

REVERSE

human
resources
science

I feedback digitali nel mondo HR: metodologie e strumenti



**YOUR
FEEDBACK
MATTERS!**

Il tema del feedback è tanto attuale perchè non si tratta soltanto di imparare l'**arte di dare e ricevere feedback digitali nella maniera più efficace**, ma anche di saper **gestire correttamente i dati che si raccolgono**. E questo può non essere immediato. Ecco alcuni approfondimenti.

1. Lavoratori abituati alla recensione

Viviamo nell'epoca delle recensioni. In tutti i settori ricevere opinioni dei clienti è ormai un fattore prioritario. Certamente il digitale ha incentivato questa tendenza ma il marketing tradizionale ci ricorda che il "word of mouth", il passaparola, è sempre stato un elemento chiave nella pubblicità:

“I consumatori sono sempre stati più influenzati dal passaparola da fonti fidate, come la famiglia, gli amici e i colleghi, invece che dai soli messaggi pubblicitari. (...)La novità dei media digitali è che queste cerchie sociali diventano potenzialmente illimitate, o comunque molto più popolose e possono offrirci una quantità enorme di informazioni utili. Ricerche recenti mostrano che la maggior parte dei consumatori crede, più che nelle comunicazioni di marketing, nel cosiddetto "fattore F": friends, families, Facebook fans, Twitter followers.” Philip Kotler

I social media hanno cominciato presto a dare gran luce alle recensioni incorporando il feedback nelle loro principali logiche di funzionamento: non solo i like o la condivisione di contenuti, ma la recensione esplicita è diventata un punto chiave nella loro attenzione puntigliosa alla customer experience.

Cosa c'entra tutto ciò con il mondo HR? **Non possiamo certo pensare che un lavoratore che vive ogni giorno la società attuale ed è ormai assuefatto alle sue dinamiche possa improvvisamente cambiare forma mentis quando approccia il mondo del lavoro.**

Inconsciamente si sentirà a proprio agio se ritroverà il terreno che conosce anche quando vive l'azienda o cerca un nuovo lavoro.

2. Strumenti per raccogliere i feedback e analizzare i dati

Ora che abbiamo capito la loro importanza strategica, vediamo **quali sono gli strumenti per ottenere numerosi feedback** da candidati e collaboratori.

Esistono centinaia di tool per inviare richieste di feedback. L'**ufficio marketing** della tua azienda, o l'agenzia che vi segue, saprà sicuramente aiutarti, dato che in molti settori le richieste di feedback sono ormai parte integrante delle attività di comunicazione.

L'aspetto da tenere sempre presente nella tua scelta sarà l'**efficacia dell'analisi dei risultati raccolti**: quando provi il tool accertati che ti restituisca la reportistica più adatta a te, che ti consenta di esportare i dati nella versione che preferisci e che l'assistenza via chat sia veloce, soprattutto se pensi di avere esigenze avanzate.

Dal tuo canto ti sarà utile **organizzarti al meglio fin da subito per la raccolta e l'archiviazione di tutti i dati**: se cominci scaricando i dati in Excel e salvandoli in una cartella specifica ricordati di farlo con regolarità; se preferisci consultare le dashboard online che ogni tool offre accertati che siano condivisibili semplicemente anche con i tuoi colleghi e che siano chiare anche per i meno avvezzi a queste attività.

Ecco quindi alcuni tool tra i più utilizzati:

- anche un semplice [Google Form](#) può essere più che sufficiente in molti casi.
- Semplice e intuitivo, oltre che gratuito.
- Molto simile ma con qualche funzionalità in più è [Typeform](#), con costi ragionevolissimi (l'accesso gratuito ti consente di creare tre piccoli form).
- Tra i tool più utilizzati c'è poi [SurveyMonkey](#), che ha anche dei template specifici per il mondo HR. Il piano basic è gratuito.
- Decisamente più articolato è [Outgrow](#), con cui puoi creare molti contenuti interattivi, tra cui per esempio degli assessment e dei quiz con calcolatore che mostrano all'utente una pagina finale diversa a seconda dei suoi risultati.

Dopo i primi test potrai **automatizzare l'invio di feedback** grazie ad uno dei [software per l'HR](#) che probabilmente hai già in uso oppure grazie a quelli utilizzati dagli uffici marketing e sales per l'invio automatico delle comunicazioni commerciali.

La tecnologia si spinge anche oltre nel semplificare i processi di feedback e ti mette a disposizione molte **chatbot in grado di dialogare con i candidati** sia in fase di pre-selezione sia nella fase successiva al colloquio, programmando il processo di feedback attraverso l'invio automatizzato di messaggi tramite social media o altre app di messaggistica.

3. Focus sul mondo HR- 1: feedback durante il processo di selezione

Andiamo ora nel dettaglio di due dei principali processi del mondo HR: la selezione e l'onboarding.

Pensando al processo di ricerca e selezione, oggi le aziende sono sempre più consapevoli di questi tre fattori:

- l'esperienza di ogni candidato parte ben prima dell'ingresso in azienda.
- L'impatto della candidate experience è enorme: chi ha avuto un'esperienza positiva durante il processo di selezione ha molte più probabilità di scegliere quell'azienda anche se avesse altre offerte di lavoro, e di raccomandare l'azienda ad altre persone.
- Questo avviene sia che il candidato venga assunto sia che venga rifiutato durante il processo, a patto che questo rifiuto sia gestito al meglio da parte dell'ufficio HR e motivato nel dettaglio.

In questo contesto, è facile capire come i feedback dei candidati diventino fondamentali per alcuni strategici motivi:

- **un costante miglioramento del processo di selezione:** comprendere nel dettaglio il pensiero di ogni candidato è un modo efficacissimo per individuare eventuali inefficienze nel processo di recruiting: una job description poco chiara, un software non performante, un numero di telefono che squilla a vuoto sono tutti fattori che possono essere ottimizzati con poco e portano risultati sorprendenti.
- **Un'analisi puntuale dei trend:** grazie alle tecnologie digitali puoi raccogliere enormi quantità di dati dai tuoi processi di selezione e analizzarli per comprendere le tendenze generali del mondo del recruiting. I dati hanno suggerito per esempio di sostituire i primi incontri faccia a faccia con un colloquio video per far risparmiare ai candidati tempo e spese di viaggio, e condotto a cambiamenti ancor più radicali come la revisione delle domande di colloquio.

- **L'assunzione di talenti migliori:** i feedback positivi sul tuo processo di selezione ti danno conferma che avverrà un buon passaparola, portando altri talenti a prendere in considerazione la tua azienda, mentre in caso di feedback negativo avrai modo di renderti conto delle inefficienze ed intervenire subito per non perdere i migliori talenti disponibili a causa di un cattivo passaparola.
- **Potenziare la brand image e la brand reputation:** il modo in cui viene percepito da fuori il luogo di lavoro è un pezzo chiave del puzzle quando si tratta di acquisire nuovi talenti. Questo perché il contesto in cui si opera è quello della comunicazione digitale in cui le informazioni girano in gran quantità e ad elevata velocità, all'interno di un mercato del lavoro mai stato così fluido e con una sempre più forte tendenza al job-hopping. I candidati hanno come non mai il potere di determinare il loro destino professionale e difficilmente sceglieranno un'azienda con una reputazione non in linea alle loro attese e aspirazioni. Dare maggiore attenzione a questi aspetti vuol dire contribuire alla costruzione di un marchio che si distingue dalla concorrenza e dipingere un quadro attraente per le assunzioni future.

4. Focus sul mondo HR- 2: sondaggi ai neo-assunti

Includere un sondaggio nell'ambito dei **programmi di onboarding** - arrivando fino a sei mesi dopo l'assunzione - può fornire preziosissimi feedback sul processo di selezione e soprattutto sulla corrispondenza tra le aspettative e la realtà.

Ovviamente questo caso è ancora più delicato: **ottenere totale sincerità non è semplice**, e il successo sta sia nel come vengono poste le domande sia nella complessiva trasparenza e fiducia che l'azienda ha saputo costruire, tema quindi molto ampio.

Anche in questo caso **un approccio basato sui dati** può aiutarti a misurare i progressi nel tempo, a cercare modelli ricorrenti e a confrontare le risposte per i diversi ruoli, dipartimenti e aree aziendali.

5. Come scrivere una survey efficace?

Ecco alcuni consigli.

- Nelle survey si consiglia di **non porre troppe domande**, infatti i dati hanno mostrato un tasso di abbandono molto alto quando il sondaggio si fa troppo lungo.
- Se con due o tre domande veloci non riesci ad andare nel dettaglio, puoi associare alla survey quantitativa **un'indagine qualitativa, ovvero una telefonata di approfondimento** ad un campione ridotto di intervistati (anche offrendo un compenso di qualche tipo) in cui andare nel dettaglio dei punti più strategici. Strutturando un mix di chiamate approfondite e sondaggi rapidi online puoi alleviare la pressione sia sul tuo team che sugli intervistati e ottenere tutte le informazioni necessarie.
- I sondaggi devono essere **coinvolgenti**: utilizzare immagini e video può essere un'idea per renderli più ingaggianti.
- Molto importante è spiegare in maniera dettagliata **i motivi per cui si chiede il feedback**, per evitare che venga ignorato o preso sottogamba.
- E' infine fondamentale avere una puntuale **politica sulla privacy e la tutela dei dati**, rassicurando l'intervistato che il sondaggio è anonimo o che la sua opinione non interferirà con l'esito di selezioni in corso o future.

6. Rischi da evitare

Gli unici due aspetti su cui porre attenzione per non vanificare l'efficacia della richiesta di feedback sono questi:

- Un'eccessiva standardizzazione del messaggio e dei processi può portare le persone a non riconoscere che dietro la richiesta di feedback ci sia una vera persona interessata realmente alla sua opinione, ma solo una macchina in cerca di dati da elaborare (con conseguente minor impegno nella compilazione del feedback).
- Esagerare con le richieste di feedback può portare ad un effetto boomerang in cui sembra che l'azienda non sia in grado di prendere decisioni, e "stressi" in continuazione i suoi collaboratori per delegare le responsabilità.

Concludendo quindi è ormai chiaro che la richiesta di feedback è parte integrante del processo HR e che la ricetta vincente per ottenere risposte complete alle tue survey è di inviare richieste di feedback costanti ma non troppo frequenti, motivate, personalizzate e digitali per poter raccogliere e analizzare il dato.

Ora che sai tutto sul tema del feedback è il momento di approfondire il tema dell'employer branding grazie a questo e-book:



Buona lettura!
Il team di Reverse

[Cerchi talenti in poco tempo? Affidaci una selezione!](#)

REVERSE

human
resources
science



www.reverse.hr

Milano - Bologna - Padova - Berlino