

Emergenza giovani: la risposta di Vodafone

Vodafone

Per poter definire i tratti caratteristici di una generazione bisogna sempre tenere in considerazione l'ambiente in cui prende forma.

Vodafone è alla continua ricerca di giovani studenti, laureandi o neo-laureati, con un eccellente percorso universitario, che abbiano vissuto almeno un'esperienza di respiro internazionale e che abbiano esperienze interpersonali da raccontare. Buona maturità, buon equilibrio e buon senso pratico sono gli ingredienti vincenti per poter essere assunti in Vodafone. Per l'azienda i neo-assunti devono avere leadership, buona capacità di dialogare, capacità di lavorare insieme ad altri, abilità che in realtà già dovrebbero possedere, considerando che oggi le università insegnano a lavorare in team, ad essere orientati al mercato. Considerato che le prospettive future di business dell'azienda sono legate agli scenari del web, ai temi legati ai social network ed all'evoluzione dei consumi, Vodafone necessita di persone appassionate ad internet e alle nuove tecnologie, che abbiano familiarità con il mondo hi-tech, che siano dotate di spiccata curiosità, apertura mentale e soprattutto tanta voglia di fare.

Per quanto concerne le differenze tra i giovani ed i dipendenti "anziani" in azienda, è opportuno ripercorrere brevemente l'exkursus sulla modalità di apprendimento e sugli strumenti di cui le due generazioni sono state dotate, poiché esplicativo delle grandi differenze tra le due.

I ragazzi della generazione di oggi non sono focalizzati sulle tecniche di imparare per saper fare, bensì sui processi necessari all'apprendere. Il tentativo è sempre quello di reinterpretare e trovare una via più rapida all'apprendimento. È inoltre estremamente difficile che i giovani contemporanei si concentrino esclusivamente su un percorso di apprendimento monotematico, poiché hanno una vera e propria propensione verso il *multitasking*, con una struttura di pensiero non lineare come quella delle generazioni passate. Il ragionamento è guidato non da un pensiero strutturato e razionale ma dal c.d. *hyperlink*. I giovani, inoltre, sono sempre connessi alla rete che è la loro principale fonte di conoscenza, dove intrattengono continue relazioni virtuali. Questo approccio si ripercuote in ambito lavorativo, scontrandosi con una generazione abituata ad interiorizzare a fondo il sapere e le tecniche lavorative, a dare un *commitment* full-time per raggiungere un obiettivo e che non si lascia distrarre dall'essere sempre connesso, spesso perdendosi in innumerevoli flussi di informazione che al giorno d'oggi scorrono alla massima velocità.

In Vodafone, oggi, l'uso delle tecnologie è un fattore facilitante nella gestione delle risorse umane, ed è assolutamente imprescindibile per le multinazionali coinvolte nella sfida globale. Nel panorama contemporaneo, caratterizzato da una popolazione "*always connected*" attraverso il sussidio delle tecnologie, le risorse umane dovrebbero osservare e imparare a conoscere i nuovi codici di socialità e comunicazione via web. I social network sono diventati uno degli strumenti base per le comunicazioni interpersonali e, sempre più, vengono utilizzati anche dalle generazioni più *agee*. I cambiamenti determinati da tale nuovo modo di relazionarsi non solo vanno osservati, ma vanno anche guidati. Senza contare il fatto che questo mondo di circuiti agevola anche dinamiche interpersonali rendendo l'operato delle risorse umane più "*speed and simple*".

Vodafone offre ai giovani talenti che si affacciano al mondo del lavoro varie possibilità di accesso nella struttura aziendale, due delle quali costituiscono gli strumenti principe: l'internship e il *Vodafone Graduation Program*.

L'internship (o, per utilizzare il linguaggio degli studenti, il c.d. stage curriculare, per alcuni di loro obbligatorio al biennio della laurea specialistica), è offerto agli studenti che ancora devono completare il loro percorso di studi con l'obiettivo di fare un'esperienza lavorativa concreta e conoscere la realtà aziendale di Vodafone. È anche il modo migliore per conoscere la persona, le sue attitudini e le sue capacità e, nel caso in cui ci fosse un interesse reciproco, Vodafone garantisce la possibilità di rimanere in contatto fino alla laurea, per valutare poi inserimenti *post-lauream*.

L'internship dura da 3 a 6 mesi ed è retribuito con la cifra di 800 euro mensili. In Vodafone, negli anni passati, a più del 50% degli stagisti è stato proposto un contratto di lavoro a tempo indeterminato.

Accanto all'internship si sviluppa un progetto aziendale di cui Vodafone va particolarmente fiera. Oggi, infatti, il laureando o il laureato viene assunto direttamente a tempo indeterminato per il *Vodafone Graduate Program*. Lanciato a settembre 2009, il percorso si sviluppa nell'arco di 12 mesi. Per i primi due il *Program* prevede l'affiancamento del giovane nei call center dell'azienda e nelle operazioni di vendite di zona e di vendita diretta negli shop Vodafone. Attraverso tali esperienze potrà infatti conoscere la cultura e il business aziendale rafforzando anche le proprie competenze relazionali. Dopo la prima fase di conoscenza del cliente, i neo-laureati svolgono due periodi di esperienza lavorativa in due dipartimenti diversi da quello in cui inizieranno il loro percorso finito il *Graduate Program*, già concordati all'inizio del programma. L'elemento chiave del *Vodafone Graduate Program* è, infatti, l'interfunzionalità. Il neo-assunto, grazie alla rotazione nelle diverse funzioni, potrà entrare in contatto con i diversi settori lavorativi in cui si sviluppa l'azienda, acquisendo la conoscenza precisa del cliente finale e la vision ad ampio raggio della mission aziendale.