



COME ASSUMERE E TRATTENERE I MIGLIORI AUTISTI

**8 consigli per le aziende di autotrasporti
su come attirare i talenti della strada!**

SOMMARIO

CONSIGLIO 1

Conoscere sé stessi come datore di lavoro — 4

CONSIGLIO 2

Attirare il candidato giusto — 6

CONSIGLIO 3

Assumere candidati della nuova generazione — 8

CONSIGLIO 4

Aprire la porta a nuovi candidati — 10



CONSIGLIO 5

Accogliere i nuovi dipendenti

— 12

CONSIGLIO 6

Prendersi cura degli autisti

— 14

CONSIGLIO 7

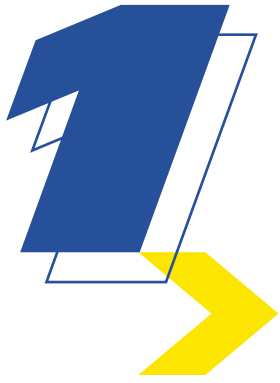
Prospettare un percorso chiaro di carriera

— 16

CONSIGLIO 8

Il colloquio delle dimissioni

— 18



CONOSCERE SÉ STESSI COME DATORE DI LAVORO

In un mercato del lavoro competitivo è importante per un'azienda "vendersi" efficacemente come potenziale datore di lavoro. Ma se si vogliono trattenere i nuovi assunti, è necessario mantenere le promesse. Il modo migliore per riuscirci è conoscere veramente i punti di forza - e di debolezza - della propria azienda.

PASSO 1: SEI UN BUON DATORE DI LAVORO?

Questo processo inizia guardandosi allo specchio per **conoscersi come datore di lavoro**.

- Dedica del tempo a **rivedere i valori e gli obiettivi** della tua azienda. Cosa è importante per te: servizio clienti, velocità di consegna, cultura aziendale? Come dai priorità al tuo tempo e alle tue risorse? Sei concentrato sulla crescita dell'attività? Sulla costruzione di relazioni solide nella tua comunità locale?
- Chiediti: vorrei lavorare per me? **Valuta le promesse fatte** ai nuovi assunti e al personale, dallo stipendio ai benefit e agli incentivi. Mantieni sempre queste promesse?

Secondo un sondaggio di Mckinsey¹, se un dipendente sente che il suo scopo è in linea con quello dell'azienda, si impegna di più, è più fedele e aumentano le probabilità che raccomandi l'azienda ad altre persone del suo entourage.



PASSO 2: COSA TI DISTINGUE?

Dopo un esame approfondito, organizza i tuoi pensieri analizzando punti di forza e debolezza, opportunità e minacce (processo noto anche come "analisi SWOT"):

- Conoscere i **punti di forza, i punti di debolezza, le opportunità e le minacce** ti aiuterà a trattenere i bravi autisti e ad attrarne di nuovi.
- Sulla base di questa analisi, pensa a **come gestisci l'attività, a come puoi migliorare e a come puoi prevedere le opportunità e le sfide.**
 - Come vendere al meglio i tuoi punti di forza per attirare i futuri dipendenti?
 - Proponi una retribuzione o dei benefit più interessanti? Itinerari migliori? Autocarri migliori?
 - Come migliorare un punto debole per accontentare gli autisti più esigenti?
 - È necessario offrire attrezzature migliori? Migliori condizioni di lavoro?
 - Quali opportunità puoi sfruttare per costruire la tua flotta?
 - Sei in grado di integrare le nuove tecnologie nei tuoi processi?
 - Come ridurre al minimo una minaccia?
 - Dai un'occhiata a quello che il mercato offre ai nuovi assunti e fai meglio !

PASSO 3: PARLARE CON I DIPENDENTI E ASCOLTARLI

Il passo successivo consiste nel **coinvolgere i dipendenti** in modo gratificante.

- **Trascorri del tempo con loro**, uno a uno o in piccoli gruppi di lavoro, per capire veramente cosa li motiva e li coinvolge. Cosa li preoccupa o li interessa? Che cosa li spinge a rimanere nell'azienda o che cosa potrebbe spingerli a cercare altrove?
- Determina se la **loro visione dell'azienda è in linea con la tua.**

Abbiamo chiesto ad alcune aziende di trasporti europee di dire la loro su come conoscere il proprio personale – ecco cosa ci hanno risposto²:

"... si tratta di essere onesti e di mostrarsi attenti – cerchiamo di organizzare delle giornate di svago per il nostro personale ogni tre mesi"

— imprenditore di un'azienda di trasporti francese

"Quando in azienda entrano nuovi autisti, i responsabili senior li portano fuori a pranzo e li fanno affiancare da un autista più anziano per le prime due settimane"

— imprenditore di un'azienda di trasporti del Regno Unito

(1) Sondaggio McKinsey sugli obiettivi individuali, agosto 2020 – (2) secondo lo studio "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre" (Gestione della carenza di autisti e passaggio a pneumatici sostenibili) condotto da Ducker e Michelin a marzo 2022



2

ATTIRARE IL CANDIDATO GIUSTO

I dipendenti sono le fondamenta della flotta e quindi devono essere qualificati, dedicati e impegnati. Trovare il giusto equilibrio per la tua azienda è una sfida, ma questi consigli ti aiuteranno a iniziare a cercarlo e a trovarlo!

RISPARMIARE TEMPO IN ANTICIPO

Innanzitutto, è necessario **scrivere una descrizione della posizione chiara e completa**. Se sono anni che pubblichi lo stesso annuncio, forse è ora di cambiare: parlane con gli attuali membri del team per sentire la loro opinione e proporre un annuncio di lavoro più attuale ed adeguato.

- Deve essere **accattivante, chiaro e conciso**.
- **Utilizzare un linguaggio inclusivo**. Gli studi¹ mostrano che una formulazione inclusiva attira il 42% di candidati in più rispetto ad un linguaggio di genere mirato (al maschile o femminile). Non dimenticare che le candidature femminili rappresentano circa la metà del bacino di assunzioni!
- **Essere onesti e sinceri** sulle proprie aspettative e sulla realtà del lavoro
- **Focalizzarsi sui dipendenti** e sottolineare come il loro lavoro contribuisce all'azienda, al mercato e ai dipendenti stessi.

**L'USO DI ESPRESSIONI NON
DI GENERE (MASCILE O
FEMMINILE) ATTIRA IL**

42%

**DI CANDIDATI
IN PIÙ'**



ESSERE FLESSIBILI

Ricorda che viviamo nell'era digitale e che i candidati, soprattutto le generazioni più giovani, sono abituati a comunicare online e via video.

- La **pre-selezione dei candidati** tramite colloqui telefonici o video fa risparmiare tempo a tutti.
- Uno studio di Gartner 2 ha dimostrato che l'86% delle aziende ha condotto colloqui di assunzione tramite video durante la pandemia. E secondo uno studio di HireVue3, gli effetti sono duraturi: il 23% delle aziende è passato a colloqui esclusivamente virtuali anche dopo la riduzione delle restrizioni dovute alla pandemia.
- Si sta affermando anche un'altra tendenza: **intervistare i candidati tramite la messaggistica**. Anche se può sembrare impersonale, consente ai candidati di rispondere alle domande durante l'orario di lavoro, senza doversi assentare per un colloquio. Si potranno integrare anche altri metodi di intervista, ma questo è un chiaro vantaggio per chi è già nel mondo del lavoro.
- **Evita di richiamare troppo spesso** i candidati e incontrali con più persone alla volta.

"VENDI" LA TUA AZIENDA E LA SUA CULTURA

Non dimenticare che stai **esaminando dei candidati tanto quanto loro esaminano te!** Utilizza il processo di intervista per trovare il candidato che corrisponde meglio al profilo ricercato. Fai conoscere i valori dell'azienda, l'ambiente di lavoro, la cultura aziendale e altri vantaggi e benefici. Soprattutto è **importante essere onesti e diretti**: dovrai mantenere le promesse quando il candidato sarà assunto. Secondo il Dipartimento del Lavoro degli Stati Uniti, un'assunzione sbagliata può costare all'azienda almeno il 30% della retribuzione prevista per il primo anno!

Abbiamo chiesto ad alcuni imprenditori di aziende di trasporti europee di dire la loro opinione su come attirare il candidato giusto – ecco cosa ci hanno risposto⁴:

"È un misto di retribuzione e orari di lavoro flessibili, soprattutto nel trasporto aeroportuale"

— *imprenditore di un'azienda di trasporti tedesca*

"È necessario distinguersi dalla massa, perché attualmente è un mercato legato ai dipendenti. È necessario realizzare un buon annuncio ed elencare realmente i vantaggi che l'azienda offre"

— *imprenditore di un'azienda di trasporti del Regno Unito*

"Per migliorare il processo di assunzione abbiamo ridotto il numero di colloqui per candidato da quattro a due"

— *imprenditore di un'azienda di trasporti francese*

"Bisogna scrivere annunci di lavoro che puntino a una 'carriera nella gestione dei trasporti', non solo a quella di autista"

— *imprenditore di un'azienda di trasporti del Regno Unito*

(1) Studio ZipRecruiter "millions of job ads" (milioni di annunci di lavoro) 2016 – (2) Sondaggio condotto su 334 responsabili delle Risorse Umane ad aprile 2020, Gartner HR – (3) Rapporto sulle tendenze globali di HireVue 2021 – (4) Testimonianze raccolte durante lo studio "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre" (Gestione della carenza di autisti e passaggio a pneumatici sostenibili) condotto da Ducker e Michelin a marzo 2022





ASSUMERE CANDIDATI DELLA NUOVA GENERAZIONE

Le aziende di autotrasporti di tutto il mondo stanno puntando su un nuovo bacino di talenti: la Gen Z1. I giovani della Gen Z vanno dai tardo adolescenti ai ventenni. Sono la prima generazione "nativa digitale", cioè cresciuta interamente nell'era tecnologica. Questi giovani sono costantemente connessi, che si tratti di social media, streaming, giochi o di ricerca di lavoro. Devi raggiungerli lì!

L'INDISTINTO TECNOLOGICO

Quello che è nato come "social" media si è esteso ben oltre gli amici, le battute scherzose e le foto delle vacanze. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn e TikTok hanno reso più fluidi i confini tra **social network** personali e **professionali**. Mentre i futuri assunti scorrono le pagine per divertimento, sono anche alla ricerca di un lavoro.

CREARE UNA HOMEPAGE EFFICACE

Pur non essendo il tuo unico strumento, il **sito web dell'azienda è l'essenza della tua presenza online**. Verifica che l'homepage e il processo di candidatura siano idonei alla navigazione sui dispositivi mobili. Tutti gli account aziendali sui social media devono essere collegati alla homepage. Poi è necessario verificare che ci sia tutto ciò di cui un futuro candidato può avere bisogno:

- Descrizioni aggiornate delle posizioni
- Video e foto delle posizioni professionali disponibili
- Una descrizione dell'azienda, compresi benefici, vantaggi e cultura

96%

**DELLA GEN Z
POSSIEDE UNO
SMARTPHONE²**



ESSERE COINVOLGENTI E AUTENTICI SUI SOCIAL

Se non lo hai ancora fatto, è il momento di creare una presenza online su varie piattaforme social media per iniziare a coinvolgere la Gen Z. I nativi digitali trascorrono circa sei ore al giorno sui social media!³

- **Pubblica sul sito web e sui social media i video dei dipendenti** che raccontino le loro esperienze personali, evidenziare i lati positivi del lavoro e condividere i motivi per cui sono contenti di lavorare per la tua azienda.
- Chiedi ai tuoi dipendenti di **condividere questi post per ampliare** la tua presenza nella comunità degli autotrasportatori.
- **Crea post, foto e video di recruiting** che parlino della carriera nel settore dei trasporti, della vita quotidiana, della cultura aziendale e dei vantaggi.

EVIDENZIARE GLI SBOCCHI PIÙ IMPORTANTI

Le abitudini online della Gen Z sono diverse da quelle delle generazioni precedenti. Ad esempio, solo il 30% è attivo su LinkedIn, ma quasi la metà è su TikTok e ancora di più su Instagram. Questi giganti dei social media sono al passo con le abitudini del loro pubblico e alcuni hanno persino iniziato ad **integrare strumenti per la ricerca di lavoro nelle loro piattaforme**. Secondo un comunicato stampa, TikTok ha recentemente lanciato una versione pilota di TikTok Resumes, "progettata per continuare a espandere e migliorare TikTok come nuovo canale per il reclutamento e la ricerca di posti di lavoro". Chi cerca lavoro può candidarsi utilizzando video creativi, brevi e informativi creati sulla piattaforma.

ESSERE LOCALI

- Raggiungi la comunità locale **pubblicando le offerte di lavoro sulle bacheche locali**. In Francia, ad esempio, TruckFly ha recentemente lanciato una bacheca di annunci di lavoro online in cui i camionisti possono cercare le offerte di lavoro per regione.
- **Entra in contatto con i potenziali candidati tramite le pagine Facebook**. Dei camionisti in Francia, Spagna e Germania, per esempio, hanno creato comunità online molto popolari.

Abbiamo chiesto ad alcuni imprenditori di aziende di trasporti europee di esprimere la loro opinione su come assumere candidati della nuova generazione — ecco cosa ci hanno risposto⁴:

"Avere una forte presenza sui social media aiuta. Utilizziamo Twitter, LinkedIn e Facebook per attirare nuovi autisti"

— *imprenditore di un'azienda di trasporti del Regno Unito*

"Pubblichiamo nuove posizioni per autisti sul nostro sito web e utilizziamo un'ottima agenzia di collocamento. Gli annunci devono distinguersi perché in questo momento ci sono molte aziende che cercano autisti"

— *imprenditore di un'azienda di trasporti del Regno Unito*

(1) Gen Z: nati dopo il 1996 – (2) Rapporto GlobalWebIndex, 2017 – (3) Rapporto sul comportamento dei dispositivi mobili e delle app YPulse, 2021 – (4) Testimonianze raccolte durante lo studio "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre" (Gestione della carenza di autisti e passaggio a pneumatici sostenibili) condotto da Ducker e Michelin a marzo 2022





APRIRE LA PORTA A NUOVI CANDIDATI

Se la carenza di autisti può essere dovuta a vari fattori, come l'economia, la pandemia, le difficili condizioni di lavoro e così via, un fattore chiave che non deve essere trascurato è la diversità. Negli Stati Uniti, ad esempio, gli autisti tendono a essere in prevalenza maschi bianchi di mezza età – appena il 12,4% di autisti è rappresentato da donne, il 23,4% è composto da autisti neri e il 60% ha un'età di 45 anni o più¹. Queste statistiche mostrano un enorme bacino di talenti non sfruttato: i giovani e le donne.

IL FUTURO È DONNA!

Le donne sono circa la metà della popolazione mondiale, ma rappresentano tra il 10%² e il 12,4%³ **dei camionisti**. Se questo non bastasse a convincerti ad assumere più donne, l'American Transportation Research Institute⁴ ha scoperto che le **donne in realtà guidano in modo più sicuro degli uomini**. Ad esempio, hanno il 73% di probabilità in meno di prendere una multa per essere passate con il rosso

GEN Y E Z BUSSANO ALLA PORTA

Dato che la maggioranza dei conducenti ha più di 45 anni, il settore dovrebbe **concentrarsi su come attrarre conducenti più giovani**. Negli Stati Uniti, per esempio, Joe Biden ha lanciato il Safer Driver Apprenticeship Pilot Program, che consente ai conducenti di 18 anni di intraprendere una carriera nel settore degli autotrasporti interstatali (riservato in precedenza ai maggiori di 21 anni). Quindi, potrebbe essere una buona idea **collaborare con una scuola guida locale, contattare le scuole superiori e gli istituti universitari** per parlare di una carriera nel settore degli autotrasporti e **organizzare un apprendistato in azienda!**

(1) Dati dell'U.S. Bureau of Labor Statistics per il trasporto su camion, 2021 — (2) Sondaggio Freightwaves "Women in trucking" (Le donne nell'autotrasporto), 2019 — (3) Dati dell'U.S. Bureau of Labor Statistics per il trasporto su camion nel 2020 — (4) Studio dell'American Transportation Research Institute (ATRI), 2018 — (5) Studio Glassdoor, "Diversity & Inclusion Workplace Survey" (Sondaggio sulla diversità e l'inclusione sul posto di lavoro) settembre 2020 — (6) Testimonianze raccolte durante lo studio "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre" (Gestione della carenza di autisti e passaggio a pneumatici sostenibili) condotto da Ducker e Michelin a marzo 2022 — (7) Studio Glassdoor, "Diversity & Inclusion Workplace Survey" (Sondaggio sulla diversità e l'inclusione sul posto di lavoro) settembre 2020



Le generazioni più giovani che entrano nel mondo del lavoro oggi cercano più che mai la diversità sul posto di lavoro. Il 76%⁵ **considera infatti la diversità un fattore determinante** nella ricerca di un nuovo lavoro. È quindi il momento perfetto per allargare la rete e diversificare la propria flotta!

Abbiamo chiesto ad alcuni imprenditori di aziende di trasporti europee di dire la loro opinione su come aprire la porta a nuovi candidati – ecco cosa ci hanno risposto⁶:

“Abbiamo un centro di formazione per giovani autisti e finora abbiamo sempre trovato apprendisti, alcuni dei quali sono rimasti in azienda”

— imprenditore di un'azienda di trasporti tedesca



76%

**DEI DIPENDENTI CONSIDERA
LA DIVERSITÀ UN FATTORE
DETERMINANTE NELLA RICERCA
DI UN NUOVO LAVORO⁷**



ACCOGLIERE I NUOVI DIPENDENTI

Iniziare un nuovo lavoro in qualsiasi settore è un passo importante ma nell'autotrasporto può spesso significare un cambiamento completo nello stile di vita e nelle abitudini di lavoro. Per questo prendere il tempo per accogliere e integrare adeguatamente i nuovi dipendenti nella tua flotta è un bene sia per i nuovi arrivati che per il morale generale del team.

L'ACCOGLIENZA

La prima impressione è importante in ogni situazione e il posto di lavoro non fa differenza! Se vuoi che i nuovi arrivati si sentano a casa nella tua azienda è importante dedicarsi all'**integrazione e alla costruzione dello spirito di squadra fin dal primo giorno.**

- **Affianca i nuovi assunti a dipendenti più esperti.** Dare ai nuovi arrivati una persona di riferimento rende più facile per loro chiedere e avere una risposta alle loro domande senza pensare di "disturbare". Inoltre, li aiuta a inserirsi nella cultura aziendale e nella routine quotidiana.
- **Organizza un pranzo di benvenuto** con almeno una persona o con l'intero team. Poi organizza incontri regolari a distanza di tempo per fissare gli obiettivi da raggiungere. In questo modo, i nuovi arrivati si sentiranno seguiti ed è il momento perfetto per sentire la loro opinione.
- **Pubblica un messaggio di benvenuto** sul sito web aziendale o sugli account dei social media per presentarli a tutti! Questo aprirà le porte a scambi online e di persona tra colleghi e a una sensazione generale di affiatamento.

Abbiamo chiesto ad alcuni imprenditori di aziende di trasporti europee di esprimere la loro opinione su come accogliere i nuovi dipendenti – ecco cosa ci hanno risposto³:

“Gli autisti si aspettano un certo livello di comfort; una cabina ben attrezzata tecnologicamente è un buon modo per attirarli, soprattutto per quanto riguarda l'intrattenimento e la comunicazione. Noi mettiamo a disposizione degli iPad”

— imprenditore di un'azienda di trasporti francese

“Tutti coloro che entrano nella nostra azienda ricevono un nuovo telefono/laptop per poter comunicare facilmente con i nostri uffici”

“Dotare il nuovo personale di buoni strumenti crea armonia e un ambiente di lavoro soddisfacente”

— imprenditore di un'azienda di trasporti del Regno Unito

(1) Ricerca Brandon Hall Group "The True cost of a bad hire" (Il vero costo di una cattiva assunzione), 2015 — (2) Gallup, "Why the Onboarding Experience Is Key for Retention" (Perché l'esperienza di integrazione aziendale è fondamentale per la fidelizzazione), n.d. — (3) Testimonianze raccolte durante lo studio "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre" (Gestione della carenza di autisti e passaggio a pneumatici sostenibili) condotto da Ducker e Michelin a marzo 2022



LINEE DI COMUNICAZIONE APERTE

I tuoi autisti trascorreranno un tempo considerevole alla guida, in gran parte da soli. Fornisci loro gli strumenti necessari per sentirsi **soddisfatti e realizzati**, professionalmente e personalmente.

- **Tienili aggiornati.** Consegna a tutti i nuovi assunti un manuale o un prontuario con le linee guida procedurali, tecniche e di sicurezza a cui possano sempre fare riferimento nel lavoro. Considera la possibilità di inviare regolarmente link alle novità del settore, alle normative interne ed esterne e agli aggiornamenti delle politiche, in modo che siano sempre informati.
- **Sempre connessi.** La tecnologia ha reso molto più facile tenersi in contatto con la flotta e con i propri cari! Considera la possibilità di fornire a tutti i dipendenti dispositivi sponsorizzati dall'azienda, come smartphone, tablet o computer portatili.
- **Pensa all'intrattenimento.** Le notti in viaggio possono essere lunghe e le giornate che si susseguono possono aumentare il senso di solitudine. Fornisci ai membri della flotta abbonamenti a servizi di streaming video o musicale per tenerli occupati.

Sebbene i sondaggi¹ dimostrino che **un processo di integrazione aziendale adeguato può aumentare la permanenza dell'82%**, molti datori di lavoro non investono in questo aspetto. Solo il 12% dei dipendenti concorda sul fatto che la propria azienda effettua un buon processo di integrazione aziendale². Questo significa che l'88% dei dipendenti ritiene che il processo di integrazione nella loro azienda possa essere migliorato. Non lasciare che questo accada alla tua flotta!





PRENDERSI CURA DEGLI AUTISTI

Una volta assunti gli autisti, è necessario prendersene cura! Uno dei modi migliori per farlo è mostrare che il loro benessere ti sta a cuore. Sia con le azioni che con le parole (meglio se entrambe!), ecco alcune idee per cominciare bene.

PRENDERSI CURA DEL LORO BENESSERE FISICO

Uno studio australiano¹ ha mostrato che ai camionisti sono stati diagnosticati tre o **più problemi cronici di salute** quasi quattro volte più spesso della media nazionale, con mal di schiena, obesità e patologie muscolo-scheletriche in cima alla lista. I principali fattori che contribuiscono a queste problematiche includono:

- Trascorrere molte ore seduti al volante
- Scelta limitata di cibo e bevande salutari durante il viaggio
- Scarse opportunità di fare esercizio fisico

COSA PUOI FARE

I proprietari di grandi aziende di autotrasporti **assumono coach del benessere** per aiutare i loro autisti a stabilire obiettivi di forma fisica, tenersi allenati e fornire consigli sull'alimentazione e sul sonno. I coach possono aiutare i conducenti a tracciare e misurare i loro progressi e a motivarli a mantenere i giusti comportamenti. Anche se un coach a tempo pieno probabilmente supera il budget di molte aziende di piccole dimensioni, potresti prendere in considerazione l'idea di **investire in sessioni periodiche di formazione** su vari argomenti. Le sessioni possono essere tenute di persona o trasmesse in streaming online. E se hai difficoltà a coinvolgere i tuoi autisti, puoi rendere il processo più ludico e offrire premi ai camionisti che raggiungono i loro obiettivi.



**SECONDO UNO STUDIO BRITANNICO²
IL 60% DEI CONDUCENTI CONSUMA LA
MAGGIOR PARTE DEI PASTI NEL PROPRIO
VEICOLO
IL 56% SI CONSIDERA IN SOVRAPPESO**

(1) Studio BMC Public Health "The physical and mental health of Australian truck drivers" (La salute fisica e mentale dei camionisti australiani), 2022 — (2) Sondaggio sulla guida sicura a cura di Brake e Direct line, 2018 — (3) International Journal of Environmental Research and Public Health "Sleep and Mental Health in Truck Drivers" (Sonno e salute mentale negli autisti di camion), 2018 — (4) Testimonianze raccolte durante lo studio "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre" (Gestione della carenza di autisti e passaggio a pneumatici sostenibili) condotto da Ducker e Michelin a marzo 2022



NON TRASCURARE IL BENESSERE MENTALE

Non è un segreto che gli autisti di lungo raggio trascorrono una quantità significativa di tempo alla guida, per lo più da soli. D'altra parte, se gli autisti a corto raggio lavorano principalmente all'interno della loro città o della loro regione, devono affrontare lo stress del traffico e le frequenti interazioni con altri autisti urbani. Secondo uno studio europeo³, il **13,6% dei conducenti soffre di depressione**, il 27,5% di insonnia e il 7,9% di ansia.

COSA PUOI FARE

Mostra il tuo interesse controllando regolarmente gli autisti di lungo raggio e fornendo loro gli strumenti necessari per rimanere in contatto con l'azienda, i colleghi e i loro cari. Puoi anche intrattenerli mentre sono in viaggio con abbonamenti sponsorizzati dall'azienda a servizi di streaming musicale o video. Per gli autisti di corto raggio, organizza sessioni di formazione sulla gestione dello stress da guida e sulle interazioni con il pubblico.

E non dimenticare che un po' di riconoscimento rende le persone più motivate e produttive! **Metti in evidenza gli autisti migliori** sulle pagine dei social media aziendali con testimonianze video dei loro colleghi o supervisori o con una loro foto e un elenco di motivi per cui stanno eccellendo nel loro lavoro. Non avere paura di coinvolgere tutto il team e di **sollecitare un riscontro positivo** sul tuo campione della guida, quindi condividilo attraverso un'e-mail a livello aziendale, il tuo sito web o i social media.

Abbiamo chiesto ad alcuni imprenditori di aziende di trasporti europee di dire la loro opinione su come prendersi cura degli autisti – ecco cosa ci hanno risposto⁴:

“Gli autisti che lavorano sul lungo raggio devono fare i conti con molte cose: lunghe giornate di lavoro, lunghi periodi di assenza da casa, mancanza di rispetto durante le operazioni di carico e scarico delle merci presso il cliente, pericoli e rischi sulla strada”

— *imprenditore di un'azienda di trasporti tedesca*

“Dotare il nuovo personale di buoni strumenti crea armonia e un ambiente di lavoro soddisfacente”

— *imprenditore di un'azienda di trasporti del Regno Unito*

“... si tratta di essere onesti e di mostrare attenzione. La guida del camion è un lavoro solitario, quindi è necessario pensare alla salute mentale dei dipendenti. Cerchiamo di organizzare giornate di svago per il nostro personale una volta ogni tre mesi e abbiamo una pagina Facebook dove le persone possono chiacchierare”

— *imprenditore di un'azienda di trasporti del Regno Unito*

“Creare un ambiente di lavoro in cui gli autisti si sentano soddisfatti e apprezzati! Questo include la proposta di pasti caldi a colazione/pranzo e inoltre abbiamo creato un comitato sociale per trascorrere del tempo libero insieme”

— *imprenditore di un'azienda di trasporti del Regno Unito*

“Siamo all'ascolto dei problemi perché il lato umano viene prima di tutto! Ci sforziamo costantemente di creare un'atmosfera di lavoro rilassata in cui tutti si sentano a proprio agio.”

— *imprenditore di un'azienda di trasporti tedesca*



PROSPETTARE UN PERCORSO CHIARO DI CARRIERA

Un buon dipendente è una risorsa incredibile, sia che si trovi al volante sia che gestisca il lavoro di ufficio o che formi la prossima generazione di camionisti. Assicurati che i nuovi assunti e gli autisti dotati di esperienza conoscano tutte le opportunità disponibili all'interno dell'azienda. Questo li motiverà quotidianamente e li fidelizzerà.

AI BLOCCHI DI PARTENZA

Quando i nuovi autisti entrano a far parte dell'azienda, **affiancali** a un autista esperto per aiutarli a imparare il mestiere. I colleghi esperti non solo li faranno partire con il piede giusto, ma potranno anche parlare ai nuovi assunti delle varie opportunità che l'azienda può offrire.

La maggior parte dei nuovi autisti inizierà probabilmente la carriera su tratte a lunga percorrenza. Una volta che si sono guadagnati la tua fiducia e hanno dato prova di sé, **parla con loro di futuri itinerari** nel settore del trasporto regionale o locale. La possibilità di rimanere più vicini a casa o di mantenere un orario standard può motivare gli autisti a rimanere sulle rotte a lungo raggio fino a quando non passano alla fase successiva della carriera.

PASSAGGIO ALLA GESTIONE

Mentre alcuni autisti sono felici di trascorrere il loro tempo sulla strada, altri potrebbero voler cercare altre opportunità per mettere a frutto la loro esperienza al volante in un ambiente di ufficio, ad esempio in **ruoli di gestione o di spedizione**. Il cambio potrebbe essere vantaggioso per tutti. Ad esempio, se hanno già sperimentato la pressione degli obiettivi di consegna puntuale o la solitudine delle notti trascorse alla guida, saranno meglio attrezzati per incoraggiare gli altri autisti e mantenerli motivati. Tra gli altri ruoli in ufficio, ci possono essere il tutoraggio di nuovi autisti, la supervisione in sito o la gestione dell'ufficio... Assicurati di illustrare tutte le possibilità alla tua flotta di autisti.

94%

**DEI DIPENDENTI¹
HA DICHIARATO CHE
RESTEREBBE PIÙ A
LUNGO IN UN'AZIENDA
CHE INVESTE NELLA
LORO CRESCITA
PROFESSIONALE.**

(1) ClearCompany "employee development statistics" (statistiche sulla crescita dei dipendenti), 2021 —

(2) Testimonianze raccolte durante lo studio "Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre" (Gestione della carenza di autisti e passaggio a pneumatici sostenibili) condotto da Ducker e Michelin a marzo 2022



FORMARLI PER IL FUTURO

Qualunque sia il loro obiettivo, è estremamente importante **essere chiari sui tempi**. Sebbene possa essere incoraggiante pensare di fare carriera, i dipendenti possono scoraggiarsi presto se non hanno la sensazione di crescere abbastanza velocemente. Prendi il tempo necessario per definire un percorso di carriera e discuti apertamente dei loro progressi con regolarità. Una volta definiti i loro obiettivi, realizza programmi di formazione o di tutoraggio per **aiutarli a crescere professionalmente**.

Abbiamo chiesto ad alcuni imprenditori di aziende di trasporti europee di raccontare la loro esperienza su come prospettare un percorso chiaro di carriera – ecco cosa ci hanno risposto²:

“Quando in azienda entrano nuovi autisti, i responsabili senior li portano fuori a pranzo e li fanno affiancare da un autista più anziano per le prime due settimane”

— imprenditore di un'azienda di trasporti del Regno Unito

“I conducenti possono seguire spesso formazioni con strumenti di qualità”

— imprenditore di un'azienda di trasporti francese

“I nostri autisti vengono riqualificati regolarmente attraverso corsi di formazione interni ed esterni”

— imprenditore di un'azienda di trasporti tedesca





IL COLLOQUIO DELLE DIMISSIONI

Anche nei migliori rapporti di lavoro arriva il momento di separarsi. Un cambiamento nella situazione familiare o di carriera, una nuova opportunità o un pensionamento, sono diversi i motivi per cui un dipendente può lasciare l'azienda. Che le ragioni siano legate al lavoro in sé, totalmente estranee o una via di mezzo, ogni persona che va via è un'opportunità per imparare e crescere come azienda.

SCEGLIERE IL PROPRIO METODO

Alcune aziende preferiscono **interviste di uscita faccia a faccia**, mentre altre optano per **sondaggi o questionari online**. Solo tu puoi sapere quale metodo è più adatto al tuo personale. Ecco alcuni elementi da tenere a mente per poter scegliere:

- **I colloqui di persona possono essere incredibilmente fruttuosi** in quanto consentono di fare domande di approfondimento. Ma c'è un rovescio della medaglia nel metodo faccia a faccia: la bocca cucita. Alcuni dipendenti potrebbero non sentirsi a proprio agio nel parlare apertamente del proprio lavoro o dei rapporti con i colleghi e la dirigenza, soprattutto in presenza del proprio diretto supervisore.

- I sondaggi e i questionari possono essere un ottimo modo per **porre domande appropriate** e ottenere una risposta onesta dai membri del team. L'unico inconveniente è che si è limitati a ciò che è scritto sulla pagina.



**SUGGERIMENTO:
FAI CONDURRE IL
COLLOQUIO DA UNA
PERSONA NEUTRALE**



**CONSIGLIO: CERCA
DI CAPIRE QUALE SIA
IL METODO GIUSTO
PER OGNI PERSONA E
INTEGRALO A QUELLO DI
BASE.**



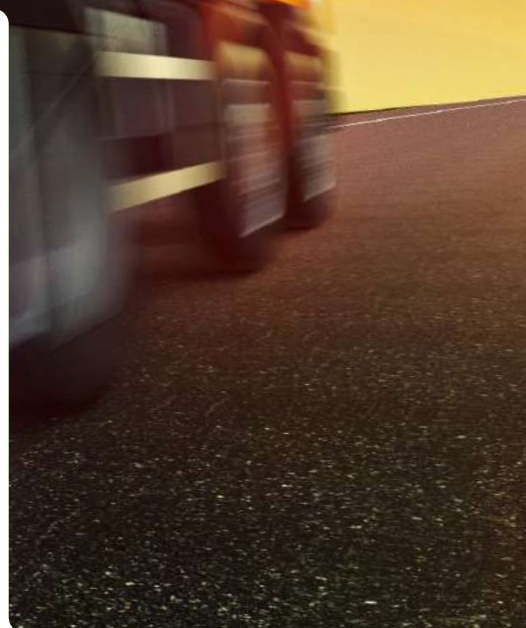


MONITORARE IL PROCESSO

I dipendenti che lasciano l'azienda possono costituire una **incredibile risorsa di miglioramento**, se si è disposti ad ascoltarli. I migliori colloqui di uscita produrranno riscontri che possono essere messi in pratica. Quindi, per esempio, fai le domande giuste sulle condizioni di lavoro, sulle politiche aziendali e sulla gestione. Ed ecco il passo fondamentale: una volta ottenuto il riscontro, agisci di conseguenza. Secondo uno studio condotto dalla Harvard Business Review¹, meno di un terzo dei dirigenti d'azienda ha memoria di una singola azione intrapresa a seguito di un colloquio di uscita! Se prendi il tempo di condurre queste interviste, dovrai prendere il tempo di **implementare il cambiamento sulla base del riscontro ottenuto!** In questo modo, non solo si ottiene un beneficio per l'azienda ma si dimostra anche agli altri dipendenti che la loro opinione è importante.

RIMANERE IN CONTATTO

Se ci si lascia in buoni rapporti, gli ex dipendenti possono diventare **eccellenti ambasciatori dell'azienda**. Parleranno dell'azienda, delle sue pratiche di gestione, dei vantaggi, delle condizioni di lavoro e della cultura... fai in modo che condividano buone informazioni, non cattive! Se condotto correttamente, un colloquio di uscita può persino portare a un nuovo colloquio di lavoro. Mantieni i contatti con i dipendenti che lavorano sodo e si impegnano, potrebbero tornare in futuro!



SECONDO GALLUP², UN COLLOQUIO DI USCITA FATTO BENE PUÒ:

- Aiutare a ridurre l'avvicendamento
- Trasformare i dipendenti che vanno via in **ambasciatori dell'azienda**
- Far conoscere le **proposte dei concorrenti**
- **Generare una serie di dati** da cui imparare nel tempo



(1) Harvard Business Review, "Making Exit Interviews Count" (Far fruttare le interviste di uscita), 2016

(2) Gallup, "The Real Value of Getting an Exit Interview Right" (Il reale valore di un buon colloquio di uscita), giugno 2018

