



**MONSTER**  
UNIVERSITY  
TOUR

# VI SIETE MAI CERCATI SU GOOGLE?



Cerca su Google o digita l'URL



# MONSTER CHI?





**SCARICA  
LA NUOVA APP**



**MONSTER**

Trova annunci ▾

Risorse professionali ▾

Pubblica CV

Profili Aziendali

## Inizia subito la tua ricerca di lavoro

Scopri tutte le offerte di lavoro disponibili

amministrativo



Località (es: Milano o 20124)

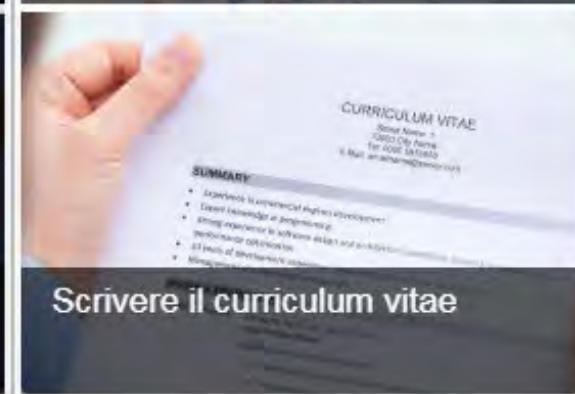
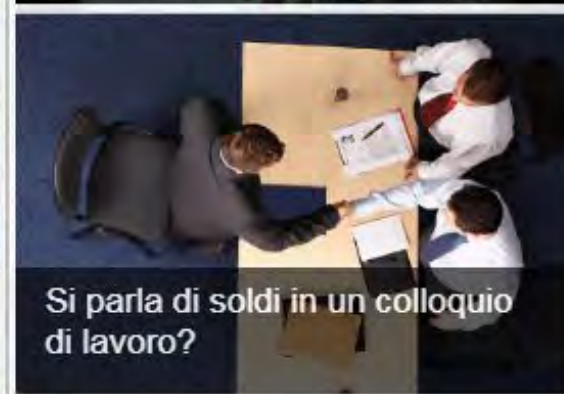


Ricerca

La tua ultima ricerca

## Consigli di Lavoro

Gerchi consigli su come trovare o cambiare lavoro? Leggi le nostre guide, troverai tutte le risposte che ti servono!



# 1 3 PROTAGONISTI



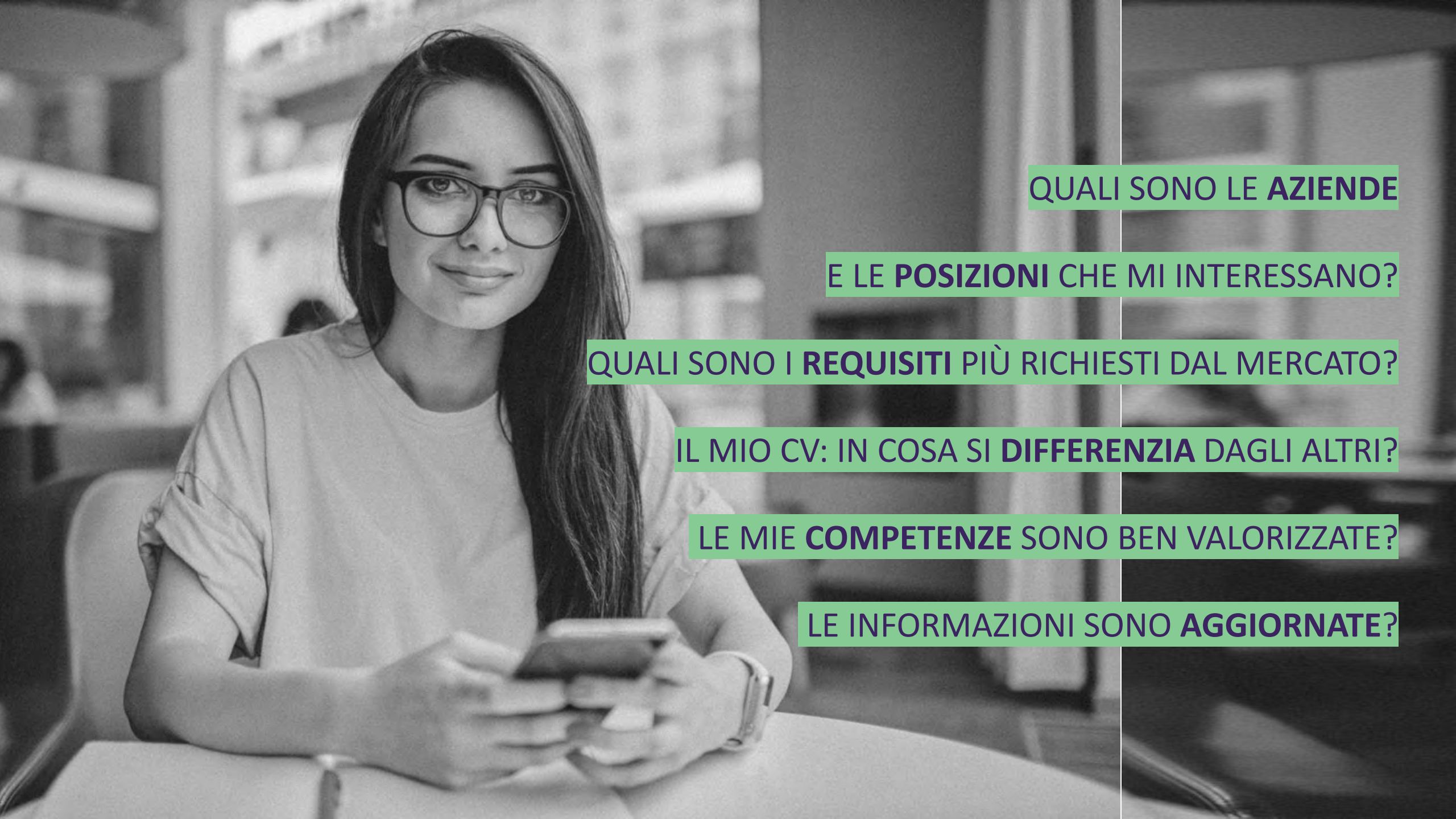
**MONSTER**



FACCIAMOCI  
QUALCHE  
DOMANDA







QUALI SONO LE **AZIENDE**

E LE **POSIZIONI** CHE MI INTERESSANO?

QUALI SONO I **REQUISITI** PIÙ RICHIESTI DAL MERCATO?

IL MIO CV: IN COSA SI **DIFFERENZIA** DAGLI ALTRI?

LE MIE **COMPETENZE** SONO BEN VALORIZZATE?

LE INFORMAZIONI SONO **AGGIORNATE**?

# L'OTTIMIZZAZIONE DEL CV PER IL WEB



**IL CV ONLINE È UN VERO E PROPRIO “FILE” ONLINE**

**LE PAROLE CHIAVE: CREA UN TITOLO DEL FILE  
CHE SINTETIZZI IL TUO PROFILO.**

**AGGIORNARE IL CV: PERCHÉ PER IL WEB È FONDAMENTALE?**



# COSA VEDONO LE AZIENDE?

È necessario compilare **con cura** ed aggiornare le informazioni inserite la prima volta durante la registrazione.

**MONSTER** Candidati Claudia Ishola

Publica un Annuncio Trova candidati Soluzioni Prodotti Risorse

### Ricerca CV

**Risultati della ricerca** (1-50 di 318 Candidati) Tutti i Candidati (7 Pagine)

Azioni sui CV 0 Candidati selezionati Ordina per Default Decrescente Pagina 1 Vai

**Parole Chiave** "marketing manager"

**CV aggiornato**  
Da: Oggi  
A: 1 mese fa

**Azienda più Recente**

**Posizione più Recente**

**Descr. Posizione più Recente**

**Scuole frequentate**

Salva questa Ricerca Cerca  
Modifica Ricerca | Nuova Ricerca

**Agenti & Ricerche Salvate**

IT-LOM-Milano	CV aggiornato	17/06/2018	Matching Elevato
Global Marketing Manager,	Liv. Istruzione: Master		<a href="#">Aggiungi a una Cartella</a>
	Posizione Desiderata: Global Marketing Manager		<a href="#">Blocca CV</a>
	Orario Desiderato		<a href="#">Visualizza candidato</a>
	Contratto Desiderato		
	Retrib. Desiderata		
	Trasferimento: Disponibile a trasferimenti		
	Autorizzazione: IT		
IT-LOM-Milano	CV aggiornato	15/06/2018	Matching Elevato
Digital Product Marketing Manager /	Liv. Istruzione: Master		<a href="#">Aggiungi a una Cartella</a>
Product Owner,	Posizione Desiderata: Digital Product Marketing Manager / Product Owner		<a href="#">Blocca CV</a>
	Orario Desiderato		<a href="#">Visualizza candidato</a>
	Contratto Desiderato		
	Retrib. Desiderata		
	Trasferimento: Disponibile a trasferimenti		
	Autorizzazione: IT		

# IL PRIMO PASSO: SCRIVERE IL CV

**Massima reperibilità**

**Informazioni professionali (email & nome Skype)**

**Parole chiave anche nelle esperienze e nella formazione**

**Conoscenze linguistiche ed informatiche: non barate!**

**Sì a hobby e interessi**

**La foto nel CV aiuta la memoria del selezionatore**

## WORK EXPERIENCE

### WEB MARKETING SPECIALIST

**SCIBELLO CAFFÈ:** Scibello caffè is a coffee company with a strong Italian Heritage, based in Sydney and with branch offices in Brisbane and Melbourne.

- Developed and managed company's website
- Analyzed marketing campaign performance.
- Designed and managed short and long-term online content strategies.
- Reviewed and monitored the internet for branding opportunities and company's web presence.
- Established and applied the guidelines for social media presence.

12/2010 - 08/2011

SYDNEY, AUS

### JUNIOR SALE PROFESSIONAL

**ALLEANZA ASSICURAZIONE:** Alleanza Assicurazioni S.p.A. operates in the life insurance industry in Italy and other parts of Europe.

- Customized insurance programs for suit individual customers, often covering a variety of risks.
- Sought out new clients and develop clients by networking to find new customers and generate lists of prospective clients.

09/2010 - 12/2010

TRIESTE, IT

## EDUCATION

EUAM

SOCIAL MEDIA MARKETING & WEB COMMUNICATION  
EXECUTIVE MASTER

UNIVERSITY OF TRIESTE

INTERNATIONAL ECONOMICS AND CURRENCY MARKETS  
MASTER OF SCIENCE

- Degree Thesis: "Social Network and Organization"
- Final Mark: 106/110

UNIVERSITY OF TRIESTE

INTERNATIONAL ECONOMICS AND CURRENCY MARKETS  
BACHELOR'S OF SCIENCE

- Degree Thesis: "Ebay, Business Model and Organization"
- Final Mark: 102/110

01-12/2012

MILANO, IT

2006/2008

TRIESTE, IT

2003/2004

TRIESTE, IT

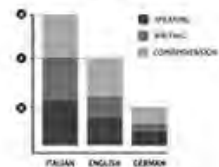
170476 1537 00/0000 (course 101/230, internet board) San Diego, CA

## TIME LINE

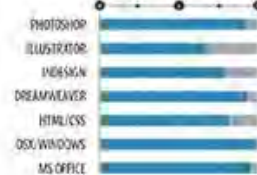


## STATS

### LANGUAGES



### COMPUTER PROFICIENCY



## WHO AM I?



## INTERNATIONAL EXPERIENCE



## INTERESTS

WEB 2.0 WEB-MARKETING  
INFORMATION TECHNOLOGY  
S.E.O. SOCIAL MEDIA  
MOBILE APPS SPORT MUSIC  
HTML/CSS SOCIAL NETWORKS  
WEB DESIGN VIDEO-EDITING  
SOCCER READING MOBILE  
COMPUTING UI-DESIGN  
YOU TUBE

## QR CODE BUSINESS CARD



\* Scan the QR code to get my contact details.

Paolo

RAZIONALIZZA LE INFORMAZIONI  
RIORDINA I CONCETTI  
VALORIZZA I TUOI PUNTI DI FORZA



NON ESISTE IL CV  
 PERFETTO  
 MA QUELLO GIUSTO  
 PER OGNI  
 OCCASIONE

EVELIEN CALLENS

**HELLO**

I'm Evelien  
 graphic designer + dreamer  
 Belgium

**CONTACT**

calensevelien@hotmail.com  
 +32 (0) 80/000000

**EDUCATION**

2013  
 Central Saint Martins UAL - **TYPOGRAPHY** (Short Course)  
 London

2012  
 Syntra - **WEBDESIGN** (Short Course, Adobe Dreamweaver)  
 Leuven

2011/2012  
 Ester Goris design studio - **MODE** (Short Course)  
 Brussels

2010/2011  
 KU Leuven - **ART HISTORY**  
 Leuven

2006/2010  
 MA2 Faculty/ PHL - **(MA) GRAFISCH ONTWERF**  
 Hasselt

2000/2006  
 Sint Martinusscholen - **Economics, Modern Languages**

1997/2001 & 2005/2006  
 Stedelijke Academie voor Schone Kunsten - **Kunstacademie**  
 Hasselt

**EXPERIENCE**

2009  
 Van Loboven & Vincken - (Graphic Designer Internship)  
 Brussel (August - September)

2005/2010  
 Studenten Jobs - Palm Park (at Festival, JBC, Scandinavien  
 Tobacco Group...)

**VAARDIGHEDEN**

- Adobe InDesign
- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Adobe Dreamweaver
- Adobe Flash
- Quark Xpress
- Microsoft Office

**INTERESSES**

- Print Design/
- Branding + Corporate Identity/
- Typography/
- Photography/
- Illustration/
- Fashion/
- Music/
- Musea/
- Film/
- Travel/

**DJC**  
 Darrin Caldwell

49 South 4th West #3  
 Rexburg, ID 83440  
 801.635.9928  
 Caldwell.Darrin@gmail.com

ZeebzLink.com  
 @Darrin\_Caldwell  
 linkedin.com/in/DarrinCaldwell

---

**TECHNICAL SKILLS**

Digital, Social Media, and Web Marketing  
 Online Marketing Tools: Analytics, Facebook, Twitter, Hootsuite, etc.  
 Graphic Design & Web Development (Wordpress)  
 Mandarin Chinese 中文

---

**ADJUNCT MARKETING PROFESSOR**

Brigham Young University of Idaho APR 2012 - Present

Utilize the Harvard case study method to teach a comprehensive introduction to the principles of marketing. Course covers marketing essentials such as:

- Consumer research
- New product development
- Segmentation & targeting
- Branding & marketing strategy
- Product positioning
- Pricing & distribution

---

**FOUNDER / MARKETING CONSULTANT**

Zeebz Link, LLC JAN 2012 - Present

Specialize in guiding businesses to more fully utilize Digital & Social Media Marketing resources in order to expand brand loyalty, communication reach, customer traffic, and sales.

- Social Media Management, Development, Advertising, and Strategy
- Search Engine Marketing and Search Engine Optimization
- Website Creation, Development, Design, and Analytics
- Digital, Web, Social, and Graphic Design
- Business Strategy and Social Media Marketing Consulting

---

**CUSTOMER SERVICE & SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGIST**

Idahoan Foods, LLC APR 2010 - MAR 2012

- Successfully orchestrated the "Pilgrimage" social media marketing campaign; increasing Facebook Likes from 24,000 to 55,000+ in 1 week.
- Manage all Social Media Marketing technologies & platforms; growing Likes from 10,200 to 55,000+ in just 6 months
- Co-administer retail web development and social media integration initiatives

---

**TOYOTA ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT CO-OP SPECIALIST**

NUMMI: Toyota & GM Joint Venture JAN 2009 - SEP 2009

- Only co-op selected by management to support Union Contract Negotiations
- Developed "Conflict Management" training and practicum for shop leadership
- Created a 6 hour Excel Basics & A3 Report Design training class for Group Leaders

---

**BS BUSINESS MANAGEMENT I EMPHASIS IN MARKETING & MANDARIN**

Zeebz Link, LLC FEB 2007 - APR 2010

- Graduated with a 3.7 GPA
- Received the Newel K. Whitney Distinguished Scholar Award for "outstanding academics"
- Ran 4 competitions per semester as Competitions Director for the Newel K. Whitney Society
- Organized speakers and networking events as Vice-President of the Marketing Society

---

**INTERNATIONAL EXPERIENCE**

Taiwan, Taichong LDS Mission JAN 2005 - FEB 2007

- Orchestrated, directed, produced, and executed the "50 Year Anniversary, Nationwide Youth Conference - Evening Fireside" for over 2000 Taiwanese church members
- Supervised over 100 representatives, in more than 20 regions

# DA **NON** DIMENTICARE



- Autorizzazione al trattamento dei dati personali (d. lgs. 196/2003 e GDPR 2016)
- **Attestati e certificazioni** linguistiche e/o tecniche
- **Esperienze all'estero** (Erasmus ma non solo)
- **Altri corsi di formazione** pertinenti e funzionali a completare il profilo professionale
- Segnalare eventuale disponibilità a **trasferimenti su territorio nazionale e all'estero**
- Indicazioni su **tempi e disponibilità** a iniziare il lavoro
- **Curriculum in lingua inglese:** se viene richiesto direttamente nell'annuncio, o per aziende straniere o per candidarsi a un annuncio redatto in lingua inglese

RILEGGERE SEMPRE IL CV!

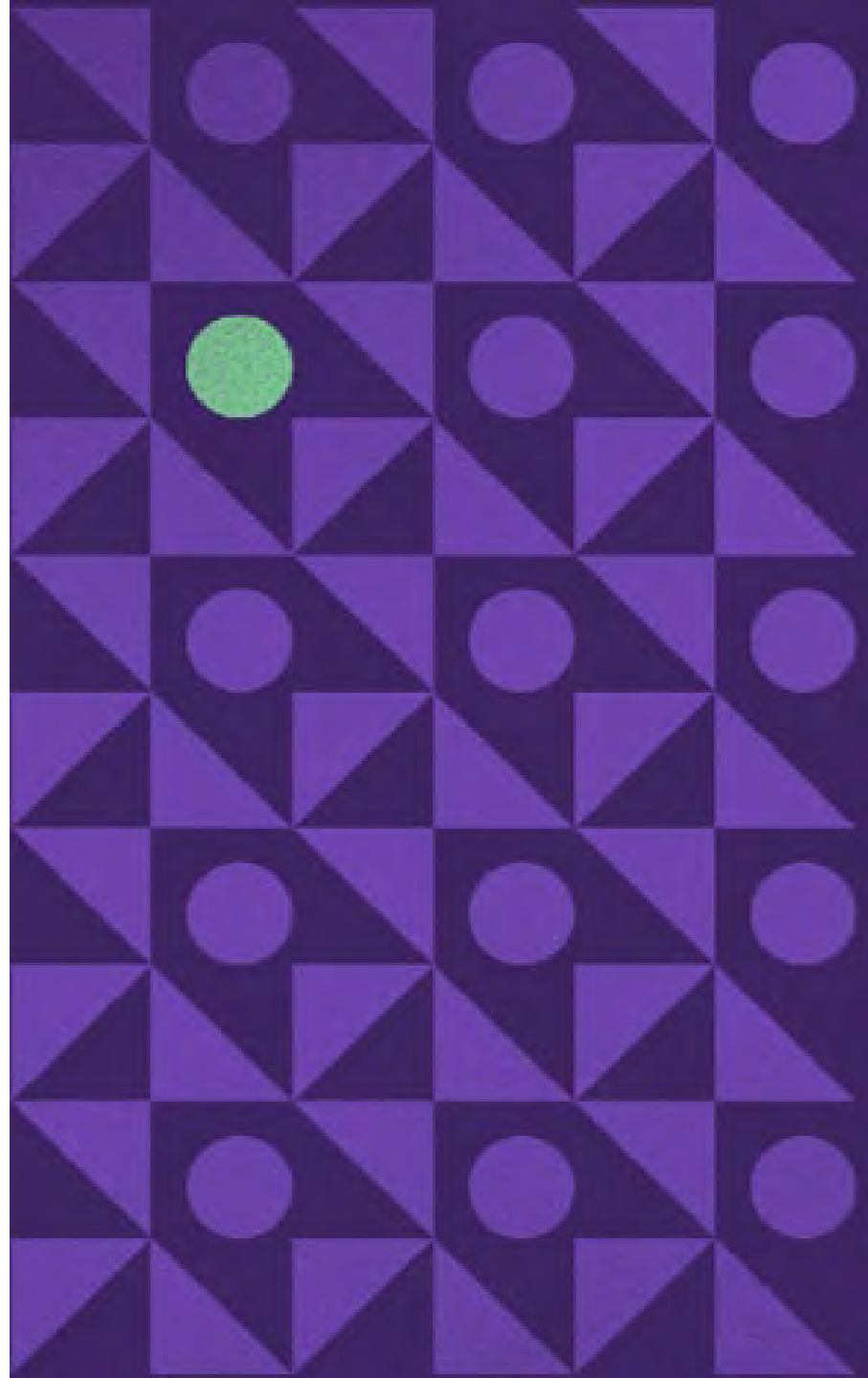




CERCARE

LAVORO

È UN LAVORO



# I 3 PILASTRI DELLA RICERCA DI LAVORO IL TIRO CON L'ARCO

---

- ❑ IL TEMPO
- ❑ LA CURA
- ❑ IL METODO



# COLPIRE NEL SEGNO SI PUÒ



Nicolas Garcia

April Hansen



Alexis Massia





# LA WEB REPUTATION

“Con il termine reputazione on line intendiamo la raccolta di tutti quei contenuti presenti su Internet riguardanti una persona, un marchio, un prodotto, un argomento, una notizia. (...) Si cerca di capire che reputazione ci si crea nello spazio web: quello che tutti (o molti) dicono di noi. Si tratta dello stesso concetto di reputazione che adottiamo nella nostra quotidianità, solo che, quando questo è applicato a Internet (...) diventa una **reputazione pubblica e poco controllabile**: è una **traccia che resta nel tempo.**”

# COS'È LA REPUTAZIONE?

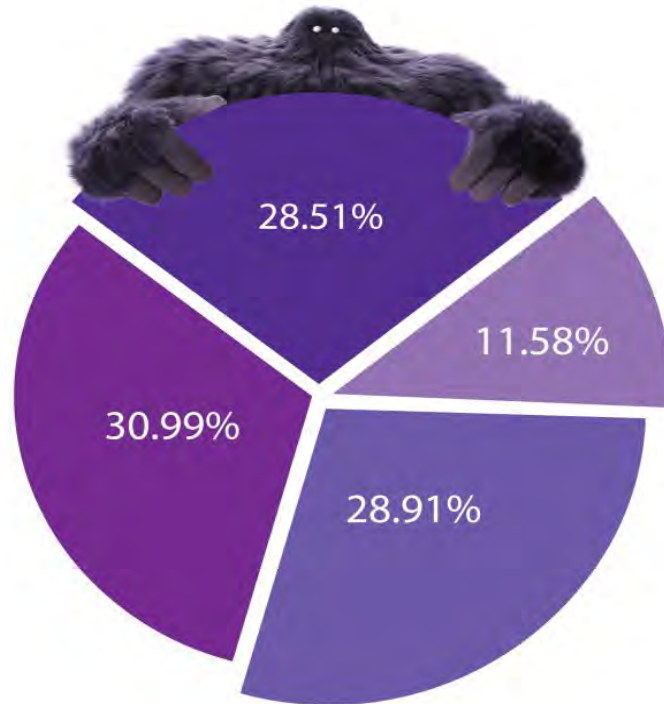


# LO RICONOSCONO ANCHE I CANDIDATI...



Qual è la tua opinione sul fatto che le Aziende, durante la fase di recruiting, possano guardare anche i tuoi profili social?

Voti Totali  
**1.252**



	RISPOSTE	PERCENTUALI
 Sono totalmente in disaccordo: credo che sia violazione della privacy	<b>357</b>	<b>28.51%</b>
 Sono in disaccordo: non credo che i recruiter facciano delle analisi così approfondite	<b>145</b>	<b>11.58%</b>
 Sono d'accordo: ne sono consapevole, e condivido informazioni che mi facciano guadagnare il rispetto del recruiter	<b>362</b>	<b>28.91%</b>
 Sono assolutamente d'accordo: penso che le Aziende debbano conoscere al meglio un candidato	<b>388</b>	<b>30.99%</b>

«IL PERSONAL BRANDING È  
CIÒ CHE LA GENTE DICE DI TE,  
QUANDO LASCI LA STANZA»

# FARE PERSONAL BRANDING



I tre pilastri:

- **Coerenza:** pensare a chi siamo e a cosa abbiamo da offrire sul mercato;
- **Affidabilità:** curare la nostra reputazione, soprattutto sul web;
- **Persuasione:** individuare un elemento che solo noi possediamo.

SIAMO TUTTI  
MARKETING  
MANAGER  
DI NOI STESSI



# IO, LA RICERCA DI LAVORO E IL WEB



## PRIVACY

Presta attenzione alle informazioni che scegli di condividere nel tuo spazio sul web. Imposta la **privacy** per i contenuti più sensibili, come i tuoi dati di contatto e le tue foto personali.

## COMUNICA & INFORMATI

**Partecipa** alle discussioni online e sfrutta tutti gli strumenti a tua disposizione per tenerti aggiornato. Un blog, un sito Internet specifico o una pagina social possono essere canali preziosi!

## PROVOCAZIONI

Non rispondere mai in modo affrettato, cerca di essere sempre gentile e di usare toni adeguati, soprattutto sui social network. **Non parlare male sui social** del tuo lavoro/datore di lavoro attuale!

## AGGIORNAMENTO CONTINUO

Aggiorna sempre le tue informazioni online, non lasciare mai sul web dati non aggiornati (attuale datore di lavoro, data di laurea...). **Il Web parla di te!**





# CV E PERSONAL BRANDING

- ✓ Non essere presenti online oggi è una strategia penalizzante.
- ✓ Per distinguerci e farci notare, è utile e opportuno combinare un **CV** ben fatto a una **presenza web di qualità**.
- ✓ Bisogna cercare di diventare oltre che dei candidati attivi, dei candidati appetibili e interessanti
- ✓ Se utilizzati correttamente i social network possono rappresentare un'**ottima vetrina** per raccontare solo il meglio di sé

LA TUA PRESENZA ONLINE RAPPRESENTA  
NON SOLO UNA RESPONSABILITÀ,  
MA **SOPRATTUTTO UN'OPPORTUNITÀ**

# COLPIRE NEL SEGNO SI PUÒ




**phildub** Hire Him Philippe's Amazing resume [Contact](#)

Shop by Department Search Job Candidates Go Hello, Company Your Account Hire Him Cart Wish List

Web Products Product Management Online Advertising Web Marketing Client Support Internet Culture Web Development SEO Information Security

**Instant update for you:** March 26th 2013: After 2 months and 1,500,000 visitors, I've found *THE* job! Thank you! [More info here](#). I'm also [on twitter](#). See [the original product page](#).

 **Philippe Dubost, Web Product Manager**  
by [Philippe Dubost](#)  
★★★★★ (5 previous positions) Like 606

**Currently unavailable.**  
We don't know when or if this item will be back in stock.

- Dual competence: technical-management
- 5+ years working on web products
- Entrepreneurial mindset
- "Strong Generalist"
- Trilingual EN/FR/ES

**Take a Trip with Philippe**  
Visit the [Avocado Travel blog](#) (FR) for our full selection of [Japan](#), [Thailand](#), [Airlines](#) articles and much more. [Travel now](#).

Have one to sell?  
Add to Wish List  
Add to Wedding Registry  
my **Linked in** profile

Share Email Facebook Tweet LinkedIn Google +

## Frequently Bought Together

 +  +  [Add all three to Wish List](#)

- This item:** Philippe Dubost, Web Product Manager
- Onitsuka Tiger Mexico 66 by Asics by Asics \$169.99
- Airline Tickets by Airline

MONSTER ? E ADESSO?



# COSA VOGLIONO SAPERE LE AZIENDE?



- **Competenze tecniche** e capacità di base
- **Motivazioni** e aspettative
- **Capacità interpersonali** e competenze trasversali
- Se siete **affini** alla cultura aziendale: le competenze le formerete in Azienda
- Valutare la capacità del candidato di **gestire le difficoltà**. Se vi vengono rivolte domande «strane» non bisogna andare nel panico, ma mostrare capacità di ragionamento anche se non si possiede la risposta corretta.



# IL PRIMO CONTATTO

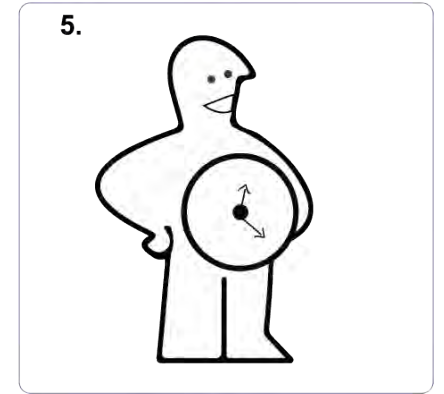
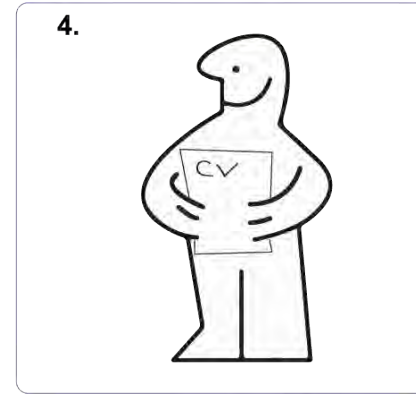
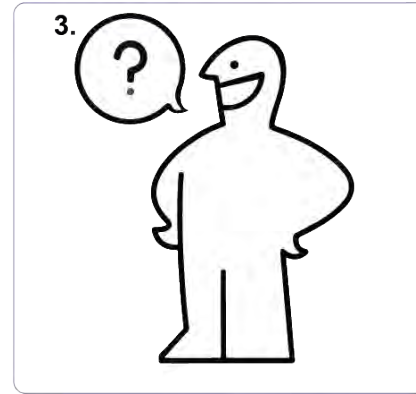
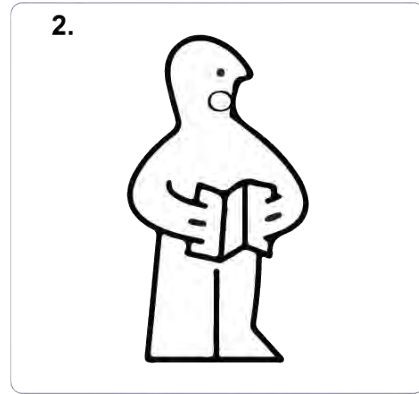
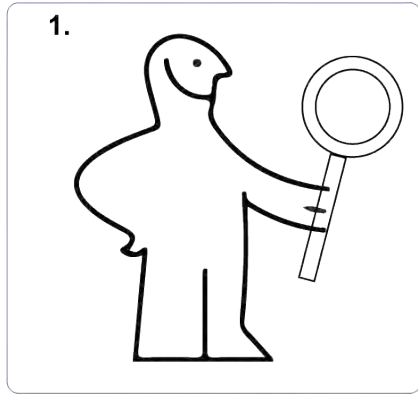
Tutto parte dalla prima telefonata!

Voce sveglia

Carta e penna per segnare ogni dettaglio, soprattutto:

- **Nome** della persona con cui sosterremo il colloquio
- **Indirizzo** presso il quale recarsi
- **Contatti** per ogni evenienza

# IL COLLOQUIO: ISTRUZIONI PER L'USO



1. PRENDERE **INFORMAZIONI** SULL'AZIENDA
2. ESSERE INFORMATI **SULL'ATTUALITÀ DI SETTORE**
3. NON PERDERE L'OCCASIONE DI **FARE DELLE DOMANDE**
4. PORTARE CON SÉ UNA **COPIA DEL CV** ED EVENTUALI CERTIFICATI
5. ARRIVARE CON QUALCHE MINUTO DI **ANTICIPO**

# GLI ERRORI PIÙ COMUNI DURANTE UN COLLOQUIO

## Common nonverbal mistakes made at a job interview

From a survey of 2000 bosses

**21%** —  
Playing with **hair** or touching face

**47%** —  
Having little or **no knowledge** of the company is the most **common mistake** job seekers make during interviews

Failure to make **eye contact** **67%**

**Lack of smile** **38%**

**Bad posture** **33%**

**21%** —  
**Crossing arms** over their chest

**9%** —  
Using too many **hand gestures**

**Handshake** that is too weak **26%**

**33%** —  
**Fidgeting** too much

In a survey of 2000 bosses **33%** claimed that they know within the first **90 seconds** of an interview whether **they will hire someone**



The average length of an interview is **approximately 40 minutes**

## Statistics show that when meeting new people the impact is:

**7%** From what we **actually say**

**38%** The quality of our **voice grammar** and overall **confidence**

**55%** The **way we dress, act and walk** through the door

## Clothes

**Bright colors** are a turnoff

**70%** Employers claiming they don't want applicants to be **fashionable or trendy**.

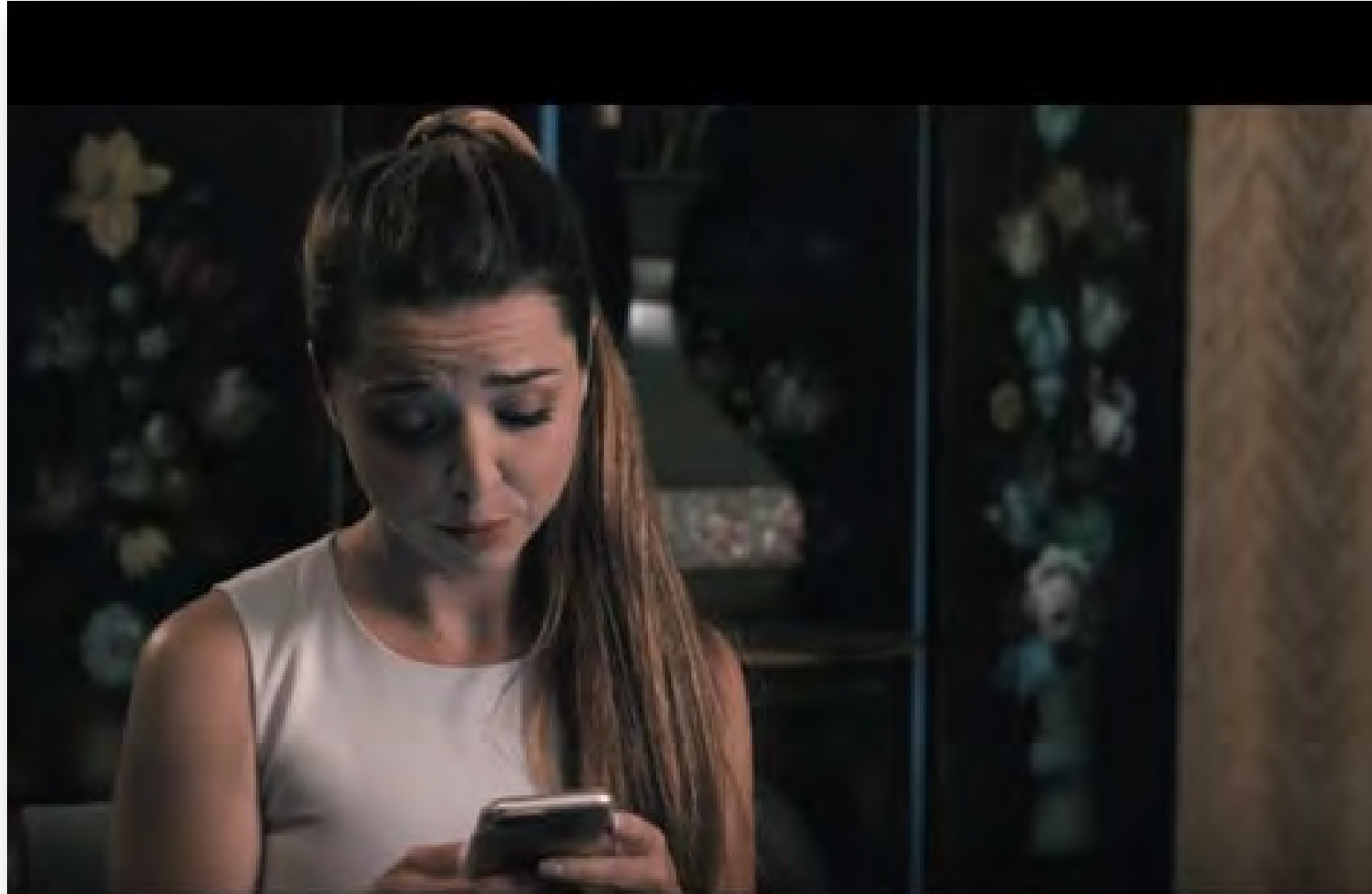
**65%** Of bosses said **clothes could be the deciding factor** between two similar candidates.





ESISTE UNA SOLA  
PRIMA  
IMPRESSIONE

# IL COLLOQUIO



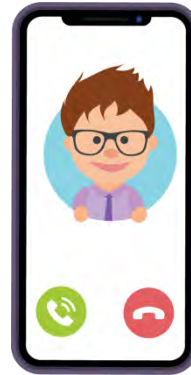
# I DIVERSI TIPI DI COLLOQUIO



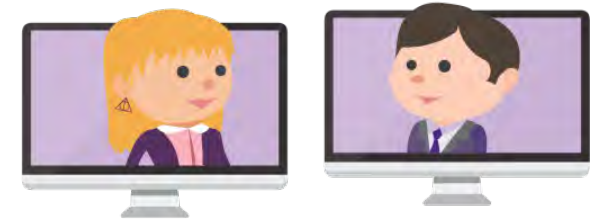
Colloquio *vis à vis*



Colloquio telefonico



Video colloquio



Video colloquio in differita



Assessment o colloquio di gruppo



# NUOVA MODALITÀ DI SELEZIONE: VI PRESENTO VERA



# NUOVA MODALITÀ DI SELEZIONE



**SAME STANDARD QUESTIONS  
SAME PREPARED ANSWERS**

# NUOVA MODALITÀ DI SELEZIONE: L'HACKATHON



# RICAPITOLANDO...



## LE 10 REGOLE D'ORO PER LA RICERCA DI LAVORO

1. **Impostare** una vera e propria strategia di ricerca
2. **Investire** del tempo su una buona stesura del CV
3. **Scrivere** un CV in **inglese** seguendo i consigli dei professionisti
4. **“Mappare”** le Aziende del proprio settore professionale
5. **Consultare** giornalmente gli annunci di lavoro sul web
6. **Aggiornare** spesso il CV su Internet
7. **Curare** la propria web reputation
8. **Restare informati** sulle Aziende che ci interessano
9. **Restare sempre aggiornati** sull'attualità
10. **Non scoraggiarsi e non arrendersi** davanti ad un “NO”!

# ELON MUSK E IL SACROSANTO DIRITTO AL FALLIMENTO



HOW **NOT** TO LAND AN ORBITAL ROCKET BOOSTER



**MONSTER**

**GRAZIE!**  
**Q&A**

