

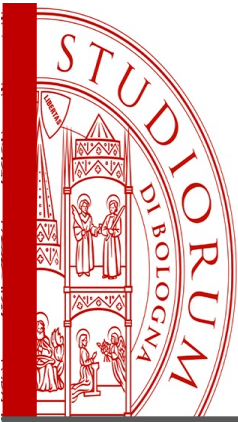
# Employability

Come presentarsi nel mondo del lavoro

---

## Occupabilità...

*Ovvero "Employability" tradotto in  
italiano...*

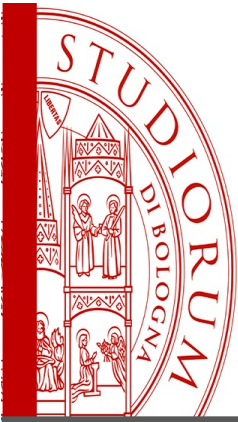


# Presentazione



- Descrizione personale:
- Maturità Scientifica e Laurea in Ingegneria Meccanica
- Da 1984 a 1987 Samputensili Bologna
- Da 1987 a 1989 Weber Carburatori Bologna
- Da 1990 a 1998 Magneti Marelli Giappone: Fondatore e Corporate Delegate
- Da 1998 a 2001 Magneti Marelli UK Ltd, Birmingham: Managing Director
- Da 2001 a 2003 Fiat Auto South Africa Pvt. Ltd., Jo'burg (SA): Managing Director
- Da 2003 a 2006 Fiat India Private Ltd., Mumbai: Chairman & Managing Director
- 2006( 9 mesi) Magneti Marelli Powertrain S.p.A.: Sales & Marketing Vice President
- Da 2007 a 2013 Magneti Marelli Japan K.K., Yokohama: President
- Da 2013 a 2016 Magneti Marelli SpA Corbetta(MI): J/V Global Coordination
- Consulente Confindustria, Certificazione RINA 4.0, Membro di vari Board
- Creazione di sistemi industriali IoT e docente IDI per Data Analysis
- Vicepresidente Federmanager BO-FE-RA
- Presidente Rotary Club Bologna (da 07-21)
- Ufficiale Ordine al Merito della Repubblica Italiana

*Alberto Montanari*

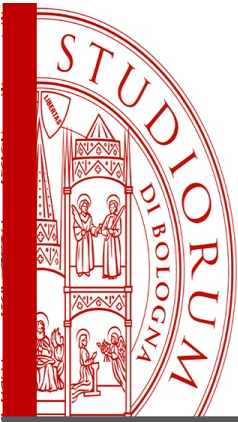


# Employability



- the quality of being suitable for paid work...
- ovvero: come convincere qualcuno a pagarvi uno stipendio...

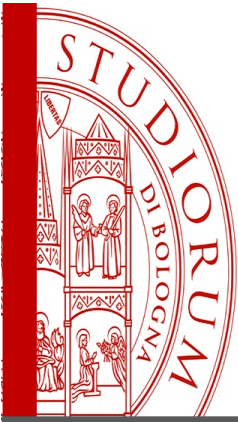




# Occupabilità



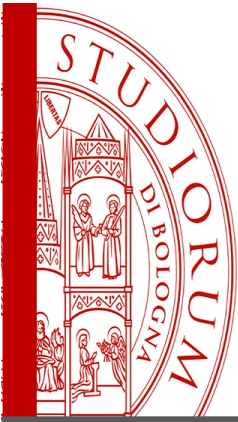
- Un concetto magari antipatico è che, agli occhi di tante aziende, il neolaureato è poco più di un prodotto da acquisire.
- Le aziende hanno spesso richieste irrealistiche, particolarmente verso i giovani, ai quali viene richiesta l'esperienza di un dirigente.
- Quindi realizziamo che dovete entrare nella mentalità che siete prodotti e dovete vendervi....



# Occupabilità

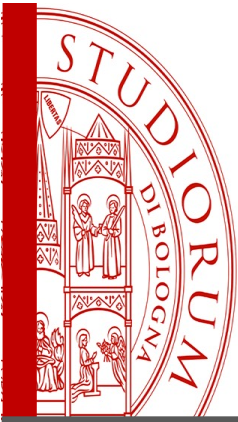


- E quindi?
- *Create un brand e costruite una campagna di marketing:*
- **VOI SIETE IL PRODOTTO DA VENDERE**



# Occupabilità

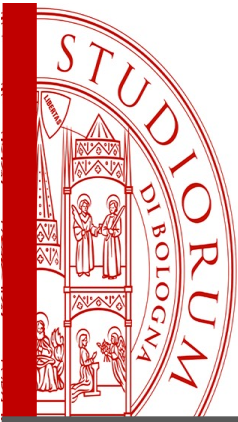
- Secondo Philip Kotler, il marketing moderno:
  - È la funzione che identifica i **BISOGNI**, i **COMPORAMENTI**, le **ASPETTATIVE** ed i **DESIDERI** insoddisfatti...



# Occupabilità

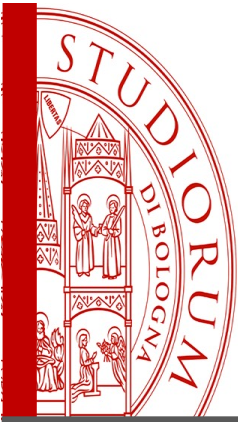


- Guardiamo le leve del marketing:
  - **Product**
  - **Price**
  - **Place**
  - **Promotion**



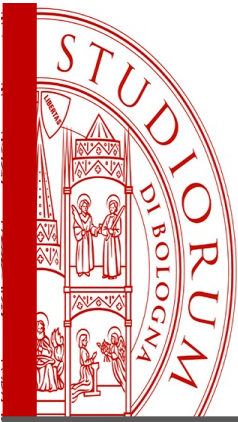
# Occupabilità

- Le leve del marketing:
- **Partiamo da “Product”:**
  - Che cosa andate ad offrire al mercato?
  - Quali sono le caratteristiche che vi differenziano?
  - Per quale motivo un’azienda dovrebbe scegliere proprio voi?



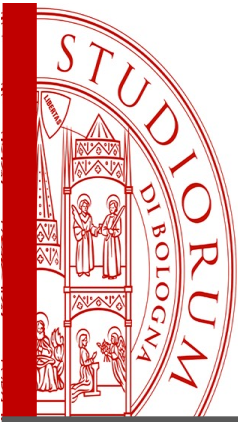
# Occupabilità

- Le leve del marketing:
  - **Segue “Price”:**
    - Qual’è il vostro controvalore?
    - Per un’azienda siete un costo ed una risorsa...
    - Il vostro costo per l’azienda è circa pari al doppio del vostro stipendio: pensateci...



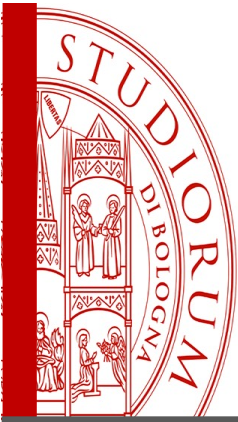
# Occupabilità

- Le leve del marketing:
  - **Segue “Place”:**
    - Quale profilo volete seguire?
      - Qualcuno alle vendite, altri in ufficio tecnico...
      - Sono impostazioni da definire molto chiaramente: quando si entra in un percorso di carriera, è poi difficile cambiare.



# Occupabilità

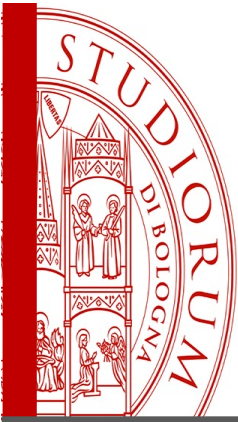
- Le leve del marketing:
- **Segue “Promotion”:**
- Avete un profilo su LinkedIn?
- Fate attività non curricolari? Volontariato?
- Andate a manifestazioni del settore di interesse?
- Curate bene il CV e per favore NON usate quello standard europeo (a meno che non sia esplicitamente richiesto...)



# Occupabilità

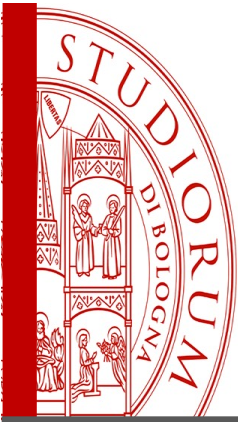


- Abbiamo visto la definizione e le leve del marketing, quindi...due domande...
- *Riuscite a trasformarvi in un prodotto vendibile con successo?*
- *Ritenete di soddisfare le aspettative di chi vi deve pagare uno stipendio?*



# Occupabilità

- *The value proposition is a promise of value to be delivered, communicated, and acknowledged. It is also a belief from the customer about how value will be delivered, experienced and acquired. (Wikipedia, scusate l'inglese!)*
- La Value Proposition rappresenta quindi la dichiarazione di valore fatta da voi, in cui si spiega all'azienda perché debba comperare il vostro prodotto.



# Occupabilità



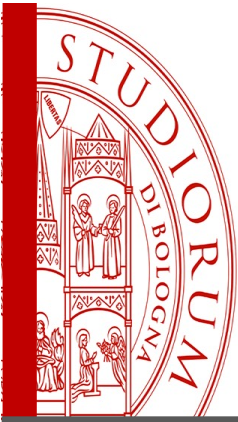
- **Scegliere a quali aziende presentarsi:**
- *Occorre definire il processo di marketing management:*

- **Analisi & Ricerca**

- **Strategia**

- **Azione**

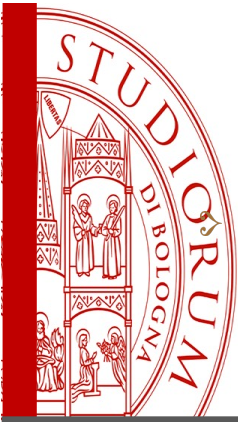
- **Controllo**



# Occupabilità



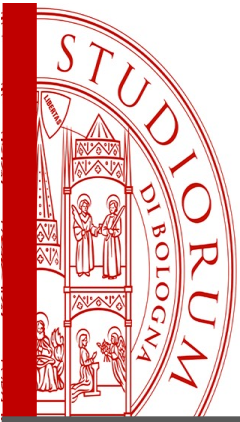
- **Analisi & Ricerca e Strategia** sono due fasi collegate in funzione del settore e della posizione che si intende ricercare, occorre cercare informazioni sulle aziende e anche sulle prospettive dell'ambito in cui opera.
- **Azione e Controllo:** purtroppo si hanno relativamente poche leve in questa fase, fondamentale è riuscire ad avere un colloquio, per cui l'importanza di un CV scritto bene.



Altre cose di non secondaria importanza:

**ASPECT**

- La Laurea non è la fine di un percorso di studi ma è una fase intermedia: occorre espandere il proprio perimetro.
- Anche un ingegnere deve sapere un po' di economia, che cos'è una società e le regole che la governano, le basi del diritto...e magari un po' di Python...
- **Curate la scrittura, non c'è nulla di peggio di errori di grammatica o di strutture sintattiche discutibili....**



**ASPECT**



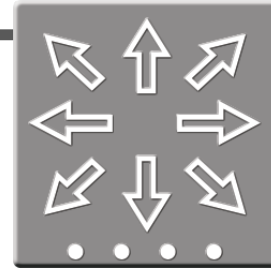
Entry



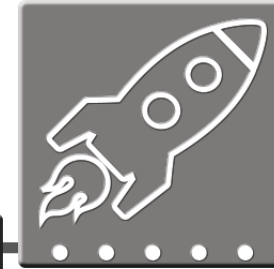
Adoption



Adaptation

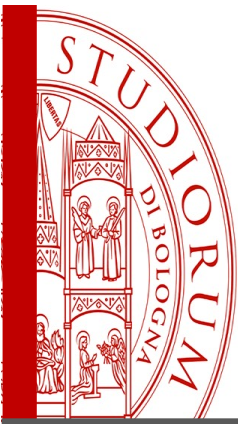


Infusion



Transformation

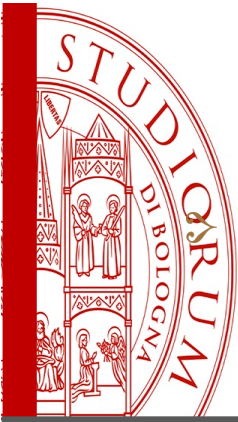
*Scusate l'inglese!*



## Ulteriori considerazioni:



- L'economia e la tecnologia di domani saranno molto diverse da quelle di oggi. Pensiamo agli sviluppi degli ultimi trent'anni...
- È difficile non esserne sorpresi di quanto lontano siamo arrivati in così poco tempo, tenersi sempre aggiornati sarà un vostro dovere...
- Un recente articolo di Sam Altman su Forbes, ex presidente di YCombinator e CEO di OpenAI, propriamente intitolato: "Moore's Law for Everything" ci fornisce interessanti riflessioni...

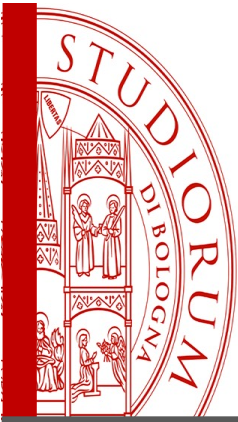


# Moore's Law for Everything:



“Questa rivoluzione tecnologica è inarrestabile. E in un ciclo ricorsivo di innovazione queste stesse macchine intelligenti ci aiuteranno a fare macchine ancora più intelligenti, quindi si accelererà il ritmo della rivoluzione.

- Seguiranno tre conseguenze cruciali:
  - Questa rivoluzione creerà una ricchezza fenomenale. Il valore di molti tipi di lavoro (che guida i costi di beni e servizi) cadrà verso lo zero una volta che l'IA sufficientemente potente si "unirà alla forza lavoro".
  - Il mondo cambierà così rapidamente e drasticamente che sarà necessario un cambiamento altrettanto drastico nella politica per distribuire questa ricchezza e permettere a più persone di perseguire la vita che desiderano.
  - Se avverranno entrambe le cose nella maniera giusta, possiamo migliorare lo standard di vita delle persone più di quanto abbiamo mai fatto prima.”



**ASPECT**

*Grazie per l'attenzione e  
in bocca al lupo!*

[albertomontanari@me.com](mailto:albertomontanari@me.com)

**Alberto Montanari**