

[www.ch.ch/publicjobs](http://www.ch.ch/publicjobs)

Das Schweizer Stellenportal

Le Portail suisse de l'emploi public

Il Portale svizzero dell'impiego pubblico



31 marzo 2011

---

# Rapporto [www.ch.ch/publicjobs](http://www.ch.ch/publicjobs) 2010

---

## Indice

<b>1. Premesse</b> .....	3
1.1. Basi legali .....	3
1.2. Organizzazione .....	3
1.3. Strategia .....	3
<b>2. Rapporto di attività</b> .....	4
2.1. Ampliamento / ottimizzazioni .....	4
2.2. Comunicazione .....	5
2.3. Obiettivi e valutazione 2010 .....	6
<b>3. Prospettive</b> .....	7
3.1. Programma e obiettivi 2011-2012 .....	7

## Sintesi

### Premesse e strategia

Al fine di creare valore aggiunto per tutti gli interessati (Confederazione, Cantoni, Comuni e chi cerca lavoro), in collaborazione con il Cantone di Zurigo e l'Ufficio federale del personale è stato creato un portale nazionale per gli impieghi pubblici sul sito [www.ch.ch](http://www.ch.ch).

Il portale consente all'amministrazione pubblica di presentarsi come datore di lavoro tanto competitivo quanto il settore privato. Le offerte sono centralizzate (evitando dispersioni di investimenti per diversi siti individuali) e sono creati vantaggi in termini di volume e di costi anche per i clienti più piccoli.

### Obiettivi del 2010

Gli obiettivi per il 2010 sono stati in gran parte raggiunti. Nella Svizzera occidentale, due Cantoni sono diventati nuovi partner. Siccome l'aumento dei clienti ha determinato una maggiore utilizzazione della piattaforma, nell'autunno 2010 è stato necessario sviluppare l'infrastruttura server.

Nel 2010, il comitato consultivo si è pronunciato contro la riedizione del Public Recruiting Forum. Di conseguenza, il sito [www.ch.ch/impieghi](http://www.ch.ch/impieghi) è stato presentato in occasione di varie manifestazioni dedicate alle risorse umane.

Nella riunione del 27 agosto 2010, il comitato consultivo si è opposto all'ampliamento del portale con un sistema di gestione delle candidature. Tuttavia, è attualmente al vaglio l'ipotesi di acquistare e mettere a disposizione prestazioni nel settore dell'e-recruiting concepite su misura per i clienti.

### Settore di attività e ampliamento / ottimizzazioni

Sulla scia della multimedialità, gli inserzionisti possono produrre filmati sugli impieghi proposti e persino integrarli nelle loro inserzioni.

Il formato RSS-Feed consente ai datori di lavoro di pubblicare le loro inserzioni anche sul proprio sito e di modificarne eventualmente la presentazione.

Al fine di permettere al Servicecenter Publicjobs di assistere i propri clienti in modo ottimale ed efficiente, sono state estese le funzioni di amministratore.

Nel settore marketing è stata lanciata nel novembre 2010 una campagna on line per attirare nuovi clienti.

### Prospettive e obiettivi per il 2011

Oltre all'acquisizione di nuovi clienti, nel 2011 occorrerà soprattutto adottare misure per curare i contatti con i clienti fissi. Ecco gli obiettivi in programma per quest'anno:

- acquisire nuovi clienti e nuovi partner nella Svizzera occidentale
- fornire assistenza ai clienti fissi

## 1. Premesse

Il Portale Svizzero ch.ch («Das Schweizer Portal», «Le Portail suisse», «il portal svizzer», «The Swiss Portal») è il portale nazionale della Svizzera. Strumento collettivo di Confederazione, Cantoni e Comuni, offre a tutti i soggetti coinvolti la possibilità di consultare un catalogo di prestazioni e di informazioni centralizzato, semplice e strutturato tematicamente.

Nel 2007, in collaborazione con il Cantone di Zurigo, l'Ufficio federale del personale e la Cancelleria federale, è stato lanciato un portale nazionale per gli impieghi pubblici al fine di accrescere la competitività dei datori di lavoro e di creare valore aggiunto (sfruttamento ottimale della sinergia e vantaggi in termini di volume e di costi poiché le spese per la manutenzione dei siti individuali vengono ridotte al minimo).

La piattaforma [www.ch.ch/impieghi](http://www.ch.ch/impieghi) opera affinché:

- la Confederazione, i Cantoni, i Comuni e gli enti pubblici possano pubblicare le loro offerte di lavoro direttamente, in modo semplice ed economico sul portale comune del settore pubblico e, grazie a un'apposita interfaccia, anche nella stampa e in altri mezzi di comunicazione on line;
- le persone alla ricerca di un posto di lavoro possano utilizzare una piattaforma nazionale per informarsi sui posti disponibili presso la Confederazione, i Cantoni, le città e i Comuni senza dover conoscere e consultare i siti delle singole autorità.

### 1.1. Basi legali

La Centrale degli stampati e del materiale del Cantone di Zurigo (Kantonale Drucksachen- und Materialzentrale Zürich, kdmz) gestisce il portale degli impieghi su incarico della Cancelleria federale. La collaborazione è disciplinata per contratto: alla kdmz sono affidati l'esercizio operativo e lo sviluppo (compresa la garanzia della qualità) del portale svizzero degli impieghi pubblici, nonché l'acquisizione e l'assistenza dei clienti.

I costi di gestione devono risultare coperti, ma non si perseguono fini di lucro.

Il programma di gestione del portale svizzero («Führungskonzept Schweizer Stellenportals») del 19 dicembre 2007, nel quale sono disciplinati i principi della gestione strategica e operativa del portale, le strutture necessarie e i diritti e i doveri delle parti coinvolte, è parte integrante del contratto di collaborazione. In ambito di direzione strategica, la Cancelleria federale e la kdmz sono affiancate da un comitato consultivo di cui fanno parte i responsabili del personale di Confederazione, Cantoni, città e Comuni. Il comitato si riunisce almeno due volte all'anno e presenta le esigenze avanzate dai gruppi interessati in merito alla portata e alle modalità delle prestazioni offerte dal portale. Notifica inoltre le necessità di intervento e formula proposte per l'ulteriore sviluppo della piattaforma. Valuta infine il mandato di prestazioni, il programma e gli strumenti di gestione quali la strategia, la pianificazione annuale e il rapporto annuale che vengono sottoposti alla Cancelleria federale.

### 1.2. Organizzazione

L'organo superiore è il comitato direttivo di ch.ch, responsabile dell'impostazione strategica di tutta la piattaforma [www.ch.ch](http://www.ch.ch). La Cancelleria federale, che gestisce [www.ch.ch](http://www.ch.ch), ha il ruolo di committente per [www.ch.ch/impieghi](http://www.ch.ch/impieghi). Il Servicecenter Publicjobs è invece responsabile dell'esercizio, con l'assistenza della kdmz. La Cancelleria federale stabilisce gli obiettivi a lungo termine e la strategia della piattaforma di comune accordo con il comitato consultivo.

### 1.3. Strategia

Come datore di lavoro, l'amministrazione pubblica si presenta competitiva quanto il settore privato. Le offerte sono centralizzate (evitando così dispersioni di investimenti per diversi siti individuali) e sono creati vantaggi in termini di volume e di costi anche per i clienti più piccoli i quali, oltre ad approfittare di una diffusione su scala nazionale e di un maggior numero di utenti, possono così ridurre i costi legati alle inserzioni di lavoro.

## 2. Rapporto di attività

Le attività di marketing dell'ultimo anno mostrano che la notorietà del portale è in aumento. Nel terzo anno di esercizio un numero crescente di Cantoni, città e Comuni ha utilizzato le molteplici funzioni della piattaforma.

Alcune cifre in proposito (tra parentesi: 2009):

- numero di inserzioni pubblicate nel 2010: ca. 6 800 (ca. 6 000)
- da 550 a 600 inserzioni on line al giorno (da 600 a 700)
- da 130 000 a 140 000 visitatori mensili (da 120 000 a 130 000)
- 6 962 utenti registrati (4 920)
- 900 inserzionisti (714)

L'acquisizione di nuovi clienti e la loro assistenza sono stati obiettivi prioritari del 2010, realizzati tramite presentazioni per specialisti, mailing e campagne pubblicitarie. Il portale www.ch.ch/impieghi ha tenuto conto delle esigenze sia delle persone in cerca di un impiego che degli inserzionisti. Nella Svizzera romanda, dopo il Cantone di Friburgo, sono stati acquisiti in qualità di partner nuovi datori di lavoro nel settore pubblico, tra cui i Cantoni di Vaud e di Ginevra.

### 2.1. Ampliamento / ottimizzazioni

#### Introduzione di video sui datori di lavoro e sugli impieghi

Nelle inserzioni si è diffuso il ricorso a video sui datori di lavoro e sugli impieghi. Per assecondare questa tendenza, è stato modificato il processo di inserimento degli annunci. L'inserzionista può scegliere una società di media (produttore) e registrare sul corrispondente numero ID il video riguardante l'impiego o l'impresa/ente. Successivamente, il video verrà integrato nella pagina del singolo annuncio (foto a destra). In tal modo, chi cerca lavoro può conoscere l'impiego dal vivo (trasmissione di messaggi emozionali) e il datore di lavoro può ottenere un livello massimo di attenzione (presentazione dell'impiego al passo con i tempi e col mercato, sguardo sulla singola impresa).

#### Ottimizzazione del formato RSS-Feed

La modalità RSS-Feed permette di integrare con molta facilità liste di annunci in un'altra pagina Internet. Le possibilità offerte dal formato RSS-Feed sono state ampliate cosicché gli inserzionisti possono ormai mostrare le loro offerte in funzione della rubrica, del tasso di occupazione, della classe di stipendio ecc.

#### Ampliamento delle funzioni di amministratore

Il Servicecenter Publicjobs può d'ora in poi fornire ai suoi clienti un'assistenza più rapida ed efficace grazie all'ampliamento delle cosiddette funzioni di amministratore del sito. Il team di consulenti del Servicecenter può accedere ai singoli annunci e modificarli o disattivarli se i clienti lo desiderano.



## Ricorso a un sistema di gestione delle candidature

Numerose imprese trattano e valutano i dossier di candidatura elettronici direttamente mediante un processo altrettanto elettronico. La kdmz ha considerato l'opportunità di adottare un simile strumento per il portale. In particolare, si è chiesta se i clienti (responsabili delle risorse umane e dei diversi settori presso la Confederazione, i Cantoni e i Comuni) avessero apprezzato tali innovazioni.

Alla riunione del 27 agosto 2010, il comitato consultivo ha deciso che un sistema di gestione delle candidature potrebbe tendenzialmente rivelarsi utile per le medie imprese. Difatti le grandi imprese solitamente possiedono già un proprio sistema, mentre le piccole non ne hanno bisogno, poiché il volume delle candidature tende ad essere piuttosto contenuto. I membri del comitato si sono pertanto opposti all'acquisto o persino allo sviluppo di un simile strumento; hanno però deciso di informarsi presso i fornitori di tali sistemi per sapere se le loro prestazioni possono essere integrate su un'interfaccia qualora i clienti lo richiedano.

## 2.2. Comunicazione

### Public Recruiting Forum 2011

Visto il successo del Public Recruiting Forum del 2009, è stato programmato un altro forum all'inizio del 2011 nella Svizzera occidentale. Nella riunione del 27 agosto 2010, il comitato consultivo ha tuttavia deciso di rinunciare a una riedizione del Public Recruiting Forum a causa dei costi. In compenso, ha stabilito di presentare il portale in occasione di convegni già fissati dall'Associazione dei Comuni, l'Associazione delle città e dall'Associazione delle risorse umane. I dettagli relativi a tali manifestazioni sono in corso di pianificazione.

### Campagna on line



Al fine di diffondere ulteriormente [www.ch.ch/impieghi](http://www.ch.ch/impieghi) sia presso le persone in cerca di un impiego che presso i datori di lavoro, nonché di acquisire esperienza nel campo del marketing on line, tra il 1° e il 13 novembre 2010 sono state lanciate quattro iniziative parallele e coordinate.

#### Banner pubblicitari

Una campagna banner è stata lanciata su Internet e in particolare sulle piattaforme Xing, Comparis e tel.search.

#### Google AdWords

Google AdWords è una forma di pubblicità che utilizza parole chiave all'interno dei risultati di ricerca di Google. Questa forma di promozione su Google viene anche definita come un sistema di pubblicità a pagamento. Concretamente funziona così: quando un utente cerca un'espressione ben precisa, per esempio «impiego Comune», l'annuncio corrispondente appare in primo piano tra i risultati di ricerca a pagamento (in alto o sulla destra).

Web Bilder Videos Maps News Bücher Google Mail Mehr ▾

**Google**

Ungefähr 5'800'000 Ergebnisse (0.19 Sekunden) [Erweiterte Suche](#)

**Publicjobs-Stellensuche** Anzeigen  
[www.ch.ch/publicjobs](http://www.ch.ch/publicjobs) Offene **Stellen** beim **Bund**, Kanton und Gemeinden finden!

**Stellenangebote Bund**  
[www.jobrapido.ch](http://www.jobrapido.ch) Große Auswahl an Arbeitsangeboten. Jetzt Ihre passende **Stelle** finden!

**Eidg. Personalamt - Offene Stellen** ☆  
 Sie können offene **Stellen** gezielt suchen, indem Sie die ... Personalamt EPA vermittelt keine **Stellen** und die Ausschreibungen laufen nicht über das EPA. ...  
[www.stelle.admin.ch/](http://www.stelle.admin.ch/) - Im Cache - Ähnliche Seiten

Online-Stellenabfrage  
 Arbeitgeberin Bundesverwaltung  
 Lehrstellenangebot  
[Weitere Ergebnisse von admin.ch »](#)

**admin.ch - Arbeiten beim Bund** ☆  
 Die Bundesverwaltung besteht aus sieben Departementen, der Bundeskanzlei und knapp 90 Ämtern. Mit ihren rund 37'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist ...  
[www.admin.ch/.../stelle/index.html?lang=de](http://www.admin.ch/.../stelle/index.html?lang=de) - Im Cache - Ähnliche Seiten

**Eidg. Personalamt - Online-Stellenabfrage** ☆  
 14. Mai 2008 ... **Stellenangebot** > Offene **Stellen**. > Online-Stellenabfra... Ende Navigator ...  
**Stellenangebote** der Bundesverwaltung sind Regionen zugeordnet ...  
[www.epa.admin.ch/.../stellen/.../index.html?lang=...](http://www.epa.admin.ch/.../stellen/.../index.html?lang=...) - Im Cache - Ähnliche Seiten

**Eidg. Personalamt - Arbeitgeberin Bundesverwaltung** ☆  
 26. Apr. 2010 ... **Stellenangebote** gibt es an zahlreichen Standorten in der ganzen ...  
<http://www.epa.admin.ch/dienstleistungen/stellen/00280/index.html?lang=...>  
[www.epa.admin.ch/.../stellen/.../index.html](http://www.epa.admin.ch/.../stellen/.../index.html) - Im Cache - Ähnliche Seiten

## Mailing ai nuovi clienti

Tutti i Comuni e le città della Svizzera con più di 5 000 abitanti che finora non figuravano come clienti di Publicjobs sono stati contattati per scritto sia per richiamare, con fatti e cifre, la loro attenzione sulla ricca gamma di servizi e sull'utilizzazione del portale, sia per presentare loro un'offerta: chi avrebbe inserito un annuncio tra il 4 e il 31 dicembre 2010 avrebbe beneficiato del prezzo vantaggioso di 25 franchi anziché 50.

Anche i clienti già acquisiti hanno ricevuto una lettera che presentava loro la campagna on line. Grazie all'offerta le loro inserzioni hanno goduto di una maggiore visibilità.

## 2.3. Obiettivi e valutazione 2010

### Garanzia e consolidamento dell'esercizio (disponibilità conformemente al contratto 97%)

La piattaforma è stata generalmente disponibile. Visto il progressivo aumento del numero dei visitatori del portale, nell'autunno 2010 è stata introdotta l'infrastruttura server.

### Acquisizione di nuovi clienti

Quest'anno, 186 nuovi clienti si sono registrati e hanno pubblicato inserzioni. Tra questi ci sono grandi Cantoni come Ginevra o Svitto, ma anche Comuni/città e numerosi istituti di diritto pubblico (scuole, associazioni, fondazioni).

Pur non avendo effettuato azioni di marketing nella Svizzera occidentale, è stato comunque possibile acquisire due nuovi clienti: il Cantone di Ginevra e il Cantone di Vaud.

La cartina della Svizzera qui sotto mostra quali Cantoni utilizzano già la piattaforma.



### Integrazione del sistema di gestione delle candidature

Il comitato consultivo si è opposto allo sviluppo o all'acquisto di un sistema di gestione delle candidature (cfr. punto 2.1.).

### Public Recruiting Forum 2011

Nella riunione del 27 agosto 2010, il comitato consultivo ha deciso di rinunciare a un'edizione 2011 del Public Recruiting Forum (cfr. punto 2.2.).

## 3. Prospettive

L'obiettivo è ancora quello di promuovere Publicjobs presso un vasto pubblico come una «piattaforma per le risorse umane del settore pubblico competitiva e autorevole» e di offrire servizi orientati alle esigenze dei clienti.

### 3.1. Programma e obiettivi 2011-2012

Gli obiettivi sono i seguenti:

#### 1. Acquisizione di nuovi clienti nella Svizzera occidentale

Continuano i tentativi di acquisire nuovi clienti nella Svizzera occidentale. La cooperazione con i Cantoni di Vaud e di Friburgo viene consolidata.

#### 2. Assistenza ai clienti fissi

La clientela fissa deve essere mantenuta. A tal fine sono previste le seguenti iniziative:

- offerte sulle inserzioni: pubblicazione di un annuncio per due mesi al prezzo di 25 franchi (maggio/giugno 2011);
- mailing con un piccolo omaggio per ringraziare i clienti della fedeltà e della fiducia dimostrata (maggio/giugno 2011);
- partecipazione a eventi dedicati alle risorse umane quali Personal Swiss e il convegno dell'Associazione dei Comuni Svizzeri.

#### 3. Maggiore competitività

Sin dal lancio del Portale svizzero dell'impiego pubblico, la grafica del sito non ha subito grandi modifiche. La competitività della piattaforma dovrà essere se non altro mantenuta con misure mirate. Nel 2011 si auspicano pertanto i seguenti interventi:

- inserire nella pagina nuovi contenuti interessanti per i clienti (checklist, consulenti);
- elaborare testi nelle rubriche «Buono a sapersi» e «Vantaggi»;
- utilizzare immagini e se possibile video.

L'obiettivo è quello di incuriosire i clienti trasmettendo l'immagine di una piattaforma viva e dinamica che offre servizi innovativi, moderni e orientati alle loro esigenze.

Come primo passo, tra i soggetti interessati sarà organizzato un breve sondaggio che darà informazioni sull'attuale diffusione della piattaforma e sulle aspettative degli utenti.