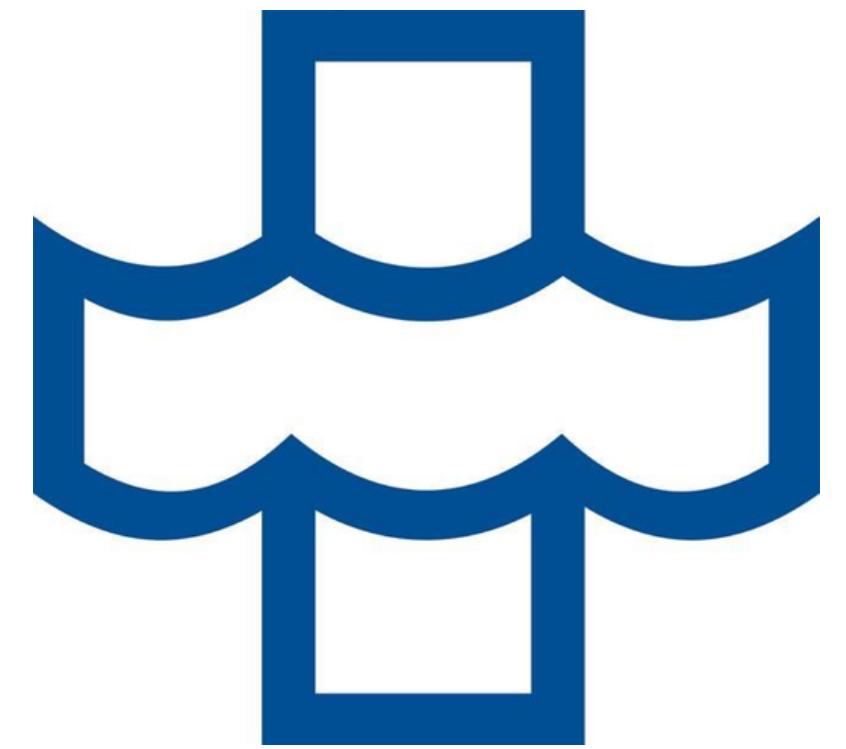


# Töitä tarjolla, tekijää kaivataan - rekrytointiosaamisen kehittäminen, osa 1

Länsi-Pohjan sosiaali- ja  
terveyspalvelujen ja  
sairaanhoidopiirin kuntayhtymä

Leena Friman, Hanna Hutka

Tamora Oy, 30.11.2022



**Tamora**  
tavattoman hyvää konsultointia

# Neljä tapaamista



30.11.

26.1.

22.3.

3.5.



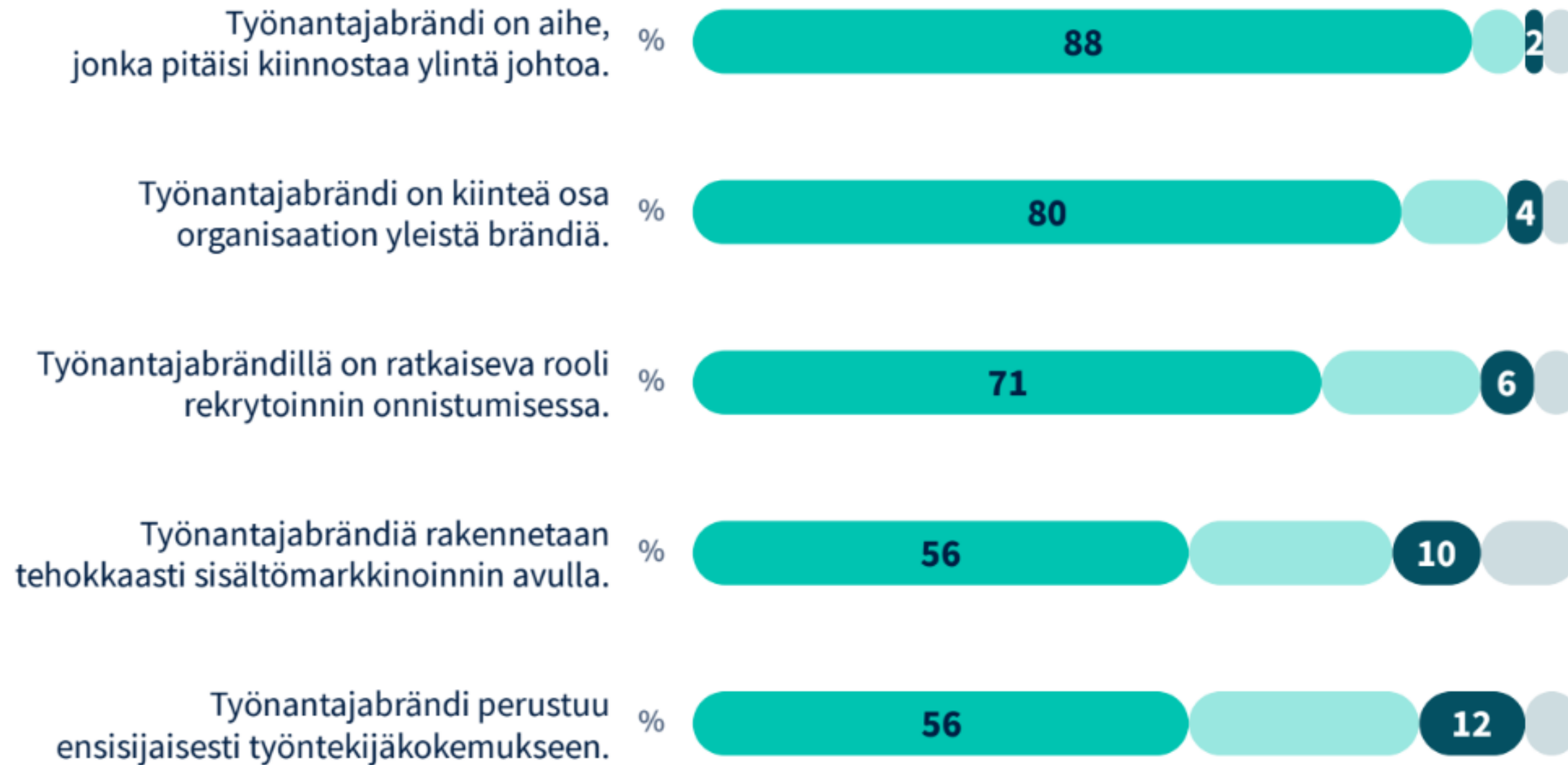
# **Rekrytoinnin kenttä ja tavat ovat muutoksessa**

- **Kilpailu työntekijöistä ja heidän kiinnostuksestaan**
- **Arvostusten muutos**
- **Työntekijä- ja työnhakijakokemus korostuu**
- **Työnantajan ja alan maineen merkitys**
- **Työn ilmoittamisesta osaajien houkutteluun**
- **Ei enää se perinteinen prosessi**
- **Uudenlainen osaamistarve**
- **Monipuoliset tekijät monipuoliseen työhön**
- **Persoona ja oppimisen taidot korostuvat**
- **Uudet kanavat ja verkostojen merkitys**
- **Hyvä kello kauas kuuluu, viestinnän uudet mahdollisuudet**
- **Pitovoimaa ja vetovoimaa**

# Maineen ja sen rakentamisen merkitys

- 91 % rekrytoijista pitää työnantajakuva ratkaisevana rekrytoinnin onnistumisen kannalta.
- Vahvavana tulevaisuuden trendinä työnantajakuva markkinointi etenkin läpinäkyvyyden, aitouden ja myös yrityksen sisäisen työntekijäkokemuksen kohentamisen keinoin.
- "Työnantajakuva markkinointi tulee olemaan jatkossa yhä kriittisempää. Ne työnantajat pärjäävät, jotka uudistuvat, ja joilla on hyvä maine. Inhimillinen yrityskulttuuri, arvot ja merkityksellisyys korostuvat niin hakijoilla kuin työnantajilla."

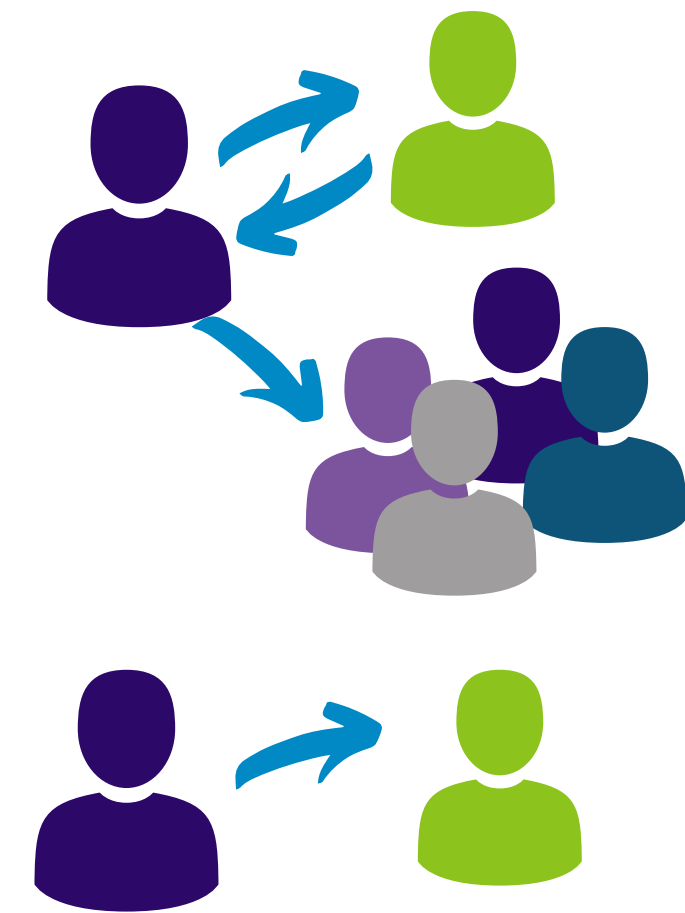
# Työnantajabrändin merkitys organisaatiolle



# Työnantajamielikuvan lähteillä

Työnantajamielikuva syntyy todellisuudesta, ei mainostoimiston lauseista.

- Mielikuva on todellisuutta ja tarinoita.
- Se syntyy hyvästä työpaikasta ylipäättään.
- Miten yritys rekrytoi?
- Miten uudet työntekijät otetaan mukaan?
- Kuinka työntekijöitä kohdellaan?
- Millaisia urapolkuja yrityksessä on?
- Ovatko viestintä ja todellisuus yhdenmukaisia?
- Miten arvot näkyvät toiminnassa?



# Minkä perusteella valitset työpaikkasi / sitoudut työhösi? Valitse viisi tärkeintä.

<b>Hyvä työyhteisö</b>	42
<b>Työssä voi käyttää laajasti omaa osaamistaan</b>	35
<b>Työ on mielenkiintoista</b>	31
<b>Hyvä johtaminen</b>	24
Mahdollisuus tasapainoon työn ja yksityis- ja perhe-elämän välillä	18
Työn ihmisläheisyys	18
Mahdollisuus vaikuttaa työvuorosuunnitteluun	16
<b>Palkka</b>	16
Mahdollisuus vaikuttaa työn sisältöön	15
Työnantaja huolehtii työhyvinvoinnista ja työssä jaksamisesta	14

Työnantaja mahdollistaa ammatillisen kehittymisen ja kouluttautumisen	12
Arvostus hoitotyön ammattilaisena	11
Hyvä perehdytys	10
Työpaikka on turvallinen (fysinen ja psyykkinen turvallisuus)	10
Työpaikan arvot kohtaavat omien arvojeni kanssa	9
Työn kuormittavuus on sopivaa	9
Työssä hyödynnetään viimeisintä tutkimustietoa (näyttöön perustuva hoitotyö)	4
Työssä hyödynnetään teknologiaa ja digitaalisia työvälineitä	2
Työpaikan työnjako on toimivaa	2



# Tärkeimmät vetovoimatekijät

## Esihenkilöiden näkemys tärkeimmistä vetovoimatekijöistä

- **Hyvä työyhteisö (22)**
- **Palkka (18)**
- Hyvä esimiestyö (9)
- Mielikuva tai tieto työn sisällöstä (9)
- Sosiaali- ja terveysalan / työpaikan työnantajakuva (6)
- Ammattialan / työpaikan arvot kohtaavat työntekijän omien arvojen kanssa (6)
- Sosiaali- ja terveysala ihmisläheisinä ammatteina / työpaikkoina (4)
- Mahdollisuus työskennellä monenlaisissa tehtävissä (4)
- Varma työpaikka (3)



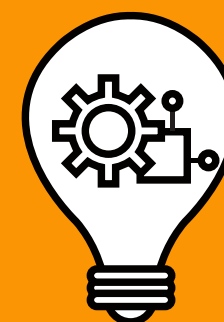


# Rekrytointiviestinnän nostot

Mistä meidän kannattaisi viestiä rekrytoinnissa?  
Mitä nostaa esiin?

menti.com

koodi: 2665 5937



Pieni pohdinta  
ja vastaukset  
mentimeteriin.

# Mistä meidän kannattaisi viestiä rekrytoinnissa?

## Mitä nostaa esiin?

korostaa työn merkityksellisyyttä ja sisältöä

Positiivista työnantaja kuvaa, palkkaus, työsuhde-edut

työnkuvan monipuolisuutta

esihenkilön läsnäoloa

Viestinnässä monipuolista kuvausta työtehtävistä, palkkauksesta ja työyhteisöstä. Rehellistä viestintää, jos maalataan kuvaa lapista tuntureineen ja revontulineen, se on vaan osatotuus.

Ei luvata liikoja eli viestitään totuudenmukaisia asioita.

Mielenkiintoinen työnkuva ja mahdollisuudet kehittyä ammatissa

Minkälaista osajaa etsimme?

Joustavuus, mahdollisuus vaikuttaa omaan työhön

Hyvä työyhteisö. Mielenkiintoinen ja vaihteleva työ.

Työpaikka, paikkakunnan edut ja kyllä palkalla on merkitys myös työpaikan ilmapiiriin

Se jokaisen työpaikan oma spessu juttu, oli se sitten hyvä yhteishenki tai hyvä johtaminen.

urakehitysmallia

Moniammatillinen työyhteisö ja tiimityön kuvaus

Työhyvinvointia tukevat edut

Työhön vaikuttamisen mahdollisuudet, jos niitä on

Työyhteisön merkitys, edut esim. epassi, urapolut työyhteisön sisällä

Työyhteisön kehittämiseksi tehtävistä asioista, johtamiseen satsaamisesta, miksi kannattaa valita juuri meidän työpaikka, työpaikkaeduista, palkka €-määräisenä

- Työtehtävät - vastuut / vaatimukset / edellytykset -  
Markkinointia: miksi juuri meille töihin? / työn hyvät puolet-  
Työaika, kelpoisuusvaatimukset, palkka (huom! euroina!),  
työpaikan fyysinen sijainti - Yhteyshenkilö (huom!  
saavutettavuus)

työyhteisön toimivuutta

Luonnehdintaa ja kuvailua työyhteisöstä, työympäristöstä ja  
työnkuvasta sekä asiakkaista. Onko koulutus- ja  
etenemismahdollisuuksia -> tieto esille. palkkatieto ilmaistu  
suoraan.

Taloudellisesti vakaa ja kehittyvä työnantaja, urakehitys- ja  
koulutusmahdollisuudet, työtyytyväisyys

Rohkeasti tuoda esille juuri kyseisen työpaikan, työyhteisön  
ja työnkuvan positiiviset vinkkelit

hyvä työilmapiiri

Avoimuus ja rehellisyys työnantajasta kuvastuu rekrytoijan  
kuuntelevan ja keskusteleavan ominaisuuden kautta  
työnhakijalle. Yleinen ilmapiiri työyhteisöissä, nykyisin  
monesti rekrytointi kylläkin tapahtuu jossain muualla :(

Alueemme monipuolisuus

Etenemismahdollisuudet

Porkkanat eli esim kutsuraha, palkka tulee ajallaan.

Millaista osaamista haetaan Mitä tarjotaan uudelle  
työntekijälle Haetaanko tekijää, kehittäjää jne

Tutkitusti hyvä työyhteisö sekä hyvät fyysiset  
työskentelyolosuhteet (QWL 2021-2022)

Selkeä viestintä, työaika, osaaminen, palkka ja työsuhde  
edut.

- Korostaen kokemuksia työstä - brändäys / työn ilme-  
Työntekijöiltä / opiskelijoilta kommentteja eri muodoissa  
esim videotervehdykset, kuvat - visualisointi!-  
Työpaikkailmoituksen selkeys

Työyhteisön ilmapiiri ja työelämän joustot

Yksikön todelliset vahvuudet ja mikä todellinen työnkuva on.

# Strategiakartta

## Ympäristötuulet.

joiden varaan olemme visiomme valinneet ja joissa tapahtuvia muutoksia seuraamme.

## Jaettu Visio.

Glamour tulevaisuudenkuvamme, organisaatiomme 3-5 vuoden kuluttua.

## Strategia.

Polku kulkea, reitti, joka johtaa visioon

## Arvot.

Reimat edetessämme kohti visiota. Luovat turvallisuutta organisaatioon. Niihin voi aina luottaa.

## Missio.

Suuri tehtävämme. Miksi organisaationa olemme olemassa.



# Arvot ja tavoitteet ohjaavat työtämme

Millaiselle perustalle työmme rakentuu?

- **Mikä on perustehtävämme?** (missio)
  - Miksi tulemme töihin joka aamu?
  - Mitä teemme?
- **Minne olemme matkalla?** (visio)
  - Mitä haluamme saada aikaan?
  - Tavoitteemme
- **Arvomme, jotka ohjaavat tekemistämme**
  - Mikä on meille tärkeää?
- **Ympäristötuulet**
  - Mitä tärkeitä muutoksia toimintaympäristössä meidän tulee ottaa huomioon?



# Arvomme

Länsi-Pohjan sosiaali- ja terveystalvelujen ja sairaanhoitopiirin kuntayhtymän toimintaa ohjaavat arvot kaikilla toiminnan tasoilla tavoitteena hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen:

- toimimme vastuullisesti, tehokkaasti ja turvallisesti
- arvostamme ja kunnioitamme asiakasta, toisiamme ja itseämme
- kunnioitamme asiakkaan itsemääräämisoikeutta ja valinnanvapautta
- kehitämme toimintojamme asiakaslähtöisesti ja avoimesti
- teemme tuloksellista ja tasa-arvoista yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa



# Keitä me olemme?

## Millainen työyhteisö olemme?

- **Miten meillä tehdään töitä? Millaisia toimintatapoja meillä on?**
- **Mikä erottaa meidät muista?**
- **Millainen tiimi meillä on? Miten se ilmenee?**
- **Miksi kannattaisi tulla meille töihin?**



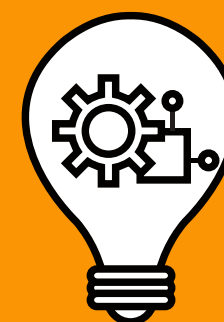


# Arvot ja strategia toiminnassa

Miten arvot ja strategia näkyvät toiminnassa?  
Miten hyödyntää niitä (rekrytointi)viestinnässä?

menti.com

koodi: 2665 5937



Pieni pohdinta  
ja vastaukset  
mentimeteriin.

# Miten arvot ja strategia näkyvät toiminnassa?

## Miten hyödyntää niitä (rekrytointi)viestinnässä?

Selkeästi mitä tekoja, ei vain sanahelinää

Asiakkaiden tyytyväisyys kyselyn tulokset

Käytämme termiä arkiarvot jotta ajatus pysyisi tiukemmin oikeassa asiassa.

Tällä hetkellä eletään niin murrosvaihetta strategian suhteen Lapin hyvinvointialueelle siirryttäessä, että arvojen ja strategian näkyminen toiminnassa ei juuri tällä hetkellä näy.

Tulevaisuudessa viestintä ja rekryviestintä tulee muuttamaan ainakin jollain tapaa muotoaan hyvinvointialueen alaisuudessa.

Ennen esimerkiksi rekrytointi-ilmoituksen luomista, arvot ja strategia pitäisi olla työyhteisössä käsiteltynä ja konkretisoituna, jotta ne voisi aidosti ja konkreettisesti tuoda ilmi työpaikkailmoituksessakin

Esihenkilöt toimivat arvojen mukaisesti ja kehityskeskusteluissa niistä jutellaan kahden kesken työntekijän kanssa. Myös työryhmätyöskentelyä aiheen ympärillä. Tuoda ne esiin jo rekryn alkuvaiheessa ja kaikessa viestinnässä.

Jos vaikka arvona on mahdollistaa Lapin ihmisille terveyttä ja hyvinvointia, niin toimenpiteet lähtevät tästä: mitä ihmiset tarvitsevat, mikä heille tuottaa / mahdollistaa hyvinvoinnin. Sama päämäärä myös viestinnässä: haluamme tuottaa näitä.

Tällä hetkellä saman työnantajan sisällä eri yksiköissä vaihtelua, miten arvot ja strategia näkyvät arjen toiminnassa

Kohtaamiset, viestinnät ja toiminnot arvostavasti ja avoimesti.

esim avoimuus- meillä facebook sivut ketovat arjen toimista

mitoitusseuranta on julkinen

Pyrin korostamaan ilmoituksissa potilaslähtöisyyttä ja inhimillisyyttä

Arvot ja strategia on käyty läpi henkilöstön kanssa kehittämis-iltapäivillä ja mietitty, miten se näkyy eri työyhteisöissä (osallisuus ja tasa-arvo, turvallisuus, uudistumiskyky)

Arvoista esim asiakkaiden osallisuudesta voidaan viestiä rekryilmoituksessa

# Rekrytoinnin tavoite?

- Rekrytoimmeko tarpeeseen vai rakennammeko tulevaisuutta?
- Mitkä ovat tavoitteemme osaamiselle?
- Millaista persoonaa etsimme?
- Mitkä ovat tavoitteemme markkinoinnille ja mainekuvan rakentamiselle?
- Entä hakijakokemukselle?

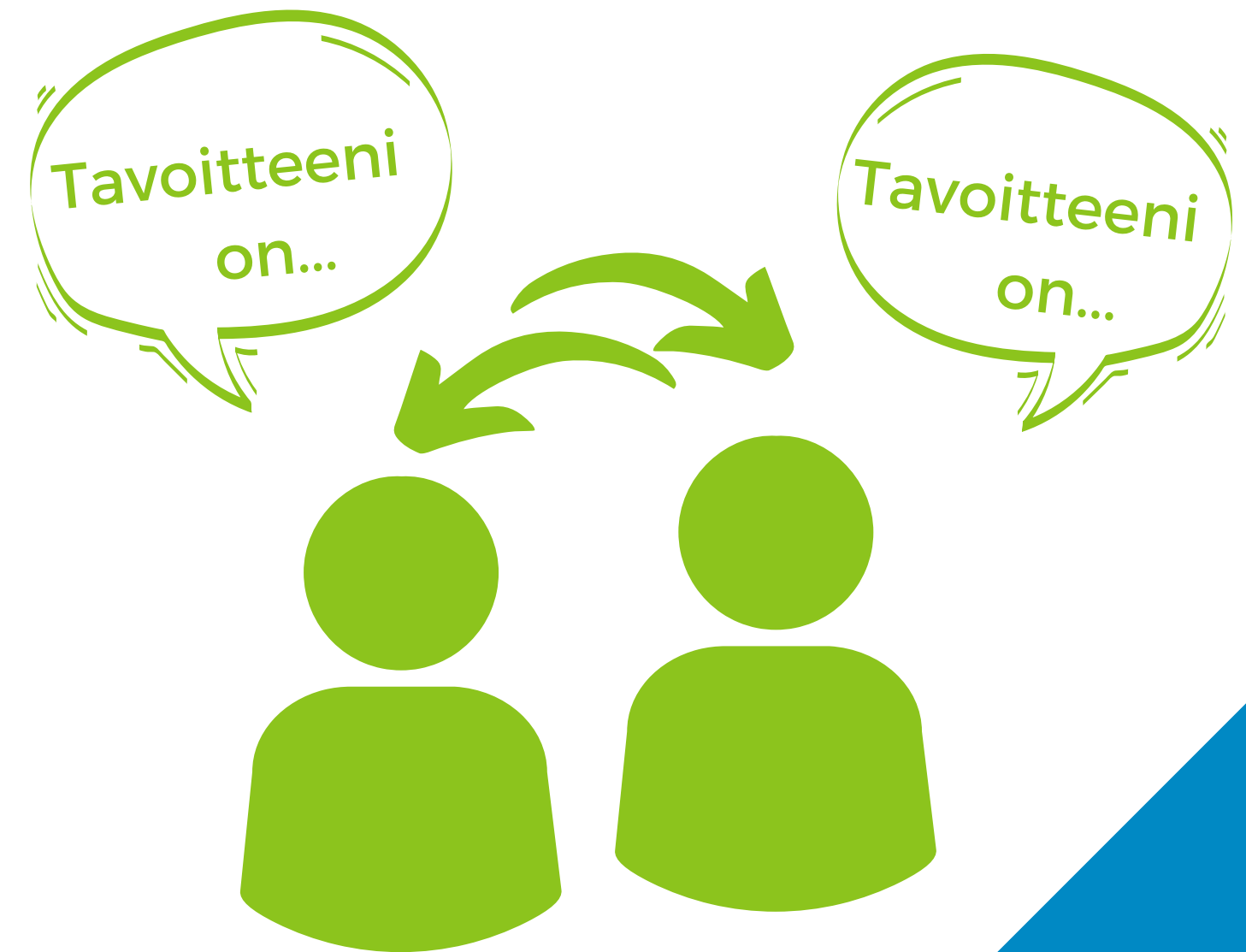
Miten voimme varmistaa tavoitteiden saavuttamisen?



# Asiakaslähtöinen rekrytointi

## Tavoitteena win-win

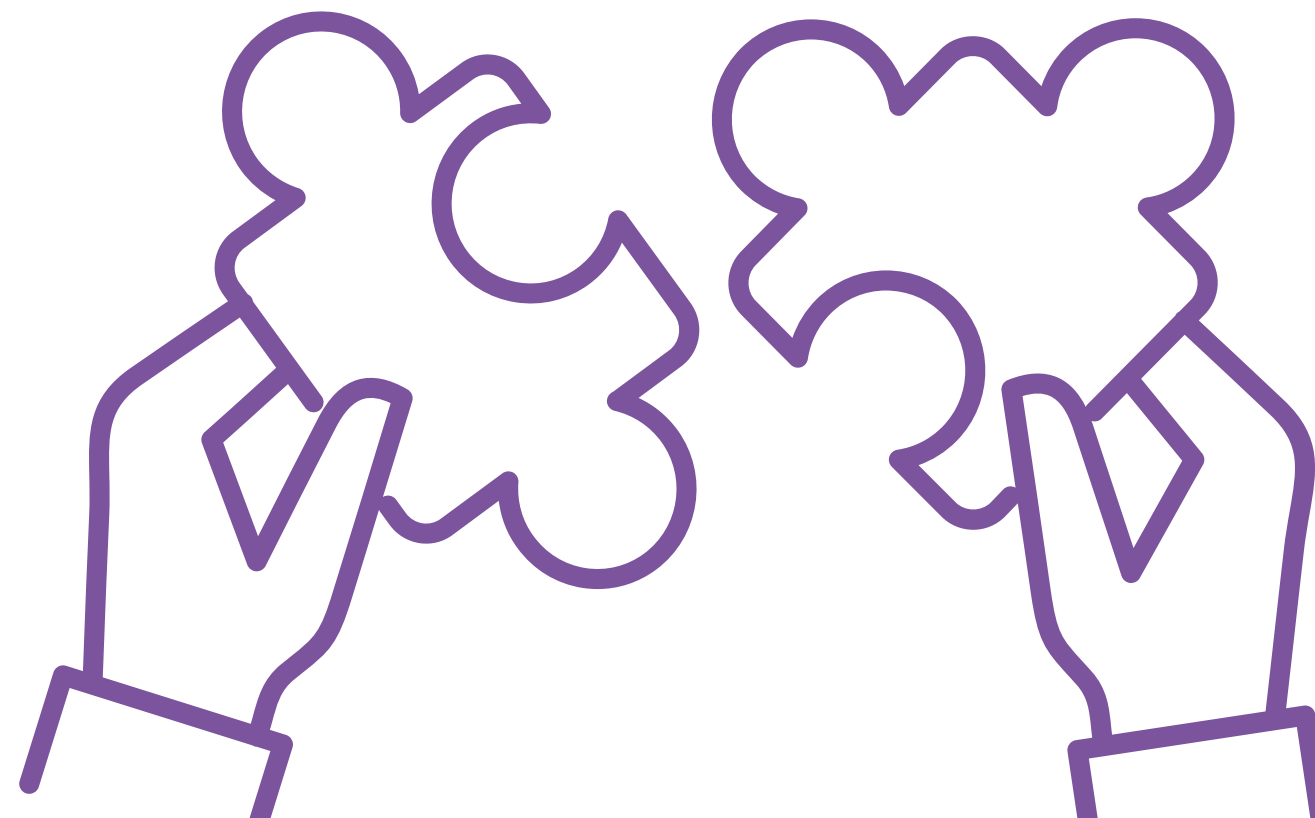
- Tuottaa hyötyä molemmille osapuolille - sekä työnantajalle että työnhakijalle
- Mitkä ovat molempien tavoitteet? Entä odotukset?
- Luo prosessille ja hakijalle onnistumisen edellytykset
- Onnistuminen edellyttää kummankin osapuolen tavoitteiden tunnistamista
- Työnhakijakokemuksen varmistaminen



# Työnhakijakokemus

Koko prosessia tarkasteltava koko ajan hakijan näkökulmasta!

- Hakutekstin kohdentaminen
- Viesteihin vastaaminen
- Prosessista kertominen
- Haastatteluun vastaanottaminen
- Palautteen antaminen!
- Jatkosta kertominen



# Hakijakokemuksen muodostuminen

## Kohtaamiset

- Arvostaminen
- Vieraanvaraisuus
- Valta-asetelma
- Rehellinen ilmoitus
- Persoonallisuus - deittailu

## Teknologia

- Järjestelmät – turhauttavaa vai helpottavaa?

## Rekrytointiprosessi

- Nopea ja sujuva
- Vastaukset

## Viestintä

- Avoin ja rehellinen, voi paikata muita puutteita.
- Vuorovaikutus. Henkilökohtainen palaute!

## Työnantajamielikuva

- Mielikuva ennen hakemusta. Munkana.





# Hyvä hakijakokemus syntyy

- Kohdennettu ja lisäarvoa tuottava markkinointi - miksi tarttuisit?
- Tehtävän kuvaaminen konkreettisesti, realistisesti, houkuttelevasti
- Työkulttuurin ja persoonan kuvaaminen - keitä ja millaisia olemme?
- Prosessin dynaaminen eteneminen
- Säännöllinen, henkilöityvä ja henkilökohtainen viestintä
- Relevantit ja vuorovaikutteiset haastattelutilanteet
- Hakijan ajan ja osaamisen arvostaminen
- Perustelut valinnalle





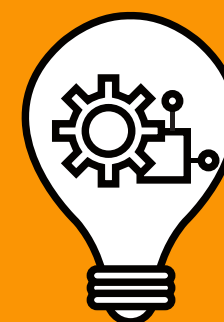


# Prosessin kriittiset paikat

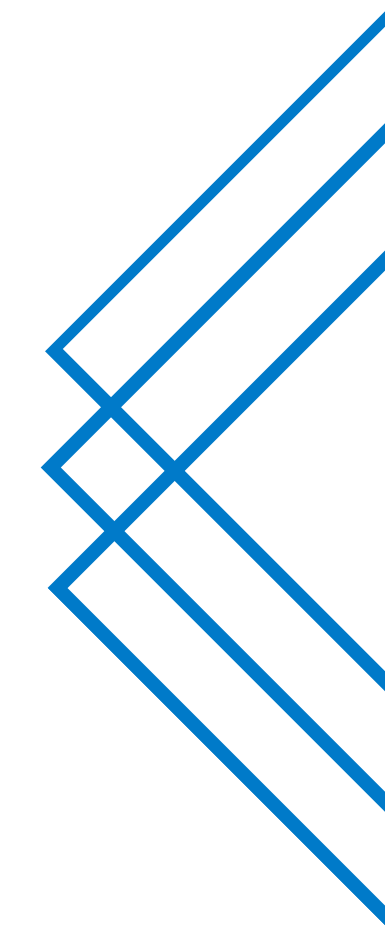
Mihin kohtaan rekrytointiprosessia erityisesti meidän on kiinnitettävä huomiota hakijakokemuksen näkökulmasta?

[menti.com](https://www.menti.com)

koodi: 2665 5937



Pieni pohdinta  
ja vastaukset  
mentimeteriin.



nopeus ja päällekkäisyydet

Ketterä rekryointi "nopeat syö hitaat"

Rekryointiprosessin vaiheista tiedottaminen. Lähes poikkeuksetta nyt kerrotaan vain lopputuloksesta (tai haastattelukutsu, jos siihen pääsee).

Kokonaisuuteen. Jokainen vaihe on omiaan joko pilaamaan tai parantamaan työnantajainnetta. Rekryprosessi on myös erinomainen markkinointimahdollisuus hyvin hoidettuna.

Välittömästi voimme vaikuttaa haastattelutilanteeseen ja somenäkyvyyteen.

Hakemus viestintään

lupauksista ja aikatauluista pidetään kiinni

Että hakuajan jälkeen prosessi etenee ripeästi eli että jo rekryointia luotaessa aikataulutetaan prosessi loppuun asti

houkutteleva ilmoitus

Koko prosessiin. Nykyinen prosessi menee melko tarkasti vanhan kuntakaavan mukaan.

Ilmoittaa rekryointiprosessin arvioitu kesto, voivat hakea useaa tehtävää

Tehdä rekryoinnissa vaikutelma työpaikan ainutlaatuisuudesta. Jos itse rekrytoijat ovat sitoutuneita ja innostuneita työstään, se antaa rekrytoitavalle vaikutelman, että tähän työpaikkaan kannattaa haluta.

Hakijalle informointi jo siinä kohtaa, kun tippuu pois seuraavasta rekryointivaiheesta (esim. jos ei ole päässyt haastateltavien joukkoon. Informointi mahdollisimman positiiviseen sävyyn). Henkilökohtaiset yhteydenotot parantavat kokemusta

Valinnasta ilmoittaminen, yhteydenottotavat

Haastattelu

Hakuilmoitus ja ensikohtaaminen työnantajan edustajan kanssa

Työpaikkailmoitusten tekstisisällön kehittäminen monipuolisemmaksi, rohkeammaksi ja houkuttelevammaksi (mahdollisimman vähän kliseisiä ja byrokraattisia tekstejä). Hakijaviestintään rekrytoinnin eri vaiheissa.

Rekryointiprosessiin pitäisi varata enemmän aikaa, jotta se olisi hakijaystävällisempi. Hyvä rekryointiprosessi ei tapahdu itsestään ja ilman panostusta.

Vastaukset positiivisia selkeitä ja oikea-aikaisia

Palautteen saaminen ja sen aito hyödyntäminen rekryointiprosessin kehittämisessä

# Muuttuneet kanavat ja polut työhön

- Muuttuneet kanavat ja polut työhön
- Digi
- Työperäinen maahanmuutto
- Lapin lumo, eksoottinen vetovoima – valtakunnallinen. Osaamisen kehittämisen näkökulma.
- Millaiset polut voivat rakentua alanvaihtajille tai maahanmuuttajille?
- Monimuotoiset polut, polkuja kaikille



# Mihin tarpeeseen rekrytoimme?

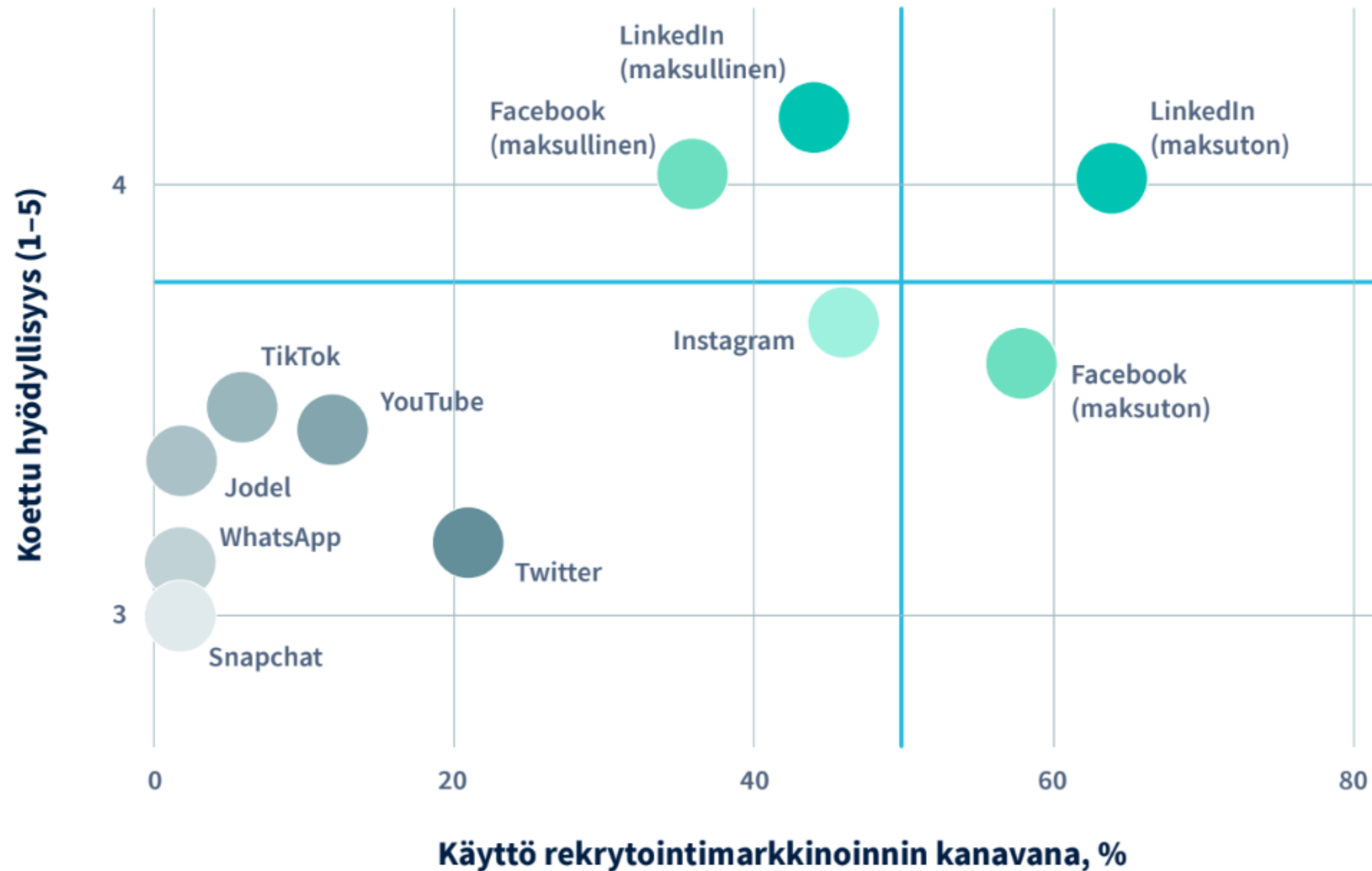
- Minkälaista osaamista tarvitsemme
- Minkälainen ikärakenne meillä on?
- Ketä tai millaisia taitoja etsimme?
- **Kenen muun työ on arvokasta paitsi soteammattilaisen?**



# Moniammatillisuus ja uudet hakijaryhmät mahdollisuuksien maailmassa

- Uuden ajan työpaikkailmoitus
- Digimaailma
- Rekrytoinnin tarve ja tavoite
- Moniammatillisuus ja uudet tavat tehdä työtä
- Uuudet soteammattit
- Mistä kanavista löydämme heidät?

# Rekrytoinnin kanavia



Kohderyhmälle relevantti, mieleenpainuva viesti.

Viestin vieminen sinne, missä kohderyhmä käyttää aikaa.

Meidän kanaviamme:

Kuntarekry 24

Sisäinen haku 12

Duunitori, mol, hakuportaalit 9

Sosiaalisen media 6

LinkedIn 0

**Kiitos!**

**Tavataan taas ensi kerralla!**

Leena Friman

Hanna Hutka

leena.friman@tamora.fi hanna.hutka@tamora.fi

