, i proprietari trasmettono valori chiari, come identificati nel report di sostenibilità, che li identificano e caratterizzano. L'ambiente lavorativo ha un potenziale elevato, manca tuttavia una strategia di recruiting strutturata che permetta di attrarre i giusti talenti.

Nonostante i fratelli Piccolo abbiano messo in atto molte politiche interne di Employer Branding, il turnover raggiunge il 14% annuo.

L'elevato turnover comporta sprechi in termini di costi di agenzia e formazione del personale.

The logo for AIDP GIOVANI features the word "AIDP" in a large, bold, blue serif font with a small orange circle above the letter "I". Below "AIDP", the word "GIOVANI" is written in a smaller, blue, sans-serif font. The entire logo is set against a white background within a dark blue rectangular border.

Per aiutare Dottoressa Reynaldi ad abbattere il turnover e rendere più efficiente la strategia di Employer Branding, ci siamo immaginati 3 differenti strategie:

1. Creazione processo strutturato di Talent Acquisition del personale di produzione (a bassa specializzazione);
2. Creazione processo di Talent Acquisition del personale di Staff e Sviluppo (alta specializzazione);
3. Creazione di progetti per la valorizzazione del personale interno come tecnica di Employer Branding



DOTTORESSA REYNALDI
LABORATORIO DI COSMESI NATURALE

1. Processo Talent Acquisition personale di produzione

Proposta 1 : delegare il processo di selezione ad una agenzia di somministrazione strutturata, definendo obiettivi chiari di selezione per identificare candidati che rispecchino i valori di Dottoressa Reynaldi:

- Concordare set di domande standard che l'agenzia somministra ai candidati;



Domande
colloquio

- Somministrare test di manualità da svolgere in agenzia o in fabbrica per valutare l'approccio al «fare».

KPI: ridurre del 5% turnover in uscita nei 3 mesi dall'ingresso, riducendo costi di selezione: attivazione contratto, visita medica, tempo e costi del personale impegnato nelle prime formazioni, costi divise, DPI e strumenti di lavoro.





1. Processo Talent Acquisition personale di produzione

Proposta 2: tramite agenzia di somministrazione, creare Open Day organizzati assieme alla diocesi di Torino per reclutare personale con valori affini a Dottoressa Reynaldi.

- L'esperienza dei fratelli Piccolo in oratorio è un tema ricorrente, spesso utilizzato per esemplificare i valori che li contraddistinguono. Per la parte di manodopera meno specializzata si vuole quindi cercare un target di candidati vicino ai valori della famiglia Piccolo.
- Importante utilizzare un ente esterno per un corretto processo di selezione che non porti ad un'esposizione mediatica sbagliata di Dott.ssa Reynaldi.

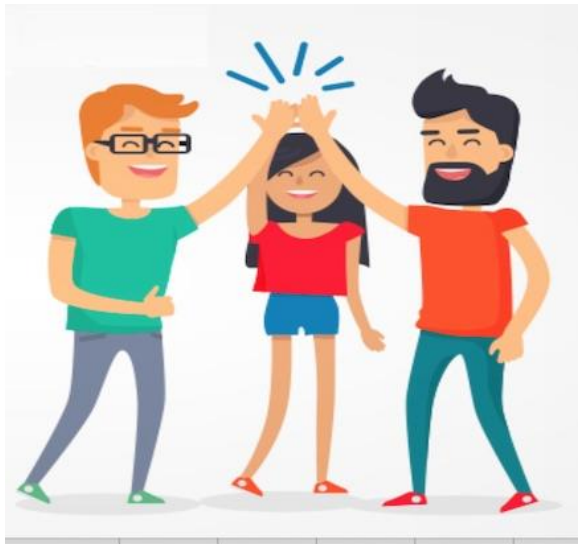
KPI: condividere valori porta a ridurre il tasso di abbandono dei candidati. Questo può avere un impatto positivo sul processo di retention.



1. Processo Talent Acquisition personale di produzione

Proposta 3: reclutamento tramite canale interno

- Dare la possibilità ai dipendenti di candidare conoscenti a posizioni interne;
- Sensibilizzare i dipendenti in merito la responsabilità della raccomandazione: importante presentare personale con valori in linea con l'azienda;
- Riconoscere una somma economica di 250€ a chi presenta un candidato non appena questo poi viene confermato.



KPI: condividere valori porta a ridurre il tasso di abbandono dei candidati. Questo può avere un impatto positivo sul processo di retention.



2. Processo Talent Acquisition personale di staff & sviluppo

Proposta 1 : massimizzare l'inserimento in azienda del Social Media Manager utilizzando la sua professionalità per sviluppare l'employer branding verso l'esterno:

- il sito aziendale è dedicato esclusivamente al prodotto: creare una sezione dedicata a descrivere la storia ed i valori dell'azienda («Chi siamo») e creare una pagina per raccogliere candidature («Lavora con noi»);
- unificare le 2 pagine LinkedIn e pubblicare contenuti non solo di marketing di prodotto ma inserire post che parlino dell'azienda e delle sue iniziative (es. progetti con le scuole; progetti di beneficenza; attività con i dipendenti)

KPI: maggiore visibilità, evidenziare le attività aziendali per aumentarne l'attrattività.

Linked 



2. Processo Talent Acquisition personale di staff & sviluppo

Proposta 2: massimizzare la presenza ad eventi di settore promuovendo il brand ed allo stesso tempo presentando l'azienda con l'obiettivo di attrarre talenti interessati a entrare nella realtà Dott.ssa Reynaldi

- scegliere un evento in linea con i valori del brand (es. sponsorship ad eventi di yoga; di moda; etc.)
- presentare il brand e lasciare come biglietto da visita la possibilità di candidarsi sul sito internet.

KPI: maggiore visibilità, evidenziare le attività aziendali per aumentarne l'attrattività.



3. La valorizzazione del personale interno

Proposta 1: Disegnare l'organizzazione attuale e immaginarsi quella futura con il fine di definire le competenze tecniche necessarie per lo sviluppo del business;

Proposta 2: Consulenza lean manufacturing per efficientare il processo di produzione: maggiore automatizzazione, eliminazione attività a basso valore aggiunto e basso contenuto tecnologico;

Proposta 3. Creare un piano di formazione finanziata tramite fornitore esterno al fine di aumentare la consapevolezza e responsabilità dei manager. Temi da trattare: leadership, gestione del tempo e delle priorità, gestione del feedback (positivo e negativo), gestione dei conflitti interni.

Finalità: aiutare i talenti che nel tempo sono diventati manager ad esprimere questo ruolo al meglio per trattenere i profili migliori ed aiutarli a svilupparsi.

KPI: assicurarsi corretta copertura delle competenze aziendali e diminuzione del turnover



Grazie per l'attenzione...



Elena, Maria, Roberta e Matteo