



PROFESSIONISTI

In cerca di personale? Ecco come scrivere un annuncio di lavoro

di Giulia Maria Rossi – HR Manager di BDM Associati

EVENTO GRATUITO

Rivoluzionare gli studi professionali: digitalizzazione e intelligenza artificiale per una nuova era

[Scopri di più >](#)



La ricerca di personale nello studio professionale è diventata ormai un tema comune che riguarda, e, nella maggior parte dei casi, preoccupa seriamente, un gran numero di studi professionali in Italia in questo momento storico.

Parlo di *“momento storico”* in particolare perché, confrontandomi con un buon numero di professionisti nell’attività lavorativa quotidiana, non posso negare che molti ormai hanno già sperimentato nel proprio studio professionale come sia cambiato profondamente il mercato del lavoro. La recente pandemia ha modificato **il significato che giovani e meno giovani attribuiscono al lavoro**, al tempo da dedicargli, alle aspettative che si nutrono su di esso e a quanto di sé stessi si è disposti a mettere in gioco in tale ambito. Questo cambiamento tanto rapido quanto profondo ha messo in crisi la crescita e il buon funzionamento del naturale turnover negli studi di professionisti. A questo **cambio di mentalità e di vedute** (maggiormente vissuto dalle nuove generazioni) si unisce il calo demografico, dunque la diminuzione di persone in età lavorativa, e la predilezione dei giovani per lavori che li sottopongano a minor stress fisico e mentale, a meno pressioni in termini di scadenze temporali da rispettare e che prevedano più tempo libero personale.

Queste e altre condizioni di mercato generano certamente uno scenario non favorevole nel quale selezionare e inserire in studio i migliori talenti in ambito professionale. Tuttavia, in quanto titolari di studio e dunque imprenditori e manager, oltre che professionisti, queste sono le condizioni del campo in cui vi trovate oggi a giocare la vostra partita imprenditoriale. Sicuramente è una bella sfida, ma, proprio come tale, va vissuta e affrontata con energia, con determinazione, e, perché no, con i giusti metodi e strumenti aziendali propri del mondo specialistico dell’acquisizione e fidelizzazione di talenti (*talent acquisition e talent retention*).

In questo articolo mi piacerebbe affrontare con voi in modo molto pratico la prima attività da mettere in campo nella ricerca del personale: **come scrivere un annuncio di lavoro**.

Quando un professionista si chiede come può trovare personale qualificato per il proprio studio professionale, le prime questioni che deve analizzare riguardano i canali utilizzati per



raggiungere i potenziali candidati criteri di scrittura dell'annuncio di lavoro.

Iniziamo dai canali: sicuramente sai di avere a disposizione una moltitudine di strumenti, gratuiti e a pagamento, tra cui scegliere per poter comunicare e diffondere l'opportunità lavorativa che il tuo studio ha da offrire.

Ti consiglio di **studiare bene il target che desideri intercettare**, in modo da scegliere il canale adeguato e non rendere inefficace il tuo annuncio di ricerca personale. Per esempio: se cerchi una figura giovane, fresca, da formare da zero ma che possa mettere in campo energia, ambizione, motivazione e voglia di crescere, sarà strategico stringere collaborazioni con le Università oppure con le scuole del tuo territorio per poter collaborare insieme, attingere ai talenti migliori e pubblicare gratuitamente annunci di lavoro sui portali accademici e scolastici messi in evidenza agli studenti.

Al contrario, se cerchi un professionista che abbia già avuto esperienze professionali nell'ambito, sicuramente canali come LinkedIn, Indeed o piattaforme anche più settoriali per la ricerca del lavoro saranno le più indicate.

Ti ricordo che ciascuna di esse mette a disposizione alcune funzionalità utili al recruiting in versione gratuita e altre, più avanzate, a pagamento. Non dimenticare inoltre della doppia attività che puoi svolgere *online* con questi strumenti: **ricerca passiva** (pubblichi un annuncio e attendi che i candidati rispondano) e **attiva** (cerchi attivamente, attraverso parole chiave, i profili che ti interessano e li contatti).

Tutti abbiamo poi a disposizione “*i nostri canali*” ossia i nostri profili social di studio attraverso cui diffondere annunci di ricerca personale nella nostra rete di *followers*.

Non tralasciamo le candidature interne: dove possibile, comunica ai tuoi collaboratori la posizione vacante. Chi meglio di loro può essere e agire da Ambassador del tuo studio? Un collaboratore entusiasta e soddisfatto del lavoro che svolge con te non esiterà ad attivarsi nella ricerca del prossimo, valido, collega.

Infine, **il più efficace** - benché più lento - **canale di ricerca del personale è sicuramente il passaparola**. Rendi noto nella tua cerchia di conoscenti, professionisti, collaboratori e fornitori della grande opportunità che il tuo studio può offrire. Da questi semi potresti veder nascere collaborazioni di grande soddisfazione.

Tuttavia, tutti questi canali possono essere più o meno efficaci nel raggiungimento del risultato atteso a seconda del contenuto che diffonderai. Allora: **cosa scrivere nell'annuncio di lavoro?**

Abbandonato l'iconico ma ormai obsoleto “cercasi personale” vediamo come strutturare un annuncio - in inglese *job description* - efficace.

Puoi iniziare con **una breve frase accattivante** che attiri l'attenzione del profilo ricercato e che



gli faccia capire che stai parlando proprio a lui o a lei.

Per esempio: *“Sei una persona giovane e ambiziosa? Hai sempre sognato di diventare un vero Professionista, un Dottore Commercialista, ma gli interlocutori con cui ti sei confrontato fino ad ora ti hanno prospettato un percorso lungo e apparentemente privo di riconoscimenti e crescita? Il nostro Studio Professionale può offrirti l’opportunità che fa per te.”*

Poi, per prima cosa, presenta brevemente la tua realtà. Non scrivere una piatta presentazione descrittiva, per esempio *“Siamo uno studio di commercialisti impegnato a gestire al meglio la contabilità e fiscalità dei nostri clienti”*, ma **metti in risalto le caratteristiche che rendono unica la tua realtà**, spiega il cuore della mission, della vision e dei valori della tua organizzazione.

Per esempio: *“Siamo una squadra di professionisti unita e coesa, che crede fortemente nella sua mission: essere ogni giorno al fianco delle imprese italiane per supportarle nella gestione contabile e fiscale e soprattutto nella pianificazione della crescita aziendale, risolvendo dubbi e chiarendo aspetti tecnici che preoccupano o rallentano l’imprenditore”*.

Aggiungi anche una brevissima descrizione del *team*, delle sue caratteristiche e dei valori del tuo studio che desideri mettere in evidenza.

In seguito, **presenta l’opportunità lavorativa**, esplicitando il ruolo offerto espresso nel suo nome di mercato (verifica che quel *job title* esista davvero) e le attività di cui si occuperà la persona in quel ruolo.

Segue il paragrafo *“Cosa ti offriamo”*: esso indica tutto ciò che lo studio metterà a disposizione della nuova risorsa per permetterle di crescere nel ruolo, performare bene, e vivere con soddisfazione la nuova opportunità lavorativa. Elenca questi elementi partendo da quello che ritieni possa essere più importante per il tuo candidato.

A titolo esemplificativo, ma non esaustivo: un piano di formazione, opportunità di crescita, un ambiente meritocratico, orari flessibili, la possibilità di lavorare da remoto o in forma ibrida, uffici moderni e all'avanguardia, dotazione tecnologica innovativa, attività di team building e connessione tra colleghi, welfare aziendale, ecc.

Procedi poi descrivendo chi stai cercando: **elenca le caratteristiche necessarie o preferibili che deve possedere la persona nel ruolo**. Non limitarti a caratteristiche hard (titolo di studio, anni di esperienza, conoscenza di software) ma indica anche le soft skills ricercate (voglia di crescere, ambizione, empatia, capacità relazionali, precisione, puntualità, ecc.) a seconda del profilo che vuoi intercettare.

A questo punto, specifica elementi quali sede di lavoro e modalità (in sede, full remote, ibrido) e la disponibilità di tempo richiesta (*full time* o *part-time*). Inserisci una indicazione di inquadramento e retribuzione.



Infine, può completare un ottimo annuncio anche il paragrafo *“Perché lavorare con noi?”* che **spiega quali sono gli elementi di valore aggiunto che rendono questa opportunità** e dunque il lavoro nel tuo studio una esperienza unica.

Non preoccuparti della lunghezza della tua *job description*, preoccupati invece di scriverla **pensando esattamente alle persone che vuoi intercettare, a quali possono essere le insicurezze che loro vogliono risolvere attraverso un ottimo posto di lavoro** che al momento non possiedono oppure alle motivazioni che li rendono insoddisfatti del lavoro attuale e motivati a cambiare.

Se riuscirai a colpire queste problematiche, queste preoccupazioni dell'interlocutore e a mostrare che lavorare nel tuo studio professionale potrà aiutarli a risolverle e a realizzarsi come persone e professionisti, il tuo annuncio di lavoro avrà centrato perfettamente la sua missione e l'impresa della ricerca di nuovi talenti ti apparirà un po' meno ardua e un po' più umana.