

Sydänsuomessa

- Kannonkoski • Karstula • Kinnula • Kivijärvi
- Kyyjärvi • Pihtipudas • Viitasaari



Rekrytointiopas

Rekrytoinnissa mikään ei ole niin kuin ennen!

Muutama vuosi sitten työpaikkailmoituksen julkaiseminen sanomalehdessä tavoitti osaavat työnhakijat, nyt rekrytointi vaatii useamman kanavan, budjetin ja tavoitteet.

Tässä Ammattilaisia Sydänsuomeen rekrytointioppaassa kohtaavat rekrytointiprosessin teoria ja Sydänsuomalaisen työnantajien näkemykset onnistuneesta rekrytoinnista. Oppaan tarkoituksena on aktivoida pohtimaan, miten omassa yrityksessä rekrytointiprosessi etenee.

Alla erään Sydänsuomalaisen työnantajan sitaatti, johon nyt etsimme vastausta:

Mistä löytää kokeneita ammattilaisia?

Sisällysluettelo

Tunnettuuden, brändin ja työnantajamielikuvan rakentaminen viestinnän keinoin	3
Rekrytointitarpeen tunnistaminen ja määrittely	7
Oppilaitosyhteistyön mahdollisuudet rekrytoinnissa	10
Rekrytoinnin menetelmät ja aikataulutus	15
Hakemusten käsittely ja karsinta	18
Valinta	20
Perehdytys ja sitouttaminen	21
Tarkistuslista:	
Eikö yrityksesi rekrytointiprosessi ollutkaan kunnossa?	22

Tunnettuuden, brändin ja työnantaja mielikuvan rakentaminen viestinnän keinoin

Millainen kuva työnhakijalla on yrityksestä ennen rekrytoinnin alkamista ja millaisen kuvan yritys antaa rekrytointiprosessin aikana, on merkityksellistä. Kun rekrytoinnin tarve julkaistaan, on työnhakijalle tultava olo, että hän haluaa työskennellä juuri tuossa yrityksessä. Yrityksen hyvä maine työnantajana, sen tunnettuus ja näkyvä brändi, herättää varmemmin osaavan työnhakijan kiinnostuksen avoimeen työpaikkaan. Tunnettuutta kasvatetaan jatkuvalla viestinnällä kertomalla yrityksen tai työntekijöiden tarinoita tai nosta-

malla yrityksen kotiseudun vetovoimatekijöitä esille. Kun yrityksen brändi on tunnistettavissa ja muistettavissa logosta, väreistä, valokuvista, työntekijöiden vaatetuksesta ja kaluston teippauksista, on onnistuttu luomaan brändi.

Sydänsuomessa yritykset kasvattavat tunnettuuttaan ja kehittävät työnantajamielikuvaa näkymällä alueen tapahtumissa, kuten messuilla ja tekevät yhteistyötä järjestöjen, yhdistysten, hankkeiden, työllisyysalueen ja kunnan kanssa näkyvästi.

Sydänsuomalaisten työnantajien näkemyksiä tunnettuuden rakentamisesta:

- Alueesta taustatietoa yritystoiminnan lisäksi = alueen vetovoimatekijöitä
- Näkyvyyttä somessa, positiivisia työnantajakokemuksia
- Vaatetus, autot ja koneet näkyvät katukuvassa
- Messut
- Koulu- ja seurayhteistyö



Työnantajamielikuvan rakentaminen

Työnantajamielikuva tarkoittaa sitä kuvaa ja mainetta, joka organisaatiolla on työnantajana työntekijöidensä, työnhakijoiden ja sidosryhmien silmissä, ja miten se erottuu muista työnantajista. Työnantajamielikuva voi vaikuttaa merkittävästi, kun houkutellaan potentiaalisia työnhakijoita sekä pyritään vaikuttamaan työntekijöiden sitoutumiseen ja työtyytyväisyyteen. Työnantajakuva onkin jaettavissa sisäiseen ja ulkoiseen työnantajakuvaan. Sisäistä työnantajakuva kehittetään parantamalla työntekijäkokemusta, samalla rakennetaan ulkoista mielikuvaa jatkuvalla viestinnällä ja tarinankerronnalla. Työnantajamielikuvaa voidaan vahvistaa kehittämällä rekrytointiprosessia ja rekrytointiviestintää.

Rekrytointiviestintä on markkinointia, myyntiä ja työnantajamielikuvan rakentamista. Millainen kuva työnhakijalla on yrityksestä ennen rekrytointin alkamista ja millaisen kuvan yritys

antaa rekrytointiprosessin aikana, on merkityksellistä. Yrityksestä tehdään houkutteleva jatkuvalla viestinnällä lisäten yrityksen tunnettuutta ja mielikuvaa vetovoimaisena työnantajana. Kun rekrytointin tarve julkaistaan, on työnhakijalle tultava olo, että hän haluaa työskennellä juuri tuossa yrityksessä.

Sydänsuomalaisten työnantajien näkemyksiä työnantajamielikuvan rakentamisesta:

- Vastuullisuus ja siitä viestiminen
- Yleinen maine vaikuttaa sitouttamiseen
- ”Pikkuporkkanoiden” jakaminen
- Monipuolinen tuotantopalkkio
- Työntekijöiden kouluttautumismahdollisuus
- Työhyvinvointi



Sydänsuomessa-alueen hyödyntäminen rekrytointiviestinnässä

Rekrytoidessa työntekijä voi myös löytyä toiselta paikkakunnalta. Tällöin hakija usein vaihtaa asuinpaikkaa, joten jo työpaikkailmoituksessa on hyvä kertoa, millaiseen kuntaan tai kaupunkiin hän on sijoittumassa.

Sydänsuomessa.fi -sivustolle on koottu laajasti tietoa alueesta, sen

kunnista, palveluista, asumisesta ja harrastusmahdollisuuksista. Sivusto toimii tietopakettina työnhakijalle, jolle alue ja sen mahdollisuudet eivät ole vielä tuttuja. Sivustolle koottujen linkkien avulla työnhakija voi itse etsiä lisätietoa ja perehtyä haluamiinsa asioihin tarkemmin.

Työpaikkailmoituksen loppuun voi laittaa seuraavan tekstin:

”Tule tekemään työelämän unelmat todeksi Sydänsuomessa.

Meillä arjen helppous ja vapaa-aika luonnossa yhdistyy sulavasti työskentelyyn. Sydänsuomesta löydät seitsemän kunnan monipuoliset mahdollisuudet asumiseen, harrastamiseen ja palveluihin.

Tutustu lisää ja tule rakentamaan tulevaisuutta kanssamme!

Lue lisää: sydانسuomessa.fi ”

Tekstiä voi muuttaa omaan rekrytointiviestintään sopivaksi.

Tekstin lisäksi Sydänsuomessa-sivustolta löytyy valokuvapankki, josta saa ladata kuvia käytettäväksi omassa rekrytointiviestinnässä.

Alueesta kertominen antaa työnhakijalle apuja paikkakunnalle muuttoon ja sinne juurtumiseen esimerkiksi asunnon ja harrastusten kautta. Elinympäristön valinta ja vapaa-ajalla viihtyminen voi olla päättävä tekijä työntekijän sijoittumisen kannalta.



Lue lisää:
sydانسuomessa.fi

Vastuullisuusviestinnällä vaikutusta yrityksen brändiin ja tunnettuuteen

Mitä on yrityksen vastuullisuusviestintä?

Vastuullisuusviestintä on nimensä mukaisesti yrityksen viestintää vastuullisuusasioista (ESG). Ympäristövastuullisuus (E) viittaa yrityksen luontoon kohdistuviin vaikutuksiin, kuten hiilijalanjälkeen, jätehuoltoon, kierrättämiseen ja luonnonvarojen käyttöön. Sosiaalinen vastuullisuus (S) liittyy yrityksen sidosryhmien koheluun, kuten työntekijöiden hyvinvointiin ja oikeuksiin. Hyvä hallinto (G) viittaa yrityksen johtamiseen.

Yrityksien välillä on eroavaisuuksia siinä, miten vastuullisuuden osa-alueet ilmenevät ja korostuvat viestinnässä. Yhden yrityksen viestinnässä voi korostua ympäristö väittämät, kun taas toisen yhteiskuntavastuu. Yrityksen ala, henkilöstömäärä, liikevaihto, arvot, tarpeet ja sidosryhmät vaikuttavat yrityksen vastuullisuusviestinnän sisältöön, ilmeeseen ja alustaan.

Miksi yritykset viestivät vastuullisuudesta?

Vastuullisuusviestintä tekee yrityksen vastuullisuuden näkyväksi sidosryhmille, kuten asiakkaille, rahoittajille

ja yhteistyökumppaneille.

Tutkimuksien mukaan ihmiset haluavat suosia yrityksiä, jotka aktiivisesti huolehtivat ympäristöstä ja yhteiskunnasta. Vastuullisuudesta viestiminen voi toimia keinona brändätä yritystä tai markkinoida tavalla, joka vastaa sidosryhmien tarpeita ja arvoja. Vastaavasti tällaisen viestinnän sivuuttaminen voi herättää kysymyksiä ja huolia yrityksen kannanotosta kestäväan kehitykseen. Tällainen tekemättömyys voi korostua nykypäivänä, kun yhä useampi yritys viestii omasta vastuullisuudestaan.

Vastuullisuusviestinnän yleistyminen on luonut tilanteen, jossa on haastavaa erottaa jyviä akanoista: Kuka on oikeasti vastuullinen? Tutkimukset viittaavat siihen, että ihmiset haluavat elää kestävästi ja kannattaa vastuullisia yrityksiä, mutta eivät luota yritysten vastuullisuusviestintään.

Tekstin vastuullisuusviestinnästä tuotti Kestävä Sydänsuomi (Sydänsuomen kestävän liiketoiminnan kasvuhjelma), Ville Salonen, projektipäällikkö



Rekryointitarpeen tunnistaminen ja määrittely

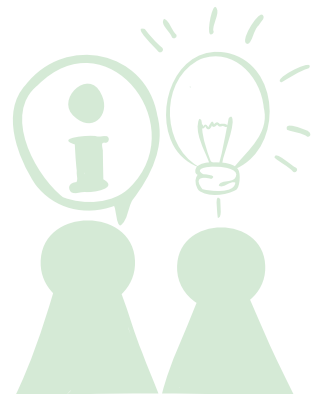
Miten tarpeen voi tunnistaa?

Rekryointitarpeen voi tunnistaa erilaisista signaaleista, kuten nykyisen henkilöstön ylikuormittumisesta tai markkinoiden laajentumisesta, tarve voi myös näkyä avainhenkilövajeena tai osaamisvajeena. Tuotannossa saatetaan havaita tuottavuuden heikkenemistä tai projektit

viivästyvät. Kun organisaatio havaitsee rekryointitarpeen, on tärkeää määritellä tarkasti, millaista osaamista ja roolia tarvitaan. Haetaanko tuotannon työntekijää vai toimihenkilöä ja vaaditaanko tiettyä osaamista tai taustaa.

Sydänsuomalaisten työnantajien näkemyksiä tarpeen tunnistamisesta:

- Siirretty uusiin tehtäviin henkilöitä, tarve lisärekryointiin
- Yrityksen nykyisen henkilökunnan osaamisen kartoitus
- Sesonki vaikuttaa työntekijä tarpeeseen
- Projektityössä mm. kevytyrittäjiä, alihankintayrittäjiä
- Projekteja, töihin tarvitaan tekijöitä
- Tiimistä puuttuu osaamista
- Katsotaan, paljonko on vajaata resurssia
- Uusiin koneisiin lisää kuljettajia
- Tehtävänkuvien uudistaminen/yhdistäminen



Osaamistarpeesta hakijaprofiiliksi

Ennen kuin rekryointitarpeesta voidaan viestiä, on tärkeää muodostaa osaamistarpeesta hakijaprofiili, josta selviää, millaista osaamista haetaan ja millaisia tavoitteita työssä on? Mitkä ovat tärkeimmät vastualueet ja etsitäänkö valmista osaajaa vai tulevaisuuden kasvua tukevaa osaamista? Lopuksi vielä erotellaan,

mitkä ehdokkaaseen liittyvistä odotuksista ovat pakollisia ja mitkä toivottavia. Hakijaprofiilin avulla on helpompi edetä laatimaan ilmoitus avoimesta työpaikasta. Huolellisesti tehty hakijaprofiili auttaa myös valintavaiheessa löytämään oikeanlaisen tekijän tehtävään.

Kansainvälisen osaajan rekrytointi

Kansainvälistä rekrytointia tarvitaan silloin, kun organisaation henkilöstötarpeita ei pystytä täyttämään paikallisesti tai kun kansainvälinen osaaminen tuo merkittävää lisäarvoa liiketoimintaan. Kansainvälinen rekrytointi on tehokas tapa vastata työvoimapulaan, edistää innovaatioita ja hyödyntää globaalien työmarkkinoiden tarjoamia mahdollisuuksia tai kansainvälinen osaaminen tuo merkittävää lisäarvoa liiketoimintaan. Tämä kuitenkin edellyttää organisaatiolta työvoimalain-

säädännön
tuntemusta,
kulttuurista
ymmärrystä
ja tehokasta

perehdytysprosessia. Kansainvälisen rekrytoinnin oppaaseen tutustumalla saa yksityiskohtaista tietoa, ohjeita ja linkkejä rekrytointiprosessiin. Myös Pohjoisen Keski-Suomen Työllisyysalueen asiantuntijat palvelevat kansainväliseen rekrytointiin liittyvissä kysymyksissä, kuten EURES-verkoston hyödyntämisessä. EURES-verkostossa on työnhakijoita 31 Euroopan maasta.



<https://mediabank.businessfinland.fi/l/JQWn2SGF98rB>

Täsmätyökykyisen palkkaaminen

Täsmätyökykyisyydelle ei ole olemassa yhtenäistä määritelmää, vaan se käsittää monipuolisen ihmisjoukon. Täsmätyökykyisyyden virallinen termi on osatyökykyisyys. Täsmätyökykyisyys voi olla pysyvää tai tilapäistä. YK:n ihmisoikeussopimuksen mukaan jokaisella on oikeus työhön. Työ tuo elämään sisältöä, antaa taloudellista turvaa ja luo mahdollisuuksia. Tällä hetkellä potentiaalista työvoimaa jää Suomessa käyttämättä, millä on sekä taloudellisia että inhimillisiä

vaikutuksia. Työtä muokkaamalla, mukauttamalla tai räätälöimällä voi varmistaa, että työn vaatimukset ovat sopivalla tasolla suhteessa täsmätyökykyisen työntekijän työkykyyn. Kun työ on mitoitettu ja järjestelty oikein, työntekijä on täysin työkykyinen!

Keinoja:

- Työtehtävät: karsinta tai lisäys, pilkkominen, samoina toistuvat tehtävät, yksin tai työparin kanssa työskentely, ohjeiden selkeyttäminen, tehtävälisterit, etätöiden mahdollistavat tehtävät.
- Työaika: tauottaminen, osa-aikatyö, joustavat työajat, työn määrän ja tahdin tarkastelu, mahdollisuus palautua työpäivän aikana, työmatkajärjestelyt, työvuorosuunnittelu.
- Työvälineet: ergonomia, valaistus, kuulokkeet, koneisiin ja laitteisiin liittyvien ohjeiden selkeyttäminen, apuvälineet tai lisälaitteet työn tekemiseen.
- Työympäristö: hälyn ja keskeytysten hallinta, keskittymisrauha, tarvittavan avun saaminen, (aisti)esteettömyys, työyhteisön valmentaminen.

Tekstin on tuottanut aluekoordinaattori Jetta Virtanen Yhteiskunnallisten yritysten liiketoimintaedellytysten parantaminen -koordinaatiohankkeessa.

Oppilaitosyhteistyön mahdollisuudet rekrytoinnissa

Vaiheiden kuvaukset

Palkallinen lyhyt oppisopimus = ”Sujuva siirtymä”



Maksetaan työskentelyajasta työehtosopimuksen mukaista palkkaa. Keskimääräinen työssäoloaika 3 – 6 kk. Työskentelyjakson jälkeen opiskelija palaa oppilaitokseen hankkimaan lisää osaamista.

Joustava, motivoiva ja tarpeeseen perustuva.

Opitaan tuntemaan työntekijä.

Työskentelyaika vähintään 25h/viikossa.

Oppisopimuskoulutus on yrittäjälle ja opiskelijalle maksutonta.

Kokoaikainen oppisopimus



Maksetaan työskentelyajasta työehtosopimuksen mukaista palkkaa. Työsopimuksessa työaika vähintään 25h/viikossa. Voidaan tehdä koko opintojen ajaksi.

Voidaan kouluttaa yrityksessä olevia työntekijä tai palkata oppisopimuksella uusi työntekijä. Keskimääräinen työssäoloaika 1,5 – 2 vuotta. Mahdollisuus saada rekrytoitaessa uutta henkilöstöä kuntalisää. Kuntalisällä voi pienentää yrityksen palkkakustannuksia. Tarkasta kunnastasi kuntalisän mahdollisuus!

Oppisopimuskoulutus on työnantajalle ja opiskelijalle maksutonta.

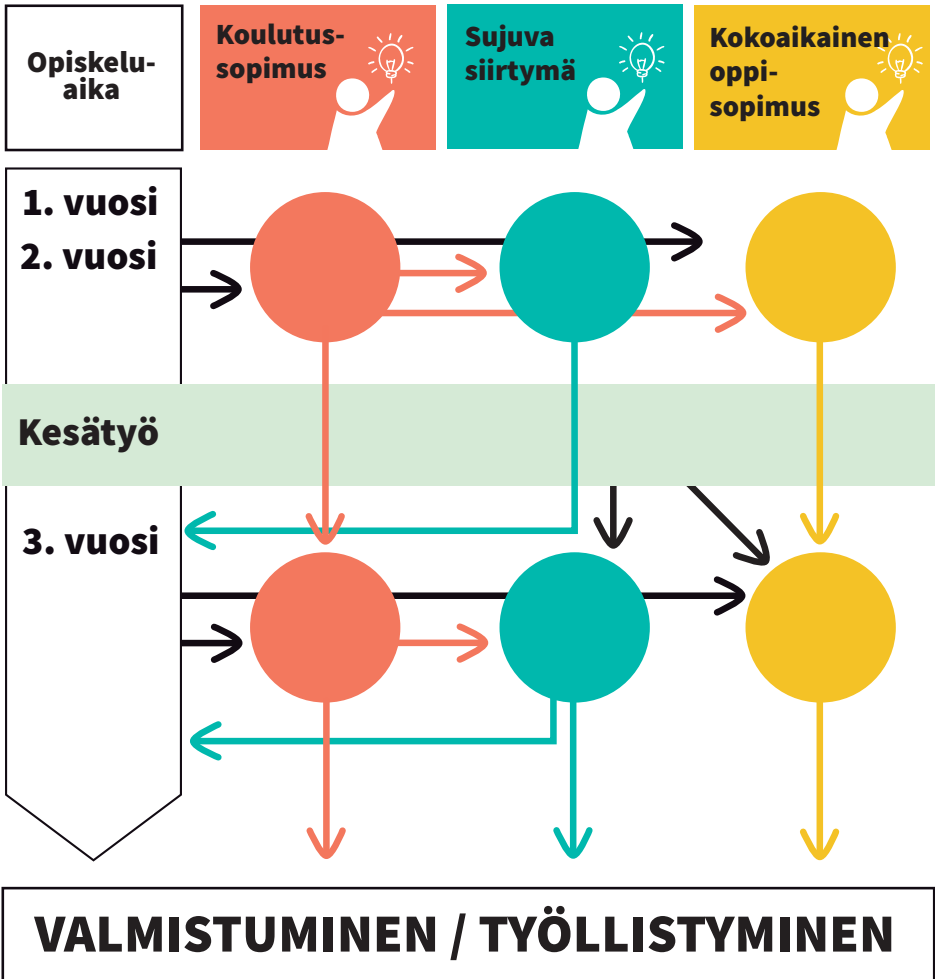
Koulutussopimus = ”Työharjoittelu / Työssäoppiminen”



Palkaton työharjoittelujakso. Tyypillisesti kesto 1 – 3 kk.

Helppo tapa tutustua mahdolliseen tulevaan työntekijään ja perehdyttää opiskelijalle yrityksen työtehtäviä. Joustava, motivoiva ja kustannustehokas apu rekrytointiin.

Tämä kaavio kuvaa yrityksen mahdollisuuksia rekrytoida osaajia oppilaitoksesta



Uusia osaajia POKElta

Työelämän ja ammatillisen koulutuksen yhteistyö on tärkeää ammattitaitoisen työvoiman kouluttamisessa sekä työntekijöiden osaamisen päivittämisessä. Ammatillista tutkintoa suorittavalla opintoihin sisältyy työelämässä oppimista eli ammattitaito hankitaan teoriaa ja käytäntöä yhdistäen. **Työpaikalla voi opiskella oppisopimuksella tai koulutus-sopimuksella.** Työelämässä oppimisen mahdollistaminen on yritykselle oivallinen tilaisuus vastata

sekä nykyiseen että tulevaisuuden työvoimatarpeeseen. Se on myös tilaisuus tutustua tulevaisuuden teki-jöihin ja ennakoida nykyisiä ja tulevia rekrytointeja. Tiiviillä yhteistyöllä oppilaitoksen kanssa yritys varmistaa osaajat tulevaisuudessakin.

Oletko kiinnostunut tarjoamaan oppimispaikkoja eri alojen opiskelijoille? **Yhdessä voimme kouluttaa uusia ammattilaisia!**

Hakijapalvelut

040 7120 935

hakijapalvelut@poke.fi.



Kehitä osaamistasi työpaikkaohjaajaksi

Työpaikka, jossa annetaan hyvää ja ammattitaitoista ohjausta, on haluttu työpaikka! Työelämässä opiskelijan käytännön työn tekemistä ohjaa **työpaikkaohjaaja**. Hän ohjaa ja antaa palautetta opiskelijalle työssä ja voi myös arvioida opiskelijan osaamista työtehtävissään.

POKE järjestää koulutusta työpaikkaohjaajille ja arvioijille sekä kaikille asiasta kiinnostuneille. Koulutus (4h) toteutetaan joustavasti eri paikkakunnilla pohjoisessa Keski – Suomessa. Osallistua voi myös etäyhteydellä. Myös työpaikkakohtaisia koulutuksia on mahdollista järjestää asiakkaiden tarpeiden mukaan.



Koulutus antaa käytännönläheistä tietoa ja tukea työpaikkaohjaajana opiskelijan ohjaukseen ja arvioijana toimiseen. Koulutus on osallistujille maksutonta.

Tule mukaan oppimaan, keskustelemaan ja jakamaan kokemuksiasi sekä pohtimaan työpaikkaohjauksen ja arvioinnin asioita yhdessä!

Työelämäpalvelut
puh. 040 7120 923
myynti@poke.fi

Polkumalli

Yrityksen POLKU – mallissa on mahdollista yhdessä työelämäpalveluiden kanssa räätälöidä yksityiskohtainen vuosikello, josta yritys voi seurata oppilaitoksen rekrytointimahdollisuuksia.

Lähtiessäsi mukaan oppilaitosyhteistyöhön, varmistat osaavan henkilöstön saatavuuden tulevaisuudessa ja saat luotettavan kumppanin rekrytointisi tueksi.

Yrityksen polkumalli esimerkki

Q4

- **2. vuoden** opiskelijoiden TOP – harjoitteluvalinnat. Yritys valitsee harjoittelijat syyskuun puoliväliin mennessä
- **2. vuoden** TOP – opiskelijaharjoittelu
- Poken avoimet ovet
- **3. vuoden** opiskelijoiden TOP – harjoitteluvalinnat. Yritys valitsee harjoittelijat joulukuun puoliväliin mennessä

Q1

- **3. vuoden** opiskelijoiden TOP – harjoittelu
- Kesätöiden kartoitus ja mahdollinen viestintä POKEn opiskelijoille
- Kesätyöhaastattelut
- Kesätyövalinnat
- Seurantapalaveri 2 (tammikuu)



Q3

- Oppilaitos / yritysvierailu. Yksi päivä (**2.vl + 3.vl**) (halukkaat)
- **3. vuoden** opiskelijoiden harjoittelu (yksittäiset opiskelijat)
- **3. vuoden** opiskelijoiden harjoittelu (yksittäiset opiskelijat)
- Seurantapalaveri 1 (syyskuu)

Q2

- Kesätyövalinnat
- Kesätyöt (kesäopinnollistaminen)
- Vuosikellojen tarkistus ja toiminnasta sopiminen

Rekrytoinnin menetelmät ja aikataulutus

Menetelmät ja kanavat

Sydänsuomessa käytettävät rekrytoinnin menetelmät ovat monikanavaisia; omia tai työntekijöiden verkostoja on hyödynnetty ja oppilaitos-yhteistyön avulla on palkattu vasta valmistuneita ammattilaisia, kevytyrittäjät täyttävät osin työvoimatarpeen sesongeissa ja osa-aikaisia työntekijöitä vuokrataan. Myös työllisyysalue auttaa rekrytoinneissa esimerkiksi tekemällä ehdokasasetteluita. Rekrytointikanavien valintaan vaikuttaa toimiala ja onko rekrytoiva organisaatio yksityinen vai julkinen.

Avoimesta työpaikasta ilmoitettiin sosiaalisen median kanavissa, alan lehdissä tai omissa verkostoissa ”puskaradiomenetelmällä”. Kuntien avoimet työpaikat julkaistaan Kunta-rekryssä sekä Työmarkkinatorilla. Myös sähköiset sovellukset mainittiin rekrytointimenetelmänä. Rekrytoinnin vastuuhenkilöt voivat olla tiimin jäseniä, organisaation henkilöstöhallinnosta vastaava henkilö tai ostettu palveluntuottaja. Rekrytointiprosessin eri vaiheissa voi olla mukana yrityksen eri henkilöt.

Työmarkkinatorin käyttö rekrytoinnissa

Työmarkkinatori.fi on digitaalinen palvelu, joka yhdistää työnhakijat, työnantajat ja työnvälityksen palvelut yhdeksi kokonaisuudeksi, edistään työn ja tekijöiden kohtaantoa. Työmarkkinatori tarjoaa työnantajille välineet uusien ja sopivien työntekijöiden löytämiseen maksuttomasti. Palvelut toimivat parhaiten, kun yritys on tehnyt Suomi.fi -valtuutuksen.



Lisätietoja:
tyomarkkinatori.fi/ohjeet-ja-tuki/tyonantajat-ja-yrittajat

Sydänsuomalaisten työnantajien näkemyksiä rekrytointin menetelmistä:

- Vakituinen rekrytointikumppani tuntee yrityksen, jolloin rekrytointi on helppoa.
- Rekrytointiin valitaan rekryporukka (=tiimi)
- Oppilaitos yhteistyö tuonut hyviä kokemuksia mm. oppisopimukset.
- Rekrytointin kohderyhmä vaikuttaa markkinointikanaviin.
- Oppilaitokseen laitettu kyselyä, olisiko valmistuvia.
- Soitto vuokrafirmalle, vuokrafirma tekee alkukartoituksen ja valitsee potentiaaliset hakijat. Yritys tekee itse loppuhaastattelut.
- Jobilla, madaltaa kynnystä hakea töitä (helppous)
- Oikotie, Jobly, Duunitori
- Lehti-ilmoituksia (paperillisia) ei käytetä. Sähköisiä lehti-ilmoituksia joskus.
- Koulutusopimuksen kautta oppisopimukseen
- Työntekijöiden kautta rekrytointia
- Hakuilmoitukset työmarkkinatorille, someen, paikkakunnan someryhmiin
- Metsäalan omat sivut, työmarkkinatori, Jobly / Some, lehtimainos harvemmin

Aikataulutus ja hakuvaiheen kesto

Rekrytointiin varattava aika vaihtelee ja siihen vaikuttaa oleellisesti menettelyn valinta. Julkisessa organisaatiossa aikaa kuluu myös lain velvoittamiin toimenpiteisiin, alkaen täyttölupien saamisesta. Usein työnhakija haluaa olla yhteydessä yritykseen

ennen hakemuksen lähettämistä ja tähänkin on varattava aikaa. Sydänsuomessa käytäntönä on laittaa mahdolliset soittoajat jo hakuilmoitukseen.

Sydänsuomalaisten työnantajien näkemyksiä aikatauluttamisesta:

- Rekrytointiin varattava 2–3 kuukautta
- Varattava kuntapuolella riittävästi aikaa
- Helmi-maaliskuussa luvattava töitä, toukokuussa alkaa työt
- Hakuaika kuukausi, mutta paikka täytetään sopivan henkilön löydettyä
- Vähintään kaksi viikkoa, mielellään kolme-neljä viikkoa
- Hakuaika kaksi viikkoa (Jobilla)
- Toimihenkilö voi viedä kuukausia, tuotannon työntekijä jopa 1 viikossa



Hakemusten käsittely ja karsinta

Esikarsinta

Esikarsintaa voidaan tehdä poissulkemalla hakijoita ennalta määrittelyjen osaamistarpeiden pohjalta. Poissulkevat osaamiskriteerit tulisivat olla yksityiskohtaisia ja helposti määriteltävissä, kuten digitaalinen osaaminen, tietynlainen

koulutus tai työkokemus. Karsinnan tukena voidaan tehdä myös suosittelijapuheluita. Karsinnan jälkeen valitut kutsutaan haastatteluun, joka etenee määrätietoisesti.

Soveltuvuusarviointi

Soveltuvuusarviointi on vain osa rekrytointiprosessia ja vahvistaa edeltävissä vaiheissa syntynyttä kuvaa työnhakijasta. Jos soveltuvuusarviointia käytetään osana rekrytointiprosessia, on siitä hyvä

kertoa työnhakijalle jo etukäteen ja varmistaa, että hakija tietää, mitä ja miksi häntä arvioidaan. Soveltuvuusarvioinnin tulokset tulokitaan asiantuntevasti ja myös työnhakija saa niistä palautteen.

Avoimien hakemusten käsittelyprosessi Sydänsuomessa ja positiivinen rekrytointi

Sydänsuomessa työnantajat saavat paljon avoimia työhakemuksia. Työnantajilla on myös keskenään kiinteät verkostot, esimerkiksi WhatsApp-ryhmiä, joissa pidetään yhteyttä. Kun työnantaja saa avoimen hakemuksen, mutta uudelle työntekijälle ei juuri sillä hetkellä ole tarvetta, voidaan hakemus siirtää

verkostossa tiedoksi toiselle työnantajakumppanille. (Työnhakijalta on muistettava pyytää lupa tähän tiedonsiirtoon.) Alueella on myös kirjoittamaton sääntö ns. positiivisesta rekrytoinnista yritysten välillä. Tämä tarkoittaa, että tutulta yrittäjältä ei houkutella työntekijöitä.

Sydänsuomalaisten työnantajien näkemyksiä hakemusten käsittelystä:

- Tiimien kautta karsinnat
- Toimintahenkilöt - Hr vastaavat ja tiimit yhteistyössä
- Toimihenkilö vs. tuotannon puoli eroavat toisistaan
- Ennakkohaastattelut ja monitahoinen prosessi
- Eri tehtaat, eri kulttuurit
- Tuotannon rekrytointi – esihenkilöt
- Ulkoisten kumppanien käyttö
- Yksi henkilö karsii ja sitten sisäisesti eteenpäin

Kutsu haastatteluun

Haastattelu ovat yksi tärkeimmistä vaiheista ja vaatii viestintää sekä haastatteluun kutsutaville että heille, jotka eivät tule kutsutuiksi.

Putoavillekin pitäisi syntyä arvostuksen tunnetta ja perusteluja, miksi valintaprosessi ei edennyt heidän osaltaan. Ikävien uutisten kertominen on tehtävä oikein, hyvän ehdokaskokemuksen luomiseksi. Haastattelussa on hyvä selvittää hakijan osaaminen työtehtävien kautta käytännönläheisesti. Haastattelun runko pyritään pitämään samansisältöisenä eri haastateltavien välillä, jotta ne ovat helpommin verrattavissa.

Rekrytointiprosessin etenemisestä ja mahdollisesta venymisestä on myös tiedotettava. Valintapäätösestä tiedotetaan valitulle korostaen valitun vahvuuksia ja välittäen viestiä, että yritys odottaa innokkaasti hänen työpanostaan. Hakijakokemus jaetaan helposti eteenpäin esimerkiksi somekanavissa ja kasvokkain, joten positiivisella kokemuksella on suuri merkitys yrityksen maineelle työnantajana.



Valinta

Valinta voi olla vaikea ja saattaa olla tarve palauttaa mieliin, miksi rekrytointi käynnistettiin, millaista osaajaa etsitään vai onko tarve muuttunut prosessin aikana. Päätöksenteko rekrytoinnista vastaavien kesken tehdään painottaen ammatillista osaamista, työelämätaitoja, hakijan motivaatiota, persoonallisuuden piirteitä ja sopivuutta organisa-

tion. Tiedot hakijoista kootaan tietosuoja huomioiden ja tarkastellaan edellä mainituista näkökulmista tasavertaisesti ennen valintapäätöstä. Seuraava vaihe on työ-sopimuksen teko valitun kanssa, rekrytoinnin päättäminen ja hakijoille ilmoittaminen.

Sydänsuomalaisten työntajien ajatuksia valinnasta:

- Kaksi haastattelua vähintään
- Suositteluja edellisiltä työntajilta
- Lopullisesta valinnasta viestiminen!



Perehdytys ja sitouttaminen

Perehdytyksen aikana uutta työntekijää opastetaan työtehtävien lisäksi työpaikan toimintaan, työväliseisiin ja työturvallisuuden perehdyttämissuunnitelman mukaisesti.

Perehdytyksestä vastuun kantaa lähiesihenkilö, mutta perehdytystä voivat tehdä myös muut työntekijät tai tiimi. Apuna perehdytyksessä voidaan käyttää tarkistuslistoja, jonka avulla käydään läpi esimerkiksi työpaikan toimintatavat, työsuhdeasiat, työturvallisuus ja ergonomia, vastuualueet, koneet ja laitteet.

Työyhteisössä on myös hyvä sopia, kuka toimii työvuoroissa perehdyttäjänä ja keneltä uusi työntekijä voi kysyä tarvittaessa lisäopastusta. Uusi työntekijä ottaa haltuun työtehtävät nopeammin ja on tuottavampi, kun perehdytys on suunnitelmallista ja siihen varataan alussa riittävästi aikaa.

Hyvin suunniteltu ja toteutettu perehdytys auttaa työntekijää ymmärtämään roolinsa, työpaikan toimintatavat ja odotukset, joka myös vahvistaa sitoutumista.

Sitouttamiseen liittyy myös työntekijän kuunteleminen ja kiittäminen sekä tehdyn työn merkityksellisyy-

den korostaminen. Työntekijöiden sitouttaminen onkin strategisesti suunniteltua sekä arjessa jatkuvaa vuorovaikutusta ja palautteen antoa. Työntekijöiden osallistuminen päätöksentekoon ja tunteesta, että heidän äänellään on merkitystä, synnyttää luottamusta ja sitoutumista. Sitoutumista lisää myös käytännön teot, kuten joustavat työmallit.

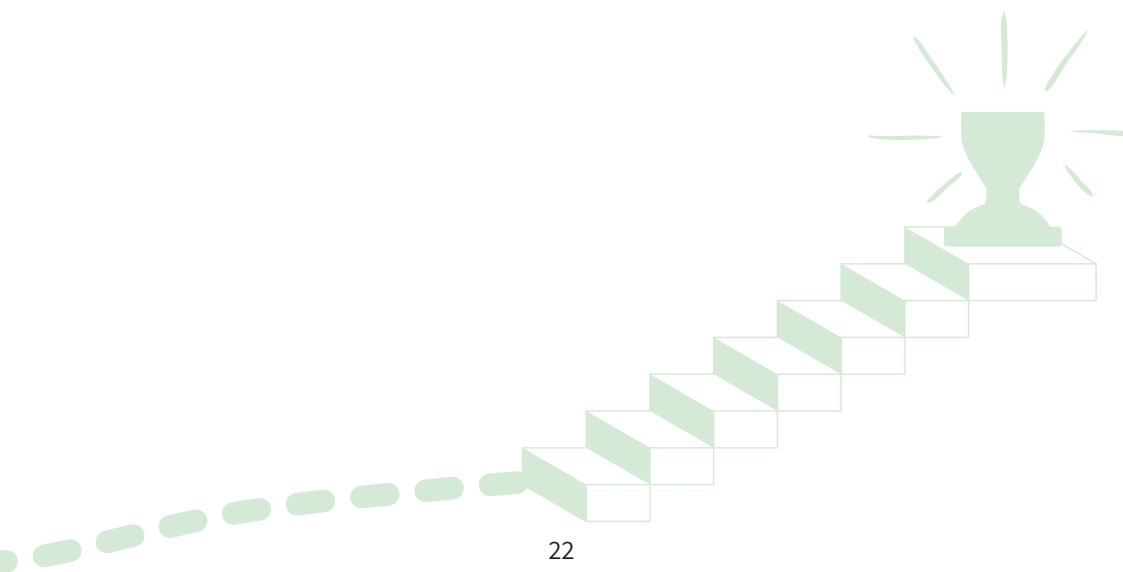
Sydänsuomalaisten työnantajien näkemyksiä perehdytyksestä ja sitouttamisesta:

- Koeajat 4-6kk
- Tiimivetäjät kouluttavat työpisteellä
- Yleinen maine vaikuttaa sitouttamiseen
- "pikkuporkkanoiden" jakaminen
- Monipuolinen tuotantopalkkio
- Työntekijöiden kouluttautumismahdollisuus
- Eriäinen perehdys - Toimihenkilöt vs. tuotanto
- Perehdyttämisprosessi tarvitsee kehittymistä
- Työhyvinvointi
- Koeajan lyhennys ja uuden pidemmän työsopimuksen kirjoittaminen

Tarkistuslista: Eikö yrityksesi rekrytointiprosessi ollutkaan kunnossa?



Rekrytointiprosessin kehittäminen	Kehitettävä osio (x)
1. Tunnettuus, brändi ja työnantajamielikuva	
2. Rekrytointitarpeen tunnistaminen ja määrittely	
3. Viestintä	
4. Vastuullisuusviestintä	
5. Oppilaitosyhteistyön mahdollisuudet rekrytoinnissa	
6. Työllisyysalueen kanssa tehtävä yhteistyö	
7. Rekrytoinnin suunnittelu ja aikataulutus	
8. Työmarkkinatorin käyttöönotto	
9. Hakemusten käsittely ja karsinta	
10. Valinta	
11. Perehdyttämissuunnitelma	
12. Sitouttaminen	



Tarkenna alle mitä kehittämistarpeesi käytännössä koskee:
Mitä tavoitteita rekrytointiin tai rekrytointiprosessiin liittyen on? Onko se esim. yrityksen markkinointisuunnitelman päivittämistä, Työmarkkinatoriiin tutustumista, avun pyytämistä, Rekrymessuille osallistumista jne.

Lisää alle seuraavat työtehtävät/askleet rekrytointiprosessin kehittämiseksi.
Mitä teet seuraavaksi edistääksesi tavoitteitasi?

Oppaan ovat laatineet Ammattilaisia Sydänsuomeen hankkeen työntekijät Niina Piesala ja Elina Pikkarainen. Oppilaitosyhteistyön mahdollisuudet rekrytoinnissa kappaleen kirjoittivat Sini Lindberg ja Juho Alpua Pohjoisen Keski-Suomen Ammattiopistosta.

Tekstin vastuullisuusviestinnästä tuotti Kestävä Sydänsuomi hankkeen projektipäällikkö Ville Salonen.

Tekstin täsmätyökykyisen palkkaamisesta on tuottanut aluekoordinaattori Jetta Virtanen Yhteiskunnallisten yritysten liiketoimintaedellytysten parantaminen -koordinaatiohankkeessa.

Opasta ovat kommentoineet Pohjoisen Keski-Suomen Työllisyysalueen työllisyysasiantuntija Niina Sievänen ja Pohjoisen Keski-Suomen Ammattiopistosta kehittämissiantuntija Jaana Mähönen.

Taitto ja painopaikka M-Mainos & Tuote Oy.

Kannen kuva Anna Ruotanen.

Opas on tuotettu Ammattilaisia Sydänsuomeen -hankkeen toimenpiteenä. Hanketta rahoittaa Keski-Suomen ELY-keskus Euroopan maaseuturahastosta ja Sydänsuomessa-alueen kunnat. Hanketta hallinnoi Kehittämissyhtiö Witas Oy.

