

GESTIONE D'IMPRESAdi **LORENZO LOSI****La crisi impiegatizia delle professioni**

"Lorenzo, per caso conosci qualcuno in zona X, che sto cercando personale? Sai, di questi tempi proprio non se ne trova!"

"Non mi dire! " è la risposta che rimbalza istantaneamente nel mio cervello, che ormai sente questa frase diverse volte al giorno, confrontandomi io quotidianamente con tanti di voi in tutt'Italia.

Per i consulenti del lavoro il problema è molto marcato: al momento su 10 studi con cui mi confronto, 11 vorrebbero personale che non riescono a trovare!

E per gli studi commerciali? Dipende dai criteri di ricerca. Se cerchi personale con determinate caratteristiche ti rendi rapidamente conto che la domanda sale con la qualità, e così anche la rarità dei candidati e le richieste economiche. Ad un certo livello si entra nel territorio delle *Big4* o, perché no, dell'estero con stipendi e scenari spesso più interessanti. Anche per personale " *da formare* ", su cui gli orizzonti per un'autonomia operativa sono per definizione lunghi, trovare qualcuno di veramente valido equivale a pescare l'asso di briscola. Qualcosa di cui andare fieri e su cui ci rendiamo conto che una parte di " *fortuna* " ha giocato il proprio ruolo.

Il primo elemento da valutare a fronte di questa problematica è: **ho davvero bisogno di personale?** Ossia, è possibile che la soluzione al mio problema sia di fronte ai miei occhi? Non sempre quando la struttura è " *piena* " il motivo è la carenza di risorse. Se la tua struttura si definisce sovraccarica di lavoro, ma il conto in banca non riflette questa dichiarazione, ti spiego perché la carenza di risorse potrebbe non essere il vero problema.

Immagina di essere nel tuo orto in collina, all'alba. Stai annaffiando con l'obiettivo di avere verdura e frutta per la tua tavola e quindi è importante annaffiare bene le piantine giuste. Cosa fai con le piantine secche? Non le annaffi. Quelle danneggiate o malandate? Provi a metterle in ordine, ma se non dovessi riuscire nell'intento finiresti con l'abbandonarle per fare spazio ad altre. E questo ti porta ad essere un agricoltore efficace, con tante verdure sul tavolo.

Se riesci a portare questa analogia sul tuo studio, credo risulti evidente che non sempre questo avviene e, a volte, l'orto non è ottimizzato per il risultato finale. L'acqua e lo spazio sono le ore e l'impegno di voi tutti e a volte, a conti fatti, il gioco con alcuni clienti non vale la candela. Ci sono clienti che costano allo studio più di quello che rendono e quindi rappresentano piantine secche (chi non paga) o malandate (chi è sottocosto o a tariffe troppo basse valutate come il rapporto tra onorario ed impegno in ore) su cui non vale la pena sprecare acqua. Se stai cercando personale il problema è l' **eccesso di impegni** , quindi è prioritario partire dalla rinegoziazione di questi equilibri e se si dovessero " *perdere clienti* ", fa parte del gioco di fare spazio per le nuove cose da fare. Ogni cliente in perdita è un cliente che costa più di quel che rende: ovvio, ma non scontato. Questo significa che, se gli impegni sono troppi, o si trova una quadra economica o conviene lasciarlo andare, pena il continuare a sprecare quell'acqua e quello spazio che stavamo così ardentemente cercando.

Lo stesso vale per **l'organizzazione e l'efficienza interna** che permettono allo studio di fare di più a parità di tempo, lavorando meglio. Spesso ci sono spazi molto significativi in questo ambito che lo studio intuisce, ma che, per esperienza diretta, fatica a realizzare da solo.

Dico di partire da qui perché le ore che si possono recuperare non sono quelle di un nuovo immaginario candidato valido, bensì quelle di personale già formato e capace: **iltuo** !

Gestita questa parte (e mi ringraziereste se partiste da qui), suggerisco di **cambiare le parole con cui cerchi il personale** . Non scrivere " *cercasi candidato per* " , ma descrivi l'esperienza che si vive nel tuo studio, cosa si " *porta a casa* " a lavorare con il tuo gruppo, che prospettive ci sono per il futuro. Insomma, inizia a vedere la ricerca del personale come se fosse una " *vendita* ", so che può sembrarti assurdo, ma prima vieni a patto con la realtà, prima otterrai dei risultati.

Un altro elemento è che **volume di ricerca stai effettuando** ? Stai effettivamente cercando? O ti capitano 2 curricula a semestre e mancano candidati validi? Se vuoi 4 colloqui buoni devi vagliare 20 curricula o più di 100, in base alle fonti. Se non stai raggiungendo questi volumi a monte non è realistico raggiungere un risultato a valle.

Infine, un ultimo spunto sulla **retribuzione** : pur comprendendo le attenzioni necessarie quando si assume per non causare problemi " *politici* " interni di paragoni sulla retribuzione nel caso in cui dovesse trapelare il dato, ti invito a non fermarti al primo ostacolo se vuoi raggiungere la vetta. Se cerchi una persona puoi avere pazienza, ma se hai