



a cura di
Fabiana Andreani
Career Mentor & Content Creator
@fabianamanager

Allenare l'unicità: distinguersi nel futuro del lavoro

Diversità, equità e inclusione sono ormai termini ricorrenti nella comunicazione aziendale, nelle offerte di lavoro e nella pubblicità. Da una parte, è positivo che le aziende si impegnino a lasciare un impatto positivo sul contesto socio-culturale che le circonda; dall'altra, è lecito chiedersi se questi proclami si riflettano davvero nell'esperienza quotidiana delle persone o siano solo manifestazioni di *carewashing*,¹ ovvero un interesse di facciata finalizzato al marketing, senza un reale impatto sulla società.

L'era del *brand activism*, intesa come impegno delle aziende verso cause sociali, sembra entrare in una nuova fase. Se subito dopo la pandemia molte imprese si erano impegnate a sostenere varie cause, cambiando persino i loghi per aderire a campagne sociali, oggi si osserva un'inversione di tendenza. Alcune aziende, come Toyota² e Harley Davidson³ hanno scelto di rinunciare alle loro iniziative di inclusività legate alle tematiche LGBTQ+, ritenendo tali attività

non più coerenti con la loro comunicazione aziendale.

Sottolineare l'importanza della diversità nella retorica aziendale sembra quindi essere meno 'di appeal' rispetto al passato. Un articolo di *Harvard Business Review Italia*⁴ del 2022 ha già evidenziato questo fenomeno, riportando i risultati di una ricerca sull'impatto del linguaggio usato dalle aziende per promuovere la diversità. Né l'approccio che valorizza la diversità come leva economica, né quello che la giustifica su basi morali sembrano essere efficaci: il primo può far sentire i candidati come meri strumenti per il profitto aziendale, mentre il secondo rischia di suonare come un semplice proclama di facciata. Secondo gli autori, l'approccio ideale consiste nel considerare la diversità un valore intrinseco, manifestato nella concreta valorizzazione dei talenti e nella creazione di un ambiente lavorativo accogliente.

Ma quale prospettiva manca a questa narrazione? Quella che si concentra sulla valorizzazione dell'unicità di ciascun individuo. Puntare sull'unicità del contributo di ogni candidato è già una pratica quotidiana nella selezione del

personale,⁵ come dimostra l'affermarsi dello *Skills First Approach*, che valuta più le competenze acquisite rispetto ai titoli accademici. In un mondo in rapido cambiamento, l'unico modo per le imprese di affrontare l'incertezza è puntare sul potenziale delle persone, sulle loro competenze trasversali (soft skills) e sulla capacità di adattarsi e formarsi continuamente.

«Le aziende assumono le persone per le qualifiche e le licenziano per le competenze e i comportamenti», sostiene Gianni Rusconi su *Il Sole 24 Ore*.⁶ Un'assunzione sbagliata può costare all'azienda fino alla metà della retribuzione annua lorda del dipendente, considerando i costi del processo di selezione, gli stipendi, la formazione e l'impatto sull'organizzazione stessa.

Ci troviamo quindi in un'epoca di grandi opportunità per i candidati, con ampi margini di crescita e di auto-realizzazione. Tuttavia, l'unicità va allenata, e non è sempre semplice: spesso veniamo da percorsi scolastici in cui siamo abituati a delegare agli altri la valutazione delle nostre capacità e a definirci solo attraverso competenze tecniche che rischiano di diventare rapidamente obsolete.

1 <https://www.linkedin.com/pulse/come-riconoscere-il-carewashing-e-office-peacocking-sul-mondino-ocphf/>.

2 <https://www.out.com/business/toyota-no-longer-sponsoring-lgbtq-dei-reasons-explained>.

3 <https://www.ilgiornale.it/news/cronaca-internazionale/denaro-batte-inclusivit-harley-davidson-abbandona-linea-woke-2360816.html>.

4 <https://www.hbritalia.it/settembre-2022/2022/09/01/news/per-una-gestione-corretta-delle-diversita-15324/>.

5 <https://economicgraph.linkedin.com/research/skills-first-report>.

6 https://www.ilssole24ore.com/art/le-selezione-perfetta-come-trovare-giuste-competenze-evitando-errori-costosi-AGklG2X?refresh_ce=1.

Come sviluppare e raccontare la propria unicità?

Una breve guida dalle lezioni che tengo in varie università:

Conoscere le proprie soft skills

Creiamo una linea del tempo personale e annotiamo su di essa eventi significativi, aggiungendo le competenze trasversali che abbiamo sviluppato in ognuno di essi. Questo esercizio ci aiuta a prendere consapevolezza del nostro percorso e della nostra unicità, anche in assenza di esperienze lavorative pregresse. È un modo per superare le definizioni vaghe di sé (come 'organizzato' o 'brillante'), fornendo invece esempi concreti da usare durante i colloqui.

Personalizzare il CV

Anche se il curriculum non lascia molto spazio alla creatività, possiamo comunque renderlo unico, mettendo in evidenza elementi personali e distintivi. Possiamo, ad esempio, adattarlo alla posizione desiderata con un profilo iniziale che descriva in breve perché siamo adatti al ruolo, selezionare le esperienze più rilevanti, includere sezioni sui valori e le cause sociali a cui teniamo, o indicare le condizioni professionali che preferiamo evitare. Un tocco finale? Un QR code per mostrare un portfolio o progetti personali.

Creare una vetrina personale su LinkedIn

In un contesto in cui l'intelligenza artificiale rende banale la creazione di testi generici, è fondamentale evitare la banalità quando parliamo di noi stessi. L'IA può aiutarci a iniziare, ma il nostro stile personale deve emergere sin dalla *headline*. Non limitarsi a parole chiave, ma aggiungere un breve *statement* su cosa rappresentiamo o cosa ci distingue. Anche nella sezione 'informazioni', meglio evitare i *buzzword* impersonali e optare per aneddoti e narrazioni che esprimano la nostra autenticità.

Lettera di presentazione legata all'azienda

Anche il modo in cui ci presentiamo a un'azienda esprime la nostra unicità. Se ci candidiamo per una posizione o inviamo una candidatura spontanea, descriverci come semplicemente 'motivati' non è abbastanza. Meglio puntare su esempi concreti che dimostrino le nostre competenze, accompagnandoli a un interesse verso l'azienda motivato da esperienze personali.

Mostrare il talento durante i colloqui

Il talento, inteso come consapevolezza del proprio percorso e del proprio contributo, è cruciale. Dobbiamo arrivare al colloquio

con l'idea che le scelte compiute fossero le migliori possibili al momento, senza paura del giudizio altrui. Per raccontare la nostra esperienza, possiamo seguire la tecnica STAR (Situation, Task, Action, Results) o PEARL (Problem, Epiphany, Action, Results, Learning), per mantenere alta l'attenzione del nostro interlocutore. Le migliori domande per entrare in sintonia con il selezionatore? Le *in-depth questions*, che portano chi ci sta davanti a esprimere un'opinione personale, ad esempio: «Qual è la cosa più bella del lavorare qui?» o «Come definirebbe il modello di leadership?»

In un futuro segnato da cambiamenti tecnologici sempre più rapidi, affermare la propria unicità come elemento di valore e integrazione del contesto lavorativo può aiutare a restare insostituibili e a navigare l'incertezza.

