



LILIANA GORLA
Head of Talent Acquisition Siemens

Liliana Gorla ricopre dall'aprile 2010 il ruolo di Head of Talent Acquisition di Siemens Italia. In questo ruolo ha la responsabilità delle attività di Employer Branding e selezione del personale per tutto il territorio nazionale. Prima di tale ruolo ha sviluppato competenze e ricoperto posizioni nei diversi ambiti della funzione risorse umane. Dallo sviluppo alla Compensation, dal Training alle relazioni sindacali, fino alla posizione di HR Manager per una società del Gruppo Siemens. Prima di entrare a far parte del Gruppo Siemens nel 2001, ha ricoperto il ruolo di Manager all'interno della consulenza di Ernst&Young ed in precedenza ha lavorato nelle Risorse Umane di 3M Italia. Completano il suo background due esperienze di lavoro di lavoro all'estero, prima in Olanda e l'ultima presso l'Headquarter di Siemens in Germania.

I SOCIAL NETWORK APRONO NUOVI SPAZI DI INCONTRO

Siemens rappresenta una delle più importanti multinazionali a livello mondiale che opera in ambito ingegneristico, elettronico ed elettrico.

È presente in più di 190 paesi con circa 360.000 collaboratori e nel 2011 ha fatturato 73 miliardi di Euro. Siemens Italia conta 4.800 dipendenti con un fatturato di 2,5 miliardi Euro.

Siemens opera a livello mondiale nei settori Industry, Energy, Healthcare, Infrastructure & Cities grazie ai suoi dipendenti che agiscono rispettando i valori di Responsabilità, Eccellenza e Innovazione.

La nostra *Employer Value Proposition* rispecchia una storia di innovazione e tecnologia con la quale anche oggi vogliamo rispondere alle domande del domani. Cerchiamo perciò persone che abbiano curiosità e apertura mentale (*Openness & Curiosity*) per continuare ad essere pionieri della sostenibilità.

In linea con la nostra Corporate Identity, costituita dal binomio innovazione e tecnologia, intendiamo attrarre e cercare persone curiose e aperte utilizzando anche strumenti tecnologicamente avanzati come sono attualmente i Social Network.

Sono convinta che il mercato italiano non sia ancora pienamente consapevole delle potenzialità dei Social Network anche se, in generale, denoto un'attenzione crescente al tema: i giovani vedono ancora i Social Network troppo legati al gioco e utili a mantenere il contatto con gli amici piuttosto che finalizzati alla ricerca di impiego e al confronto sul lavoro; le persone con esperienza cominciano invece ad utilizzarli ma ancora in modo parziale.

Giocano sicuramente un peso rilevante le caratteristiche e l'indole degli italiani che necessitano del contatto fisico come lo stringere la mano e un approccio personale più forte.

Mi piace pensare che i Social Network costitui-

scano l'opportunità di moltiplicare i *Career Event* e le *Job Fair* del futuro, in quanto permettono spazi e luoghi di incontro non solo fisici ma anche virtuali in una realtà che lo è sempre di più, rispecchiando le modalità lavorative di oggi o di domani che sono infatti sempre più in remoto, con Virtual Team e riunioni on-line anche via webcam.

I Social Network hanno un vantaggio indiscusso: permettono al potenziale candidato di entrare in contatto diretto con qualcuno dell'azienda addirittura prima di finalizzare la candidatura per una posizione. Questo è un vantaggio che la mia generazione non avrebbe mai pensato possibile e che Siemens Italia intende cogliere.

In nome della trasparenza e della coerenza abbiamo deciso di familiarizzare con i Social Network -apprendo recentemente il gruppo LinkedIn **Siemens Italia Careers** - e utilizzare un unico Tool di Recruiting a livello mondiale che garantisce un processo di selezione accessibile, tracciabile, reperibile, oltre che economico.

Candidarsi on-line, e non via posta o via Mail, sul sito www.siemens.it/careers è un vantaggio per il candidato in quanto il CV risulta così fruibile per potenziali esigenze future.

Cambiano perciò le professioni, cambiano i candidati, deve cambiare anche la modalità di lavoro dei Recruiter: essere Social, essere veloci - tutto sul web è più veloce - e trasparenti, perché tutto sul web è diretto e dichiarato. Le aziende che scelgono di andare online devono essere consapevoli che si stanno mettendo in gioco dichiarando e mostrando la realtà e le esperienze che realmente vivono e rispecchiano quello che sono e quello che cercano.