

CALZEDONIA RECRUITING DAY

Tutti in negozio, ma non per shopping: sarà lo store Tezenis di corso Vittorio Emanuele a Milano a ospitare il Recruiting Day del Gruppo Calzedonia, un career event dedicato a studenti, laureati e giovani professionisti.

Un'occasione unica per incontrare di persona i responsabili HR e le figure retail per le quali ci sono opportunità aperte, per raccogliere informazioni, scoprire le opportunità e condividere esperienze.

Quanti sogni dietro una vetrina: un abito perfetto, la lingerie più seducente, un underwear accattivante... Ma se dietro alla vetrina, per una volta, i protagonisti fossero i giovani con il loro futuro e i loro sogni? È quello che accadrà il 13 novembre nello store Tezenis di corso Vittorio Emanuele a Milano quando, dalle 11 alle 17, il gruppo Calzedonia aprirà le porte ai ragazzi, decisi a conquistarsi un ruolo tra le posizioni "retail" aperte.

All'interno del negozio, si verrà a stabilire un primo contatto, selezionando i più brillanti candidati attraverso colloqui informali, effettuati in diretta proprio nelle vetrine dello stesso store. L'obiettivo? Conquistare un posto nell'area retail dei diversi brand.

A partire dai nuovi Sales assistant, primi ambasciatori del brand e del prodotto, lieti di accogliere il cliente fornendogli un'esperienza d'acquisto perfetta. Gli Store manager, chiamati a diventare il punto di riferimento per il team di ogni negozio, dal contatto con il cliente alla supervisione dello store a tutto tondo, che si interfacciano a loro volta con un'altra figura retail, quella del District manager: ruolo di leader per la gestione di una zona di punti vendita assegnati e trampolino di lancio per una carriera internazionale. Non manca infine la ricerca di Visual merchandiser, fulcro estetico e creativo dei punti vendita di ogni marchio, pronti a spostarsi per curare allestimenti e vetrine in ogni punto vendita e seguire nuove aperture.

Un'opportunità per studenti e giovani lavoratori, desiderosi di acquisire nuove esperienze e capacità in una dimensione dinamica e rappresentativa del made in Italy, ai quali verrà fatta una sola richiesta: accorrere numerosi, portando con sé una buona dose di entusiasmo, passione per il retail e determinazione.

Non certo una novità per una realtà che vanta il 64% di giovani con meno di trent'anni nel suo organico. Un leitmotiv di fiducia, entusiasmo comune e freschezza ricercato anche nelle figure selezionate proprio nel corso della giornata.