

GTNEXTGEN

DOVE L'INNOVAZIONE
INCONTRA IL TALENTO

Employer Branding



Hello
World!
sudo ./OneDayWith



I NUMERI

PARTECIPAZIONE



POSIZIONI APERTE



SPEAKER



IL TEAM



Talent Attraction &
Brand Awareness

IL PROGETTO

Un'iniziativa strategica per l'assunzione di sviluppatori per il dipartimento di Global Technology



La prima edizione del progetto **GT NEXT GEN**, organizzata da CRIF, ospitato sulla landing page di BOOM, il Knowledge & Innovation Hub di CRIF, si è conclusa con risultati straordinari. Questo evento non è stato solo un progetto di innovazione, ma un catalizzatore per il futuro del lavoro per la Next Generation di esperti per CRIF in Italia, Slovenia, India, Grecia e Polonia, dimostrando il potenziale trasformativo delle collaborazioni cross-countries.

LA METODOLOGIA



Dopo una fase di confronto con le countries della **sezione Global Technology di CRIF** per definire le caratteristiche della selezione, è stata avviata la ricerca dei candidati. I colloqui, guidati dalle sezioni HR delle countries, hanno incluso valutazioni tecniche e motivazionali.

Confermati gli **86 selezionati**, si sono sfidati in Coding Battle, sviluppato da Global Technology per valutare le competenze.

I migliori candidati hanno avuto l'opportunità di essere considerati con **Speed Date Interview** con i recruiter CRIF per contratti a **tempo indeterminato** come **Software Developer** nelle sedi CRIF di Italia, Grecia, Polonia, Slovacchia e India.



Talent attraction &
Brand Awareness

L' ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Il progetto GT Next Gen di CRIF è un'iniziativa strategica di talent acquisition volta a inserire 30 sviluppatori entro il 2026 nel dipartimento Global Technology, con posizioni aperte in **Italia, Slovacchia, Grecia, India e Polonia**.

L'intero percorso di comunicazione e contatto con i candidati si è sviluppato nell'arco di **cinque mesi**, attraverso un piano strutturato che ha **previsto 13 comunicazioni e-mail dedicate** alle fasi di ingaggio e mantenimento dell'audience, garantendo un dialogo costante e mirato con i partecipanti.

Per ampliare la **visibilità** e favorire **l'interesse** dei laureati e giovani professionisti, è stata realizzata una **campagna di engagement** sui canali LinkedIn e Instagram, con contenuti progettati per raccontare il valore dell'iniziativa e stimolare la partecipazione. Le campagne sono state avviate con attività di video awareness, suddivise tra India e gli altri Paesi (Italia, Polonia, Grecia, Slovacchia) per evitare che l'India assorbisse la maggior parte del budget. Successivamente, è partita una nuova campagna di awareness con post statici in concomitanza con la Lead Gen su Italia e Polonia. Dalla Lead Gen, per raggiungimento del numero desiderato dei partecipanti, è stata eliminata la Polonia, tenendo come geotarget solo l'Italia.

I RISULTATI

13

EMAIL
INVIATE

5215

CLICK
COMPLESSIVI

72%

OPEN RATE
MEDIO

196

LEAD
VERIFICATE

5

MESI DI
CAMPAGNA



Talent attraction &
Brand Awareness

EMPLOYER BRANDING: VISIBILITÀ E POSIZIONAMENTO STRATEGICO

UN INVESTIMENTO NELL'EMPLOYER BRANDING

- Rafforzare il **posizionamento di CRIF** come **realtà innovativa** e **attenta alle sfide globali** (digitalizzazione, sostenibilità, inclusione).
- Attrarre **giovani talenti tech** attraverso **iniziative mirate** e storytelling dedicato, con focus su innovazione e opportunità di carriera.
- Dimostrare un impegno concreto nel favorire la crescita professionale e la formazione delle *next generations*

UN VANTAGGIO COMPETITIVO NELLA "GUERRA DEI TALENTI"

- CRIF si è posizionato come datore di lavoro innovativo e lungimirante, **consolidando relazioni con studenti e professionisti emergenti**.
- Consolidare relazioni con studenti e professionisti emergenti attraverso un approccio innovativo alla selezione.
- Colloqui finali svolti ottimizzando i processi di recruiting in modo dinamico e interattivo: offrendo ai candidati un'esperienza unica e coinvolgente, rafforzando l'attrattività del brand CRIF a livello globale.

INNOVAZIONE E VALORE AGGIUNTO

- Creare un'esperienza immersiva nel Metaverso, favorendo l'interazione tra candidati e recruiter in un contesto tecnologico e creativo.
- Valorizzare la connessione tra Paesi e culture, promuovendo la collaborazione internazionale aziendale tra Italia, Grecia, Polonia, Slovacchia e India.



Testimonianze

"Le competenze chiave non sono solo tecniche, ma strategiche. Nei prossimi anni servirà pensiero sistemico per comprendere l'impatto delle tecnologie sul business, data literacy per trasformare informazioni in decisioni, e cyber awareness per garantire sicurezza in un mondo sempre più interconnesso. Ma la vera differenza la farà la capacità di anticipare il cambiamento, non inseguirlo: chi saprà coniugare innovazione e visione guiderà il futuro."

Antonio Baldino, Director of People Engagement - CRIF

"Il messaggio è semplice: il futuro non si aspetta, si costruisce. GT Next Gen non è solo un evento, è un'esperienza che dimostra come ciascuno di noi possa essere protagonista del cambiamento. Vogliamo che i partecipanti tornino a casa con la consapevolezza che curiosità, apprendimento continuo e collaborazione sono le leve per affrontare un mondo in costante evoluzione. Farlo attraverso un contesto innovativo come il metaverso significa ribadire la nostra volontà di essere differenti, aperti alle sfide e pronti a sperimentare"

Davide Raitano, Corporate CEO - CRIF

"Il mio consiglio è chiaro: non smettete mai di sperimentare. La tecnologia premia chi ha il coraggio di osare, di provare e di imparare dagli errori. Uscite dalla comfort zone, coltivate la curiosità e investite costantemente nel vostro sviluppo. Il futuro appartiene a chi sa reinventarsi ogni giorno e trasformare le sfide in opportunità"

Mirko Tedaldi, IT Solution Director - CRIF



Ricerca di talenti

IL RUOLO DI BOOM

Grazie alla sua piattaforma Metaverso, BOOM ha trasformato il recruiting in un'esperienza immersiva e interattiva, pensata per i giovani sviluppatori di tutto il mondo.

Come è fatto il Metaverso BOOM?

Intorno a un nucleo centrale, l'ambiente si articola in 4 sale moderne, ciascuna con uno stile unico e una funzione specifica:

Sala MEET

Spazio per riunioni con funzionalità audio, dove gli avatar possono confrontarsi e collaborare.

CLASS

Un anfiteatro virtuale per lezioni frontali, con slide e docente in aula, ideale per sessioni formative.

GREEN AREA

Area dedicata al networking e alle pause, arricchita da elementi video per favorire interazione informale.

EXPO

Sala con palco e monitor curvo per presentazioni e contenuti video, perfetta per eventi e conferenze.



BO
OM

powered by **CRF**