

Iniziative

Come scrivere un Curriculum di Donatella Rampado

Si è tentati a credere che nella vita si affermano solamente le persone spregiudicate, violente, disposte ad aggredire gli altri e a mentire spudoratamente. Molti lo credono. Personalmente penso che ci sia un modo per agire diversamente. Le persone di successo sanno essere gentili e sorridenti. Le persone di valore, rispettano il valore altrui. Un giovane che cerca lavoro che tipo di atteggiamento dovrebbe avere quando si reca ad un colloquio? Che tipo di curriculum potrebbe inviare se la credenza generale è solo l'apparire? Prima di tutto, consiglio di non inviare i curriculum alla cieca ma con metodo. Costa fatica, ma se una persona sta cercando lavoro, i casi sono due:

- a) non ha un lavoro
- b) vuole cambiare quello in cui si trova

Partiamo quindi dal principio che investire del tempo su se stessi è sempre un buon investimento e che la professionalità non ha un valore assoluto, ma un valore che di volta in volta i diversi interlocutori le attribuiscono in relazione alle loro specifiche esigenze professionali. Conoscere quindi l'azienda alla quale ci si rivolge diventa indispensabile. Un candidato che arriva informato sull'azienda fa sempre una bella impressione, se poi fa anche domande pertinenti e curiose al punto giusto sui prodotti o servizi la sua immagine ne uscirà fortificata rispetto altri candidati.

La propria storia professionale va scritta evidenziando quelle esperienze pertinenti al tipo di lavoro per cui ci si propone. Se è infatti ovvio che un CV inappuntabile non può rendere

certamente interessante una storia professionale modesta, è vero anche che esperienze articolate e complesse corrono il rischio di essere sotto-valutate solo perché presentate in modo inadeguato.

Bisogna valorizzare il proprio profilo in relazione alle diverse realtà, enfatizzando di volta in volta gli aspetti coerenti al ruolo e individuando, di conseguenza, il linguaggio e la forma adatta.

Il curriculum e la lettera di accompagnamento devono perciò essere personalizzati e focalizzati ogni volta, perché informazioni essenziali in un caso potrebbero essere superflue o secondarie in un altro.



Donatella Rampado
autrice del libro
'SelfBrand'
edito da Franco Angeli