

ASSIRM

**I GIOVANI, IL LAVORO PROSPETTIVE
PROFESSIONALI NELLE RICERCHE DI
MERCATO**

23 Maggio

A.S 2023-2024



ASSIRM

Associazione che **da oltre 30 anni (1991)** riunisce, tutela e valorizza **le più importanti Aziende italiane** che si occupano di Ricerche di Mercato, Sondaggi di Opinione e Ricerca Sociale.

Le aziende associate ad ASSIRM sono **60** e occupano oltre **2.500 professionisti e circa 20.000 collaboratori.**

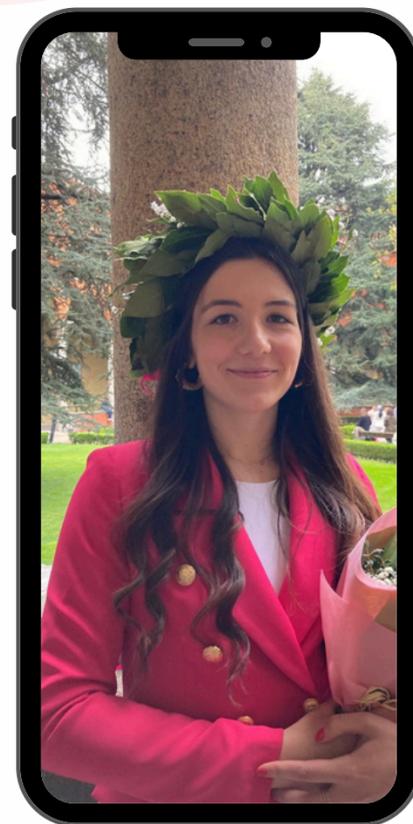
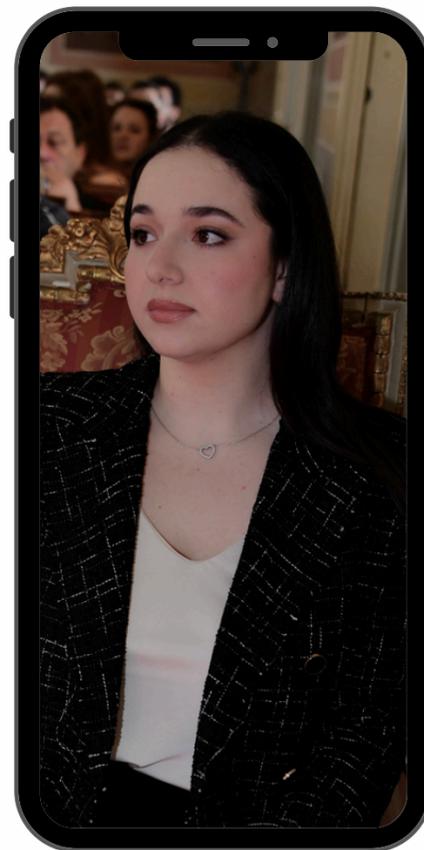
TEAM

**Alessia
Covello**



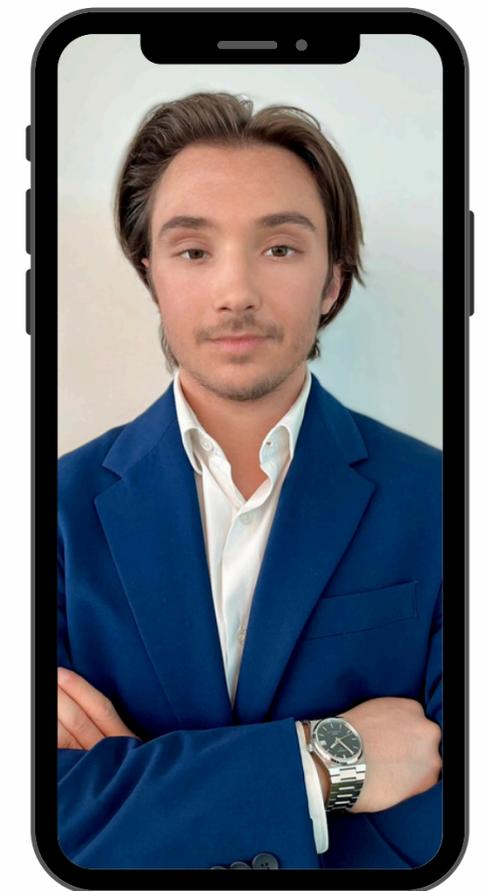
**Erika
Massimino**

**Chiara
Bossi**



**Valentina
Lesci**

**Alice Maria
La Ganga**



**Federico
Neroni**

IL BRIEF

LA PROSPETTIVA DEL LAVORO

desideri, timori, aspettative
criteri di scelta
fonti e canali di informazione / di contatto
con il mondo del lavoro

I SETTORI PROFESSIONALI

ambiti di interesse, ambiti presi in considerazione
driver che guidano le scelta e i criteri di esclusione
fonti e canali di informazione

LE RICERCHE DI MERCATO

conoscenza del settore,
rappresentazioni e vissuti della professione
aree di forza e di debolezza
touchpoint, esperienze, canali di informazione

LAVORARE

driver e resistenze
opportunità e percorsi prefigurati,
attese di informazione/contatto: quali info, quali
canali, quali modalità di contatto

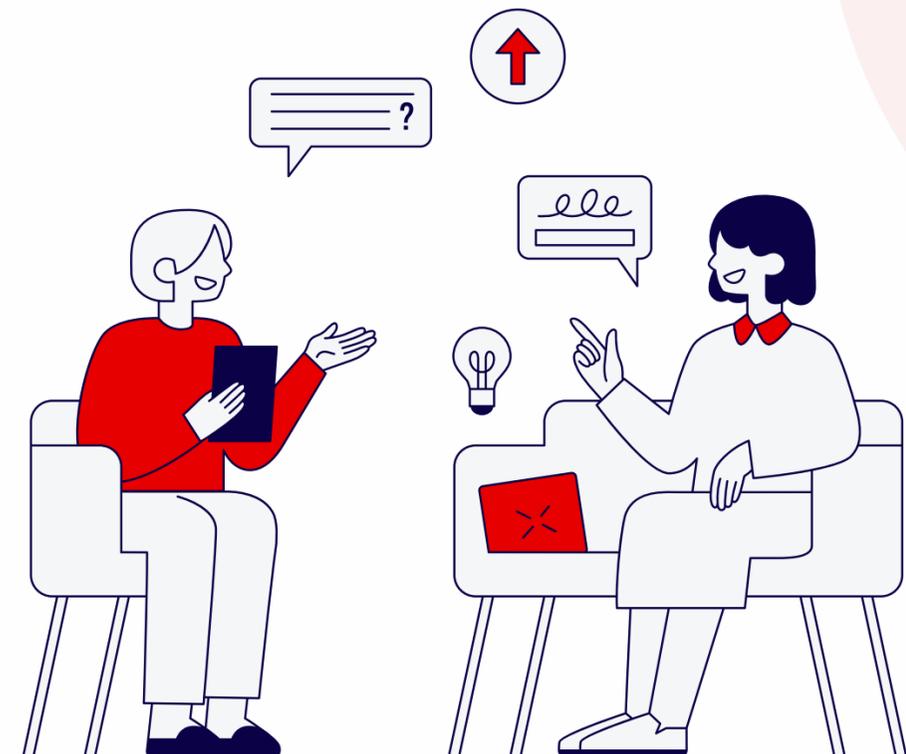
OBIETTIVI

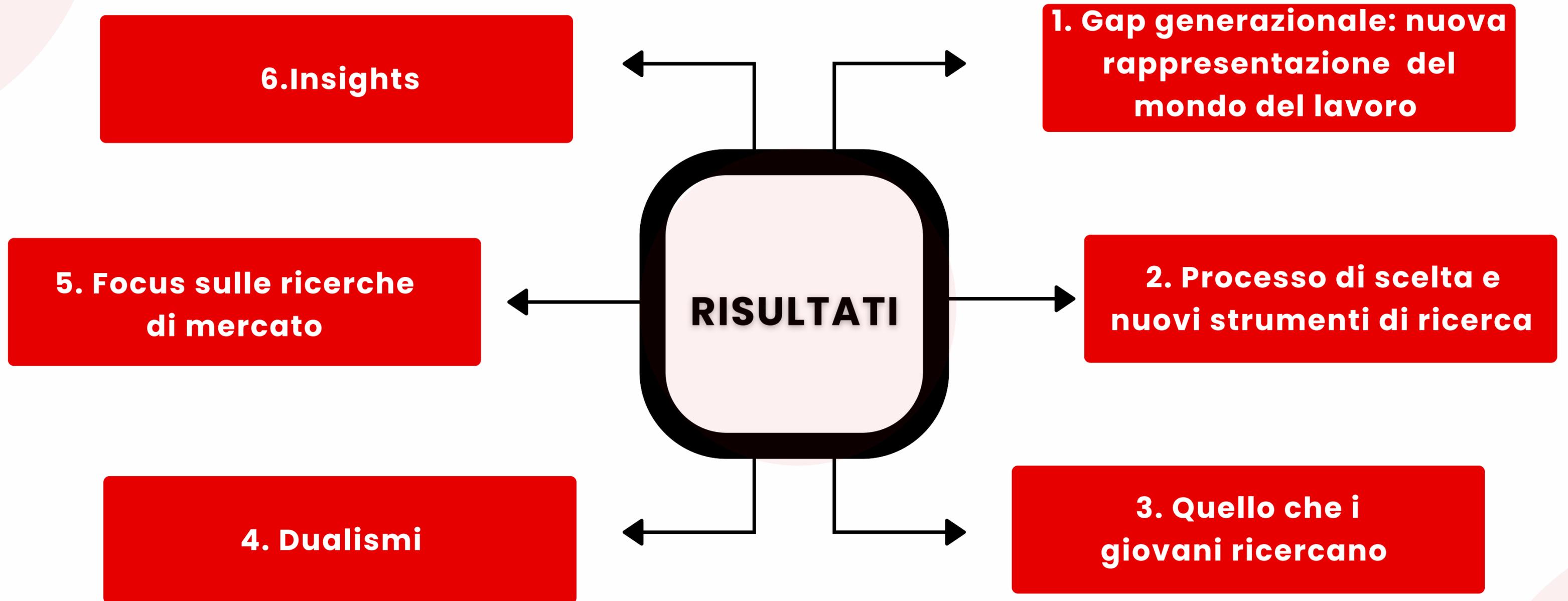
1. Costruire una fotografia del mondo del lavoro secondo la **percezione degli studenti** che dopo la laurea vogliono intraprendere un percorso lavorativo
2. Approfondire **paure, timori, preoccupazioni e difficoltà** degli studenti universitari legate all'ingresso nel mondo del lavoro
3. Identificare quali sono i **criteri di scelta** presi in considerazione dagli studenti per scegliere una posizione lavorativa ed un determinato contesto lavorativo
4. Identificare quali sono i principali **canali utilizzati dagli universitari** per ricercare e aggiornarsi in merito al mondo del lavoro
5. Ottenere degli **insights** sulle **opinioni** degli studenti legate al mondo delle **ricerche di mercato**

METODOLOGIA

Intervista individuale in profondità

- **Campione:** 23 studenti universitari in materie affini al settore (psicologia, sociologia, statistica, economia, marketing, comunicazione...) che desiderano intraprendere la vita lavorativa una volta conseguita la laurea
- **Durata:** 45-60 minuti
- **Modalità:** Semi strutturata, registrata





GAP GENERAZIONALE

Nuova rappresentazione del mondo del lavoro

Si vive per lavorare

"Anni fa il lavoro era visto come un dovere"

Intervista 1

"Sicuramente la generazione precedente vedeva il lavoro come qualcosa di necessario per vivere ma non c'era quell'aspetto, credo, di cambiare o trasformare il lavoro affinché rispecchiasse loro stessi"

Intervista 12

"Secondo me è più difficile lavorare, rispetto a prima sicuramente, secondo me i laureati di una volta avevano più facilità, mentre ora è molto più difficile"

Intervista 23

"In generale, posso dire il gap generazionale. Nel senso che, chi ora è a capo e prende giovani, ha una mentalità molto diversa da chi assume"

Intervista 8

Si lavora per vivere

"oggi invece (il lavoro) viene visto come uno sviluppo-carriera"

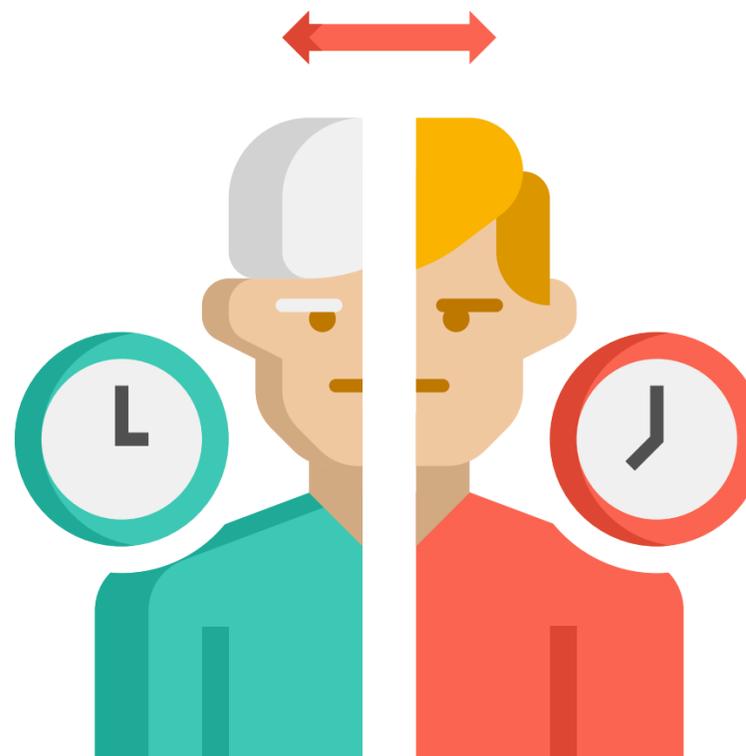
Intervista 1

"Viene fatto passare che la nostra generazione sia meno interessata al lavoro e alla carriera ma per le persone che conosco io non è così. Noi siamo più interessati a lavorare sfruttando le libertà della flessibilità e del lavoro da remoto"

Intervista 1

"Non è che la nostra generazione lavori meno, ma richiede una certa flessibilità che in altri paesi è arrivata da tempo"

Intervista 1



PROCESSO DI RICERCA E SCELTA DEL LAVORO

"Beh so che ci sono diversi portali, come il servizio stage and placement o anche i career day. Sì volendo potrei affidarmi anche a quelli"

Intervista 7

Università

"Poi invierei il mio CV o la mia candidatura se si tratta di canali tipo LinkedIn o altri strumenti e poi aspetterei di essere contattata"

Intervista 7

Candidature

"Proverei un attimo a creare un piccolo discorsetto giusto per evitare situazioni d'ansia ... poi mi informerei sul brand altrimenti apparirei subito un po' sprovvisto e sembra anche che non vuoi quel posto di lavoro così tanto"

Intervista 16

Preparazione al colloquio

Internet

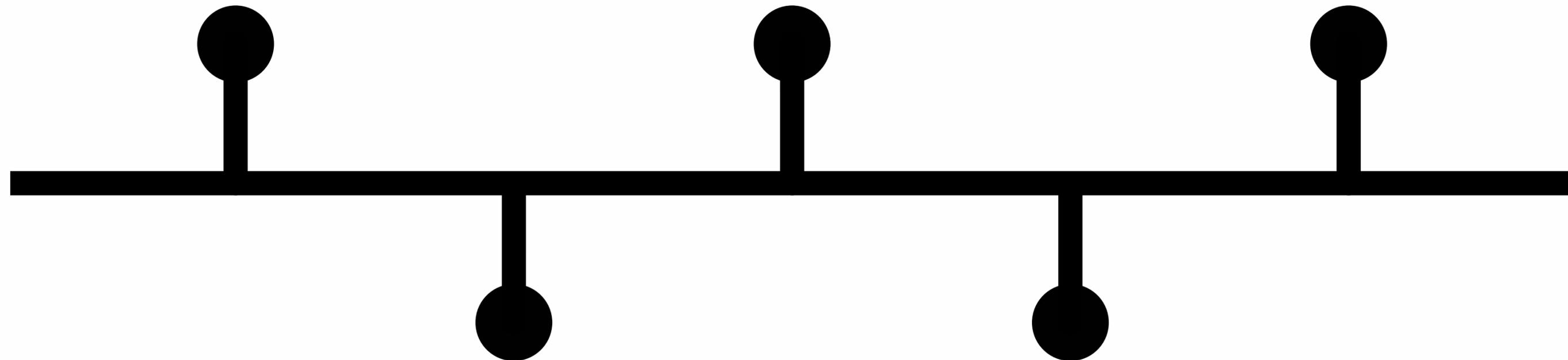
"Sicuramente su internet, siti come LinkedIn o i siti delle agenzie interinali"

Intervista 19

Ricerca informazioni

"Consulterei anche la sezione "work with us", per esempio"

Intervista 1



COSA RICERCANO I GIOVANI

Dimensioni hard aziendali

Ricerca di stabilità e sicurezza: un contratto lavorativo con remunerazione adeguata e accessibilità geografica

"...poi lo stipendio nel senso che non chiedo subito 2.500 € al mese capito però una giusta via di mezzo, poi ti direi... poi penso la posizione"

Intervista 3

Dimensioni legate alla gestione del lavoro

I giovani vogliono poter lavorare in maniera smart: massima indipendenza e flessibilità

"La cosa più importante per me è sentirmi libera [...] preferisco un'organizzazione con meno benefit ma che mi dia più libertà"

Intervista 12

Dimensioni soft aziendali

Condivisione valoriale e benessere assieme a possibilità di crescita e di espressione

"Allora la secondo me un'azienda di cui condividi comunque l'identità personalità e valori è essenziale perché ti deve piacere..."

Intervista 3

FOCUS SULLE RICERCHE DI MERCATO

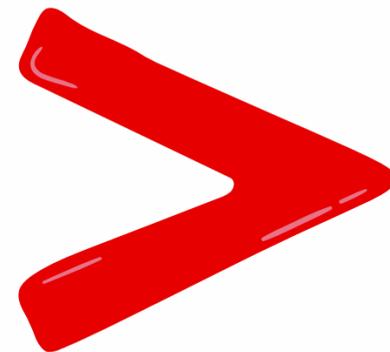
In generale, pochissimi studenti prendono in considerazione le ricerche di mercato come sbocco lavorativo per **scarsa conoscenza** dell'**ambito** e delle **mansioni** effettive di un ricercatore di mercato

Aspetti negativi

Viene visto come un lavoro **monotono** e **analitico**. Inoltre è percepito come unicamente **individuale**, non permettendo quindi il team work e **limitando l'espressione creativa**

"È legata ai dati ... e poca creatività e quindi non fa per me."

Intervista 12



Aspetti positivi

E' comunque considerato un ambito **fondante** e **fondamentale** per il **marketing**, utile per **comprendere** il **comportamento** dei **consumatori**

"[...]Penso che sia una componente fondamentale per poi formulare una strategia di marketing, quindi sì lo trovo interessante e molto importante per un'azienda"

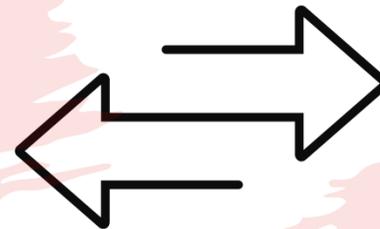
Intervista 7

DUALISMI

Presenza elevata di timori per il futuro

"[...] per esperienze di altre persone mi hanno detto che i tempi di ricerca e di assunzione si stanno allungando e fanno un sacco di colloqui, anche 5/6"

Intervista 19



Ottica positiva nel futuro lavorativo

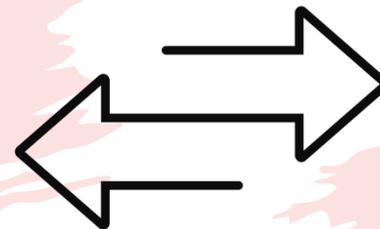
"Per quanto riguarda la mia università ed il mio ambito, trovare lavoro non è difficile"

Intervista 1

Università come ponte verso il futuro

"Il supporto dell'università non è fondamentale ma, visto che la mia università ha un ottimo network di aziende, non vedo perché non sfruttarlo"

Intervista 1



Aspetti problematici dell'Università

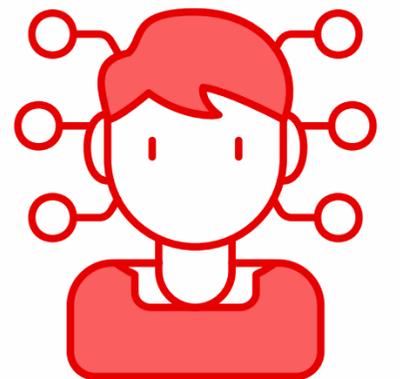
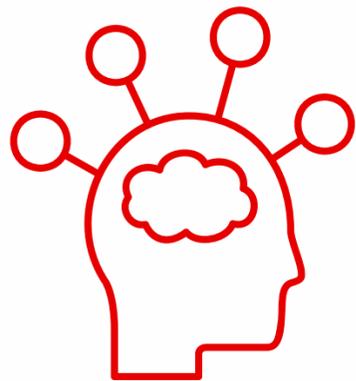
"Il mio è un ambito molto fiorente però è molto trasversale e di conseguenza può essere intrapreso sia da chi studia economia, sia da chi studia comunicazione o magari studia psicologia"

Intervista 7

INSIGHT

Mondo del lavoro

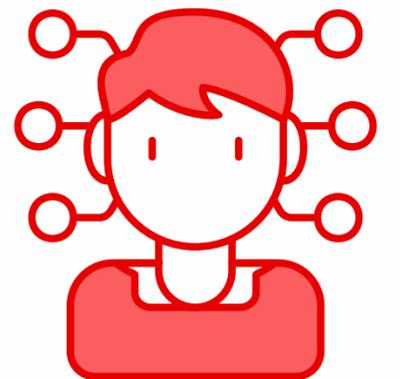
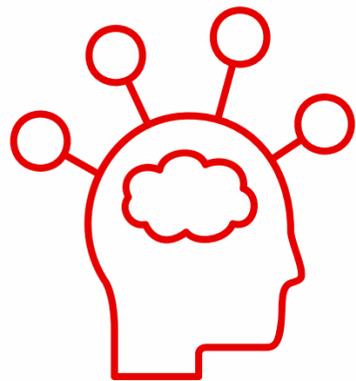
- Dalle interviste emerge un clima di **incertezza e confusione** in merito al futuro lavorativo
 - ↳ **Integrare all'offerta formativa** dell'università workshops focalizzati all' **inserimento nel mondo del lavoro**: come scrivere CV e CL, come prepararsi ad un colloquio ecc.
- Le aziende dovrebbero proporre un' **offerta lavorativa** che includa gli **aspetti hard** e **soft** ricercati dagli studenti così da assicurare un **coinvolgimento professionale e umano**
 - ↳ Analisi di clima più frequenti, maggiori benefits, investire in formazione, offrire possibilità di counseling

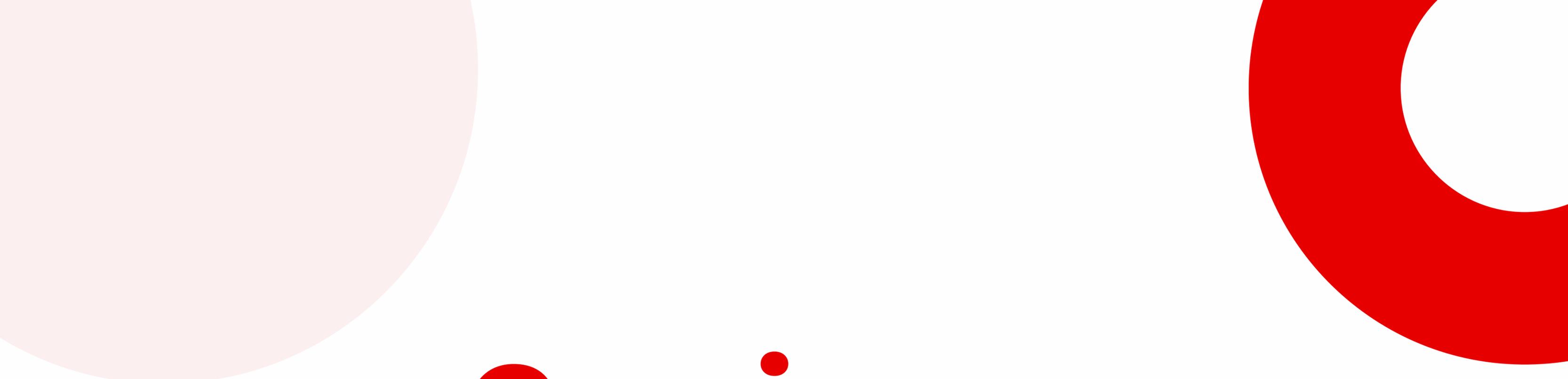


INSIGHT

Ricerche di mercato

- Bisogno di rendere più **chiaro cosa fa un ricercatore di mercato**:
 - ↳ Organizzare **seminari** o **giornate** in aziende che fanno ricerche
- Le ricerche di mercato **non** sono “**solo numeri**”:
 - ↳ Enfatizzare l'aspetto **creativo** e **collaborativo**
- Enfatizzare le **possibilità di carriera** che le ricerche di mercato permetterebbero





**Grazie per
l'attenzione!**