



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU  
*Yhdessä enemmän*

# Rekrytointipeli EarlyBird-jakelulle

Kovanen, Jenni

2017 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Rekrytointipeli EarlyBird-jakelulle

Jenni Kovanen  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Toukokuu, 2017

Jenni Kovanen

### Opinnäytetyön nimi

Vuosi 2017

Sivumäärä 75

---

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä toteutettiin rekrytointipeli EarlyBird-jakelulle. Toimeksiantaja määritteli pelin tavoitteeksi houkuttella lisää työnhakijoita ja havainnollistaa EarlyBird-työskentelymallia varhaisjakelutehtävässä.

Opinnäytetyön tietoperustassa käsiteltiin työelämän muutosta, toiminta-alueiden työllisyyttä, pelejä, pelillistämistä, rekrytointia ja rekrytoinnin pelillistämistä. Opinnäytetyössä kerättiin tietoa kvalitatiivisen tutkimuksen teemahaastattelujen avulla. Haastattelut jaoiteltiin kolmeen segmenttiin: aluekoordinaattorit, pelillistämistä alalla käyttäneet sekä pelillistettyä rekrytointia käyttäneet.

Opinnäytetyön ensimmäinen kehitystehtävä oli selvittää, mitä hyötyjä ja mitä ongelmia voidaan kohdata pelillistetyssä rekrytoinnissa. Pelillistämisen hyötyjä ovat esimerkiksi tehokas esikarsinta, hakijoiden houkuttelu, lopettaneiden määrän väheneminen, luovien ihmisten erottuminen ja työnantajamielikuvan parantaminen. Se voi antaa myös realistisemman kuvan työstä ja omasta soveltuvuudestaan työhön. Pelillistetyssä rekrytoinnissa koetaan ongelmalliseksi se, että mikäli hakija suorittaa rekrytointipelissä työtehtäviä, hakija ei välttämättä toimi pelissä samoin kuin hän toimisi oikeassa elämässä. Mahdollisuudet realististen skenaarioiden luomiseen ovat rajalliset, eikä pelaajan motivaatioita ja omistautumista voida kontrolloida. Myös joidenkin ihmisten asenteet pelillistämiseen ovat kielteisiä.

Toinen kehitystehtävä oli selvittää, millainen henkilö soveltuu EarlyBird-mallin varhaisjakelijaksi. Asian selvittämiseksi haastateltiin kahta EarlyBird-alueen aluekoordinaattoria. Haastatteluissa selvisi, että varhaisjakelijaksi soveltuu parhaiten henkilö, jolla on jo kokemusta yötyöstä. Parhaiten menestyy henkilö, jolla on yötyökokemuksen lisäksi luonnollinen unirytmivalvoa yöllä tai herätä todella aikaisin aamulla. Hän on myös tunnollinen ja hoitaa työnsä sovitusti. Varhaisjakelijan täytyy myös osata käyttää älypuhelinia. Terveydellisillä seikoilla oli merkitystä lähinnä sellaisilla alueilla, joissa lehtiä jaetaan kerrostaloihin.

Työn kolmas kehitystehtävä oli suunnitella rekrytointipeli EarlyBird-jakelulle. Suunniteltu rekrytointipeli havainnollistaa työn realiteetteja ja houkuttelee hakijoita. Rekrytointipelissä pelaaja vastaa kymmeneen jakelutyöhön liittyvään kysymykseen. Pelin lopussa pelaaja saa hahmon ja tietoa soveltuvuudestaan työhön.

Opinnäytetyön kehitysehdotuksena esitettiin, että pelin lanseeraamisen jälkeen rekrytointitilastoja ja pelistä saatavaa dataa seurataan ja pelaajilta pyydetään palautetta.

Asiasanat: rekrytointi, pelillistäminen, jakelu

Jenni Kovanen

**Title of the Thesis**

Year	2017	Pages	75
------	------	-------	----

---

In this practice-based thesis a recruitment game was created for EarlyBird delivery. The client company set purpose for the game which was to draw more job applicants and demonstrate how EarlyBird working model works in early morning delivery services. Qualitative research and theme interviews were used to collect information in this thesis. The Interviews were separated into three segments: Area coordinators, companies which have used gamification in the same operating field and companies that have used gamification in recruitment.

The theoretical framework of this thesis presented changes in working life, employment situation in operation regions, games, gamification, recruitment and gamification of recruitment.

The first development task was to find out what benefits and problems can be encountered when dealing with gamification of recruitment. The benefits of gamifications included for example effective preselection, drawing more applicants, fewer resignations, emerge of creative persons and better employer image. It can also give a more realistic impression of work and applicants own suitability for the work. The problems that have been known in gamification of recruitment include that if an applicant executes tasks in a recruitment game, the applicant does not necessarily act in the same way as in real life. Also possibilities of creating realistic scenarios are limited and player's motivation and commitment cannot be controlled. There are also signs that some people have a negative attitude against gamification.

The second development task was to find out what kind of person is suitable for EarlyBird working model and early morning delivery services. Two EarlyBird Area coordinators' Interviews revealed that the most suitable person for this work is someone who has experience of working in the night time, staying awake in the night time, or waking up very early in the morning. He or she is conscientious and gets the work done as agreed. A delivery person also needs to know how to use a smartphone. Health issues are important only in routes, which have apartment buildings.

The third development task was to design a recruitment game for EarlyBird delivery. The recruitment game demonstrates the reality of the work and appeals to more candidates. In the recruitment game the player will answer ten questions about the distribution work. At the end of the game the player receives a character and information about his/her suitability for the job.

Development suggestions presented in the thesis suggest that after the game is launched EarlyBird should monitor recruitment statistics and the data that is received from the game. EarlyBird should also ask feedback from the players.

Keywords: recruitment, gamification, distribution

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Toimintaympäristö.....	7
	2.1 Muutokset työelämässä .....	8
	2.2 Itsenäisen työn tekijöiden neljä segmenttiä .....	9
3	Pelit ja pelillistäminen.....	11
	3.1 Pelit.....	11
	3.2 Pelillistäminen .....	12
	3.3 Pisteet.....	13
	3.4 Ansiomerkit/Saavutukset .....	14
	3.5 Tasot .....	15
	3.6 Tulostaulukot .....	15
	3.7 Palkinnot.....	16
	3.8 Pelillistämisen ja muiden pelitermien erot.....	17
	3.9 Jakelualalla käytetty pelillistäminen .....	18
4	Rekrytointi .....	18
	4.1 Työpaikkailmoitus.....	19
	4.2 Imagon merkitys rekrytoinnissa.....	20
	4.3 Potentiaaliset työnhakijat toiminta-alueella.....	21
	4.4 Pelillistetty rekrytointi.....	22
	4.5 Suomalaisia yrityksiä .....	24
	4.6 Yhdysvaltojen armeija .....	25
	4.7 L'Oréal .....	26
	4.8 Poste Forma .....	28
	4.9 Deloitte .....	31
	4.10 Rekrytointipelejä freelancereille .....	32
5	Tutkimusmenetelmät.....	33
6	Rekrytointipelin suunnittelua tukevien haastattelujen tulokset .....	37
7	Rekrytointipelin suunnittelu ja tuotos .....	51
8	Arviointi ja kehittämissuositukset .....	60
	Lähteet .....	64
	Kuvat .....	68
	Kuviot.. .....	69
	Taulukot .....	70
	Liitteet.....	71

## 1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aihe on ”Rekrytointipeli EarlyBird-jakelulle”. Aihe valikoitui sen takia, että toimeksiantaja tarvitsi freelancereiden ja yrittäjien rekrytointiin jotakin uutta. Rekrytointipelin tavoitteena on houkutella lisää hakijoita ja havainnollistaa EarlyBird-työskentelymallia varhaisjakelutehtävässä. Tarkoitus on siis havainnollistaa jakelutyön realiteetteja, sekä freelancer- ja yrittäjäpohjaista toimintaa. Aihe valikoitui myös sen ajankohtaisuuden vuoksi. Aiheesta ei ole saatavilla vielä juurikaan kirjallisuutta.

Aiheesta löytyvä kirjallisuus ja muu materiaali on pääasiassa englanninkielistä. Pelillistäminen on Suomeen vasta tuloillaan oleva trendi, mutta useissa muissa maissa se on jo suosittua. Rekrytoinnin pelillistäminen sopiikin etenkin milleniaaneiksi kutsutun sukupolven rekrytointiin. Milleniaanit ovat syntyneet vuosina 1980 - 2000. Opinnäytetyön ensimmäinen kehitystehtävä on tarkastella, mitä hyötyä saavutetaan pelillistetyllä rekrytoinnilla, ja minkälaisia ongelmia voidaan kohdata tällaisessa rekrytoinnin muodossa. Näiden selvitysten perusteella toteutettiin suunnitelma rekrytointipelistä EarlyBird-jakelulle. Toisena kehitystehtävänä oli selvittää, minkälainen henkilö soveltuu EarlyBird-mallin varhaisjakelijaksi. Näiden selvitysten perusteella toteutettiin työn kolmas kehitystehtävä: konkreettinen suunnitelma rekrytointipelistä EarlyBird-jakelulle.

Opinnäytetyön aihe on silläkin tapaa edistyksellinen, että toimeksiantajayrityksessä haetaan muutosta perinteiseen työntekotapaan. Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään työelämän muutosta, pelejä, pelillistämistä ja pelimekaniikkoja. Tietoperustassa käsitellään myös rekrytointia, rekrytointi-ilmoitusta ja potentiaalisia työntekijöitä. Itsenäisen työn tekijät erotellaan neljään segmentteihin. Rekrytoinnin pelillistäminen on teoriaperustan pääaihe, joka käsitellään hyötyjä ja ongelmia, myös esimerkki-yritysten kautta. Tässä opinnäytetyössä käytetään paljon kuvioita, sillä käsitelty aihe hyödyntää vahvasti visuaalisuutta. Ilman kuvioita aiheen esittely jää vajaaksi.

Tässä opinnäytetyössä on myös kvalitatiivinen tutkimuksellinen osuus, jossa analysoidaan neljää teemahaastattelua. Haastattelut toteutettiin kolmelle ryhmälle: alalla aiemmin pelillistämistä käyttäneille, pelillistämistä rekrytoinnissa käyttäneille ja aluekoordinaattoreille. Haastattelut toimivat suunnitellun pelin pohjana.

## 2 Toimintaympäristö

Tämä luku käsittelee toimintaympäristöä, jossa rekrytointipeli toteutetaan. Esittelyssä yritys Sanoma Oyj, sitten Sanoma Oyj:n alla toimiva Sanoma Media Finland. Lopuksi kerrotaan tarkemmin EarlyBird-jakelusta ja siihen liittyvistä yrittäjistä ja freelancereista.

Sanoma Oyj:n toimialoja ovat kuluttajamedia ja oppimiskäsitteet. Sanoma Oyj toimii Suomessa, Belgiassa, Hollannissa, Ruotsissa ja Puolassa. Sanoma Oyj:n liikevaihto oli 1,6 miljardia vuonna 2016. Sanoman henkilöstömäärä on yli 5000 työntekijää. (Tämä on Sanoma 2017.) Sanoma Media Finland kuuluu Sanoma konserniin. Se on mediatalo, jonka alle sijoittuu kuusi eri liiketoimintayksikköä. Ensimmäinen liiketoimintayksikkö on Helsingin Sanomat, joka koostuu Helsingin Sanomien tuoteperheestä. Toinen liiketoimintayksikkö on Ilta-Sanomat, joka kustantaa Ilta-Sanomat-lehteä sekä Taloussanomaa, joka on digitaalinen talousuutispalvelu. Kolmas liiketoimintayksikkö on Sanoma Lifestyle, joka tunnetaan parhaiten aikakauslehdistään. Neljäs liiketoimintayksikkö on Kids Media, lapsille ja nuorille sisältöä kustantava yksikkö. Viides liiketoimintayksikkö on Nelonen Media, joka on radion ja television monimediatalo. Kuudes liiketoimintayksikkö on Sanoma Digital, joka kehittää digitaalisia palveluja. Sanoma Media Finlandin liikevaihto oli vuonna 2016 572,8 miljardia euroa ja liikevoitto oli 13 miljoonaa. Henkilökuntaa Sanoma Media Finlandin palveluksessa oli keskimäärin 1863 työntekijää. (Sanoma Media Finland 2017.)

EarlyBird-jakelu kuuluu Sanoma Media Finlandin alle (EarlyBird 2017). EarlyBird-jakelussa jaetaan varhaisjakelulehtiä toimimalla joko freelancerina tai yrittäjänä. EarlyBird-alueita ovat Karkkila, Nummi-Pusula ja Mäntsälä. EarlyBirdissä henkilö voi itse päättää, milloin ja kuinka paljon työskentelee. (Jakelijan opas 2017; Autio 2016.) EarlyBird-jakelu perustettiin keväällä 2016, ja sen tavoitteena on säästää jakelukustannuksissa harvaan asutuilla alueilla. Jakelu alkoi ensin kesäkuussa 2016 Karkkilasta, ja laajeni sitten lokakuussa Nummi-Pusulaan ja Mäntsälään.

Yhteyshenkilö Patrick Helanderin mukaan toiminnan laajentaminen on harkinnassa. Helander mainitsi myös kysyttäessä, että sanomalehtien lisäksi jakeluun pitäisi saada myös muita tuotteita, kuten aikakauslehtiä. EarlyBird jakaa nykyään Helsingin Sanomien lisäksi HS Viikkoa ja kuukausiliitettä sekä seuraavia lehtiä: Uusimaa, Keski-Uusimaa, Aamuposti, Kauppalehti, Etelä-Suomen Sanomat ja Huvudstadsbladet. (Autio, 2016). Helander kertoi, että vaikka jakajilla ei ole ollut aiempaa jakelukokemusta, he ovat onnistuneet ottamaan työn hyvin haltuunsa. Jakajat ovat myös odotettua sitoutuneempia työhönsä. Rekrytointin haasteeksi Helander mainitsee sen, että työtä tehdään yöllä. Helander mainitsi, että Sanoman viisi henkinen jakelutiimi kehittää muun työnsä ohella EarlyBirdin toimintaa. (Autio 2016.)

EarlyBird-jakelussa voi suorittaa varhaisjakelua freelancerina (Jakelijan opas 2017; Autio 2016). Freelancer tekee työtä verokortilla ja voi vähentää verotuksessa aiheutuneet kulut. Vähennettäviä kuluja voivat olla esimerkiksi matkakulut, työvälineet ja internet-yhteys. Freelancer voi vähentää matkakuluja autolla suoritettavasta jakelusta 0,25 €/km ja polkupyörällä suoritettavasta jakelusta 85 € vuodessa. (Jakelijan opas 2017.) Toinen tapa suorittaa varhaisjakelua EarlyBird-jakelussa, on oman yrityksen kautta (Jakelijan opas 2017; Autio 2016).

## 2.1 Muutokset työelämässä

Kaijala (2016, 125) mainitsee kirjassaan työsuhteiden ja rakenteiden muuttuneen. Vaikka aikaisemmin media-alalla pidettiin kiinteää kuukausipalkkaa itsestänselvyytenä, nykyisin on syntynyt useita free-tuotantoyhtiötä ja free-toimittajia. (Kaijala 2016, 125.) Kaijala kertoo 2016 julkaistussa kirjassaan, että yksityisyrittäjien, eli noin 175 000 henkilön määrä, ylitti Metalliliiton jäsenmäärän. Malli sopii hyvin media-alalle, joten suuri määrä tästä on media-alalla toimivia henkilöitä. Useissa lehdissä organisaation muodostavat ainoastaan tuottaja ja päätoimittaja, kun taitto ulkoistetaan ja Kiinassa taas muokataan kuvat, muut ovatkin freelance-toimittajia. Hyvä esimerkki työn muutoksesta onkin sen pirstaloituminen ja osittuminen. Hankkijan rooli on sitä tärkeämpi, mitä edemmäs murros on laajentunut. Mediamaailman tuottajana joutuu käytännössä onkimaan eri palveluntuottajilta eri asioita, se onkin nykypäivän rekrytointia. Oli sitten kyseessä pitkäaikainen freelancer, alihankkija tai työsuhteinen työntekijä, käytännön tekeminen ja työ on hyvin samankaltaista. Mikäli lehti hankkii alihankkijalta vaikkapa teemaliitteen, tekijät ovat erilaiset, mutta eettiset ohjeet samat. (Kaijala 2016, 125 - 126.)

Yritykset tekevät jatkuvasti yhteistyötä konsulttien ja asiantuntijaorganisaatioiden kanssa. Asiantuntijat tuovat erityisosaamista, lisää energiaa ja uudenlaista ajattelua projekteihin. Monesti he ovat itsenäisiä toimijoita, ja laskuttavat oman yrityksensä kautta työstään. Riskinä tällaisille epätyypillisille työsuhteille pidetään laadun valvontaa, ja hallinnollisten seikkojen monimutkaisuutta. Tulevaisuuden näkyminen on, että tämän kaltainen epätyypillinen työ lisääntyy ja muuttuu yleisemmäksi. Syynä on osittain se, että se on työntekijöiden tahto. Palvelujen ostaminen monilta eri mikroyrityksiltä on tullut suosituimmaksi yritysten keskuudessa. Raja yrittäjämäisen toiminnan ja palkkatyön välillä ovat hämärtyneet. Yrityksen perustamista ei välttämättä enää tarvita yrittämiseen. (Piha & Poussa 2012, 113.)

Työstä voidaan maksaa korvausta, joka voidaan lukea joko palkaksi tai työkorvaukseksi. Rajanveto palkan ja työkorvauksen välillä on tärkeä, sillä velvollisuudet eri osapuolten välillä ovat riippuvaisia siitä. Ilman työsuhdetta tehdystä, eli toimeksiantosuhteesta tehdystä työstä maksetaan työkorvausta. Kyseessä on palkka, mikäli työntekijän ja työn teettäjän välillä on työsuhde. Työsuhteisessa työssä työnantajan velvollisuus on huolehtia työntekijän lakisäätei-

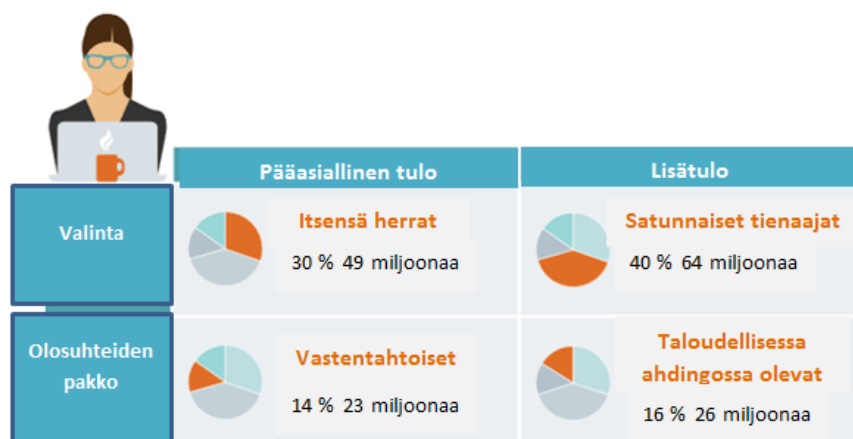


sistä vakuutus- ja eläkemaksuista sekä sosiaaliturvasta. Näiden lisäksi työnantajan on noudatettava työaikalakia, maksettava yleensä palkkaa myös sairauden ja loman ajalta. Yrittäjä laskuttaa tehdystä työstä esimerkiksi tuntien tai sovitun kokonaishinnan mukaan. Yrittäjä joutuu maksamaan sosiaalikulut itse, joten tuntihinta on yleensä suurempi. (Verohallinto 2011.) Työsuhteen tunnusmerkkeihin kuuluu, että työsuhde perustuu työnantajan ja työntekijän väliseen sopimukseen. Työsuhteessa on kysymys aina työn tekemisestä. Työsuhteessa työ tehdään työnantajan lukuun, jolloin työnantaja saa työn tulokset käytettäväkseen. Työntekijä sitoutuu noudattamaan ohjeita, joita työnantaja on antanut, sekä tekee työtä valvonnan ja johdon alaisuudessa. Työsuhteessa työntekijä tekee työtä palkkaa tai muuta vastiketta vastaan. Työntekijä saa korvauksen esimerkiksi luontoisetuna tai rahana. (Syvänperä & Turunen 2015, 36.)

## 2.2 Itsenäisen työn tekijöiden neljä segmenttiä

Tämä luku käsittelee toimintaympäristöä, jossa rekrytointipeli toteutetaan. Seuraava alaluku määrittelee tarkemmin freelancerina työtä tekevien ihmisten motivaatioita. Luvussa esiteltävä tutkimus antaa suuntaa siihen, minkälaisia ryhmiä rekrytoinnissa tulisi lähestyä. Mainittakoon, että jatkossa sanalla ”itsenäisellä työ” tarkoitetaan työtä, jossa täyttyvät seuraavat ominaisuudet: korkean tason riippumattomuus, palkkio työn, tehtävän tai myynnin suorittamisen perusteella, lyhytaikainen suhde työn tarjoajan ja tekijän välillä. Tutkimus kattaa ne henkilöt, jotka tarjoavat työpalveluja, sekä ne henkilöt, jotka myyvät ja vuokraavat omaisuutta. (Manyika, Lund, Bughin, Mische & Mahajan 2016.)

Mc Kinsey Global Institute on tutkinut ihmisten tapoja tienata, itsenäistä työtä, sekä sen ongelmia. Tutkimus toteutettiin 8000 henkilölle Euroopassa ja Yhdysvalloissa. Vastaajilta kysyttiin heidän tuloistaan 12 kuukauden ajalta. Tuloihin sisältyi ensisijaisen työn lisäksi myös muut tulojen hankinta keinot. Tutkimuksessa käsiteltiin myös vastaajien ammatillista tyytyväisyyttä ja halua työhön tulevaisuudessa. Tutkimuksen tuloksena selvisi, että 162 miljoonaa ihmistä Euroopassa ja Yhdysvalloissa, tai toisin sanoen 20-30 prosenttia työikäisistä ihmisistä harjoittaa itsenäistä työtä. (Manyika ym. 2016.)



Kuvio 1: Itsenäisen työn tekijät yleensä voidaan luokitella neljään segmenttiin (mukailtu Manyika ym. 2016)

Vaikka vastaajat olivat demografisesti erilaisia, itsenäistä työtä tekevät pystyi karkeasti jakamaan neljään segmenttiin, kuten kuviossa 1 esitetään. Ensimmäinen segmentti oli ”free agents”, jotka aktiivisesti valitsivat itsenäistä työtä, josta hankkivat pääasiallisen tulonsa. Heidän osuutensa itsenäistä työtä tekevästä oli 30 %. Toinen segmentti oli ”casual earners”, jotka pitävät itsenäistä työtä lisätulona, ja tekevät sitä vapaaehtoisesti. Heidän osuutensa itsenäistä työtä tekevästä oli 40 %. Kolmas segmentti oli ”reluctants”, jotka saivat pääasiallisen tulonsa itsenäisestä työstä, mutta tekisivät mieluummin perinteistä työtä. Heidän osuutensa oli 14 % kaikista itsenäistä työtä tekevästä. Neljäs segmentti oli ”financially strapped”, jotka tekivät itsenäistä työtä lisätyönä taloudellisesta pakosta. Heidän osuutensa itsenäistä työtä tekevästä oli 16 %. (Manyika ym. 2016.) Vapaasti suomennettuna nämä neljä segmenttiä ovat itsensä herrat, satunnaiset tienaaajat, vastentahtoiset ja taloudellisessa ahdingossa olevat. Tässä opinnäytetyössä viitataan jatkossa suomenkielisiin käännöksiin.

Ne segmentit, jotka tekivät itsenäistä työtä omasta valinnastaan, vastasivat olevansa tyytyväisempiä elämäänsä ja työelämäänsä, kuin ne segmentit, jotka tekivät sitä pakosta. Tämä tulos pitää paikkansa riippumatta maasta, iästä, tuloluokasta ja koulutustasosta. Itsensä herrojen tulokset ilmensivät korkeasta tyytyväisyydestä työelämän eri tasoilla verrattuna niihin, jotka työskentelivät omasta tahdostaan perinteisissä työpaikoissa. Tulos osoittaa, että ihmiset arvostavat rahasta riippumattomia aspekteja, kuten omilla ehdoillaan työskentelyä. (Manyika ym. 2016.)

### 3 Pelit ja pelillistäminen

#### 3.1 Pelit

Pelit eivät ole mikään uusi ilmiö. Senet-nimistä peliä pelattiin tutkijoiden mukaan jo Egyptin kolmannen dynastian aikaan, vuosina 2686 - 2613 ennen ajanlaskumme alkua. Senet vaati taitoa ja onnea, kuten esimerkiksi nykypäivän backgammon. Samoihin aikoihin Mesopotamialaiset pelasivat peliä nimeltä Kuninkaallinen Ur. Peli oli yksityiskohtainen lautapeli, jossa heitettiin noppaa. (Egenfeldt-Nielsen, Smith & Tosca 2016, 61 - 62.)

Kaupalliset videopelit tulivat markkinoille vasta 1960-luvulla. Ensimmäinen videopeli voidaan arvioida olevan 1952 tehty ristinolla-peli. Alexander Douglas Cambridgen yliopistosta kehitti pelin nimeltä ”ristejä ja nollia”. Peliä pelattiin EDSAC-koneella, maailman ensimmäisellä muistiin tallentavalla tietokoneella. (Egenfeldt-Nielsen ym. 2016, 62; Rutter & Bryse 2006, 22.) Vuonna 2006 julkaistussa kirjassa mainitaan, että videopelit ovat olleet saatavilla 25 - 50 vuoden ajan, riippuen mistä pisteestä laskeminen halutaan aloittaa (Rutter & Bryse 2006, 22). Vuoteen 2017 muunnettuna tämä tarkoittaa kuitenkin, että pelit ovat olleet saatavilla 36 - 61 vuoden ajan.

Tilastokeskuksen vuonna 2016 tehdyn tutkimuksen mukaan, 16 - 24 vuotiaista suomalaisista 57 prosenttia käyttää Internetiä pelaamiseen. 25 - 34 vuotiaissa tulos oli 41 prosenttia väestöstä. 35 - 44 vuotiaisiin siirryttäessä tulos oli 37 prosenttia väestöstä. 45 - 54 ja 55 - 64 vuotiaissa tulos oli molemmissa 23 prosenttia ja 65 - 74 vuotiaiden tulos oli enää 18 prosenttia. 75 - 89 vuotiaista enää 6 prosenttia käytti internetiä pelaamiseen. (Tilastokeskus 2016.)

Ikäryhmä	Pelaa päivittäin digitaalista viihdepeliä	Pelaa viikoittain tai useammin digitaalista viihdepeliä	Ei pelaa lainkaan digitaalisia viihdepelejä
10–19 v	52,2 %	81,6 %	1,5 %
20–29 v	31,4 %	56,2 %	8,5 %
30–39 v	18,7 %	43,6 %	15,5 %
40–49 v	16,1 %	25,8 %	38,7 %
50–59 v	8,3 %	17,9 %	56,2 %
60–69 v	11,3 %	20,8 %	66,1 %
yli 70 v	6,3 %	14,5 %	71,4 %

Taulukko 1: Viihdepelien pelaamisen aktiivisuus eri ikäryhmissä (Mäyrä, Karvinen & Ermi 2015)

Kun tarkastellaan Suomalaisten viihdepelien pelaamista, aivan kuten Tilastokeskuksen luvuissa internetin käyttämisestä pelaamiseen, myös taulukossa 1 esitetyn vuoden 2015 pelaajaba-

rometrin mukaan viihdepelien pelaajissa pelaaminen yleistyy, mitä nuorempi vastaaaja on (Mäyrä, Karvinen & Ermi 2015).

Milleniaaneiksi kutsuttu sukupolvi syntyi vuosina 1980 - 2000. He ovat nyt noin 16 - 37 vuotiaita. Vanhimmat ovat jo työelämässä. Iso osa nuoremmista siirtyy työelämään kymmenen vuoden kuluessa. Milleniaanit ovat diginatiivien sukupolvi ja he tulevat jakossa hallitsevaksi voimaksi myös työpaikoilla. Milleniaanit ovat luoneet sosiaalisen median alustat ja käyttävät niitä paljon ja luovasti. Pelillistäminen on tämän sukupolven tuotos. Sen takana on ajatus, että vakavia asioita voi tehdä hauskaasti. Pelillistämiseen kuuluu sekä päämäärätietoinen toiminta, että leikkisyys. Se onkin tärkeimpiä digitaalisia kuluttajatuotteita, se tuo leikin ja pelin elementtejä muille elämänalueille. (Juti 2016.)

### 3.2 Pelillistäminen

Pelillistämisen konsepti on ollut jo useita vuosia käytössä liike-elämässä. Esimerkiksi pelillistettyjä konsepteja käytettiin jo 1900-luvun alussa yrityksissä, jotka tarjosivat ilmaislahjoja rohkaisemaan useiden tuotteiden hankintaa. Terminä pelillistäminen alkoi vahvistua asemaansa noin vuosina 2009 ja 2010. Pelillistämisen markkinoiden ennustetaan tulevan olemaan vuosittaiselta arvoltaan 5,5 miljardia dollaria vuoteen 2018 mennessä. (Simpson & Jenkins 2015.)

Zichermann ja Joselin määrittelevät pelillistämisen prosessiksi, jolla yhdistetään strategia ja peli liiketoimintaan. Pelillistämällä voidaan rakentaa kokemuksia, jotka tarjoavat jonkin sisäänrakennetun tarkoituksen ja herättävät kiinnostusta työntekijöissä ja asiakkaisissa. Pelillistetty design hyödyntää parhaat palat pelisuunnittelusta, sitoutumisen suunnittelusta ja taloudellisesta käyttäytymisestä, aina kriittisten ongelmien ratkomiseen. Se myös motivoi sitoutumiseen. (Zichermann & Linder 2013, 18.) Paharia mainitsee pelillistämisen tarkoittavan yksikertaisesti pelisuunnittelijoiden jo vuosia pelaajiin käyttämien motivointitekniikoiden käyttämistä muussa, kuin pelikontekstissa. Paharian mukaan pelillistämistä voidaan kuvailla myös muilla termeillä, kuten mittaaminen ja motivaatio, tunnustus ja palkitseminen, uskollisuus, maine, ohjeistaminen ja suuri arvoisen aktiivisuuden voimistaminen. Paharatin mukaan näillä konsepteilla on yhteistä se, että niissä kaikissa on pohjimmiltaan kyse ihmisten motivoinnista datan avulla, juuri niin kuin pelillistämisesäkin. (Paharat 2013, 65.) Pelillistämisen ongelma on asenteissa. Monet eivät halua edes kokeilla. Ei ole aikaa tai kiinnostusta. Syynä voidaan käyttää myös sitä, ettei tiedetä peleistä mitään. Ennakkoluulot ja tietämättömyys aiheuttavat sen, ettei pelillistämisen mahdollisuuksia hyödynnetä. (Ängeslevä 2014, 21.)

Ängeslevä mainitsee pelien olevan keino oppia asioiden tekemistä, kommunikoimista, moninaisten kokonaisuuksien käsittelyä ja jakamista. Internetpalveluissa, eli hotellien, ravintoloiden ja tuotteiden markkinoinnissa pelimekaniikkoja on sovellettu toimivasti. Erilaisia kilpai-

lullisia elementtejä sovelletaan tuotteisiin, kuten kertomalla samaan aikaan hotellihuonetta tutkivien kuluttajien määrä, jolloin ikään kuin olisi kilpailutilanteessa vapaista huoneista. Tuotteet voidaan myös laittaa taulukkoon suosion mukaan. Ängeslevä mainitsee esimerkiksi Facebookin ja Youtuben pelimekaniikkoja käyttäviksi yrityksiksi. Niissä annetaan pisteitä, järjestellään asioita, annetaan kommentteja ja reagoiteja toisten päivityksiin. Lähikaupassa hankinnoista kerrytetään palkintolipukkeiden toivossa kanta-asiakas pisteitä. Palkintoja saa aktivoitumisesta. Ängeslevä toteaa, että varsinkin digitaalisissa palveluissa jatkuva kannustaminen on jo oletusarvo. (Ängeslevä 2014, 49 - 50.)

Zichermann ja Linder mainitsevat, että pelimekaniikat ovat perustavanlaatuisia elementtejä, jotka luovat pelejä. Pelit sisältävät pisteitä, saavutuksia, tasoja, tulostaulukoita ja palkintoja. Yhdessä nämä elementit yhdistyvät loppukäyttäjälle tienviitaksi ”voittamiseen”. Konsepti on sekä sisäisesti, että ulkoisesti motivoiva. Pelillistämässä on kyse hauskuuden ja nautinnon löytämisestä, ja toimittamisesta laajassa kontekstissa. (Zichermann & Linder 2013, 19.) Kuten Zichermann ja Lindel, Paharat mainitsee peliteknikoiden sisältävän päämääriä, joihin tulisi pyrkiä, palkitseminen ansiomerkeillä, statuksen antamista tason mukaan jaottelemalla, ja mahdollistamalla pisteiden kerääminen käyttäjille. Paharat mainitsee peliteknikoiksi myös käyttäjien sitouttamisen kilpailuun ja heidän rohkaisemisensa tiimeiksi liittoutumiseen. (Paharat 2013, 65.)

Werbach ja Hunter mainitsevat kirjassaan, että peliteknikoiden käyttö voi olla petollisen hankalaa. On helppo uskoa, että pelielementtien lisäämisessä vaikkapa verkkosivuille ei olisi juurikaan haastetta. Mikäli verkkosivujen kävijöiden halutaan vierailevan sivuilla useammin, annetaan heille 100 pistettä joka kerran kun he kirjautuvat sivuille. Miksei lisättäisi myös tulostaulukko esittämään pisteiden kertymistä. Mikäli pelillistämistä lähestyy tällä tavalla, joutuu nopeasti ongelmiin. Pisteillä ei juurikaan koeta olevan hyötyä kävijälle. Jotkut käyttäjät saattavat pitää tulostaulukkoa luontaisesti stimuloivana, ainakin hetkellisesti. Nämä käyttäjät kuitenkin usein palavat loppuun loputtomaan pisteiden kartuttamiseen ja hylkäävät ohjelman. Myöskään useimmat ihmiset eivät pidä pisteitä erityisen mielenkiintoisina. Niitä ihmisiä, joita pisteet saattavat kiinnostaa, saattavat lannistua pelillistämisen designista. Pelillistäminen on vaikeaa, jopa menestyneillä toteutuksilla on harha-askeleensa. (Werbach & Hunter 2012.) Seuraavissa alaluvuissa tarkastelen pelimekaniikkoja yksityiskohtaisemmin.

### 3.3 Pisteet

Zichermann ja Linderin mukaan pelillistämässä pisteet ovat järjestelmä, jolla seurataan käyttäytymistä, pidetään kirjaa tuloksista ja annetaan palautetta. palkintojärjestelmiä on useita, laajasti käytetystä ja hyvin ymmärretystä ”käyttötilin saldo” -järjestelmästä, muihin ei niin tunnettuihin järjestelmiin, kuten ”piiriteknologian valmius” -järjestelmään. Palkkiojär-

jestelmillä voi olla useita erilaisia tarkoituksia, ja ne voidaan jakaa viiteen erilaiseen tyyppiin. Ensimmäisessä palkkiotyypissä palkkiot ovat kokemuspisteitä. Kokemuspisteillä seurataan kerrytettyä kokemusta pelatun ajan kuluessa. Toinen palkkiotyyppi on lunastettavat. Palkkio on valuuttaa, jota ansaitaan ja lunastetaan. Kolmas palkkiotyyppi on maine. Kuten pistesaldo, mainepisteet osaltaan kerryttävät mainetta pelissä. Kolmas palkkiotyyppi on taito. Taitopisteet osoittavat taitoa tietyllä alueella. Neljäs pistetyyppi on karma. Karmapisteitä kerrytetään auttamalla muita, eivätkä ne ole lunastettavissa. (Zichermann & Linder 2013, 19.)

Paharia puolestaan mainitsee pisteiden olevan käyttäjän näkökulmasta numeroita, jotka liikkuvat ylös tai alas, osoittavat miten paljon käyttäjällä on jotakin ja osoittavat miten paljon hänellä on mahdollisuus käyttää niitä. Yrityksen näkökulmasta pisteet merkitsevät tapaa, jolla seurataan tai arvioidaan osallistujan ansioita, palkitaan osallistuja jostakin yritykselle arvokkaasta suorituksesta. Osallistujat voivat palkita toisiaan jostakin, jolloin annetaan osallistujalle kulutusvoimaa. (Paharia 2013, 82.) Oikeiden pisteiden käyttö rakennettaessa oikeaa toimintaa voi olla haastavaa. Pohjimmiltaan kuitenkin kaikki pelillistetyt järjestelmät alkavat kokemuspistejärjestelmällä. Vaikka käytössä ei olisi virtuaalista valuuttaa, ajan kuluessa kokemuspisteet auttavat seuraamaan ja antavat palautetta käyttäjän käyttäytymisestä. Nämä ja muut tärkeät pistejärjestelmän toiminnallisuudet ovat tuotteita siitä, että meillä on luontainen halu pitää kirjaa tuloksista. Ne ovat myös kriittisiä pelillistämisen keinoja, kun muokataan käyttäytymistä. (Zichermann & Linder 2013, 19.)

### 3.4 Ansiomerkit/Saavutukset

Saavutukset, eli ansiomerkit osoittavat tietyn tavoitteen saavuttamista (Zichermann & Linder 2013, 20). Olivat ansiomerkit sitten fyysisiä tai virtuaalisia, niiden arvo ei ole niissä itsessään. Niiden arvo on siinä, mitä ne edustavat yhteisössä. (Paharia 2013, 76). Ansiomerkit ovat aina olleet suosittu osa pelillistämistä, jopa ennen modernia teknologiaa. Niitä on käytetty esimerkiksi armeijan ja partiolaisten, sekä muiden pelillistämistä paljon käyttävien organisaatioiden toimesta. Ansiomerkkien ansaitseminen antaa käyttäjälle mahdollisuuden tuntee olonsa taitavaksi ja onnistuneeksi, tämä tekee kaikenlaisista ansiomerkeistä suosittuja. Se luo myös mahdollisuuden pelillistetyille järjestelmälle kommunikoida käyttäjiensä kanssa. Lisäksi ne auttavat käyttäjiä pitämään kirjaa omista saavutuksistaan, ja mahdollistavat saavutusten esittelyn muille käyttäjille. Joillakin käyttäjillä voi myös esiintyä voimakasta halua keräillä, ja ansiomerkit antavatkin heille mahdollisuuden luoda ja täydentää kokoelmia. (Zichermann & Linder 2013, 20.)

### 3.5 Tasot

Tasot ovat merkki edistymisestä rakennetun hierarkian sisällä. Yleensä edistyminen esitetään nousevilla numeroilla tai arvoilla, kuten pronssi, hopea ja kulta. Tasot ovat olemassa sen takia, että ne auttavat käyttäjiä hahmottamaan edistymisensä ja saavutuksensa. Ne toimivat helpompana tietona siitä, paljonko pisteitä on saavutettu annetussa järjestelmässä. Tasot yhdistetään ”maailman karttaan”, jolla esitetään tason merkitys, eli missä spektrissä taso esiintyy, ja miten tasolta nousta tai pudotaan. Tasot voivat olla hyödyllisiä selittämään karkeasti se, miten edistyminen järjestelmässä toimii, ja mitä käyttäjät voivat odottaa saavuttavansa, mikäli jatkavat sen parissa. (Zichermann & Linder 2013, 20 - 21.) Pelillistetyissä järjestelmissä taso yleensä näytetään aina käyttäjän nimen kanssa samassa paikassa. Se on erittäin näkyvä merkki yhteisölle käyttäjän statuksesta yhteisössä. Käyttäjä yleensä nousee tasolla ylöspäin, kun hänen pistetasonsa saavuttaa ennalta määritellyn kynnyksen, tai kun hän saavuttaa jonkin ennalta määrätyn määrän tavoitteita. (Paharia 2013, 77.)

Tasoilla ja ansiomerkillä on selkeästi samankaltaisuuksia. Monet järjestelmät jotka käyttävät ansiomerkkejä, eivät välttämättä käytä tasoja, ja toisinpäin. Joka tapauksessa tasot ovat voimakkaita työkaluja. Ne ovat erityisen hyödyllisiä kun suunnitellaan järjestelmää, jossa on sisäinen rakenne, kuten työpaikan hierarkiassa. (Zichermann & Linder 2013, 20 - 21.)

### 3.6 Tulostaulukot

Tulostaulukot on suunniteltu esittämään käyttäjien sijoittumista alenevana listana suurimmasta pienimpään tulokseen. Koska tulostaulukot ovat juurtuneet niin syvästi kulttuuriimme, ne tarjoavat selvän ja välittömän käsityksen sijoittumisesta. Tulostaulukko voi olla voimakas kannustin. Tulostaulukot voivat myös toimia voimakkaana esteenä, erityisesti mikäli ne esittävät vain sen hetkiset 10 tai 20 parhaita pelaajaa. Alemmilla asteilla olevat, tai vasta pelin aloittavat pelaajat voivat tuntea itsensä vähemmän motivoituneiksi, sillä eteneminen järjestelmässä ei tunnu ilmeiseltä. Pelillistetyt järjestelmät yleensä paljastavat monimutkaisuutensa mitatuilla tavoilla. Tämä ongelma vahvistuu, koska käyttäjät eivät tiedä miten kauan tai miten paljon heidän täytyy osallistua ennen huipulle pääsyä. (Zichermann & Linder 2013, 21.)

Zichermann ja Linder mainitsevat myös esimerkkinä Ergon, tulostaulukoiden huipun, josta on tullut sosiaalinen ja yhteisöllinen. Se usein sijoittaa pelaajan eri sijoitusten keskelle sen sijaan, että sijoittaisi pelaajan hänen oikeaan sijoitukseensa asteikolla. Yhä useammin pelaaja sijoitetaan hänen ystäviensä ja kontaktiensa kesken. Koska pelaajat tuntevat, että järjestelmässä on mahdollista edetä, tämä design tarjoaa heille paremman kannustimen osallistua uudelleen. Toisaalta erittäin kilpailuhenkiset pelaajat, kuten myös tiimi-pohjaiset ympäristöt

tapaavat olla myöntäväisempiä suoraviivaiseen tulostaulukkoon, sillä ne hyötyvät kilpailuhen-  
gestä, jota tulostaulukko herättää. (Zichermann & Linder 2013, 21.)

Paharat mainitsee useamman tavan käyttää tulostaulukointia, kuin Zichermann ja Linder. Pa-  
haratin mukaan tulostaulukossa voi käyttää myös eri aikavälejä. Kaikkien aikojen parhaat -  
tulostaulukon lisäksi voidaan esittää tulostaulukko myös tämän päivän tai viikon parhaista.  
Toinen tapa on Zichermannin ja Linderin aiemmin mainitsema, eli sijoitetaan käyttäjä hänen  
ystäviensä ja kollegoidensa kanssa tulostaulukolle. Kolmas tapa on näyttää käyttäjälle muu-  
tama henkilö hänen edessään ja muutama hänen takanaan. Tämä antaa käyttäjälle mieliku-  
van mihin he sijoittuivat, ja antaa hänelle selvän tähtäimen siitä, mitä hänen tulee tehdä  
liikkuakseen asteikolla ylöspäin. Se myös antaa käyttäjälle kuvan siitä, mitä hänen täytyy  
tehdä, ettei tipu alaspäin asteikolla. (Paharia 2013, 80.)

### 3.7 Palkinnot

Palkinnot ovat yksi pelillistetyn järjestelmän tärkein elementti ja epäilemättä sellainen, joka  
saa paljon huomiota (Zichermann & Linder 2013, 21). Paharian mukaan käyttäjä harkitsee  
aina mitä hän siitä hyötyy, ennen uuteen ryhtymistä. Mikäli hän ei koe hyötyvänsä siitä tar-  
peeksi, hän ei osallistu. Avain onkin tarjota loppukäyttäjälle jotakin merkityksellistä osallis-  
tumisesta. (Paharia 2013, 87.)

Yleisesti puhuen palkinnot voidaan luokitella sisäisiin ja ulkoisiin palkintoihin. Sisäiset palkin-  
not ovat itse tuotettuja, ja ulkoiset palkinnot ovat ulkoisesti toimitettuja. Hyvän pelillistetyn  
järjestelmän päämäärä on tarjota joukko palkintoja, jotka aktivoivat käyttäjän sisäisiä haluja  
samaan aikaan hyödyntäen ulkoisia kannustimia ja sopivaa painostusta. (Zichermann & Linder  
2013, 21-22.) Selkein malli näiden palkitsemiselementtien ymmärtämiseen on kuvailtu lyhen-  
teellä SAPS, joka tulee englanninkielen sanoista status, access, power ja stuff (Zichermann &  
Linder 2013, 22; Paharia 2013, 87). Status, eli tila, tarkoittaa välineiden, kuten nimikkeiden  
ja värikoodattujen tasojen hyödyntämistä. Access, eli pääsy, tarkoittaa jonkin mahdollisuu-  
den tarjoamista yksinoikeudella, kuten luonaan toimitusjohtajan kanssa tai julkkiksen nimikir-  
joituksen. Power eli voima, tarkoittaa määräysvaltaa muihin oikeassa tai virtuaalimaailmassa,  
esimerkiksi ryhmänjohtajana. Stuff eli tavara, tarkoittaa ilmaisten asioiden tarjoamista mu-  
kaan lukien ilmaislahjat, raha ja lahjakortit. Tämä on lista potentiaalisista palkinnoista jär-  
jestyksessä eniten merkittävästä vähiten merkittävään, tarttuvimmasta vähiten tarttuvam-  
paan, ja halvimmasta kalleimpaan.











Yksi hyöty tässä pelillistämisen lähestymistavassa on isojen kustannusten huomattava vähe-  
neminen kannustinjärjestelmässä. Pelillistetty järjestelmä nojaa voimakkaasti psykologisiin ja  
virtuaalisiin palkintoihin, jotka motivoivat merkitykselliseen käyttäytymiseen, kun standardit



kannustinjärjestelmät haluavat tarjota rahaa ja tavarapalkintoja. Monet pelillistetyt järjestelmät ovat saavuttaneet uskomattomia tuloksia vähäisillä rahaisilla tai rahattomilla kannustimilla. Tärkeintä on rakentaa liittoumia pelaajien, yritysten ja järjestelmän kesken. (Zichermann & Linder 2013, 21 - 22).

### 3.8 Pelillistämisen ja muiden pelitermien erot

Pelillistämisen konsultti Andrzej Marczewski esittää poikkeavan näkemyksen pelillistämisen yleiseen laajaan käsitykseen, ja erottelee pelillistämisen tarkemmin pelitermeistä.

	Peli ajattelu	Peli elementit	Pelin pelaaminen	Vain huvin vuoksi
<b>Pelillistetty design</b>				
<b>Pelillistäminen</b>				
<b>Vakava peli / simulaatio</b>				
<b>Peli</b>				

Kuvio 2: Pelitermien erot (Marczewski 2013)

Marczewski erottelee pelillistetyn desingin, pelillistämisen, vakavat pelit ja pelit toisistaan, kuten kuviossa 2 käy ilmi. Marczewskin mukaan pelillistetty desing tarkoittaa pelimäistä ajattelua käyttäjäkokemuksessa. Se on enemmän pelien tyylinen lähestymistapa estetiikkaan ja käytettävyyteen, kuin pelielementtien käyttämistä. (Marczewski 2013.)

Marczewski manitsee Twitterin valaskuvan hyväksi esimerkki pelityylisestä estetiikasta. Valaskuva tulee virheen sattuessa (Marczewski 2013). Tällainen yksikertainen muutos ajattelutavassa on alkanut elää omaa elämäänsä. Ihmiset uudelleen muokkaavat kuvaa eri hahmoilla. Siitä on jopa tehty t-paitoja (Marczewski 2013; Yiyang 2014.)

Pelillistämisen Marczewski määrittelee melko samoin, kuin esimerkiksi Zichermann ja Lindel, pelimetaforien soveltamiseksi ei pelillisessä kontekstissa, jolla voidaan vaikuttaa käytökseen, lisätä motivaatiota ja parantaa sitoutuvuutta. Hän kuitenkin erottelee pelillistämisen vakavis-

ta peleistä sillä, että pelillistämisellä ei luoda peliä. Vakava peli on peli, jolla on tarkoitus. Vakavaa peliä ei ole luotu vain viihdyttämistarkoitukseen. Siinä on oikean pelin elementit, se näyttää ja tuntuu oikealta peliltä. Vakavalla pelillä on kuitenkin jokin määritelty tarkoitus, lopputulos tai viesti, jonka pelin luojat ovat halunneet tuoda esiin. (Marczewski 2013.) Samaa mieltä Marczewskin kanssa on Marczewski käyttäen esimerkkinä ”Pass it on from AXA” vakuutusyhtiön peliä. (Marczewski 2013.)

”Pass it on from AXA” -peli näyttää ja toimii oikean pelin tapaan. Se on 3D-maailmassa ja siinä on sosiaalisia pelien elementtejä, päämääriä, ”jahteja” ja jopa iPhone-sovellus. Itse pelit Marczewski määrittelee kaikiksi mitä aiemmin on mainittu, mutta peliä pelataan vain hovin vuoksi. (Marczewski 2013.)

Vaikka peli olisi vakava, se ei tarkoita ettei peli voisi olla hauska, mutta se luotiin muusta syystä kuin pelkästään viihdyttävyyden näkökulmasta. Pelillisessä designissa hauskuus kuvaa sitä, että tarkoituksena on tehdä jostakin nauttivampi kokemus, edes pienessä määrin. (Marczewski 2013.)

### 3.9 Jakelualalla käytetty pelillistäminen

Suomen Suoramainonta Oy ja Alma Media Oyj ovat käyttäneet pelillistämistä perehdytyksessä (T.Ojala, henkilökohtainen tiedonanto 3.3.2017). Suomen Suoramainonta Oy on Suomen suurin yksityinen suoramainontaa harjoittava yritys. Yrityksen jakeluverkkoon kuuluu 2,1 miljoonaa kotitaloutta. Jakelua suoritetaan kahdesti viikossa. Yritys tekee yhteistyötä useiden kaupunkilehtien ja suoramainostajien kanssa. 13 000 henkilöä työllistyy vuosittain ketjun yrityksiin lehtien ja mainosten jakajiksi. Yrityksen vuotuinen liikevaihto on yli 40 miljoonaa euroa. (Suomen Suoramainonta Oy 2017.) Yritys on luonut jakajille pelillistetyn koulutuksen (Perehdytys jakelutyöhön 2017).

Alma Media Oyj on mediakonserni, joka keskittyy julkaisutoimintaan ja digitaalisiin palveluihin. Yrityksen brändejä ovat Iltalehti, Kauppalehti, Aamulehti, Affärsvärlden, Etuovi.com, Talouselämä ja Monster. 2300 henkilöä työllistävässä yrityksessä yli kolmasosa työntekijöistä työskentelee Euroopassa. Yrityksellä on toimipisteitä yhdeksässä Euroopan maassa. Vuonna 2016 yrityksen liikevaihto oli noin 353 miljoonaa euroa. (Tämä on Alma 2017.)

## 4 Rekrytointi

Strategisin henkilöstöjohtamisen prosessi on rekrytointi. Halutun yrityskulttuurin saavuttamisen ja strategisten tavoitteiden onnistumisen kannalta rekrytoinnilla voi olla iso merkitys yri-

tyksen tulevaisuuteen. (Helsilä & Salojärvi 2009, 119.) Kuten Helsilä ja Salojärvi, myös Harmaala ja Jallinoja mainitsevat, että kyseessä on merkittävänä henkilöstöprosessi. Rekrytoinnilla varmistetaan osaaminen tulevaisuudessa ja saadaan nykyinen toiminta onnistumaan. (Harmaala & Jallinoja 2012.) Rekrytointi on tapa saada nopeallakin aikataululla uutta haluttua taitoa ja asennetta. Rekrytointipäätökset ovat kauaskantoisia, joten ne voidaan lukea siinäkin mielessä strategisiksi. Ennakointi ja pitkäjänteisyys ovat hyvän rekrytointiprosessin tunnusmerkkejä. Kun rekrytointi on viety loppuun, sitä on vaikeaa muuttaa tai lopettaa, ainaakaan nopeasti. (Helsilä & Salojärvi 2009, 119.) Rekrytointi pitää sisällään kaikki valinnat ja toimenpiteet, jotka liittyvät siihen, miten henkilöitä ohjataan ja sijoitetaan sopiviin tehtäviin. Joskus henkilöitä voidaan ohjata tai sijoittaa myös pois tehtävistä. (Helsilä & Salojärvi 2009, 120.)

Rekrytointia tulisi suorittaa vastuullisesti. Se tarkoittaa läpinäkyvää rekrytointia, jossa ei syrjitä, mutta kunnioitetaan monimuotoisuutta. Myös Suomessa eettisiä, edelleen relevantteja näkökohtia ovat tasa-arvo eri kulttuuritaustoissa, eri ikäluokissa, sekä naisten ja miesten välillä. Työpaikoilla syrjintä on kiellettyä, ja niin sanottu tasa-arvosuunnitelma on pakollinen isoissa yrityksissä. (Harmaala & Jallinoja 2012.)

#### 4.1 Työpaikkailmoitus

Salli ja Takatalo mainitsevat, että houkutelakseen työnhakijat lukemaan työpaikkailmoitustaan, työntekijöitä hakevan yrityksen täytyy olla houkutteleva. Ilmoitus toimii siis markkinointivälineenä yritykselle. Ilmoitusta tehdessä tulisi välttää kolmatta persoonaa ja markkinoida tehtävää suoraan hakijalle. (Salli & Takatalo 2014, 25.) Ilmoitus tulisi tehdä hakijan toiveiden ja tarpeiden näkökulmasta ja panostaa näin työpaikan myymiseen hakijalle. Tarkoitus olisi miettiä, miksi työnhakija hakisi juuri tähän yritykseen. Ilmoituksessa tulisi kertoa organisaation arvoista, missiosta, kulttuurista, kehittymismahdollisuuksista, arvoista, eduista ja muista sellaisista seikoista, joilla yritys erottuu edukseen. Olisi mietittävä, miten työpaikkailmoituksesta tulisi tarpeeksi houkutteleva, jotta hakija lukisi ilmoituksen kokonaan ja päätyisi hakemaan työhön. Kuitenkaan virheellisiä lupauksia ei tulisi tehdä. Ilmoitusten tekemisessä pitäisi huomioida sekin, että mobiililaitteiden käyttö ilmoitusten lukemisessa yleistyy työhakijoiden keskuudessa. Otsikointiin kannattaa myös kiinnittää huomiota. Sen tulisi olla informatiivinen ja selkeä. Kaikkea tietoa ei tarvitse laittaa ilmoitukseen, vaan siihen voi lisätä linkin, jonka kautta pääsee esimerkiksi yrityksen verkkosivuille. Markkinoinnin ja brändin näkökulmasta otsikko voi olla hauska. Kuitenkin ongelmaksi saattaa muodostua se, ettei hakija tiedä tarkkaan mistä on kyse ja ilmoitus saattaa jäädä huomaamatta. (Salli & Takatalo 2014, 25-26.)

Kirjassa Rekrytointi: tehtävään vai yhtiöön? mainitaan Vaula Norrenan, semiootikon ja markkinointitutkijan tiivistelmä hyvän työpaikkailmoituksen ominaisuuksista. Hän mainitsee: ”Selkeä, reilu, miellyttävä ja persoonallinen ilmoitus tuottaa selkeitä, reiluja ja persoonallisia työpaikkoja” (Kaijala 2016). Ilmoituksen tulisi tarjota potentiaalisille hakijoille kaikki heidän tarvitsemansa tiedot (Vaahtio 2005). Rekrytointiviestinnässä kannattaa hyödyntää visuaalisuutta. Se on hyvä tapa kohentaa brändiä, nostaa imagoa työnantajana ja parantaa näkyvyyttä. ”Yksi kuva vastaa tuhatta sanaa” sanonta pätee hyvin tässäkin tapauksessa. (Salli & Takatalo 2014, 28.) Työpaikkailmoitukset antavat yrityksestä muutakin tietoa, oli se sitten tarkoituksellista tai ei. Niillä voidaan luoda joko positiivista tai negatiivista mielikuvaa yrityksestä. Ilmoitus toimii markkinointivälineenä henkilöille, joiden toivotaan hakevan paikkaa. Toimialan ja yrityksen imagon tulee olla sopusoinnussa tehtävän ilmoituksen kanssa. Kirjoitetun tekstin pitää olla virheetöntä ja sujuvaa. (Vaahtio 2005, 129.)

Ilmoituskanava valitaan sen mukaan, mitä potentiaaliset hakijat seuraavat. Kanavat voivat olla esimerkiksi sanomalehtiä, työnhaun verkkosivuja tai sosiaalisen media kanavia. Vaihtoehdot lisääntyvät jatkuvasti ja nopealla tahdilla. Sopivan tai sopivien hakukanavien löytäminen on tärkeää sopivien henkilöiden tavoittamisessa. Ilmoitusta on hyvä toistaa tarpeen mukaan, sillä esimerkiksi verkkoon päivittyä jatkuvasti uutta ja ”vanhan” sisällön näkyvyys vähenee. (Salli & Takatalo 2014, 28.)

#### 4.2 Imagon merkitys rekrytoinnissa

Vaahtio mainitsee kirjassaan, että työnhakijoiden ja -tekijöiden lisäksi työmarkkinoilla arvioitavina ovat myös työpaikka, tarjottu työ, työnantaja ja työehdot. Kaikki mitä henkilö tietää yrityksestä, vaikuttaa siihen hakeutuuko työntekijä jonkin yrityksen palvelukseen vai ei. Sellaiset henkilöt, joilla on valinnan varaa, myös suorittavat valinnan. Yrityksen on tehtävä itsensä mahdollisimman houkuttelevaksi, jotta se saisi haluamaansa henkilöstöä. Hyvä maine parhaista työntekijöistä kilpaillessa tuo etulyöntiaseman. Maineen tilalla ja myös rinnalla käytetään sanaa imago. Faktoja tärkeämpää on se, mitä ihmiset uskovat todeksi. Eri asioita luullaan todeksi eri aikoina, tämä ei liity välttämättä loogiseen päättelyyn. (Vaahtio 2005, 58-61.) Piha ja Pousi (2012, 146) ovat samaa mieltä: syntynyt mielikuva ei välttämättä perustu faktoihin, viestinnällä onkin siis merkittävä rooli työnantajamielikuvaan. Vaahtion mukaan kaikki informaatio, mitä kohteesta saadaan, vaikuttaa mielikuvan muodostamiseen. Mielikuvaan yrityksestä vaikuttaa yrityksen toiminnan lisäksi myös henkilön itsensä elämäntilanne, mutta myös se, millainen asema henkilöllä on yritykseen nähden. Maineseen voi yrittää vaikuttaa teoilla ja viestinnällä. Teot kuitenkin tulevat ensin. (Vaahtio 2005, 58-61.) Samaa mieltä ovat myös Piha ja Pousi. Yksinkertaisimmillaan työnantajamielikuva perustuu tekoihin ja lupauksiin, mutta teot ovat tärkeämpiä kuin sanat (Piha & Pousi 2012, 146). Yrityksissä yrityskuvaa

erehdytään liian usein luulemaan hyväksi, mikäli kielteisiä asioita ei ole noussut esiin (Vaah-tio 2005, 61).

#### 4.3 Potentiaaliset työnhakijat toiminta-alueella

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tehdä rekrytointipeli varhaisjakeluun. Tällä hetkellä EarlyBird-jakelua suoritetaan Uudellamaalla Karkkilassa, Mäntsälässä ja entisen Nummi-Pusulan alueella Lohjalla (Jakelijan opas 2017). Syyskuun 2016 lopulla Uudenmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen alueella oli työttömiä työnhakijoita 93052 henkilöä. Työllisyys oli parantanut 0,1% vuoden takaisesta tuloksesta, mikä tarkoittaa 64 henkilöä vähemmän. Työttömiä työnhakijoita oli 11,1% työvoimasta. (Työllisyyskatsaus 2017.)



Kuvio 3: Uudenmaan työttömien työnhakijoiden osuus kunnittain (Työttömyyskatsaus 2016)

Kuviossa 4 esitetään Uudenmaan alueen työttömien työnhakijoiden osuus työvoimasta kunnittain syyskuun lopussa 2016 (Työllisyyskatsaus 2016). Syyskuun lopussa 2016 alueella oli alle 25-vuotiaita työttömiä työnhakijoita 9 595. Luku on 5,2% pienempi, eli 524 henkilöä vähemmän kuin syyskuussa 2015. Alueella oli myös 16101 ulkomaalaista työtöntä työntekijää, eli 2,4 % ja 380 henkilöä vähemmän kuin syyskuussa 2015. Alueelle oli 19547 uutta työpaikkaa syyskuussa 2016. 4636 henkilöä ja 31,1% enemmän kuin vuosi sitten. Sanomalehtien jakajan ja kantajan ammatissa oli runsaasti uusia avoimia työpaikkoja, lukumäärä syyskuussa oli 751. (Työllisyyskatsaus 2016.)

Tarkemmin kunnittain tarkasteltuna Karkkilassa oli vuonna 2016 syyskuussa 471 työtöntä työnhakijaa. Vuotta aiemmin kunnassa oli 460 työtöntä työnhakijaa. Karkkilassa työttömien työnhakijoiden määrä oli siis noussut 11 henkilöllä. Alle 20-vuotiaita työttömiä työnhakijoita vain 10 ja alle 25-vuotiaita 57, kun taas yli 50-vuotiaita oli 198 henkilöä. Mäntsälässä työttö-

miä työnhakijoita oli 766 vuoden 2016 syyskuussa ja vuoden 2015 syyskuussa 790. Tulos on 24 hakijaa vähemmän kuin edellisenä vuonna. Alle 20-vuotiaita työttömiä työnhakijoita oli syyskuussa 2016 21 henkilöä ja alle 25-vuotiaita 101, kun taas yli 50-vuotiaita oli 330 henkilöä. Lohjan alueella oli 2632 työtöntä työnhakijaa syyskuussa 2016 ja vuotta aiemmin 2750. Työttömiä työnhakijoita oli yhteensä 118 vähemmän kuin syyskuussa 2015. Alle 20-vuotiaita työttömiä työnhakijoita oli 79 ja alle 25-vuotiaita 357, kun taas yli 50-vuotiaita oli 1139 henkilöä. (Työllisyyskatsaus 2016.) Koska jakelutyötä voidaan tehdä myös toisen työn ohella, työttömyystilastot eivät anna täyttä kuvaa potentiaalisista työn tekijöistä.

#### 4.4 Pelillistetty rekrytointi

Tässä alaluvussa käsitellään pelillistettyä rekrytointia ja kerrotaan tarkemmin pelillistämisen teoriasta ja sen käytöstä rekrytoinnissa. Luvussa esitetään useita esimerkkejä toteutetuista rekrytointipeleistä, ja käsitellään niiden kautta rekrytoinnin pelillistämisen hyötyjä ja ongelmia. Mosley mainitsee kirjassaan, että ennen ikävuotta 21 tavallinen amerikkalainen on kuluttanut 2000 - 3000 tuntia lukien kirjaa ja yli kolme kertaa enemmän pelaamalla tietokone- ja videopelejä. Globaalisti on arvioitu, että 350 miljoonaa ihmistä käyttävät yhteensä kolme miljardia tuntia viikossa videopelien pelaamiseen. (Mosley 2014, 173-174.)

Oli sitten mitä mieltä tahansa siitä, vaikuttaako se hyvällä vai huonolla tavalla ihmisten kykyyn olla yhteistyökykyisiä ja tuottavia työntekijöitä, ei ole epäilystä siitä, etteikö tämä kumulatiivinen pelikokemus liity ihmisten mieltymyksiin ja odotuksiin mediasta. Useat työnantajat ovat ottaneet pienen mukautuvan askeleen näiden yhdistyvien tarpeiden toteuttamiseen. Tällainen pieni askel on esimerkiksi yleisten pelillisten elementtien sisällyttäminen työpaikkasivustoille, kuten haaste pisteiden keräykseen ja tulostaulukon lisääminen. Kaikkein ilmi-selvin pitkän tähtäimen muutos on väistämättömästi kohti virtuaalista verkkoympäristöä, joka antaa potentiaalisille hakijoille paljon rikkaamman kuvan siitä, minkälaista työkokemusta heille ollaan tarjoamassa. (Mosley 2014, 173-174.)

On useita tapoja, joilla pelikonsepteja voidaan käyttää HR-alalla. Pelillistämistä voidaan esimerkiksi käyttää henkilöstön houkuttelussa, perehdyttämisessä, opettamisessa, sitouttamisessa ja pitämisessä. Pelillistämisen soveltamisen mahdollisuudet HR-puolella ulottuvat paljon laajemmalle, mitä tässä on mainittu. (Simpson & Jenkins 2015, 2.)

Helsingin Sanomat julkaisi elokuussa 2016 jutun rekrytoinnista ja rekrytoinnin pelillistämisestä. Rekrytoinnin pelillistäminen on uusi, Suomeen tuloillaan oleva trendi. Rekrytointikonsultti Tom Laine mainitsee Helsingin Sanomien haastattelussa, että Suomessa koetaan pelillistämisen olevan enemmänkin työpaikkailmoituksien näkyvyyden lisäämistä. Laine kertoo pelillistetyn rekrytoinnin olevan ulkomailla hyvin suosittua, kun Suomessa vasta muutamat yritykset

ovat innostuneet siitä. Yritykset käyttävät nyt yhä luovenpia keinoja etsiessään sopivia työntekijöitä. (Vuoripuro 2016.) Salli ja Takatalo mainitsevat, että hauskuus, luovuus ja pelillistäminen ovat yhä enemmän rekrytoinnissa hyödynnettyjä elementtejä. (Salli & Takatalo 2014, 39.)

Rekrytoinnin pelillistäminen voidaan määritellä esimerkiksi keinoiksi, joilla pyritään rohkaisemaan ihmisten luonnollista taipumusta ongelmanratkaisuun, itseilmaisuun ja kilpailuun. (Vuoripuro 2016). Kuten Helsingin Sanomien jutussa mainittiin, Salli ja Takatalo myös mainitsevat, että yritykset voivat aktivoida hakijoita erilaisilla web- ja mobiilisovelluksilla. Päästäkseen hakuprosessissa eteenpäin, työnhakijat esimerkiksi suorittavat tasoja ja tekevät tilanpäättelytehtäviä. Pelillistäminen luo modernin työnantajakuvan ja hoitaa esikarsinnan tehokkaasti. (Salli & Takatalo 2014, 39.)

Monet organisaatiot etsivät innovatiivisia työntekijöitä. Silti vain harvat organisaatiot ovat suunnitelleet rekrytointi- ja valintaprosesseja nimenomaan löytääkseen ja valitakseen sellaisia henkilöitä. Rekrytoinnin ja valinnan pelillistäminen, jossa on ”jahti” ja haasteet voivat olla ideaalinen tapa, jolla voi tunnistaa, houkutella ja hankkia lahjakkuuksia. Tällainen kärkijoukon rekrytointitapa ja valintaprosessit voivat myös tarjota arvokasta panosta yrityksen strategisen tarkoituksen, ja työnantajabrändin suhteen. (Simpson & Jenkins 2015, 2.)

Walz ja Deterding huomauttavat kuitenkin, että lisää työtä pitää tehdä sen eteen, jotta ymmärretään kuinka pelejä voi käyttää todellisen elämän suoriutumisen arviointiin, ja kuinka tällaisia ominaisuuksia voidaan sisällyttää rekrytointia avustaviin peleihin. Samaan aikaan teoreetikkojen ja yritysten täytyy ymmärtää pelien rajoitteet koulutuksessa tai rekrytoinnin työkaluina. Parhaimmatkin yritykset realististen skenaarioiden luomiseen peileillä ovat silti rajallisempia, kuin mitä haasteita työntekijät aidoissa tilanteissa voivat kohdata. (Walz & Deterdig 2015.)

Täytyy muistaa, että pelien pelaaminen ei vastaa arviointia koulutuskeskuksessa. Ei edes silloin, vaikka pelin tapahtumat tai tehtävät reflektioivat työssä tarvittavia kriittisiä tehtäviä. Henkilön käyttäytyminen pelissä välttämättä tarkoittaa, että henkilö käyttäytyisi samoin joka päiväisessä elämässä. Pelin pelaamisessa on oma dynamiikkansa, ja se miten pelaaja suoriutuu roolistaan, on vain heikko arvio siitä, miten hän suoriutuu ammatillisesta roolistaan. Pelaaja usein soveltaa ”pelin logiikkaa” personoituessaan pelin hahmoon, kuin että käyttäisi ”joka päiväistä logiikkaa”, ja valitsee tavoitteita, joita ei normaalissa elämässä valitsisi. Näin ollen tieto käyttäytymisestä pelin aikana voi olla epäluotettavaa, ja siinä voi riski useille virheille. Mikäli pelaaja onnistuu suoriutumaan toivotulla tavalla pelissä, hän pystyy mahdollisesti tekemään niin oikeassakin elämässä, mutta ei toisinpäin. (Wozniak 2015.)

Kuitenkaan joidenkin tehtävien epäonnistuminen pelissä ei tarkoita, että oikeassa elämässä tehtävät myös epäonnistuisivat. Onnistuminen on mahdollista, mikäli henkilön motivaatio ja huolellisuuden taso on korkeammalla. Tämän ajatuksen takana on päätelmä, ettei pelaajan omistautumista ja motivaatiota voida kontrolloida. Mikäli henkilö samaistuu kokonaisuudessaan pelattuun rooliin, hänen käyttäytymisensä on samanlaista kuin tosielämässä, tosin välttämättä tavoitteet eivät ole samoja. Tämä argumentti on vahvempi pelillistämässä kuin peleissä, jossa yleisen säännön mukaan osallistujat samaistuvat heikommin pelattuihin rooleihin kuin peleissä. Pelit voidaan erotella sisällön mukaan. Kun sisältö edellyttää pelaajan ottamaan työntekijän roolin tietyssä yrityksessä, peliin osallistuminen voi muodostaa tietoa työstä ja antaa realistisemmän kuvan työstä. Jos roolin pelaaminen vaatii pelaajalta työntekijän tehtäviä vastaavien tehtävien suorittamista, pelaaja oppii lisää omasta sopivuudestaan työntekijän rooliin, mutta myös HR-osasto voi hyötyä tästä tiedosta. (Wozniak 2015.)

#### 4.5 Suomalaisia yrityksiä

Laine mainitsee rekrytoinnin pelillistämisen jakautuvan kahteen kokonaisuuteen. Ensimmäiseksi pelien keinoja käyttämällä rohkaistaan yritysten markkinointiviestinnän kommentointiin ja jakamiseen. Toiseksi pelillistäminen voidaan sisällyttää osaksi rekrytointiprosessia. Laine kertoo myös haastattelussa, että Suomessa ollaan kehittämässä jo pelillistämistä hyödyntäviä palveluita, jotka ovat erikoistuneet henkilöstöjohtamiseen. (Vuoripuro 2016.)

Helsingin Sanomien artikkelissa mainitaan Pockethunt esimerkkinä tällaisesta kehittäjästä. Pockethuntin rekrytointisovellus lanseerattiin vuoden 2016 kesäkuussa. Sovelluksessa työnhakijat voivat mm. selata kiinnostavia työnantajia ilman omien tietojensa paljastamista, seuran haku sovellusTinderin mallin mukaisesti. (Vuoripuro 2016.) kuten Helsingin Sanomien kirjoittamassa artikkelissa, myös Kauppalehden elokuussa 2016 julkaisemassa jutussa kerrotaan kyseessä olevan ”Tinderin kaltainen ominaisuus”. Kauppalehdessä julkaistussa jutussa Pockethuntin perustajaosakas Joakim Honkasalo kertoo, että palvelulla halutaan aikaan saada aikaan parempia työsuhteita. Honkasalo kertoo, että ihmiset pystyvät ilmaisemaan aidot kiinnostuksen kohteensa, niin uransa kuin harrastuksiansa puolelta. Helsingin Sanomien jutussa Honkasalo kertoo, että on aina pitänyt peleistä. Nyt oli herännyt ajatus, että miksei peleillä voisi tehdä hauskan konservatiivisistakin rekrytointiprosesseista. (Haapala 2016.)

Honkasalon mielestään tulevaisuudessa rekrytoinneissa tulee korostumaan vuorovaikutteisuus ja pelien hyödyntäminen. Honkasalo sanoo perinteisen rekrytointitavan olevan ongelmallinen, sillä kaikki kandidaatit käyttävät paljon aikaansa prosessin aikana, mutta hyöty tulee vain yhdelle henkilölle. Pelillistäminen toimii etenkin, mikäli sovelluksiin pystytään tuomaan käyttäjiä palkitsevia elementtejä. Helsingin Sanomien jutun mukaan, myös prosessin joukkoista-



minen liittyy kiinteästi rekrytoinnin pelin kaltaisiin ominaisuuksiin. Esimerkiksi sopivan henkilön suosittelemisesta voidaan luvata ”löytöpalkkio”. (Haapala 2016.)

Keinoilla voidaan myös rohkaista yrityksen markkinointiviestinnän jakamiseen ja kommentointiin. Finanssialan yritys Holvi tarjoaa rahallisen palkkion sopivan henkilön suosittelemisesta. Jutussa haastateltu Holvin markkinointijohtaja Elina Räsänen mainitsee, että vinkkauksia on tullut useita parhaillaan haussa olevaan ohjelmistokehittäjän paikkaan. Oikeaa henkilöä suositelleelle annetaan 500€ palkkio. Useat teknologialan osaajat eivät pidä headhuntereista, mutta oman verkoston suosittelut ovat heille luontevampi tapa hakea töitä. (Vuoripuro 2016.)

Räsänen kertoo Holvin etsivän jatkuvasti uusia rekryointitapoja, sillä kilpailu erityisesti teknologiapuolen osaajista on tiukkaa. Holvi aikoo tuplata työntekijänsä joulukuun 2016 mennessä. Räsänen sanoo, että uudet sovellukset ovat tehokkaampia kuin perinteiset rekryointikanavat, jotka eivät tavoita oikeaa hakijaprofiilia. Uudet sovellukset taas tekevät yritystä tutuksi ja tuovat yrityksen lähemmäs työntekijää. Räsänen mainitsee, että rekrytoinnin onnistuminen vaatii sitä, että työnantajamielikuvaa rakennetaan pitkäjänteisesti. Parhaina ”lähettiläinä” toimivat tyytyväiset työntekijät. Räsänen mukaan työntekijän täytyy haluta itse jakaa yritystä koskevia päivityksiä sosiaalisessa mediassa. Pelillistäminen voi olla kannustin siihen. (Vuoripuro 2016.)

#### 4.6 Yhdysvaltojen armeija

Tämä alaluku käsittelee pelillistämistä rekrytoinnissaan käyttänyttä Yhdysvaltojen armeijaa. Yhdysvaltojen armeija on erinomainen esimerkki epäsuoran rekrytoinnin pelillistämisestä. Vuonna 1983 Yhdysvalloissa alkoi aika, joka myöhemmin kehittyi ekonomisen kasvun ajaksi. Tämä vuorostaan kannusti yrityksiä kehittymään eri toimialoilla, lisäsi koulutusmahdollisuuksia Amerikkalaiselle nuorisolle ja loi korkean ylijäämän valtion verotuloissa. Yhdysvaltojen armeijalla ei kuitenkaan mennyt hyvin. 18 - 25-vuotiaiden miesten mahdollisuuksien laajenemisen takia kukaan ei enää halunnut ilmoittautua vapaaehtoiseksi organisaatioon, joka yksinomaan toimi sen varassa, että ihmiset halusivat vapaaehtoisesti liittyä siihen. Koska Yhdysvalloilla ei ollut oikeaa konfliktia, rekrytointi ”velvollisuuden” vuoksi ei juuri puhutellut Amerikkalaista nuorisoa. Armeija yritti uudelleen brändätä itsensä ”seikkailuksi”, joka olisi päivänvastainen suunta kuin ”velvollisuus”. Ihmisiä houkuteltiin olemaan ”kaikkea mitä pystyt olemaan”. Kuitenkin rekrytointi pysyi verkkaisena 1990-luvulle saakka, jolloin sen luonne muuttui enemmänkin palkkasotilaalliseksi. Rekrytoinnissa käytettiin stipendejä ja muita kalliita rekrytointikeinoja. (Zichermann & Linder 2013, 103-104.)

Vuonna 2002 julkistettiin eläkkeelle jääneen eversti Casey Wardynsk:n suunnittelema peli ”America’s Army”. Sinä vuonna Armeijan rekrytointi muuttui ikiajoiksi. Peli antoi tietokone-

peliteknologiaa käyttämällä pelaajille virtuaalisen kokemuksen armeijasta. (Zichermann & Linder 2013, 104.)

America's Army -peli oli selkeästi suunniteltu niin, ettei sen tarkoitus olisi saada pelaajia heti rekrytoitua. Pelin luoja Wardynskin mukaan se lisää armeijan vaihtoehdoksi, kun ylioppilaat miettivät uravalintojaan. Yllättävänä etuna tuli myös se, että rekrytoitavien sitouttaminen tällaisella tavalla johti lopulta alempiin rekrytointi kustannuksiin. America's Army -pelistä tuli kaikkien aikojen kustannustehokkain rekrytointiprojekti armeijan historiassa. 10 vuoden aikana pelin tekeminen maksoi 33 miljoonaa dollaria ja ylläpito maksoi vielä vähemmän. Pohjimiltaan pieni lasku armeijan 700 miljoonan dollarin vuosittaisesta rekrytointibudjetista. Tämän ajanjakson aikana Yhdysvaltojen armeija vannoi kongressitodistuksen, että America's Army -peli oli kaikkien aikojen tehokkain tapa kytkeytyä rekrytoitaviin. (Zichermann & Linder 2013, 104-105.)

Vuonna 2008 tehdystä Massachusetts Institute of Technologyn (MIT) tutkimuksessa kävi ilmi, että 30 prosentilla amerikkalaisista nuorista on myönteisempi mielikuva Yhdysvaltojen armeijasta pelin takia. Tutkimuksessa kävi myös ilmi, että pelillä oli suurempi vaikutus rekrytointeihin, kuin armeijan muilla tavoilla mainostaa yhteensä. Yli 9 miljoonalla latauksella America's Army pysyi vuosia ensimmäisen persoonan ammuntopelien parhaimman kymmenen joukossa. Lisäksi pelaajat ymmärsivät pelin avulla, millaista olisi olla armeijassa. Uudet rekrytoidut, jotka olivat pelanneet peliä pääsivät todennäköisemmin ensimmäisten yhdeksän epävakaaan peruskoulutusviikon läpi. Peli oli valmistanut heitä paremmin, kuin mitä ikinä yksikään mainos, myyntipuhe tai juliste oli koskaan pystynyt. America's Army on kuitenkin monimutkainen peli, joka vaati vuosien kehittämistä ja tuhansia tuotantotunteja. (Zichermann & Linder 2013, 104-105.)

Hauskuus teki America's Army -pelistä täydellisen menestyksen. Pelaajat pitivät pelistä, ja mitä lisähyötyä armeija saikin pelistä, pelaajan näkökulmasta se oli korkeintaan tahatonta. Kun pelistä tai haasteesta tehdään hauska, pelaajien houkuttelusta tulee paljon helpompaa. (Zichermann & Linder 2013, 104-105.)

#### 4.7 L'Oréal

L'Oréal on hyvä esimerkki siitä, millaisia odottamattomiakin hyötyjä pelillistämällä voidaan saavuttaa. Zichermannin ja Linderin mukaan L'Oréal kosmetiikkajättiläisenä tiesi tarvitsevansa lisää päteviä hakijoita täyttämään avoimia työpaikkojaan. Yritys myös tiesi, että se halusi taitavia henkilöitä joiden tavoitteena ei ollut työskennellä nimenomaan huippuluokan kosmetiikkabrändille. Yritys halusi kovasti osajia ohjelmoijista insinööreihin. Yritys kuitenkin huo-

masi, että osaajia oli vaikea vakuuttaa siitä, että he halusivat tulla töihin L'Oréalille. (Zichermann & Linder 2013, 108-112.)

2010 L'Oréal esitteli Reveal:n, kilpailullisen rekryointipelin. Peli oli kohdistettu jatko-opiskelijoille ja suunniteltu jäljentämään sitä, millaisena kandidaatit saattaisivat olettaa heidän työskentely-ympäristönsä tuntuvan. Yrityksen tarkoitus oli mahdollistaa opiskelijoille, jotka eivät tienneet minne osaaminen kannattaisi kohdentaa, mahdollisuus kokeilla ja ymmärtää paremmin tehtäviä, tuotteiden suunnittelusta markkinointiin ja kirjanpitoon. Peli myös kehotti rekrytoijia olemaan yhteydessä suurimpia pistemääriä saaviin henkilöihin. Peli yhdisti näin potentiaaliset hakijat avoimiin työpaikkoihin. Voidaankin sanoa, että peli auttoi opiskelijoita löytämään urapolkunsä ja urapolkua löytämään opiskelijat. Kun opiskelijat sitten saapuivat työhönsä, he sopivat siihen hyvin. (Zichermann & Linder 2013, 108-112.)

Jo ennen Reveal-peliä, L'Oréal oli ollut jo 20 vuotta globaali johtaja pelillistetyssä rekryoinnissa. Vuonna 1993 yritys käynnisti tosielämän kilpailun, jossa määriteltiin yrityksen vakavasti otettavien nuorien rekrytoitavien ja suurimpien fanien taidot. Yritys kutsui peliä nimellä "Brandstorm". Peli oli suunniteltu yliopisto-opiskelijoille ja heidän rekrytoimiselleen eri puolilta maailmaa. Joka vuosi kolmen hengen tiimit kilpailevat keskenään siitä, mikä joukkue suunnittelee ja markkinoi kansainvälisessä kilpailussa uuden tuotelinjan yhdelle L'Oréalin 23 kansainväliselle brändille. Vuonna 2012 tiimit kilpailivat Body Shopin tuotteiden suunnittelusta. (Zichermann & Linder 2013, 108-122.)

Brandstorm suunniteltiin alun perin luomaan areena, jolla parhaat markkinointialan nuoret osaajat pystyisivät näyttämään kykynsä. Sivutuotteena yritys sai myös mahdollisuuden olla vuorovaikutuksessa nuorimpien kuluttajien kanssa, ja paremmin arvioida heidän tarpeitaan ja mielenkiintojaan. Yritys saikin arvokkaan oppitunnin markkinoinnista. Esimerkiksi osana vuoden 2012 kilpailua se pyysi osallistujia sisällyttämään työhönsä mahdollisuuksia digitaaliseen vuorovaikutukseen. Yritys pyysi, että jokainen tiimi käyttäisi digitaalista teknologiaa markkinointistrategiansä keskiössä. Tiimit suunnittelivat markkinointistrategian hypoteettiselle miesten intiimihygienian tuotelinjalle. Osallistujia tuli 40 eri maasta ja voittajat ilmoitettiin Pariisissa kansainvälisesti. Tietenkin jokaisesta Brandstormin kierroksesta yritys saa tuhansittain tarkkoja ideoita tuotteista, sekä niiden mukana kokonaisia markkinointisuunnitelmia. Vuonna 2012 nuo suunnitelmat tarjosivat ideoita siitä, mitä ja miten nuoret nykypäivänä haluavat ostaa. (Zichermann & Linder 2013, 108-122.)

Peli epäilemättä tuottaa tasokkaita kandidaatteja ja ideoita hyvin alhaiseen hintaan, mutta se myös ylittää itsensä toisella tavalla. Peli luo laadukkuuden ja tiedon kehän, joka vaikuttaa positiivisesti koko organisaatioon. Yritys saa Brandstormista tulleet ideat samalla, kun parhaimmat kandidaatit oppivat lisää yrityksestä. Ajan saatossa rekryointi tuottaa laadukkaam-

pia kandidaatteja. Erityisen mielenkiinnon alla ovat ne henkilöt, joiden kilpailuvaisto vastaa positiivisesti esitettyihin haasteisiin. Kehä lopulta auttaa vauhdittamaan yritystä eteenpäin. L'Oréalin varatoimitusjohtaja Sumita Banarjee kutsuukin peliä "L'Oréalin globaalien liiketoimintastrategian pääpilariksi". (Zichermann & Linder 2013, 108-122.)

Vuonna 2017 L'Oréalin Brandstormiin on ottanut osaa 95 000 henkilöä 58 eri maasta 25-vuoden aikana. Tänä vuonna L'Oréal uudistaa pelinsä innovaation hautomakoneeksi osaajille ja projekteille. Päämääränä on antaa opiskelijoille mahdollisuus muuhunkin kuin kokemaan L'Oréalin työntekijän elämää. Opiskelijat saavat muuntaa innovatiiviset ideansa käytäntöön. L'Oréal järjestää kesäkuun 15 päivä Innovaatiomessut Pariisissa. Osanottajat, jotka saavat alueensa parhaimmat pisteet, tulevat esittelijöiksi messuille. Messuissa on otettu mallia tekniikka-alan messuista. Nuorilla innovaattoreilla on mahdollisuus esittää projektinsa ja vakuuttaa alueella kiertelevät tuomarit. Yritys odottaa tämän vuotisen osallistujamäärän nousevan vuoden 2016 15 000 hakijasta 20 000 hakijaan. (L'Oréal 2017.)

#### 4.8 Poste Forma

Ranskassa jakelualalla toimivan Poste Forma -yrityksen jakelupeli sopii erityisen hyvin tämän työn tietoperustaan. Pelin toteutuksesta kerrotaan tarkemmin kuin muista peleistä, sillä peli on tarkoitettu jakelualalle ja se on relevantti oppinäytetyön toimeksiantajan kannalta.

Forma Poste on ranskassa postinjakelussa toimiva yritys. Vuonna 2011 yritys kertoi sivuillaan lanseeraavansa pelin nimeltä Factor Academy. Tämä peli antaa nuorille mahdollisuuden elää viikon harjoittelijan elämää virtuaalisesti, ja oppia työstä. Tämä "vakava peli" on tietokoneohjelma, joka yhdistää vakavan tarkoituksen, oppimisen, tiedon, kommunikaation, markkinoinnin ja leikkisyyden. (Forma Poste 2011.)

Pelin tavoitteena on olla leikkisä ja interaktiivinen tuki, jolla pelaaja voi testata motivaatioitaan, ja nähdä työn realiteetit ja harjoittelijan jokapäiväistä elämää. Yli 25 prosenttia harjoittelijoiksi ilmoittautuneista ei suorita loppuun koeaikaansa, johtuen käytösongelmista ja motivaation puutteesta. Peli toimii ensimmäisenä seulana hakijoille, tarjoamalla tietoa siitä, mitä voi odottaa työltä. (Forma Poste 2017.)

Pelin tulokset olivat juuri sitä mitä oli toivottu, kesken lopettaneiden määrä tippui 25 prosentista kahdeksaan prosenttiin. Tämän lisäksi kandidaatit olivat tietoisempia työstä ja heillä oli parempia kysymyksiä kouluttajille, sekä myös jotain yhteistä, nimittäin mielipide pelistä. (Herger 2013.)

Peli julkaistiin jo vuonna 2010. Rekrytointiformaatti ”Jakaja akademia” mahdollistaa leikkisän osallistumisen tyypilliseen viikkoon postikantajan koulutuksessa. Hakija vierailee maanantais-ta perjantaihin eri koulutuskeskuksissa ja työskentelee eri tehtävissä. Pelissä voi tutustua esimerkiksi harjoittelijan arkeen. Samalla pelaaja oppii yrityksen arvoja ja postinkäsittelijälle tärkeitä taitoja. Lopulta pelaaja voi hakea harjoittelijan tehtävään. (Diercks 2011.)



Kuva 1: Jakaja akademia -peli (Diercks 2011)



Kuva 2: Peli hahmon valitseminen (Diercks 2011)



Kuva 3: Pelissä tehdään työtehtäviä (Diercks 2011)



Kuva 4: Pelissä opettaja kysyy kysymyksiä ja pelaaja vastaa niihin (Diercks 2011)

Kuvilla 1 - 4 havainnollistetaan pelin kulkua. Pelin aikana täytyy tehdä ammatillista toimintaa, mutta myös aivan tavallisia toimia. Harjoittelija herää aikaisin pelin alussa ja valmistautuu ensin kotona töihin lähtöön. Hahmo esimerkiksi herää aikaisin, ajaa parran, käy suihkussa ja syö aamupalan. Aamutoimet kuulostavat arkisilta, mutta taka-ajatuksena on vaatimus, että työpaikalla pitää olla ajoissa. Erityisesti postille ajoissa oleminen on erittäin tärkeää. (Diercks 2011.)

Pelissä siirrytään seuraavaksi koulutukseen. Koulutuksessa valitaan, mitä tehtävää varten haluaa koulutusta, tässä tapauksessa valittiin postityöntekijän ammatti. Koulutus suuntautuu valinnan jälkeen postityöntekijän toimintoihin. Koulutuksessa opettaja esittää kysymyksiä. Kysymyksiin täytyy vastata ja opettaja antaa sitten palautetta vastauksista. Opetusosion jälkeen on eräänlainen välitesti, jossa arvioidaan oikeiden vastausten lisäksi muita aspekteja,

kuten uteliaisuus ja ystävällisyys. Peli jatkuu tällä tyylillä kunnes koko viikko on suoritettu. ”Jakaja akatemian” ensisijainen tavoite on tarjota kiinnostuneelle henkilölle väline oman motivaation arviointiin. Sillä myös annetaan hakijalle realistinen kuva postinjakajan työstä. ”Sopivia” hakijoita kannustetaan päätöksessä ja ”epäsopivat” hakijat ymmärtävät, että tämä ei ole heitä varten. On mainitsemisen arvoista, että peliin osallistuminen on vastustamaton vaatimus sille, että pääsee ylipäätään hakemaan paikkaan. Hakemus löytyy vain pelin lopusta. (Diercks 2011.)

#### 4.9 Deloitte

Vuonna 2014 Deloitteen New Zealandin toimipiste tarvitsi vuonna jotakin ainutlaatuista ja uutta jatko-opiskelijoiden rekrytointikampanjaansa. Rekrytointivideot ovat yleensä tylsiä ja kivia. Digitaalinen videotuotantoyhtiö Little Sister Films, eli LFS, kehitti yhteistyössä Deloitteen kanssa rekrytointikampanjan. LFS halusi luoda jotain kevyttä, mutta joka esittelisi katsojalle Deloitteen kulttuuria ja useita tehtäviä, joita yrityksellä on tarjota. LFS päätti luoda näkökulman, jossa tehtiin video interaktiivisesta päivästä elämässä. (Rapt Media 2017.)

Pelillistetty video toteutettiin Ralp Median kanssa. Video toimi tietokoneilla, mutta myös tableteilla ja puhelimilla. LFS lisäsi myös linkkejä ulkoisille sivuille ohjatakseen liikennettä tietyille osille verkkosivuja. (Rapt Media 2017.)

Deloitte kertoo 2015 julkaisemassaan lehdistötiedotteessa, että se on sisällyttänyt pelitekniikan rekrytointiprosessiinsa helpottaakseen innovatiivisten, luovien ja ongelmanratkaisukykyisten henkilöiden tunnistamista. Henkilöt jotka hakivat 2015 Deloitteen BrightStart Business Apprenticeship -ohjelmaan, arvioitiin Firefly Freedom -pelillä. Firefly Freedom -applikaatio kehitettiin Artic Shores nimisen rekrytointiin keskittyneen ohjelmistonkehittäjäyrityksen toimesta. 2015 Deloitte ilmoitti tiedotteessaan, että mikäli kokeilu onnistuisi, Deloitte laajentaa ohjelman kaikkiin 1500 valmistuvien ja koulusta lähtevien rekrytointiin, joita yritys palkkaa joka vuosi. Deloitte mainitsee tiedotteessaan, että he toivovat kokeilujakson auttavan löytämään potentiaalisia rekrytoitavia, joita eivät ehkä muutoin erottuisi joukosta tavanomaisessa rekrytointiprosessissa. Aloittelija-tasoisten rekrytointiprosessissa Deloitte käyttää läpi prosessin ”koulutukselle sokeita” haastatteluja ja dataa, jota ei ole yhdistetty muihin tietoihin hakijasta. Deloitte toivoo, että laajan skaalan mittaus auttaa yritystä löytämään monipuolisemman joukon lahjakkuuksia. (Parsons 2015.)

Talent at Deloitte -osaston pääosakas Emma Codl kertoo 2015 tiedotteessa, että Iso-Britannian sosiaalinen liikkuvuus on strateginen prioriteetti, niin maalle kuin Deloitteille. Hän sanoo, että yritys tarvitsee ihmisiä useista eri taustoista, jotka tuovat erilaista perspektiiviä ja kokemusta yritykseen. Hänen mukaansa on olemassa vakuuttavia todisteita siitä, että vaih-

toehtoisten tapojen käyttö rekrytointiprosessissa tukee tätä tavoitetta. Se auttaa tunnistamaan poikkeukselliset lahjakkuudet mahdollistamalla milleniaanien sukupolven loistamisen (Parsons 2015.)

Deloitteen opiskelija rekrytoinnin päällikkö Rob Fryer mainitsee, että he ovat alkaneet jo nähdä tämän teknologian suoran vaikutuksen. Yrityksellä on ohjelma nimeltä ASPIRE, joka on tarkoitettu opiskelijoille, jotka tulevat vähemmän etuoikeutetuista taustoista. Eräältä ASPIRE-ohjelmaan osallistuneelta opiskelijalta mitattiin parhaimmat tulokset potentiaalisissa ja innovatiivisuudessa, joita koskaan on nähty. Fryer mainitsee, että he haluavat pelin auttavan tunnistamaan juuri tällaiset henkilöt. Vanha rekrytointiprosessi ei olisi sopinut tälle henkilölle, mutta häneltä löytyy juuri niitä taitoja, joita Deloitte tarvitsee. (Parsons 2015.)

Hakijat voivat ladata pelin Androidin tai Applen laitteille. Peli kestää 20-30 minuuttia. Pelissä käydään läpi haasteita, joissa arvioidaan useita persoonallisuuden ominaisuuksia. Aiempaa pelikokemusta ei tarvita. Applikaatio kerää yli 3000 datapistettä, jotka auttavat hakijoiden luonnollisten preferenssien objektiivisempaan ja rikkaampaan arviointiin. Robert Newry, toimitusjohtaja ja yksi Artic Shoren perustajista mainitsee: "Alkuvaiheen rekrytointi ei ole juurikaan muuttunut aikojen saatossa, ja sen täytyy pikaisesti mukautua kuvastamaan digitaalisten työpaikkojen ja älypuhelimilla käyvien milleniaanien tarpeita. Peliin pohjautuva applikaatio tarjoaa erilaisista taustoista tuleville hakijoille helpon tavan osoittaa, onko heistä menestymään nopeasti muuttuvassa ja dynaamisessa työympäristössä." (Parsons 2015.)

#### 4.10 Rekrytointipelejä freelancereille

Tässä aluvussa käsittelen freelancereille suunnattuja rekrytointipelejä, IBM Liquid Challenge- ja Odesk-pelejä. IBM Liquid Challenge tehtiin freelancereiden rekrytoimiseen. Kandidaatteja pyydettiin tekemään tarjous työstä tuntiperustaisesti. Kandidaatteja arvioitiin useilla tasoilla, kuten taitojen, kokemuksen ja tuntihinnan perusteella. Kandidaatit sitten merkittiin väreillä sen mukaan, mitä työtä he hakivat. Kun he osallistuvat koulutukseen, heidän "väri statuksensa" lisääntyy ja heidän sopivuutensa projekteihin lisääntyy. Lopullinen palkkio oli tuntityön voittaminen edistymisen ja väristatuksen mukaan. (Herger 2013.)

Odesk on markkinapaikka freelancereille ja projektien omistajille. Freelancerit ylläpitävät profiilejaan, joissa mainitaan taidot, kokemus ja heidän tuntihintansa. Taidot voidaan todentaa alustassa olevien testien kautta, josta testien tulokset lisätään profiiliin. Aiemmat ostajat voivat arvioida freelancerit ja antaa heille julkisia arvioita kokemuksistaan ja työn laadusta. Freelancerit tarjoavat projekteista hintojensa ja taitojensa mukaan, jolloin projektien omistajat voivat suodattaa tarjoajia. (Herger 2013.)



## 5 Tutkimusmenetelmät

### Toiminnallinen opinnäytetyö

Tämä opinnäytetyö toteutetaan toiminnallisena opinnäytetyönä. Kun opinnäytteenä kehitetään jotain toiminnallista osa-aluetta tai tuotetaan jokin fyysinen tuotos, kyse on toiminnallisesta opinnäytetyöstä. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tavoitteena on oman alan tiedon, sivistyksen ja taidon kehittyminen. Työtä tehdessä käytetään tutkimuksellista asennetta. Toiminnallisen osuuden ohessa kirjoitetaan raportti, joka koskee kehittämisprosessia ja tuotosta. Toiminnallisessa opinnäytetyössä opiskelijat voivat tarvittaessa käyttää erilaisia tutkimusmetodeja. (Vilkkä 2006, 76.) Tässä opinnäytetyössä suunnitellaan rekrytointipeli Early-Bird-jakelulle.

### Teemahaastattelu

Toiminnallisen opinnäytetyön tukena käytetään kvalitatiiviseen otteeseen laskettavia teemahaastatteluja. Kvalitatiivinen tutkimus on tämän opinnäytetyön toteuttamisen kannalta olennaista. Kvalitatiivinen tutkimus tarkoittaa laadullista tutkimusmenetelmää. Sen tavoite on ymmärtää ryhmän tai yksilön toimintaa laatujen, eli ihmisten niille antamien merkitysten avulla. Esimerkiksi ihanteet, halut, uskomukset ja arvot ovat tällaisia asioille ihmisten antamia merkityksiä. (Vilkkä 2015, 224.) Havainnointi, haastattelu ja erilaisiin dokumentteihin perustuva tieto ovat yleisimmät laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmät (Tuomi & Sarajärvi 2013, 71). Avoin haastattelu, lomakehaastattelu ja teemahaastattelu ovat tutkimushaastattelumenetelmiä laadullisessa tutkimuksessa (Vilkkä 2005, 101).

Tutkimushaastattelut ovat yleensä yksilöhaastatteluja, mutta riippuen tutkimuksen tavoitteista, kaikkia tutkimushaastattelutapoja voidaan soveltaa myös ryhmähaastatteluun. Esimerkiksi ryhmäkeskustelu soveltuu yhteisön käsitysten tutkimiseen ja yksilöhaastattelu henkilön oman kokemuksen tutkimiseen. Yleisin tutkimushaastattelun muoto on teemahaastattelu. (Vilkkä 2005, 101.)

Teemahaastattelu on puolistrukturoitua haastattelua, joka on lähellä syvähaastattelua. Teemahaastattelussa on etukäteen valittuja keskeisiä teemoja ja niihin liittyviä tarkentavia kysymyksiä, joiden perusteella edetään haastattelussa. Teemahaastattelussa metodologisesti korostetaan ihmisten asioille antamia merkityksiä, miten vuorovaikutuksessa merkitykset syntyvät, sekä heidän tulkintojaan asioista. Teemahaastattelussa ei voi kysyä mitä vain, siinä tarkoitus on pyrkiä löytämään tutkimustehtävän, ongelmanasettelun ja tutkimuksen tarkoituksen mukaisesti vastauksia. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 71-75.)

Tässä opinnäytetyössä käytetään teemahaastattelua, sillä se sopi työn aiheeseen, jossa oli eroteltavissa selkeitä teemoja. Teemahaastattelun keinoin vastaajat pystyivät tarjoamaan aiheeseen uutta tietoa esitetyistä teemoista. Uutta tietoa ei olisi saatu esimerkiksi strukturoidulla haastattelulla. Strukturoidussa haastattelussa tarjotaan vastaajalle valmiit vastausvaihtoehdot (Ronkainen, Pehkonen, Lindblom-Yläne & Paavilainen 2014, 114-116).

#### Haastateltavat

Harkinnanvarainen otos on yksi laadullisen tutkimuksen otos tapa. Yleensä tutkija määrittelee kriteetrit, joiden perusteella tutkittavat/aineisto valitaan. Tutkittavien etsintä voidaan suorittaa lumipallotekniikalla. Lumipallotekniikassa voidaan käyttää jo entuudestaan tiedossa olevia kontakteja, silloin kun tutkimusaineisto kerätään ihmisiltä. Henkilöiltä, jotka osallistuvat tutkimukseen, pyydetään vinkkejä toisista soveltuvista henkilöistä. Tutkittavien hakeminen voi tapahtua esimerkiksi ilmoituksella lehdessä. Siinä tapauksessa soveltuvat tutkittavat voivat itse ilmoittaa kiinnostuksestaan osallistua tutkimukseen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tässä opinnäytetyössä on hahmotettavissa kolme tutkittavaa perusjoukkoa: EarlyBirdin aluekoordinaattorit, pelillistämistä rekrytointiin käyttävät yritykset, sekä alalla pelillistämistä käyttäneet yritykset. EarlyBirdin aluekoordinaattoreista haastateltiin koko perusjoukkoa, eli kahta aluekoordinaattoria.

Pelillistämistä rekrytinnissa käyttäneiden perusjoukosta haastateltiin kahta yritystä. Valitseminen oli vaikeaa, sillä haastateltavia on suomessa vähän ja haastatteluja vaikea saada. Haastateltavat on valittu harkinnanvaraisella otoksella, sillä julkisella sektorilla tehdyssä rekrytointivisassa on samankaltainen toimintalogiikka, kuin opinnäytetyössä suunnitellussa pelissä. Toinen haastateltava yritys käyttää pelillistämistä ja pelitekniikoita laajemmin, joten yritys sopi hyvin opinnäytetyön tarkoitukseen. Haastateltavaa lähestyttiin LinkedIn-palvelun kautta, jolloin mahdollisuus haastatteluun syntyi. Otos olisi ollut pelillistämisen ongelmien ja hyötyjen selvittämisen näkökulmasta edustavampi, mikäli haastateltavaksi olisi saatu vielä rekrytointipelin simulaationa tuottanut haastateltava.

Kolmas perusjoukko ovat pelillistämistä alalla käyttäneet. Yrityksiä on tiedossa kaksi. Pelillistämistä voi olla käytössä laajemminkin, mutta asia ei ole julkisessa tiedossa. Opinnäytetyöhön saatiin suostumus haastatteluun toiselta yritykseltä, mutta toinen yritys kieltäytyi haastattelusta. Otos olisi ollut edustavampi, mikäli toinenkin yritys olisi suostunut haastatteluun.

#### Luotettavuus ja eettisyys

Validiteetti kuvaa pätevyyttä eli sitä, miten mittari tai tutkimus kuvaa ilmiötä, jota tutkitaan (Ronkainen ym. 2014, 130). Se vaihtelee, miten perinteisesti kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetyt käsitteet validiteetti ja reabiliteetti sopivat laadullisen tutkimuksen arviointiin (Saarinen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Validiteetin kuvaamiseen on kehitetty vaihtoehtoisia käsitteitä, joissa tietämisen epävarmuus hyväksytään, sekä se, että aina tieto on osittaista, ihmisjoukon tai ihmisten tekemää ja tiedoksi hyväksyttyä. Saadut tutkimustulokset eivät ole itsessään tietoa, mutta siitä vakuutetaan tietona. Tunteet ja intressit sisältyvät rationaalisen päättelyn ohella aina tähän vakuuttumiseen. Tiedon pätevyyttä kannattaakin arvioida käytettävyyden ja mahdollisten seurausten kautta. (Ronkainen ym. 2014, 134-135.)

Opinnäytetyö esittää useita esimerkkejä rekrytoinnin pelillistämisestä ja sen hyvistä ja huonoista puolista. Yritysesimerkeissä ollaan sen tiedon varassa, mitä yritykset itse kertovat ulospäin. On oletettavaa, etteivät yritykset kerro negatiivisia asioita omasta rekrytointiprosessistaan kovinkaan herkästi, joten kaikkia negatiivisia vaikutuksia ei välttämättä ole kerrottu.

Yleistämisellä ei ole tilastollista merkitystä laadullisessa tutkimuksessa. Tausta-ajatuksena on, että tutkittavan ilmiön pohjalta pystytään saamaan osviittaa myös muihin samanlaisiin tapauksiin. Riittävän perusteellisella tutkinnalla saadaan selville ilmiön merkittävät seikat ja yleisemmän tason tarkastelussa mahdollisesti toistuvat asiat. Yleistämistä voidaan pitää laadullisessa tutkimuksessa myös siirrettävyytenä. Jotkin teoreettiset käsitteet ovat sovellettavissa toisenlaisiin yhteyksiin, kuin mihin niitä on alkuperäisessä tutkimuksessa käytetty. Siirrettävyys voi myös tarkoittaa tutkimustulosten soveltumista eri toimintaympäristöön. Soveltamiseen vaikuttaa, miten samanlainen ympäristö on, johon tuloksia on tarkoitus siirtää ja tutkittu ympäristö ovat. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tämän opinnäytetyön tulokset ovat osittain sovellettavissa tai siirrettävissä muihin tutkimuksiin. Pelillistetyn rekrytoinnin ongelmista ja hyödyistä voidaan saada osviittaa muihin tutkimuksiin. Myös varhaisjakelusta suoritettu selvitys on osittain sovellettavissa muihin tutkimuksiin.

Opinnäytetyön tekijä työskentelee toimeksiantajayrityksessä, joten opinnäytetyöntekijä on varmasti vaikuttanut tutkimukseen, vaikka opinnäytetyön tekijä pyrki olemaan vaikuttamatta tuloksiin. Kuitenkin opinnäytetyöntekijän ennakkotiedot ja joidenkin haastattelijan ennalta tuntemien haastateltavien suhtautuminen haastattelijaan vaikuttivat ainain jolloin tasolla opinnäytetyön suorittamiseen ja lopputuloksiin. On myös oletettavaa, että opinnäytetyön julkisuus vaikutti myös joidenkin haastateltavien vastauksiin.

On olemassa kolme luokkaa, johon voidaan jakaa tutkimusprosessin eettiset näkökulmat. Ensimmäisessä eettisessä näkökulmassa pohditaan tutkimusaiheen eettistä oikeutusta, eli käsiteltävän ilmiön tutkimisen perustelua. Silloin kun tutkittavat ovat haavoittuvia tai tutkimusaihe sensitiivinen, asian pohtiminen on hyvin tärkeää. Tutkimuksen eettisyyttä arvioitaessa, toinen arvioitava asia on tutkimusmenetelmät, eli saadaanko suunnitelluilla aineistonkeruumenetelmillä tavoiteltu tieto. Kolmannessa eettisessä näkökulmassa tarkastellaan tutkimusaineiston raportointia ja analyysia. Analyysivaiheessa on toimittava niin, ettei vaikkapa litteroidussa haastattelussa selviä tutkittavien oikeita nimiä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tutkimustulokset tulee raportoida mahdollisimman tarkasti ja rehellisesti, mutta kuitenkin samalla suojella tutkittavia. Tutkijalla on tähän eettinen velvollisuus. Sekä laadullisessa, että määrällisessä tutkimuksessa on esitettävä, kuinka esitetyt tulokset on saatu, sekä kuinka analyysiprosessi on edennyt. Ei riitä, että tulokset on esitetty ilman kuvausta analyysista. Jotta eettisten kysymysten huomioiminen voidaan arvioida, tutkimusprosessista on pyrittävä luomaan ”läpinäkyvä”. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Opinnäytetyön prosessi eteni niin, että tietoperusta koottiin helmi-maaliskuussa 2017 ja haastattelut suoritettiin maaliskuun lopussa ja huhtikuun 2017 aikana. Sadut tiedot kirjoitettiin puhtaaksi huhtikuussa ja tietoja analysoitiin huhti-toukokuun 2017 aikana. Pelin suunnittelu tapahtui helmi-toukokuun 2017 aikana.

Opinnäytetyön aihe ei ole erityisen sensitiivinen. Opinnäytetyön analyysivaiheessa on kuitenkin pyritty säilyttämään niiden henkilöiden tunnistamattomuus, jotka eivät ole halunneet nimeään opinnäytetyöhön. Henkilöistä on käytetty näissä tapauksissa ammattinimikettä. Henkilöiden tausta on avattu opinnäytetyöhön, mutta ei niin tarkasti, kuin haastattelussa esitettiin. Mikäli yritystä ei ole haluttu paljastaa, on yrityksestä käytetty nimeä ”yritys x” tai ”julkinen sektori”.

#### Haastattelukysymykset

Pelillistämistä rekrytoinnissa käyttäneiden segmentissä haastatteluja oli kaksi. Molempien haastattelujen teemat olivat melko samanlaiset. Pockethuntin perustajaosakas Joakim Honkasalon haastattelussa oli myös teema, jossa kysyttiin pelimekaniikoista. Julkiselle sektorille rekrytointipelin suunnitelleilta pelimekaniikkojen käytöstä ei kysytty. Heidän käyttämässään pelissä oli jo valmis pohja. Molemmissa haastatteluissa loput teemat olivat pelillistäminen rekrytoinnissa, sekä ongelmat ja hyödyt. Pelillistäminen rekrytoinnissa teeman kysymyksillä haluttiin selvittää pelillistämisen sopivuutta rekrytointiin, visuaalisuuden käytön tärkeys, sekä onko pelillistämisen suunnittelusta opittu jotain, mitä uusia pelejä suunnitellessa voisi hyö-

dyntää. Ongelmat ja hyödyt teeman tarkoitus oli selvittää vastaus yhteen opinnäytetyön kehitystehtävistä, eli siihen, mitä ongelmia ja hyötyjä voidaan kohdata rekrytoinnin pelillistämässä. Julkiselle sektorille rekrytointipelin suunnitelleille esitettiin myös kysymyksiä teemasta data, mutta haastateltavat eivät halunneet vastata kysymyksiin. Teema koski pelistä saatavan datan käyttöä. Haastattelukysymykset löytyvät opinnäytetyön liitteistä.

Pelillistämistä alalla käyttäneiden haastattelussa oli kolme teemaa: pelillistämisen ongelmat ja hyödyt, sekä jakajarekrytointi. Pelillistämisen teemalla haluttiin selvittää, miten toteutukseen on päädytty ja miten pelillistäminen on sopinut allalle. Pelillistämisen ongelmat ja hyödyt teemassa haluttiin selvittää, mitä hyötyjä pelillistämällä on saavutettu ja mitä ongelmia on kohdattu. Jakajarekrytoinnin teemalla haluttiin selvittää, mitä hyvän jakajan ominaisuudet ovat ja miksi henkilö lopettaa. Haastattelukysymykset löytyvät opinnäytetyön liitteistä.

Molemmissa aluekoordinaattoreiden haastatteluissa teemat ovat samat: menestyminen, työn teko ja lopettaminen. Ensimmäisen teeman kysymyksillä yritetään selvittää, mitkä ovat menestyvän jakajan ominaisuudet ja voidaanko heitä tyypitellä. Freelancereiden ja yrittäjien eroa kysytään, sillä kysymyksellä halutaan selvittää, onko aluekoordinaattoreiden mielestä jompi kumpi ryhmistä vahvempi. Jatkossa rekrytointia suunnataan tähän ryhmään. Työn tekemisen teemassa halutaan selvittää työn vetovoimatekijöitä, sekä haasteita. Vetovoimatekijät on hyvä selvittää, sillä niiden perusteella työtä markkinoidaan rekrytointipelissä. Haasteiden kautta saattaa paljastua sellaisia seikkoja jakajan ominaisuuksista, joita ensimmäisessä teemassa ei ole tullut esiin. Lopettamisen teemassa selvitetään aluekoordinaattoreiden mielipidettä vallitsevaan lopettamistilanteeseen, sekä siihen, voisiko asialle tehdä jotain. Lopettavan henkilön ominaisuuksia kysytään siksi, että asialla halutaan selvittää voidaanko lopettavia henkilöitä tyypitellä ja näin ollen välttää rekrytoinnissa. Haastattelukysymykset löytyvät opinnäytetyön liitteistä.

## 6 Rekrytointipelin suunnittelua tukevien haastattelujen tulokset

### Pelillistettyä rekrytointia käyttävän yrityksen haastattelutulokset

Tässä alaluvussa käsitellään pelillistämistä rekrytoinnissa käyttäneiden haastattelujen tuloksia. Haastatteluiden yhtenä tarkoituksena on käsitellä yhtä opinnäytetyön kehitystehtävistä, eli selvittää, mitä hyötyä ja ongelmia pelillistämisestä on ollut. Haastattelut toteutettiin teemahaastatteluina. Haastattelujen teemat olivat pelillistäminen rekrytoinnissa, hyödyt ja ongelmat pelillistämisessä, sekä visuaalisuus. Pelillistäminen rekrytoinnissa -teeman tarkoituksena on selvittää, miten haastateltavat kokevat pelillistämisen käyttämisen rekrytoinnissa. Visuaalisuuden teema valittiin sen takia, että se on teema, joka toistuu useassa lähteessä ja

useassa kohdassa opinnäytetyötä. Molemmissa haastatteluissa käsiteltiin samoja teemoja, mutta osa kysymyksistä ei sopinut molempiin haastatteluihin. Muutamia kysymyksiä räätälöitiin haastateltavien mukaan.

Opinnäytetyössä haastateltiin rekrytointisovellus Pockethuntin perustajaosakasta Joakim Honkasaloa. Tämän opinnäytetyön tietoperustassa on kerrottu tarkemmin Pockethunt-sovelluksesta. Haastattelu toteutettiin puhelimitse ja se nauhoitettiin. Haastattelu litteroitiin ja kirjoitettiin puhtaaksi myöhemmin. Haastateltava ja haastattelija eivät tunteneet entuudestaan. Honkasalolla on 10 vuoden kokemus rekrytointialalla. Hän kertoi, että on toiminut aiemmin palvelujen parissa, eikä tätä ennen ole osallistunut sovellusten kehittämiseen.

Toisessa haastattelussa haastateltiin työvoimasuunnittelijaa ja rekrytointikonsulttia, jotka ovat luoneet rekrytointipelin julkiselle sektorille. Rekrytointikonsultilla on sosiaalian koulutus, ja hän itse on työskennellyt esimiestehtävissä. Työvoimasuunnittelija kertoi tulevansa eri alalta, ja että on työskennellyt nykyisessä yksikössä muutaman vuoden. Hän kertoi työskennelleensä jo 20 vuotta kehittämisen parissa.

Työvoimasuunnittelijaa ja rekrytointikonsulttia haastateltiin samaan aikaan, sillä henkilöt vastasivat yhdessä rekrytointipelin suunnittelusta. He myös pystyivät vastaamaan yhdessä paremmin esitettyihin kysymyksiin, sillä pelin tekemisestä on jo muutamia vuosia aikaa. Haastattelu toteutettiin heidän toimistollaan ja se myös nauhoitettiin. Haastattelu litteroitiin myöhemmin. Haastateltavat ja haastattelija eivät tunteneet toisiaan entuudestaan. Haastateltavien nimiä tai tarkkaa työnantajaa ei mainita haastateltavien pyynnöstä. Opinnäytetyössä ei esitetä rekrytointipelistä havainnollistavia kuvia, sillä muutoin haastateltavien työnantaja selviäisi opinnäytetyöstä.

Honkasalolle esitettiin kysymyksiä pelimekaniikan käytöstä. Honkasalon mukaan palvelussa käytetään käyttöliittymätasolla ja koko analogiassa ”reward-looppia”, joka liittyy palkintoihin. Kuten tämän työn tietoperustan luvussa aiemmin mainittiin, Zichermannin ja Linderin mukaan palkinnot ovat yksi pelillistetyn järjestelmän tärkein elementti ja epäilemättä sellainen, joka saa paljon huomiota (Zichermann & Linder 2013, 21.) Honkasalo kertoi myös, että käyttäjä ei saa ihan välitöntä, mutta pienellä viiveellä palautetta onnistumisesta. Palvelun ideologia ja ajatus on, että käyttäjä saa onnistumisen kokemuksia palvelua käyttämällä. Suurin palkinto on se, että käyttäjä saa mahdollisesti työpaikan sovelluksen kautta. Väliin kuuluu kuitenkin useita vaiheita, joilla henkilö saa onnistumisen kokemuksia. Honkasalo kertoi:

Puhutaan tämmöisestä pelin coreloopista, joka me ollaan luotu. Siinä puhutaan action-reward -tyyppisestä syklistä (Pockethuntin perustajaosakas)

Palvelussa on käytetty esimerkiksi tähtiä merkitsemään edistymisestä. Eli kun henkilö edistyy palvelussa, hän saa tähden palkkioksi. Honkasalo kertoi niiden olevan hyvin pieni osa palvelussa käytetystä pelillistämisestä ja tähdistä luopuminen on ollut harkinnassa. Honkasalo mainitsi:

Ne tähdet ei tällä hetkellä vaikuta mihinkään muuhun asiaa, kuin ne indikoi sille käyttäjälle pelkästään mikä on se, niin kuin profiili on. (Pockethuntin perustajaosakas)

Tietoperustassa mainittiin, että ansiomerkit auttavat käyttäjiä pitämään kirjaa omista saavutuksistaan (Zichermann & Linder 2013, 20). Tutkimuskirjallisuuden esittämä teoria on näin ollen toteutunut Pockethuntin tapauksessa. Honkasalo sanoi, että se johtaisi väärään suuntaan, mikäli rekrytoinnissa tähdet perustuisivat siihen, että tuleeko henkilö löydettyksi tai näkykö henkilön profiili työnantajille. Haastateltava mainitsee myös, että tähtien käyttö osaamisen mittarina on haasteellista:

Niitä ei voi sitoa osaamiseen suoraan, tai voi varmasti jollain tasolla, mutta sitten herää kysymys, että mikä osaaminen on viiden tähden arvoista ja mikä on kahden tähden arvoista osaamista. Mutta kyllä tällä hetkellä ne perustuu ihan pelkästään profiilin täyttöasteeseen. (Pockethuntin perustajaosakas)

Honkasalon kertoma vahvistaa, että tietoperustassa käsitellyillä ansiomerkeillä on merkitystä. Saavutukset, eli ansiomerkit osoittavat tietyn tavoitteen saavutusta (Zichermann & Linder 2013, 20.) Olivat ansiomerkit sitten fyysisiä tai virtuaalisia, niiden arvo ei ole niissä itsessään. Niiden arvo on siinä, mitä ne edustavat yhteisössä. (Paharia 2013, 76.) Pockethuntin tapaus saattaa vahvistaa tätä lausuntoa. Tähdillä ei ole ollut arvoa yhteisössä, mikä saattaa olla syy saattaa olla syy, mikseivät ne toimineet odotetulla tavalla.

Pockethuntin verkkosivuilla on tällä hetkellä käynnissä ”Easter egg -challenge”, jossa on tarkoitus etsiä kultaista pääsiäismunaa palvelun sivuilta. Käyttäjä luo anonyymin profiilin, vii-meistelee sen, ja kirjautuu palveluun etsimään munaa. Kun henkilö on löytänyt munan, hän toimii ohjeiden mukaisesti. Löytäjät osallistuvat 250€ Zalandon lahjakortin arvontaan. Palkkio kasvaa sen mukaan, mitä enemmän haastesivua jaetaan. (Pockehunt 2017.)

Kuten tämän työn tietoperustassa mainittiin, on useita tapoja, joilla pelikonsepteja voidaan käyttää HR-alalla. Pelillistämistä voidaan esimerkiksi käyttää henkilöstön houkuttelussa, perehdyttämisessä, opettamisessa, sitouttamisessa ja pitämisessä. (Simpson & Jenkins 2015, 2.) Tässä tapauksessa kyse on ollut hakijoiden houkuttelusta. Haastattelussa kysyttiin Honkasalolta, mikä on tämän Easter egg -challengen tavoite. Honkasalo luetteli kaksi tavoitetta. Palvelulle halutaan lisää käyttäjiä, ja käyttäjille halutaan tarjota jotain tavanomaisesta poikkeavaa, eli hauskuuselementti. Taustalla on myös halu tehdä asioita hieman eri tavalla ja tuoda ilmiöitä, joita tapahtuu maailmalla. Peleistä itsessään löytyy ”Easter egejä”, jotka ovat yllä-

tyksiä ja salaisuuksia, joita käyttäjät paljastavat. Jatkossa palveluun on tarkoitus tuoda uusia käyttökokemukseen liittyviä asioita, välittömiä palkintoja esimerkiksi siitä, kun profiilin täyttää loppuun.

Ja kun puhutaan rekrytoinnin sovelluksesta, niin tässä on äärimmäisen tärkeää se, että ihmiset täyttävät sen profiilin huolellisesti. Ja se tietenkin parantaa sen profiilin löydettävyyttä siinä palvelussa, ja tyypillisesti rekrytoinneissa. (Pockethuntin perustajaosakas)

Pelimekaniikkojen käytöstä ei esitetty kysymyksiä työvoimasuunnittelijalle ja rekrytointikonsultille, sillä heillä oli käytössä Sanoma Gamesin valmistama ”valmispohjainen” toimintalogiikka.

Haastateltavilta kysyttiin, pyritäänkö pelillistämällä ratkaisemaan jotain ongelmaa, ja jos pyritään, mikä se ongelma on. Pockethuntin perustajaosakas Honkasalo kertoi, että suurin ongelma on saada ihmiset hyödyntämään tämän tyyppisiä rekrytointipalveluja ja Pockethunt-palvelua. Se on suurin syy miksi pelillistä elementtiä halutaan tuoda palveluun. Honkasalo mainitsi, että palvelu poikkeaa perinteisistä työnhakupalveluista, sillä siinä ei ole työpaikkailmoituksia. Työpaikkailmoitukset ovat yleensä vahvoja motivaattoreita rekrytointipalvelujen käyttämiseen ja henkilö saa tällä tavoin välittömän hyödyn palvelun käytöstä.

Pockethunt-palvelu on suunnattu henkilöille, jotka ovat työelämässä ja joilla ei ole pakottavaa tarvetta lähteä työnhakuun. Honkasalo mainitsi, että palvelun on pakko tarjota heille jostain muutenkin, jotta henkilö olisi valmis käyttämään vapaa-aikaansa palvelun käyttämiseen. Honkasalo mainitsi myös, että pelillistäminen toimii hyvin tähän tarkoitukseen, sillä se tarjoaa käyttäjälle samalla viihdettä. Tämä on samassa linjassa opinnäytetyön tietoperustan kanssa. Paharian mukaan käyttäjä harkitsee aina mitä hän siitä hyötyy, ennen uuteen ryhtymistä. Mikäli hän ei koe hyötyvänsä siitä tarpeeksi, hän ei osallistu. (Paharia 2013, 87.)

Honkasalo kertoi myös, että rekrytointisovelluksissa ja rekrytointijärjestelyissä on ollut se ongelma, että profiili on ollut vaikea täyttää. Profiilin täyttäminen on ollut myös työlästä. Pockethuntin tavoite on tehdä käyttökokemuksesta hauska ja tehdä profiilin luomisesta itsensä elämys. Honkasalo mainitsi, että tähän tavoitteeseen pääsemiseen tarvitaan vielä paljon kehitystyötä.

Myös rekrytointipelin luoneelle työvoimasuunnittelijalle ja rekrytointikonsultille esitettiin kysymys, pyritäänkö pelillistämällä ratkaisemaan jotain ongelmaa, ja jos pyritään, mikä se ongelma on. Molemmat haastateltavista olivat samaa mieltä, että lähtötilanne vuonna 2014 oli se, että hakijoita ja ennen kaikkea sopivia hakijoita oli liian vähän. Työvoimasuunnittelija kertoi, että alkuselvytysten perusteella ihmisillä oli virheellisiä mielikuvia työstä, eikä siitä



ollut tietoa saatavilla. Rekrytointikonsultti mainitsi myös, että työhaastatteluissa haastateltavat vastasivat aina samat tylsät fraasivastaukset, joita he eivät halunneet kuulla. Työvoimasuunnittelijan mukaan ihmiset osaavat puhua nyt työstä oikeammin, ilman fraaseja. Peli onkin tuonut realistisemmän kuvan työstä. Tämä tukee tietoperustassa esitettyä lausuntoa. Kun sisältö edellyttää pelaajan ottamaan työntekijän roolin tietyssä yrityksessä, peliin osallistuminen voi muodostaa tietoa työstä ja antaa realistisemmän kuvan työstä. (Wozniak 2015.)

Molemmat mainitsivat myös erottumisen ja julkisuuskuvan kirkastamisen, sillä aiemmin työstä on kirjoitettu paljon negatiivisia asioita mediassa. Haastateltavien mielestä nyt erotutaan positiivisesti ja ajanhengen mukaisesti. Tämä tukee tietoperustassa esitettyä lausuntoa, että pelillistäminen luo modernin työnantajakuvan (Salli & Takatalo 2014, 39). Työvoimasuunnittelija kertoi, että:

Hankkeen aikana niissä yksiköissä, joissa eniten näitä otettiin käyttöön, myöskin ihan esimiestasolla tuotiin esille arvioinneissa sitä, että työnantajamielikuva on parantunut niin, että heidän jopa omat työntekijät kokevat, että työtä arvostetaan. Imago on julkisuuskuvan takia ollut niin alhainen, ja he ovat saaneet nyt enemmän ja parempia hakijoita. (Työvoimasuunnittelija)

Työvoimasuunnittelija kuitenkin mainitsi, että rekrytointipeli liittyi suurempaan hankkeeseen, joten on vaikea erottaa, mikä tulos on pelkästään rekrytointipelistä ja mikä muusta hankkeesta. Tietoperustassa esitetty Yhdysvaltojen armeijan esimerkki tukee omalta osaltaan sitä väitettä, pelillistämällä voi olla isokin merkitys imagoon.

Muita saavutettuja hyötyjä kysyttäessä rekrytointikonsultti mainitsi, että ihmisillä on tarkempia kysymyksiä työstä. Esimerkiksi pelin esiintuoma liikkuvuus ja yhteisöllisyys on ollut usein haastatteluissa puheenaiheena. Tulos on samankaltainen, tietoperustassa käsitelty Forma Posten tulos, jossa kandidaatit olivat tietoisempia työstä ja heillä oli parempia kysymyksiä kouluttajille (Herger 2013).

Rekrytointikonsultti mainitsi myös, että pelin hahmoja voidaan käyttää myös kartoittamaan, millainen työntekijä henkilö on. Hakija voi perustella, miksi hän on joku hahmoista ja miksi taas ei joku muu. Rekrytointikonsultti kertoi myös, että messuilla on helpompi lähestyä esimerkiksi opiskelijoita kysymällä, haluavatko he tehdä rekrytointipelin. Peli herättää kiinnostusta. Peli herättää myös positiivisia mielikuvia hakijoissa. Haastateltavien mukaan hakijat ovat usein hymyilleet puhuessaan hahmoista.

Kaikki haasteltavat olivat sitä mieltä, että pelillistäminen ei ollut itseisarvo, vaan kyse oli jonkin muun päämäärän saavuttamisesta pelillistämisen keinoin. Honkasalo huomautti:

Pelillistäminen on osa sitä meidän koko palveluanalogiaa, se on vaikuttamassa siihen kokonaisuuteen. Mutta palvelussahan pitää kuitenkin olla joku aika konkreettinen hyötypointti sille käyttäjälle. Itsessäänhan se pelillistäminen ei riitä. Hyvänä esimerkkinä voidaan verrata pelejä, jotka on huonoja. Niitäkään kukaan ei käytä. (Pockethuntin perustajaosakas)

Kun yhdistetään sitten ajatus siitä pelillistamisestä ja konkreettinen hyöty sille käyttäjälle, yhteisvaikutus vahvasti vaikuttaa siihen, että palvelu herättää huomiota (Pockethuntin perustajaosakas)

Myös työvoimakonsultti mainitsi, että he eivät lähteneet tekemään peliä peli edellä, vaan taustatyö ja tavoitteet edellä. Kun haastateltavilta kysyttiin, miten he kokevat pelillistämisen sopineen rekrytointiin, kaikki pitivät pelillistämistä omien kokemustensa perusteella sopivana rekrytointiin.

Yksi esitetyistä kysymyksistä käsitteli panos-hyöty suhdetta, eli sitä, miten haastateltavat kokevat pelillistämiseen käytetyn rahallisen ja ajallisen panoksen suhteessa saavutettuun hyötyyn. Työvoimasuunnittelija kertoi, että he eivät pysty tekemään laskelmia siitä, että montako uutta rekrytoitua henkilöä on maksanut mitään, sillä heidän tavoitteensa olivat osittain sellaisia, mitä ei pystytä mittaamaan. Hän mainitsi myös, että pelin vuosilisenssimaksut tuntuvat hänestä korkeilta, eikä julkisten verorahojen käyttäminen sopinut hänen mielestään tällaiseen tarkoitukseen, sillä rahat menivät voittoa tuottavalle yritykselle. Rekrytointikonsultti suhteutti vuosilisenssin hinnan yhden messupäivän hintaan, ja piti sitä kohtuullisempana. Myös työvoimasuunnittelija kertoi olevansa samaa mieltä ja kertoi, että he olivat olleet pelin tekemisessä nuolenkärkijoukoissa. Organisaatiolle tuli pelin tekemisen jälkeen myös muita pelejä eri tarkoituksiin. Työvoimasuunnittelija kertoi, että koska pelillä oli rakennettu brändiä, siihen nähden kyseessä oli pikkusumma.

Honkasalo mainitsi, että heidän tapauksessaan panos-hyöty suhde on pikemminkin se, ovatko he saaneet hyötyä samassa suhteessa, kuin ovat käyttäneet palvelukehitykseen. Hän kertoi, että asiaa on vaikea mitata, mutta oikeaan suuntaan ollaan menossa. Honkasalo mainitsi:

Aika paljon ollaan myös testattu ominaisuuksia, kokeiltu asioita jotka ei toimi. Ollaan luovuttu niistä, ollaan rakennettu tosi paljon asioita uusiksi, eli turhaa työtä ollaan tehty myös paljon, mutta se kuuluu vähän niin kun sovelluskehityksen henkeen, että tehdään asioita ja kokeillaan asioita jotka toimii, toiset jotka ei toimi. (Pockethuntin perustajaosakas)

Tämä on samassa linjassa kappaleessa 5 esitetyn väitteen kanssa, että pelillistäminen on vaikeaa, jopa menestyneillä toteutuksilla on harha-askeleensa. (Werbach & Hunter 2012.)

Tietoperustassa mainittiin, että rekrytointiviestinnässä kannattaa hyödyntää visuaalisuutta. Se on hyvä tapa kohentaa brändiä, nostaa imagoa työnantajana ja parantaa näkyvyyttä. (Salli & Takatalo, 28.) Visuaalisuudesta kysyttäessä kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että visuaalisuus on tärkeä osa rekrytoinnissa. Työvoimasuunnittelija mainitsi, että kaikki viestintää opiskelleet tietävät, miten iso merkitys visuaalisuudella on. Visuaalisuus herättää aivoissa erilaisia mielikuvia. Työvoimasuunnittelija kertoi:

Jotkut kokevat, että tämä on liian lapsellinen tämä kuvitus, mutta sitten taas, jos ajattelee viestinnällisesti, pääasia on, että se herättää huomiota ja ikinä se ei kaikkia miellytä. (Työvoimasuunnittelija)

Yksi kysymyksistä koski sitä, mitä haasteita tai ongelmia haastateltavat ovat kohdanneet pelillistämistä. Työvoimasuunnittelija kertoi sellaisesta palautteesta, että eräs rekrytoijista piti pelissä esiintyviä hahmoja liian lapsellisina, eikä kokenut niiden soveltuvan hänen työkentelynsä. Rekrytointikonsultti oli myös samaa mieltä ja kertoi, etteivät kaikki ymmärrä tulosten, hahmojen ja pelillistämisen hyötyjä. Tietoperustassa kerrottiin samansuuntaisesta ilmiöstä. Pelillistämisen ongelma on asenteissa. Monet eivät halua edes kokeilla. Ei ole aikaa tai ei kiinnostu. Synnä voidaan käyttää myös sitä, ettei tiedetä peleistä mitään. Ennakkoluulot ja tietämättömyys aiheuttavat sen, ettei pelillistämisen mahdollisuuksia hyödynnetä. (Ängeslevä 2014, 21.) Työvoimasuunnittelijan mukaan noin 90 prosenttia on ollut positiivista palautetta ja ehkä 10 prosentti on ollut negatiivista.

Honkasalo kertoi, että heidän tapauksessaan haasteita ilmenee tietyn tyyppisten käyttäjien tottumuksista. Tietyt käyttäjät eivät tule ikinä käyttämään tämän tyyppistä palvelua. Asia ei Honkasalon mukaan välttämättä liity pelillistämiseen, vaan ajatusmaailmaan:

Eli ei osata ennakoita, tai ei osata ottaa käyttöön proaktiivisia palveluita, joissa rakennetaan sitä työuraa pidemmällä aikajänteellä. (Pockethuntin perustajaosakas)

Pelillistämistä alalla käyttäneen haastattelun tulos

Haastattelu toteutettiin teemahaastatteluna, tarkemmin ryhmäkeskusteluna. Ryhmäkeskustelu valittiin haastattelumuodoksi toimeksiantajan toiveen mukaisesti. Teemat olivat pelillistämisen jakelualalla, tavoitteet, hyödyt ja ongelmat, sekä jakelutyö. Ryhmäkeskusteluun osallistui Sanoman osalta jakelujohtaja ja HR-koordinaattori. Nykyisin jakelujohtajana Sanomalla työskentelevä henkilö on aikaisemmin työskennellyt yrityksessä x. HR-koordinaattori toimii

Sanomalla EarlyBird-projektissa jakelijarekrytoinnissa. Yrityksen x osalta ryhmäkeskusteluun osallistui HR-assistentti ja HR-partneri, jotka toimivat jakelun parissa. HR-assistentti on ollut vastuussa koulutuspuolelta tekemisestä. Sisältö on tehty yhdessä operatiivisen puolen kanssa.

Ryhmäkeskustelu alkoi perehdytyspuolelta sisällön läpikäymisellä ja esittelyllä. Esittely ei sisälly tähän opinnäytetyöhön yrityksen toiveesta. Yrityksen x haastateltavat eivät suostuneet nauhoittamiseen, joten haastattelusta tehtiin kirjalliset muistiinpanot. Muistiinpanot kirjoitettiin puhtaaksi samana päivänä. Haastatteli ja HR-koordinaattori eivät olleet yrityksen x edustajille entuudestaan tuttuja. Haastatteli ja HR-koordinaattori tunsivat toisensa entuudestaan. Yrityksen x edustajat ja jakelujohtaja tunsivat myös entuudestaan. Haastattelu olisi voitu toteuttaa myös pelkästään yrityksen x edustajien kanssa. Ryhmäkeskustelun ansiosta kuitenkin syntyi yleisemmin alaa koskevia pohdintoja. Alan asiantuntijat myös pystyvät keskustelemaan asioista laajemmin toisten saman alan asiantuntijoiden kanssa. Haastattelussa on kuitenkin epäiltävissä, että haastateltavat rajoittivat kommenttejaan opinnäytetyön julkisuuden vuoksi.

Ryhmäkeskustelu aloitettiin pelillistämistä koskevalla teemalla, ja kysymällä, miten pelilliseen toteutukseen on päädytty. Yrityksen x edustajat olivat sitä mieltä, että idea on tullut nykyisin Sanomalla työskentelevältä Jakelujohtajalta. Jakelujohtaja kertoi, että perehdytysprosessi ei vastannut sitä, mitä sen halutaan olevan. Hän kertoi, että hänellä oli ollut mielessä jo pitkään, että asialle pitäisi tehdä jotain. Jakelujohtaja sanoi nähneensä toisen yrityksen toteuttaman perehdytyspuolelta ja olleen äärimmäisen otettu. Pelissä oli käyty todella hyvin kaikki tärkeät asiat läpi mielekkäällä tavalla.

Jakelujohtaja mainitsi, että tarkoituksena oli myös, että haluttiin antaa opastus itse tehtävään ja taata tasalaatuinen koulutus. Vanhalla mallilla tasalaatuisuus ei toteutunut, sillä kouluttavalla henkilöllä oli iso merkitys koulutuksen laatuun. Jakelujohtaja kertoi myös, etteivät toimistolla tapahtuvan perehdytysten diaesitykset motivoineet ketään. Yrityksen x ryhmäkeskustelijat olivat tästä samaa mieltä. Jakelujohtaja jatkoi, että tämä uusi tapa pakottaa läpikäymään asiat. HR-assistentti mainitsi, että pelissä on myös se hyvä ominaisuus, että asioita joutuu nyt miettimään itse.

Yksi kysymyksistä oli, onko peli soveltunut hyvin tälle alalle ja varhaisjakeluun. HR-assistentti sanoi, että peli on sopinut hyvin, mutta toi sen asian esiin, että dataa ei olla vielä saatu kerättyä kovinkaan paljoa. Peli on ollut käytössä vasta vähän aikaa. HR-partneri huomautti tähän, että pelillistetty koulutus on nykypäivää, kun taas Word-dokumentit eivät. Hän toi esiin, että yrityksen koulutusmäärät ovat suuria, sekä suuritöisiä työnantajan kannalta. HR-partneri mainitsi vielä, että tämä on ainoa tapa, jolla työnantaja pystyy ylväästi kantamaan näin suu-

ren koulutusmäärän. Tämä on myös ainoa tekniikka, jolla pystyy organisoimaan näin suuren koulutusmäärän ilman vaikeuksia.

Ongelmien ja hyötyjen teemassa kysyttiin, onko pelillä pyritty ratkaisemaan jotakin ongelmaa. HR-assistentti kertoi, että työturvallisuus on ollut iso ongelma. Entisessä perehdytysmallissa ei mainittu työturvallisuutta ollenkaan. Hän kertoi, että alalla sattuu paljon tapaturmia. Siitä kaikki ryhmäkeskustelijat olivat samaa mieltä. HR-assistentti huomautti, että ihmisiä on pelin avulla kannustettu ajattelemaan asiaa.

Kysyttäessä onko pelillistämisessä esiintynyt jotain ongelmia, HR-assistentti kertoi, että peli on ollut niin vähän aikaa käytössä, ettei huonoja ominaisuuksia ole vielä huomattu. Erikseen kysyttäessä hän mainitsi, että yksittäisiä teknisiä ongelmia on ollut, mutta ei mitään isompaa ongelmaa ole havaittu. Myöhemmin HR-assistentti mainitsi haitaksi, että peliltä ei voi kysyä, jos on jotain epäselvää. Kysymyksen tosin voi esittää myöhemmin. Tähän HR-partneri sanoi, että myöskään esimies-alaissuhde ei kehity samalla tavalla.

Kysyttäessä sitä, millaista palautetta pelistä on saatu, HR-assistentti kertoi pelaajien palautteen olleen pelkästään positiivista. Muutamia viestejä on tullut, että sitä on ollut kiva pelata. HR-partneri kertoi ainoan huonon palautteen tulleen työhönopastajilta, mutta peli korreloi suoraan heidän työhönsä, joten se oli odotettavaa. Molemmat yrityksen x edustajat olivat sitä mieltä, että jatkossa tietoa voi lisätä nopeasti, jos asiat muuttuvat, tai muuttaa jos jokin osio toimii huonosti.

Yrityksen x edustajille esitettiin myös kysymys, mitä he tekisivät toisin, jos saisivat tehdä pelin uudestaan. HR-assistentti kertoi, että tulokseen on oltu tyytyväisiä. Tosin muutamia visuaalisia asioita hän haluaisi muuttaa. Hän sanoi, että kaikki työhön nähden tärkeät asiat löytyvät pelistä.

Kolmas teema oli jakelijarekrytointi. Ensimmäinen teeman kysymys koski sitä, millaisia ominaisuuksia hyvällä varhaisjakelijalla on. HR-partneri kertoi, että perinteiset asiat, kuten tunnollisuus ja reippaus ovat sellaisia ominaisuuksia, mitä tavoitellaan. Hän mainitsi myös yötyökokemuksen, sekä sen, mitä ajattelee yötyöstä ja sietääkö sitä. Kaikki ryhmäkeskustelijat olivat samaa mieltä asiasta. Jakelujohtaja sanoi tähän, että elämäntilanne on myös tärkeä asia, kolmen pienen lapsen yksinhuoltajan ei kannata ryhtyä työhön. HR-partneri lisäsi, että fyysinen kunto on myös tärkeää, kun mennään ylös ja alas portaita.

Kun yrityksen x edustajille esitettiin kysymys, ovatko he harkinneet tällaista pelillistettyä tapaa myös rekrytointiin, HR-assistentti sanoi, etteivät he ole vielä harkinneet asiaa. Ainakaan vielä sitä ei olla ottamassa rekrytointiin mukaan. Kysyttäessä nykyisiä rekrytointikeinoja, HR-

assistentti kertoi perinteiset keinot, kuten lehdet ja messut. Jakajia ei rekrytoitu juurikaan sosiaalisen median kautta. HR-partneri lisäsi tähän, että rekrytointi riippuu siitä missä kohde-ryhmä on. Hän mainitsi, että kaikissa kanavissa ei voi olla, eikä siitä tule mitään jos yrittää olla kaikkialla. Tämä on samankaltainen maininta, kuin aiemmin tietoperustassa esitettiin: Ilmoituskanava valitaan sen mukaan, mitä potentiaaliset hakijat seuraavat. Sopivan tai sopivien hakukanavien löytäminen on tärkeää sopivien henkilöiden tavoittamisessa (Salli & Takatalo, 28).

Jakajan elinkaaren pituudesta kysyttäessä, HR-assistentti kertoi, että heillä on monenlaisia jakajia. HR-partneri huomautti, että työelämässä ei ylipäättään tehdä enää pitkiä työuria. Kaikki ryhmäkeskustelijat olivat samaa mieltä. HR-partneri lisäsi, että varsinkaan uudet jakajat eivät pysy pitkään ja se on tulevaisuuden haaste kaikilla. HR-koordinaattori kertoi, mitä vaikeuksia freelancer- ja yrittäjämällisen työn rekrytoinnissa on. HR-assistentti mainitsi myös, että lehdenjakotyö ei sovi kaikille. Samankaltainen ongelma ratkaistiin ainakin osittain pelillistämällä myös julkisen sektorin haastattelussa ja Yhdysvaltojen armeijan tapauksessa tietoperustassa. HR-assistentti sanoi, että valitettavaa on, että työ on "ravintoketjun toisessa päässä". Jakelujohtaja sanoi tähän, että työn imagoa pitäisi kehittää, kukaan ei halua mieltää imagoa tähän hetkeen tai tulevaisuuteen. Ryhmäkeskustelijat keskustelivat hetken henkilöstä, joka aikaisemmin ajoi imagoasiaa eteenpäin. Ryhmäkeskustelijat pohtivat sitä, että nykyisin postia jakaa muutkin kuin posti ja miten sitä saataisiin näkyvämmäksi.

Yrityksen x edustajilta kysyttiin, selvittävätkö he, miksi henkilö lopettaa. HR-assistentti kertoi, että mikäli henkilö itse lopettaa, esimies kysyy asiaa, mutta sitä ei kirjata mihinkään. Yrityksen x edustajat pohtivat että heidän oma tuntemuksensa on, että yötyö on rankempaa kuin päivätyö. Heidän mukaansa harva kertoo rehellisesti oikean syyn. Usein kerrotut syyt ovat, että on saatu muita töitä tai oman alan töitä.

Ryhmäkeskustelijoilta kysyttiin, mistä he luulevat huonon rekrytointitilanteen johtuvan. HR-partneri sanoi, että oli edellisenä päivänä keskustellut ammattirekrytoijan kanssa, että pientä nousua on olemassa. Nyt on enemmän paikkoja auki ja se näkyy rekrytoinnissa. Jakelujohtaja kommentoi tähän, että ihmiset miettivät, haluavatko he siistin sisätyön vai ulkotyön. Hän lisäsi vielä, että valtaosan jakeluorganisaatioiden on tällä hetkellä vaikea löytää jakajia.

#### Aluekoordinaattoreiden haastattelujen tulokset

Opinnäytetyössä haastateltiin molempia EarlyBirdin aluekoordinaattoreita, sillä he ovat päivittäin tekemisissä jakajien kanssa ja heillä on eniten tietoa jakajista, sekä siitä millaisia henkilöitä kannattaa rekrytoida. Aluekoordinaattoreiden teemahaastattelut toteutettiin kah-

denkeskisillä haastatteluilla neuvotteluhuoneessa, jossa ei ollut muita henkilöitä läsnä, eikä keskustelua ollut mahdollista kuunnella. Haastattelulle oli varattu riittävästi aikaa, eivätkä haastateltavat olleet nähneet kysymyksiä etukäteen. Molemmat haastattelut nauhoitettiin. Haastattelut käsittelivät varhaisjakelua EarlyBird-mallissa.

Haastatteluissa oli kolme teemaa: työssä menestyminen, työn tekeminen ja työn lopettaminen. Työn tekemisen teema valittiin sen takia, että haluttiin selvittää, mitkä olivat työn realiteetit, joita sitten tuotiin pelillä esille. Työn lopettamisen teema valittiin sen takia, että haluttiin saada selville syitä, miksi ihmiset lopettavat ja tyyppisiä ihmisiä ei näin ollen kannataisi rekrytoida. Haastattelija työskentelee EarlyBird-jakelussa, joten haastattelija ja haastateltavat olivat toisilleen jo entuudestaan tuttuja. Haastatteluissa oli arvioitavissa, että haastateltavat kertoivat haastattelijan työprofiiliin ja tuttuuden vuoksi asioista avoimemmin. Aluekoordinaattorit erotellaan jatkossa kirjaimilla A ja B.

Työssä menestymisen teemassa molemmat aluekoordinaattorit mainitsivat, että menestyvä jakaja on tunnollinen ja hoitaa työnsä sovitusti. Havainto on sama kuin pelillistämistä alalla käyttäneiden haastattelussa aiemmin esitetty HR-partnerin näkemys. Molemmat aluekoordinaattorit mainitsivat myös, että olisi hyvä, jos jakajalla olisi yötyökokemusta, sillä yötyö saattaa olla rankempaa mitä henkilö on kuvitellut. Lausunto on yhtenevä pelillistämistä alalla käyttäneiden haastattelussa esitetyn yrityksen x edustajien lausunnon kanssa.

Molemmat aluekoordinaattoreista korostivat työhön sopivaa unirytmää. Koordinaattoreiden mukaan parhaiten työssä menestyvät sellaiset ihmiset, jotka luonnostaan joko valvovat yöllä pitkään tai heräävät aamulla hyvin aikaisin. Molemmat haastateltavat mainitsivat, että yöuniset henkilöt saattavat välillä nukkua pidempään, kuin olivat aikoneet. Tällaisesta myöhään nukkumisesta aiheutuu jakoaamuina riski jaon myöhästymiseen. Aluekoordinaattori A mainitsi väsymyksen olevan vaarallista myös jakajalle itselleen, mikäli yöllä ajaessa hereillä pysyminen on vaikeaa.

Aluekoordinaattorit mainitsivat myös menestyvän jakajan ominaisuudeksi älylaitteiden tuntemisen. He kokivat, että mikäli henkilö kokee esimerkiksi älypuhelimien käytön haastavaksi, hän ei usein menesty tehtävässä. Aluekoordinaattori A mainitsi vielä menestyvän jakajan ominaisuudeksi sen, että jakaja ymmärtää vastuunsa ja työn merkityksen asiakkaille. Muita mainittuja ominaisuuksia olivat huumorintaju, sosiaalisuus, innovatiivisuus, pitkäjänteisyys, päättelykyky, rehellisyys, maalaisjärki ja ongelmanratkaisukyky. Aluekoordinaattori B piti tärkeänä auton käsittelytaitoa. Innovatiivisuudesta ja sosiaalisuudesta aluekoordinaattoreista A mainitsi:

Innovatiivinen jakaja osaa kehittää omia taitojaan ja osaa korjata omia virheitään helposti. Vaikka kyseessä on yksinkertainen jakelutyö, sitä voidaan tehdä

monella eri tapaa ja moni löytää itselleen sen parhaan tavan. Ja sitten tulee taas se sosiaalisuus, kun sitä puhutaan siellä, että keksin tällaisen jutun, niin tieto lisääntyy sitten muillakin. (Aluekoordinaattori A)

Sosiaalisuuden ja huumorintajun ei kuitenkaan koettu olevan täysin rajoittava tekijä, eneminkin toivottu ominaisuus. Aluekoordinaattori A mainitsi, että jakajan täytyy kestää rutiineja. Aluekoordinaattori B kertoi, että yrittäjähenkinen ihminen pärjää hyvin.

Freelancereiden ja yrittäjien välillä menestymisessä haastateltavat eivät nähneet suoranaista eroa. He olivat sitä mieltä, että freelancerina tullaan enemmänkin kokeilemaan ja tehdään vähemmän kuin yrittäjät. Yrittäjähenkisen yrittäjän koetaan ottavan enemmän vastuuta. Haastatteluissa mainittiin myös, että freelancerina aloittanut ja kokeilemaan tullut henkilö voi innostua perustamaan oman yrityksen. Terveydellisistä seikoista koordinaattoreilla oli yhteneväiset mielipiteet. Kerrostaloja ja rappukäytäviä sisältävillä jakelualueilla koettiin terveydellisten seikkojen olevan tärkeitä jakajan menestymiselle, kun taas autolla ajettavilla alueilla terveydellisiä seikkoja ei koettu niin tärkeäksi edellytykseksi. Aiemmin opinnäytetyössä mainittiin, että pelillistämistä alalla käyttäneiden haastattelussa esitettiin myös jakajan terveyden olevan tärkeä asia, tosin erottelua eri piirien suhteen ei tehty kyseisessä haastattelussa.

Toinen teema oli työn suorittaminen. Ennen kysymyksiä aluekoordinaattoreille esitettiin freelancereiden neljä tyyppiä, jotka esiteltiin aiemmin opinnäytetyön tietoperustan alaluvussa 2.2. Molemmat aluekoordinaattorit kokivat, että kukaan jakajista ei kuulunut niihin ryhmiin, joissa itsenäistä työtä tehdään vastentahtoisesti, eli vastentahtoisin tai taloudellisessa ahdingossa oleviin. Molemmat haastateltavat sanoivat, että freelancerina toimiminen ei ole noussut ikinä negatiivisesti esiin. Molemmilla oli sama kokemus, että osalla hakijoista oli ensimmäisellä tapaamisella epäselvää, mitä eroa freelancerina työskentelyllä ja työsuhteisella työllä oli, mutta asia selkeni kuitenkin nopeasti, kun asiasta keskusteltiin, eikä asia ole enää sen jälkeen noussut esille. Aluekoordinaattori B mainitsi kuitenkin, että jotkut voisivat ottaa työsuhteisenkin jakelutyön, mikäli se olisi mahdollista.

Molemmat haastateltavat kertoivat, että jakajissa (freelancerit ja yrittäjät) on sekä päätyön ohessa tekeviä, että ainoastaan jakelutyötä tekeviä. Molemmat tunnistivat, että osa toisen työn ohessa tekevästä jakelijoista on perheellisiä:

Mitä nyt jakajakuntaa tuntee, niin osa tekee päätyön lisäksi, lisäansioina. Ja se kuvastaa luonnollisesti sitä, että sitä rahan tarvetta on enemmän, kuin mitä sieltä päätyöstä palkkaa saa. (Aluekoordinaattori B)

Ainakin nämä on lapsiperheellisiä, joten uskoisin että (sivutöistä saatu raha menee) elämiseen ja harrastamiseen. (Aluekoordinaattori B)



Aluekoordinaattori A koki toimintamallin houkuttelevan uusia yrittäjiä enemmän kuin jo yrityksen perustaneita. Freelancerina on helppo tulla kokeilemaan ja sitten perustaa oma yritys. Aluekoordinaattori B koki uudet yrittäjät avoimemmiksi kokeilemaan uutta, kuin jo yrityksen perustaneet, jotka hän koki laskelmoivan tarkkaan kannattavuutta. Koordinaattori näki kuitenkin, että tämä työ sopisi erinomaisesti myös vanhalle yrittäjälle.

Kun aluekoordinaattoreilta kysyttiin työn eduista, molemmat tunnistivat työn joustavuuden. Jakotyössä voi itse valita päivät jolloin työtä tehdään, mitä piirejä ja montako piiriä tekee, sekä haluaako aloittaa yöllä vai aikaisin aamulla. Lisäksi siihen voi vaikuttaa, haluaako tehdä kerrostalopiirejä vai haja-asutusalueita, sekä siihen tekeekö jakelua pääasiallisena ansiona vai osa-aikaisesti. Aluekoordinaattori A mainitsi myös työn itsenäisyyden, eli sen että saa tehdä rauhassa itsekseen. Hän koki myös työympäristön ihanteelliseksi. Hänen mukaansa myös joillekin riittää se, että pääsee kotoa pois ja taas jotkut pitävät työn sosiaalisuudesta, eli siitä kun pääsee juttelemaan toisten jakajien kanssa. Hänen mukaansa toiset taas valvovat muutenkin öisin, joten miksei ansaitsisi rahaa samalla.

Työn haasteista aluekoordinaattorit olivat samaa mieltä. Molemmat kertoivat yötyön ja keliolosuhteiden olevan haastavimpia asioita työssä. Aluekoordinaattori A mainitsi myös vastoinkäymisestä selviämisen olevan yksi työn haasteista.

Työn lopettaminen oli kolmas haastatteluteemoista. Lopettamisen syistä kysyttäessä aluekoordinaattori B kertoi:

Tuntuu että osalla ihmisistä on sellainen tyyli, että jos tulee joku uusi työ, avoin työpaikka tarjolle tai näin, että kaikesta ollaan aluksi hirveän kiinnostuneita, mutta sitten todellisuudessa mielenkiinto saattaa loppua. Ettei tullakaan sitten. Ensin annetaan ymmärtää, että ollaan kiinnostuneita, ja sitten kun se oma jako täytyisi aloittaa, niin ei sitten ilmestyäkään paikalle. (Aluekoordinaattori B)

Toinen koordinaattori oli myös samoilla linjoilla:

Joillakin on nykyään, varsinkin nuoremmilla on sellainen, että he hakevat hirveästi töitä, mutta eivät sitten ehkä kumminkaan tule, tai oikeasti halunneetkaan tehdä työtä, että onko heitä opetettu hakemaan työtä, muttei tekemään töitä. (Aluekoordinaattori B)

Molemmat aluekoordinaattorit kokivat, etteivät varsinkaan nuoret ota tarpeeksi vastuuta työstä. Aluekoordinaattori A kertoi myös kokemuksistaan toisen kuljetusalan yrityksen palveluksessa:

Heille tulee nuorilta hakemuksia, kesätöitä tosiaan hakevat. Sielläkin on näitä, että ensin perehdytetään viikko, se jakaja on mukana. Sitten kun tulee se yö,

kun pitäisi aloittaa, niin hän ei tule töihin. Tai sitten on yöllä haettu lehdet, ja on yöllä jaettu olevinaan, ja seuraavana päivänä on pari sataa reklamaatiota piiriltä. Niin sitten siellä on tilanne sellainen (jakaja perään soitettaessa sa-noo): no ei se oikeen ollukaan mun homma, en mä tuu varmaan huomenna, moi moi. (Aluekoordinaattori A)

Molemmat näkivät yötyön olevan yksi tekijä lopettamisessa, sekä myös työn rankkuus itses-sään yllättää monet:

Ja sitten suurin osa niistä jotka lopettaa, jakavat sen muutaman jaon ja sitten huomaavat ettei ole oma juttu, joko se on siitä yötyöstä johtuvaa, että ei aja-tella että yöllä työn tekeminen on itsessään niin rankkaa. Sitten toisekseen se, että tuolla varsinkin talvella, niin hirveän pimeässä kun kuljeskelet yksin ja jos tulee sellainen auttamaton olo, että eihän tästä tule mitään, niin se saattaa monille olla liikaa. (Aluekoordinaattori B)

Suurin syy on yötyö, että ei vaan saa nukutuksi. Menee kaikki päivät nukkuessa ja ei löydy oikein sellaisia unirytmeyksiä. Se on ollut iso syy joka on kolmanneksel-la lopettaneista. (Aluekoordinaattori B)

Ja osa ajattelee, että työn määrä ja palkkio ei kohtaa, varsinkin niissä tapauk-sissa, jossa jakaminen ei lähde sujumaan, niin laskennallinen tuntipalkka jää aika pieneksi. Silloin kun se työ lähtee sujumaan, niin sitten tässä pääsee ihan kiitettävälle ansiolle. (Aluekoordinaattori B)

Toinen aluekoordinaattoreista mainitsi myös syyksi lopettamiseen myös autolla ajamisen kammon ja sen, että on ollut liian kova aloitus, eli liikaa työtä ensimmäisenä päivänä. Molemmat tunnustivat ongelmat älypuhelinien käytön kanssa olevan myös syy lopettaa.

Tiettyä lopettajien ihmistyyppiä kysyttäessä toinen haastateltavista osoitti nuoret, sekä hen-kilöt, jotka lopettavat, jos työ ei ala heti sujumaan:

Oman näkemykseni mukaan, niin osa on sellaisia pyyhkeen kehään heittäjiä. Työ ei ole lähtenyt sujumaan, ja he ovat sitten lopettaneet sen takia. (Alue-koordinaattori A)

#### Haastattelujen vaikutus rekrytointipeliin

Pelillistämistä rekrytinnissa käyttäneiden ja alalla pelillistämistä käyttäneiden haastattelut vastasivat yhteen opinnäytetyön kehitystehtävään, eli mitä hyötyjä ja ongelmia pelillistetyssä rekrytinnissa voi ilmetä. Pelillistämistä alalla käyttäneiden haastattelusta saatiin myös laa-jempi kuva rekrytointitilanteesta alalla ja kokemuksia pelillistämisen käyttämisestä alalla. Opinnäytetyön tietoperustan, haastattelujen, sekä toimeksiantajan tietojen perusteella luo-ttiin perustelut pelin toteuttamiselle. Budjettiehdotus ja perustelut lähetettiin johtoryhmään hyväksyttäväksi. Perusteluja ei avata tämän tarkemmin opinnäytetyössä.

Ryhmähaastattelussa selvisi tarkemmin jakajarekrytoinnin tilanteesta ja työn negatiivisesta imagosta. Haastatteluista selvisi, että kokemusten perusteella pelillistäminen sopi hyvin sekä alalle, että rekrytointiin. Haastatteluissa selvinneet työn haasteet ja vetovoimatekijät olivat hyvä pohja työn realiteettien havainnollistamiselle ja työn markkinoinnille. Haastateltavat pitivät myös visuaalisuutta tärkeänä, joten myös pelissä siihen panostetaan.

Varsinkin pelillistämistä rekrytoinnissa käyttäneiden haastatteluissa selvisi paljon hyödyllisiä asioita. Rekrytointipelillä on käyttöpotentiaalia itse rekrytoinnin lisäksi myös esimerkiksi työnantaja mielikuvan parantamiseen. Yhdessä haastattelussa kävi ilmi, että pelillä voidaan nostaa esiin työn vetovoimatekijöitä ja havainnollistaa työtä itsessään.

Aluekoordinaattoreiden ja alalla pelillistämistä käyttäneiden haastatteluista luotiin rekrytointipeliin kysymyksiä. Aluekoordinaattorit toivat esille yötyökokemuksen tärkeyden, sillä yötyö voi olla rankempaa kuin jakaja on kuvitellut. Yötyö voi myös aiheuttaa jakotyön lopettamisen, joten kyseessä on tärkeä työn realiteetti. Yksi kysymys rekrytointipelin kysymys siis käsittelee onko henkilöllä yötyökokemusta. Rekrytointipelin toteuttamisessa tehtiin kuitenkin päätös, ettei yötyökokemus karsi hakijaa pois. Halu yötyöhön riittää. Aluekoordinaattorit toivat myös esiin unirytmien tärkeyden. Peliin luotiin kysymys siitä, millainen on henkilön unirythmi. Tässäkään kysymyksessä ei haluttu karsia kokonaan päivärytmiin tottuneita, vaan henkilöllä täytyy olla mahdollisuus mukauttaa unirytmensä.

Älypuhelin koettiin myös tärkeäksi työvälineeksi. Pelin tekemisessä otettiin se minimivaatimus, että henkilön täytyy vähintään olla valmis opettelemaan älypuhelimien käyttöä. Peliin luotiin tämän huomion perusteella kysymys älypuhelimien käytöstä. Jakotyössä tunnollisuus koettiin menestyvälle jakajalle tärkeäksi ominaisuudeksi, joten peliin luotiin kysymys tunnollisuudesta. Aluekoordinaattoreiden haastattelujen perusteella hahmotettiin eri piireille sopivat jakajat, joita käytettiin piiriä määrittelevän kysymyksen laadinnassa. Aluekoordinaattoreiden haastattelujen perusteella luotiin myös visuaaliset lyhyet tietoiskut pelin kysymysten rinnalle. Varsinkin vaikeasti ymmärrettävän freelancer-työn ja työsuhteisen työn eroja haluttiin tuoda esille. Peli tuo työn realiteetteja ja tarvittavia ominaisuuksia esille, mutta myös luo positiivista mielikuvaa.

## 7 Rekrytointipelin suunnittelu ja tuotos

Pelin suunnittelulla oli muutamia ehtoja. Toimeksiantaja halusi käyttää yrityksen omaa osaaamista, myös budjetti asetti rajoitteet pelin toteuttamiselle. Pelin suunnittelu toteutettiin

yhteistyössä EarlyBird-jakelun ja Sanoma Gamesin kanssa. Sanoma Games luo pelin tehdyn suunnitelman mukaisesti. Peliä suunniteltiin ensin maaliskuun alussa pidetyssä workshopissa. Workshopiin osallistui opinnäytetyön tekijän lisäksi Sanoma Gamesin tuotepäällikkö ja toimeksiantajan edustaja. Tämä workshop antoi lisätietoa siitä, millaisia toteutuksia Sanoma Games on suunnitellut aikaisemmin.

Seuraavaan workshopiin maaliskuussa osallistui Sanoma Gamesin puolesta myyntipäällikkö ja kaksi tuotepäällikköä. Lisäksi paikalla oli toimeksiantajan edustaja. Tässä palaverissa käytiin läpi toteutettavissa olevat vaihtoehdot ja mitä pelillä haluttiin saavuttaa, sekä miten tähän päämäärään päästään. Maaliskuun lopussa toteutettiin toimeksiantajan kanssa workshop siitä, minkä tyylinen pelin pitäisi olla.

Toimeksiantajan edustaja halusi nuorekkaan ja humoristisen toteutuksen. Suunnitelmassa päädyttiin humoristiseen toteutukseen ja lintuteemaan, joka tulee jakelun EarlyBird-nimestä. Pelissä päädyttiin myös visa-muotoiseen toteutukseen, jossa pelaajalle esitetään kysymyksiä, jotka liittyvät työhön. Pelin nimeksi tuli: ”Miten täydellinen EarlyBird-jakaja olisit?”. Jokainen vastaus pisteytetään ja pelaaja saa lopuksi vastauksiensa perusteella prosenttimäärän, kuinka täydellinen jakaja olisi, sekä lintuhahmon vastaustensa perusteella. Pelin lopussa on myös analyysi pelaajan soveltuvuudesta työhön.

Hahmojen tekeminen aloitettiin etsimällä sopivia ja humoristisia lintujen nimiä. Tässä vaiheessa hahmoiksi valikoituivat ruosterastas, kapustahaikara, kivitasku, uivelo, lehtokurppa, välimerenhauska ja kaulushaikara. Valittujen teemaan sopivien lintujen perusteella hahmoitettiin lyjykyynällä lintujen hahmot.

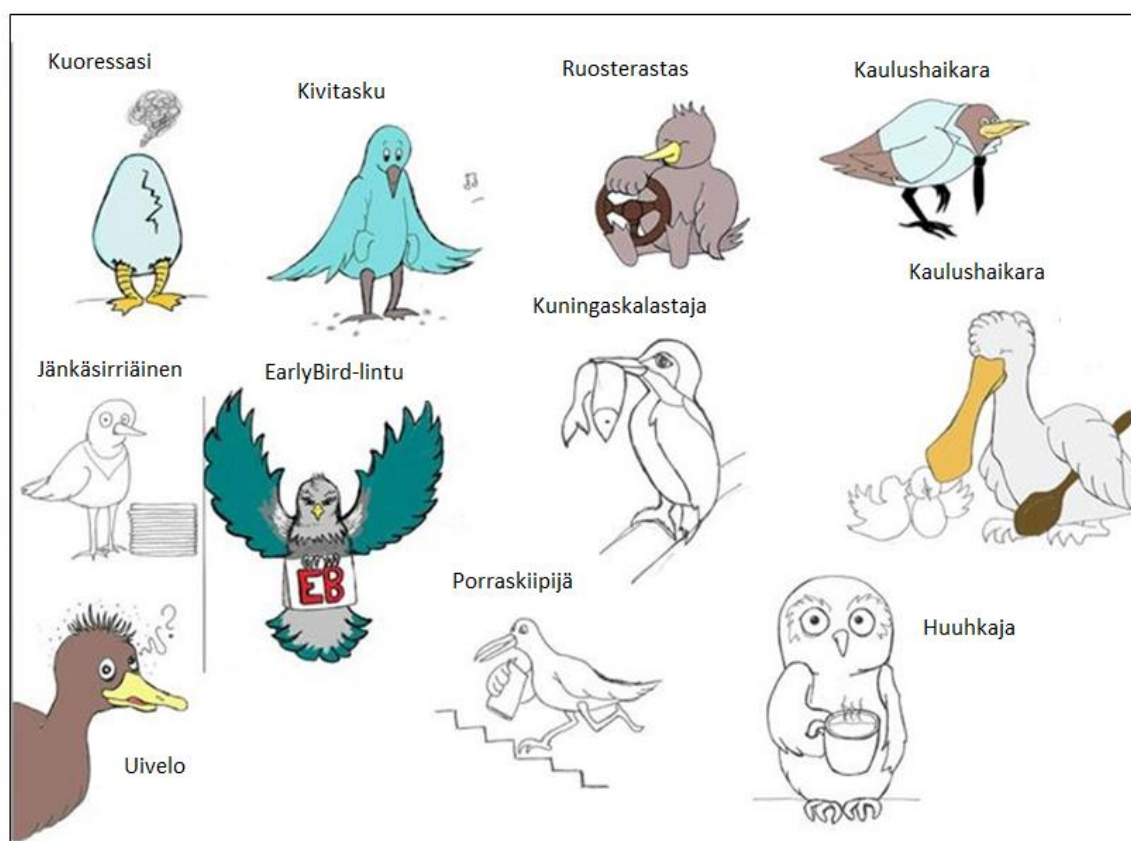


Kuvio 4: Tussipiirros pelin loppuhahmosta nimeltä Ruosterastas.

Kuten kuviossa 4 esitetään, lyijykynällä tehtyjen luonnosten jälkeen tehtiin tussilla paperille pelkät hahmojen ääriviivat. Tämän jälkeen piirroksot skannattiin. Kolmannessa workshopissa huhtikuun alussa käytiin läpi, mitä tarkemmin toteutukseen tarvitaan, sekä neuvoteltiin hinnoista. Sovimme myös, että lopullisen visuaalisen toteutuksen tekee Sanoma Gamesin graafikko. Hahmot viimeistelee toinen graafikko, jonka kanssa sovittiin asiasta sähköpostitse. Tämän jälkeen pelin hinta lähetettiin hyväksyttäväksi johtoryhmälle, sekä perustelut siitä, miksi peli tulisi toteuttaa.

Excel-pohjaan tehtiin suunnitelma kysymysteemoista, itse kysymyksistä, vastausvaihtoehdoista, hahmojen linkityksestä ja vastausten aiheuttamista teksteistä. Kysymykset tehtiin haastatteluiden perusteella. Haastatteluista poimittiin tärkeimmät seikat ja muutettiin ne kysymysmuotoon.

Tässä vaiheessa huomattiin, että muutama hahmo tarvitaan lisää, jotta kaikille vastaajille tulisi kuvaava hahmo. Muutaman uusi hahmo luonnosteltiin ja skannattiin. Vaikka idea oli alun perin nimetä linnut oikeiden lintujen mukaan, yhden linnun nimeksi tuli keksitty nimi. Myös nimi ”lehtokurppa” poistettiin, sillä se ei palvellut nimien tarkoitusta. Nimestä tuli negatiivinen kuva työntekijästä. Hahmojen nimien haluttiin olevan humoristisia, mutta ei leimaavan alalle sopivia tekijöitä negatiivisella tavalla.



Kuva 5: Pelin hahmojen luonnokset

Hahmoiksi tuli sekä työhön sopivia, että siihen sopimattomia hahmoja. Lopulliset hahmot on esitetty kuvassa 5: Kuoressasi, Kivitasku, Ruosterastas, Kaulushaikara, Jänkäsirriäinen, EarlyBird-lintu, Kuningaskalastaja, Kapustahaikara, Uivelo, Porraskiipijä ja Huuhkaja. Hahmoista Kuoressasi, Kaulushaikara ja Uivelo eivät sovellu työhön. Muut hahmot sopivat työhön.

Hahmo määräytyy aina ensimmäisen hahmon perusteella, jonka pelaaja saa. Kysymykset on järjestetty ja suunniteltu tämä ajatus huomioon ottaen. Kysymysten perusteella määräytynyt hahmo tulee sen jälkeen, kun kaikkiin kysymyksiin on vastattu. Kuoressasi hahmo on tarkoitettu alaikäisille, jotka eivät vielä voi tehdä yötyötä. Laissa nuorista työntekijöistä kerrotaan: ”Viisitoista vuotta täyttäneen henkilön työaika on sijoitettava kello 6:n ja 22:n väliseen aikaan.” Ala-ikäiselle kuvan yhteyteen tulee siis teksti: ”EarlyBird, olet vielä kuoressasi!”. Kaulushaikara-hahmo tulee päivätyötä tekeväälle ja työsuhteista työtä haluavalle. Sen takana on ajatus perinteisestä toimistotyöläisestä. Uivelo-hahmo edustaa sellaista henkilöä, joka vastaa kysymyksiin välinpitämättömyydellä tai vastaa sellaisia vastauksia, ettei hän sovellu työhön.

Kuva 6: Pelin kaikkien loppuhahmojen luonnokset

EarlyBird-lintu on täydellinen jakaja, hän saa täydet pisteet kaikista vastauksista. Mikäli henkilö on saanut jo jonkin hahmon, EarlyBird-lintu kumoaa sen. Kivitasku-hahmo kuvastaa opiskelijaa. Kapustahaikara-hahmon pohjalla on ajatus henkilöstä, jolla on lapsia. Hän mahdollisesti hankkii lisätuloja lasten harrastuksiin, tai ylipäättään elämiseen. Ruosterastas-hahmon pohjalla on henkilö, joka pitää ajamisesta. Työssä iso osa on ajamista, joten tällainen henkilö sopii erinomaisesti työhön. Porraskiipijä on joukon ainoa keksitty hahmon nimi. Porraskiipijä-hahmo tulee urheilusta kiinnostuneelle, joka soveltuu erinomaisesti kerrostaloja sisältävälle taajamapiirille. Jänkäsirriäinen-hahmo kuvastaa henkilöä, jolla ei ole vielä kokemusta työstä, mutta on innokas oppimaan. Kuningaskalastaja-hahmo kuvastaa yrittäjää. Huuhkaja-hahmo on suunniteltu sellaiselle henkilölle, joka luontaisesti valvoo öisin. Myös henkilö, jolla on yötyökokemusta, voi saada hahmokseen huuhkajan.

Visan ensimmäisessä kysymyksessä kysytään ikää. Ainoa vastaus, jossa saa 0 pistettä, on alle 18-vuotias. Pelaaja saa automaattisesti alle 18-vuotiaan vastauksesta pelin lopussa hahmon kuoressasi ja tekstit: ”EarlyBird, olet vielä kuoressasi! Lain mukaan yötyötä ei saa tehdä alle 18-vuotiaana, mutta parin vuoden päästä sitten.” Muut vastausvaihtoehdot ovat: 18 - 25, 26 - 35, 36 - 45, 46 - 55, 56 - 65 ja yli 66. Muilla vastauksilla ei saa vielä hahmoa.

Seuraava kysymys koskee pelaajan elämäntilannetta. Mikäli pelaaja vastaa olevansa opiskelija, hän saa kivitasku-hahmon ja tekstin: Koska olet köyhä opiskelija, EarlyBirdissä pääset tie-  
naamaan opintojesi ohessa. Muista tarkistaa tulorajasi Kelan sivuilta löytyvästä laskurista.”  
Laskuria ei linkitetä peliin toimeksiantajan edustajan pyynnöstä.

Mikäli pelaaja valitsee olevansa kotiäiti tai koti-isä, hän saa Kapustahaikara-hahmon ja tekstin: ”Jos kotiäitinä/isänä kaipaat hetkeksi rauhaa, tule jakamaan aamuisin lehtiä. Täällä on aika hiljaista.”

Mikäli pelaaja valitsee, että hänellä on oma yritys, hän saa hahmon kuningaskalastaja ja tekstin: ”Olet yrittäjä henkeen ja vereen. EarlyBirdissä voit hankkia yrityksellesi lisätuloja, tai tehdä jakelusta itsellesi päätoimisen tulonhankkimistavan.” Vastausvaihtoehdoista eläkeläinen, työtön tai työssäkäyvä eivät luo tekstiä tai hahmoa. Kolmas kysymys käsittelee työsuhdetta ja antaa myös mielikuvaa työstä. Kysymys alkaa ”Haluan tehdä työtä jossa..”.

Mikäli pelaaja vastaa: ”Pomo hengittää niskaan ja varmistaa että teen työni.” hän saa automaattisesti loppuhahmon kaulushaikara ja tekstin: ”Sinulle sopii paremmin valvottu, työsuh-  
teinen työ.” Vastaus: ”Olen oman itseni herra, päätän milloin menen töihin ja milloin kään-  
nän kylkeä aamuisin” ei aiheuta hahmoa tai tekstiä.

Mikäli pelaaja vastaa ”kaikki käy, kunhan saan vaan ajaa” hän saa loppuhahmon ruosterastas ja tekstin: ”Hienoa, että pidät ajamisesta, meillä nimittäin sitä saa tehdä niin paljon kuin huvittaa!”. Kaikki vastaajat saavat lisäksi tekstin: ”EarlyBirdissä toimitaan itsenäisinä yrittäjinä tai freelancereina. Sinulla voi olla jo yritys, tai voit halutessasi perustaa sellaisen. Freelancerina työskentelet verokortilla, mutta työstä ei synny työsuhdetta vaan toimeksiantosopimus.”

Neljäs kysymys koskee sitä, minkä tyyppistä piiriä henkilö voisi tehdä: ”Aamu aurinko sarastaa jo, linnut laulavat ja minä...”. Vastaus: ”Käänän kylkeä” ei aiheuta tekstejä tai hahmoa. Ajatuksena on, ettei hakijaa hylätä sen perusteella, mikäli vastaa tämän hetken tilanteensa mukaan.

Mikäli henkilö vastaa: ”Heitän pyörällä/jalkaisin aamulenkkiin.”, hän saa Porraskiipijä-hahmon ja tekstin: ”Hienoa, että olet kiinnostunut urheilusta, sinulle sopisikin hyvin pyörä- tai kärrypiiri. Saat siis samalla rahaa, kuin urheilet!”. Mikäli pelaaja vastaa: ”Kurvailen mutkia autolani.” hän saa ruosterastas-hahmon ja tekstin: ”Hienoa että pidät ajamisesta, meillä nimittäin sitä saa tehdä niin paljon kuin huvittaa!”. Lisäksi kaikki vastaukset tuottavat tekstin: ”Meillä on tarjolla kärry-, pyörä- ja autopiirejä. Kärry ja pyöräpiirit vaativat jonkin verran fyysistä kuntoa. Voit valita sen mukaan, mistä olet kiinnostunut.” Mikäli henkilö sai saman hahmon aikaisemmin, teksti ei tule uudelleen. Sanoma Gamesin kanssa on sovittu toteutuksesta, että hahmo määräytyy ensimmäisen vastauksen perusteella, josta määräytyy jokin hahmo. Kysymykset on suunniteltu niin, että kuvaavat hahmot toteutuvat.

Kysymys viisi kuvaa motivaatiota, miksi työtä tehdään: ”Jakelutyöstä ansaitsemallani palkkiolla...”. Vastaamalla: ”Kustannan lapsen kalliin harrastuksen” pelaaja saa loppuhahmon Kapustahaikara ja tekstin: ”Jakelutyö on hyvä tapa hankkia tuloja, vaikkapa maksaa lasten harrastukset.”. Mikäli pelaaja vastaa: ”Saan yritykselleni tuloja tai lisätuloja”, hän saa hahmon kuningaskalastaja ja tekstin: ”Olet yrittäjä henkeen ja vereen. EarlyBirdillä voit hankkia yrityksellesi lisätuloja, tai tehdä jakelusta itsellesi päätoimisen tulonhankkimistavan.”. Vastaukset: ”Ostan makkaraa leivän päälle” ei tuota tekstiä tai hahmoa. Vastaus: ”Suuntaan ulkomaille lekottelemaan aurinkovarjon alle” ei tuota hahmoa, mutta tekstin: ”Jakelutyö on hyvä tapa hankkia rahat vaikka ulkomaan matkaan.”.

Kuudes kysymys koskee jakotyötä: ”Oletko jakanut jotain aiemmin?”. Vastaus: ”Kyllä! Lehtiä/mainoksia tms.” aiheuttaa lopputekstin: ”Kokemus jakelutyöstä on aina plussaa ja sitähän sinulta löytyy.”, mutta ei hahmoa. Mikäli pelaaja vastaa: ”En, mutta olen valmis oppimaan!”, hän saa lopputekstin: ”Kokemus jakelutyöstä on plussaa, mutta loppupeleissä asenne ratkaisee!”. Tässäkään vaihtoehdossa hahmoa ei synny. Kolmas vastaus vaihtoehto on: ”EVVK..”,



jolloin henkilö saa loppuhahmon uivelo ja tekstin: ”Työssä ei tarvita välttämättä kokemusta, mutta asenne ratkaisee. Sinua ei taida jakotyö kiinnostaa.”.

Seitsemäs kysymys koskee uniryhtiä: ”Milloin olet hereillä?”. Mikäli pelaaja vastaa: ”Aikaisin aamulla! Herään jo neljältä.” Hän ei saa hahmoa, vaan lopputekstin: ”Sinä et nuku aamuisin pitkään. Mitäs jos käyttäisit aamusi hyödyksi? Aikainen lintu madon nappaa!”.

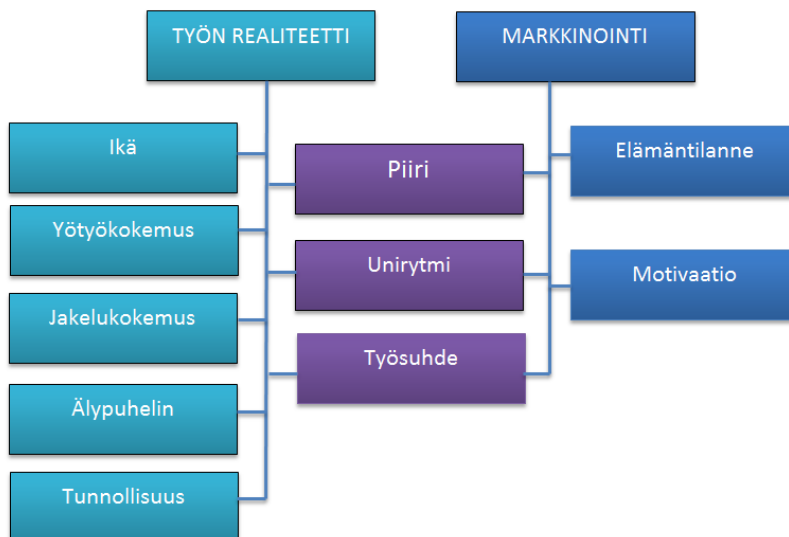
Jos henkilö vastaa: ”Yöllä. Elän öisin ja nukun päivisin.”, hän saa loppuhahmon huuhkaja ja tekstin: ”Olet hereillä öisin, kun muut nukkuvat. Ja sehän sopii meille! Kaipaamme joukkoomme kaltaisiasi yö eläjiä.”. Pelaajan vastatessa: ”Silloin kun tarvitaan. Nukun missä vaan, milloin vaan.” hahmoa ei synny, mutta lopputeksti syntyy: ”Pystyt nukkumaan missä vain, milloin vain. Sehän sopii meille hyvin, sillä työssä unenpäästä kiinni saaminen on tärkeää.”. Mikäli pelaaja valitsee vaihtoehdon: ”Päivisin. Olen tottunut normaaliin päivätyön uniryhtiin.” hän saa hahmon ”kaulushaikara” ja tekstin: ”Olet tottunut valvomaan päivisin ja nukkumaan öisin. Huomaathan, että jakelutyössä uniryhtiä täytyy muuttaa.”

Kahdeksas kysymys koskee yötyökokemusta: ”Oletko aiemmin tehnyt yöllä töitä?. Tämä kysymys viimeistään määrittelee henkilölle hahmon. Mikäli pelaaja vastaa tähän kysymykseen vaihtoehdon: ”Kyllä, tuttua juttua.” hän saa loppuhahmon Huuhkaja ja tekstin: ”Hienoa, yötyö onkin sinulle jo tuttua.”. Vastausvaihtoehto: ”En, eikä kiinnostakaan.” aiheuttaa Kaulushaikaran hahmon ja tekstin: ”Koska et pidä yötyöstä, tämä työ olisi sinulle haastavaa. Yksinkertaisesti siksi, että se tapahtuu yöllä.”.

Mikäli pelaaja vastaa: ”En, mutta onnistuu!”, pelaaja saa hahmon Jänkäsirriäinen ja tekstin: ”Sinulla ei ole kokemusta yötyöstä, mutta halua kokeilla ja se on pääasia”. Seuraavat kysymykset eivät aiheuta enää loppuhahmoja, ellei pelaaja vastaa niin, että saa hahmon uivelo. Uivelo-hahmo yliajaa muista hahmoista, sillä vastatut vaihtoehdot osoittavat silloin suurta epäsovivuutta työhön.

Yhdeksäs kysymys koskee tunnollisuutta: ”On aamuyö. Sataa ja väsyttää, olen sopinut lehtienjako yöstä. Minä..”. Mikäli pelaaja vastaa: ”..nukun mieluummin, kyllä joku ne hommat hoitaa!” pelaaja saa hahmon uivelo ja tekstin: ”Parhaat puolesi eivät tule esille tässä työssä, sillä työssä tunnollisuus on erittäin tärkeää.”. Mikäli pelaaja vastaa: ”..vedän kahvit naamaan ja lähdän töihin, tottakai.” pelaaja saa lopputekstin: ”Hoidat työsi sovitusti ja tunnollisesti, juuri niin kuin todellinen EarlyBird.” Viimeinen ja kymmenes kysymys koskee älypuhelimia: ”Mitä mieltä olet älypuhelimista?”. Mikäli pelaaja vastaa: ”Onko muitakin olemassa?”, hän saa lopputekstin: ”Käytät älypuhelimia näppärästi. Taitoa tarvitaan jakotyössä.”. Vastauksesta: ”Emme tule toimeen, enkä haluakaan.” pelaaja saa lopputekstin: ”Älypuhelimien käyttö on tärkeä osa työtä. Mikäli olet halukas opettelemaan, sinustakin voi kuoriutua kelpo heimolintu,

kuitenkin näyttäisi siltä, ettei asia kiinnosta sinua.”. Vastausvaihtoehto: ”Voin opetella käyttämään!” aiheuttaa tekstin: ”Älypuhelimien käyttö on tärkeä osa jakotyötä. Uusien asioiden opettelu ei ole koskaan haitaksi.”



Kuvio 5: Rekryointipelin kysymysten jakautuminen

Koska rekryointipelin tavoitteina oli houkutella lisää hakijoita ja EarlyBird-toimintamallin havainnollistaminen, hahmoteltiin kysymykset sen mukaan. Osa kysymyksistä markkinoi työtä, osa havainnollistaa Freelancer- ja yrittäjämallia tai jakelutyön realiteetteja. Osa kysymyksistä on muotoiltu niin, että ne toimivat molemmissa tarkoituksissa. Työn realiteetteja kuvaavat kysymykset iästä, yötyökokemuksesta, jakelukokemuksesta, älypuhelimien käytöstä ja tunnollisuudesta. Täysin markkinoinnin kannalta tehtyjä kysymyksiä ovat kysymykset elämäntilanteesta ja motivaatiosta. Piiriä, unirytmia ja työsuhdetta koskevat kysymykset on muotoiltu niin, että ne markkinoivat työtä, mutta samalla tuovat esiin työn realiteetteja.



Olet heimolinnuista

## KIVITASKU!

Hienoa, olet 70 % täydellinen jakaja!

**Elämäntilanne:** Koska olet köyhä opiskelija, EarlyBirdillä pääset tienamaan opintojesi ohessa. Muista tarkistaa kuitenkin tulorajasi Kelan laskurista.

**Työsuhde:** EarlyBirdillä toimitaan itsenäisinä yrittäjinä tai freelancereina. Sinulla voi olla jo yritys, tai voit perustaa sellaisen. Freelancerina työskentelet verokortilla, mutta työstä ei synny työsuhdetta vaan toimeksiantosopimus.

**Mikä piiri?** Hienoa, että olet kiinnostunut urheilusta, sinulle sopisikin hyvin pyörä- tai kärrypiiri. Saat siis samalla rahaa, kuin urheilet!

**Jakelutyö:** Kokemus jakelutyöstä on plussaa, mutta loppupeleissä asenne ratkaisee! Meillä on tarjolla kärry, pyörä ja autopiirejä. Kärry ja pyöräpiirit vaativat jonkin verran fyysistä kuntoa. Voit valita sen mukaan, mistä olet kiinnostunut.

**Rahan käyttö:** Jakelutyö on hyvä tapa hankkia tuloja, vaikkapa maksaa lasten harrastukset.

**Yötyö:** Olet hereillä öisin, kun muut nukkuvat. Ja sehän sopii meille! Kaipaamme joukkoomme joukkoomme kaltaisia yöeläjiä. Yötyö onkin sinulle jo tuttua.

**Tunnollisuus:** Parhaat puolesi eivät tule esille tässä työssä, sillä työssä vaaditaan tunnollisuutta.

**Älypuhelin:** Älypuhelimien käyttö on tärkeä osa jakotyötä. Uusien asioiden opettelu ei ole koskaan haitaksi.

Kuvio 6: Lopputilanne esimerkivastausten perusteella.

Kuten kuviossa 6 on esitetty, loppusivulla on hahmon kuva, hahmon nimi, prosenttiosuus vastausten perusteella saaduista pisteistä ja tekstit aiheittain. Testin loppuun tulee myös linkki rekrytointilomakkeelle ja mahdollisuus jakaa peli sosiaalisessa mediassa. Pelin lopussa kysytään myös palautetta pelistä.

Koska halusin selvittää työtä myös muilla keinoilla, suunnittelin useimpien kysymysten taustakuvaan yhden hahmoista ja hahmolle puhekuplan. Hahmot ovat aikaisemmin tässä alaluvussa esittelemiäni loppuhahmoja. Puhekuplissa on kerrottu työhön liittyviä asioita tiiviissä ja informatiivisessa muodossa. Kaikki kohdat eivät koske esitettyä kysymystä, vaan ne voivat koskea työtä ylipäätensä.

Elämäntilannetta koskevassa kohdassa on Kapustahaikaran kuva ja puhekupla: ”Jakotyö sopii moneen elämäntilanteeseen.” Ikää koskevassa kysymyksessä on kuoressasi-hahmo ja puhekupla: ”Meillä saat valita milloin teet työtä ja milloin et. Ota vaikka kuukausi vapaata!”.

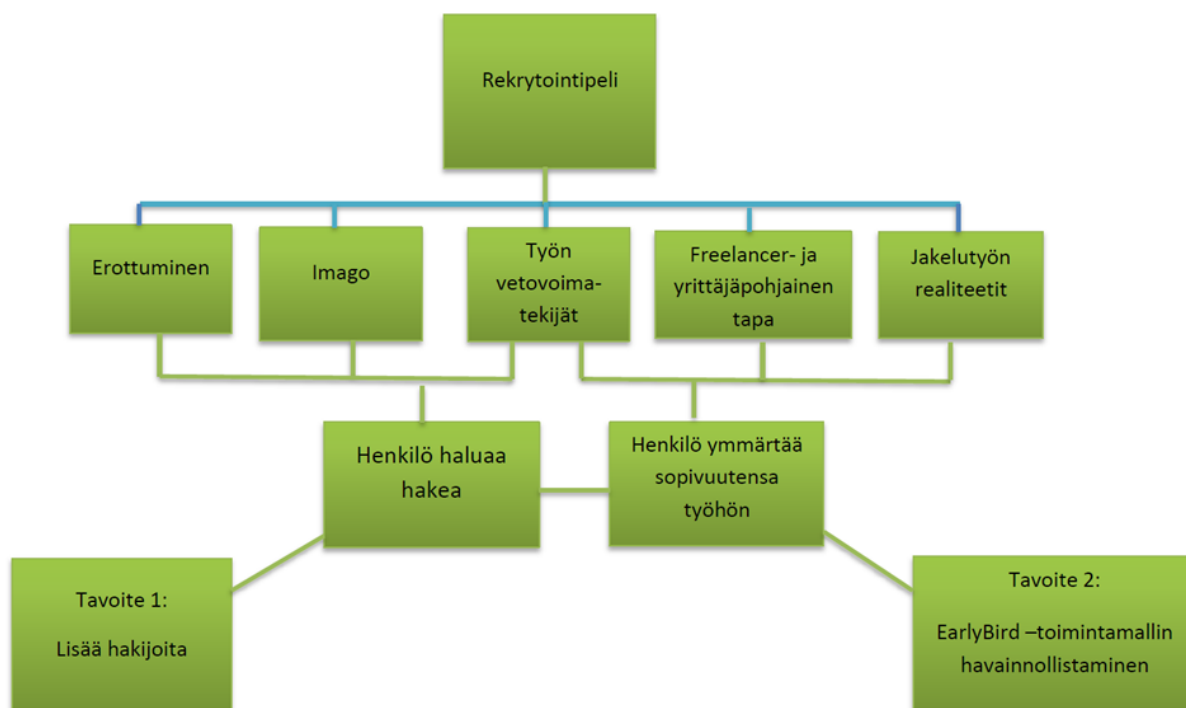


Kuva 7: Esimerkki puhekuplasta pelissä

Työsuhdetta koskevassa kohdassa on kuvassa 7 esitetty ruosterastas-hahmo ja puhekupla: ”Voit työskennellä joko yrittäjänä, tai freelancerina verokortilla”. Piiriä koskevassa kohdassa on hahmo porraskiipijä ja teksti: ”Miten olisi pieni aamulenkki? Siitä maksetaan vielä!”. Motivaatiota käsittelevässä kohdassa on kivitasku-hahmo ja teksti: ”Kerää lisätuloja vaikka ulkomaanmatkaa varten”. Jakelukokemusta käsittelevässä kohdassa on kuningaskalastaja-hahmo ja teksti: ”Meillä on tiivis porukka, työ on itsenäistä, muttei yksinäistä”. Unirytmää käsittelevässä kysymyksessä on huuhkaja-hahmo ja puhekupla: ”Voit jakaa yöllä tai aikaisin aamulla, sinä päätät”. Tunnollisuutta käsittelevässä kohdassa on kuoressasi-hahmo ja puhekupla: ”Lehdet jaetaan yleensä 23:00-6:30 välillä.”.

## 8 Arviointi ja kehittämissuhteet

Tässä opinnäytetyössä tehty peli vastasi toimeksiantajan asettamiin tavoitteisiin. Peli houkuttelee lisää hakijoita ja samalla konkretisoi EarlyBird-toimintamallia varhaisjakelussa.



Kuvio 7: Opinnäytetyön tavoitteiden toteutuminen

Kuviossa 8 havainnollistetaan, miten rekryointipelin tavoitteet toteutuvat. Rekryointipelin yhtenä tavoitteena oli saada lisää hakijoita. Tässä opinnäytetyössä on aiemmin osoitettu, että rekryointipelillä voidaan erottua muista kilpailijoista, eli tässä tapauksessa muista työn tarjoajista tai työnantajista. Rekryointipeli voi vaikuttaa positiivisesti työnantajakuvaan, sekä kuvaan itse työstä. Jakelutyön huono imago tuli esiin haastattelussa. Työn vetovoimatekijöiden havainnollistaminen vaikuttaa omalta osaltaan myös työn imagoon. Erottuminen, imago ja työn vetovoimatekijät aiheuttavat yhdessä sen, että henkilö haluaa hakea työhön. Halu hakea työhön liittyy kuitenkin myös siihen, että henkilö ymmärtää sopivuutensa työhön.

Rekryointipelin toinen tavoite oli EarlyBird -toimintamallin havainnollistaminen. Peli havainnollistaa sitä, että työskentely tapahtuu freelancerina tai yrittäjänä. Jakelutyön realiteettien havainnollistaminen kuului myös EarlyBird- toimintamallin havainnollistamisen tavoitteeseen. Jakelutyön realiteetit pohjautuvat suurimmaksi osaksi opinnäytetyössä tehtyihin haastatteluihin. Jakelutyön reliteettien, freelancer -ja yrittäjäpohjaisen toimintatavan ja työn vetovoimatekijöiden havainnollistaminen auttaa henkilöä ymmärtämään oman soveltuvuutensa työhön. EarlyBird-toimintamallin havainnollistamisen tavoite toteutuu, kun henkilö saa kuvan omasta soveltuvuudestaan työhön.

Opinnäytetyöni kehitystehtäviin kuului selvittää, mitä hyötyä saavutetaan pelillistetyllä rekrytoinnilla. Hyödyt riippuivat osittain siitä, mikä ongelma pelillistämällä haluttiin ratkaista. Rekrytoinnin pelillistämällä voidaan suorittaa tehokasta hakijoiden esikarsintaa ja antaa hakijoille tarkempaa tietoa heidän soveltuvuudestaan kyseiseen työhön. Sillä on myös mahdollista antaa realistisempi kuva työn sisällöstä. Luovien ja innovatiivisten henkilöiden löytäminen on myös yksi pelillistämisen hyödyistä. Pelillistäminen voi auttaa luomaan modernin ja positiivisen työnantajakuva. Se voi auttaa myös yritystä erottumaan kilpailijoistaan. Pelillistämällä voidaan myös tuoda esiin työn vetovoimatekijöitä, jolloin se auttaa houkuttelemaan lisää hakijoita. Pelillistämällä voidaan myös houkuttaa sellaisia hakijoita, jotka eivät muuten olisi hakeneet yritykseen töihin.

Kehitystehtävänä oli myös selvittää, mitä ongelmia rekrytoinnin pelillistämällä voidaan kohdata. On koettu ongelmalliseksi, että mikäli hakija suorittaa rekrytointipelissä työtehtäviä, hakija ei välttämättä toimi samoin pelissä, kuin hän toimisi oikeassa elämässä. Mahdollisuudet realististen skenaarioiden luomiseen ovat rajalliset, eikä pelaajan motivaatioita ja omistautumista voida kontrolloida. Joissakin tapauksissa on huomattu kielteisiä asenteita pelillistämistä kohtaan. Pelillistämisen hyötyjä ei välttämättä ymmärretä, kuten kävi ilmi pelillistämistä rekrytoinnissa käyttäneiden haastatteluissa. Haastatteluista jäi myös osittain epäselväksi, kohdistuuko kielteisyys suoraan pelillistämiseen, vai ylipäätään muutokseen esimerkiksi omassa työssä. Pelimekaniikkojen käyttö on myös koettu haastavaksi. Pelillistämisen ongelmista tietoa on saatu paljon yrityksiltä itseltään. Kannattaa ottaa huomioon, etteivät yritykset välttämättä halua kertoa julkisuuteen negatiivisia asioita rekrytoinnistaan, joten kaikkia negatiivisia seikkoja ei välttämättä tiedetä.

Luotu rekrytointipeli havainnollistaa työn realiteetteja ja EarlyBird-toimintamallia varhaisjakelutehtävässä. Yötyö, jakelutyö, tunnollisuus ja älypuhelimien käyttö tulevat selkeästi esille rekrytointivisasta. Visassa myös kysytään unirytmistä, joka on aluekoordinaattoreiden tärkeänä pitämä asia. Visa myös havainnollistaa sen realiteetin, ettei alaikäinen henkilö voi tehdä työtä yötyön takia. EarlyBird-malli tulee esille visan lopputeksteissä, sekä visuaalisesti hahmojen puhekuplissa pelin kuluessa. Visa myös houkuttelee uusia hakijoita korostamalla työn vetovoimatekijöitä, eli haastatteluissakin mainittua työn joustavuutta. Visa myös tuo esiin, että työ sopii moneen elämäntilanteeseen ja luo positiivista mielikuvaa työstä. Kaikenkaikkiaan rekrytointipeli vastaa siihen ongelmaan, mihin se oli tarkoitus luoda. Toimeksiantaja halusi jotain uutta rekrytointiin ja jakelijoiden houkutteluun.

Toimeksiantaja sai opinnäytetyöstä muutakin, kuin mitä alun perin oli tarkoitus. Opinnäytetyöstä käy esiin, että rekrytointipeli voi parantaa työnantajan ja työn imagoa. Opinnäytetyön ryhmäkeskustelussa kävi myös ilmi, että ala tarvitsee imagon nostatusta. Ryhmäkeskustelussa

toimeksiantaja sai myös esittelyn pelillistetyistä toteutuksesta ja lisää tietoa siitä, että pelillistämistä on ollut alalla hyviä kokemuksia.

Aluekoordinaattoreiden haastatteluista toimeksiantaja sai tietoonsa paljon uutta tietoa. Uusi tieto oli, että freelancerina toiminen ei ole tullut esille negatiivisessa valossa työtä tekevien henkilöiden puolelta. Aluekoordinaattoreiden mukaan freelancereissa ei juurikaan ole sellaisia henkilöitä, jotka tekisivät mieluummin työsuhteista työtä. Tuloksessa täytyy ottaa huomioon, että koska haastattelua ei ole toteutettu jakajille itselleen, tulos voi olla vääristynyt. Tulos on kuitenkin suuntaa antava.

Uusi tieto oli myös se, että hakijat eivät ole aluekoordinaattoreita tavatessaan vielä ymmärtäneet, mitä freelancerina työskentely tarkoittaa. Toimeksiantaja hyötyi etenkin siitä tiedosta, miksi henkilöt lopettavat ja mitkä ovat työn ongelmakohdat. Tosin aluekoordinaattoreilla ei välttämättä ole täysin oikeaa tietoa lopettamisen syistä. Ryhmäkeskustelussa mainittiin, että hakijat harvemmin kertovat oikeaa syytä lähtöönsä. Paras haastattelukohde olisi lähtevät henkilöt, mutta näitä henkilöitä on yritetty turhaan tavoittaa jälkepäin.

Haastatteluiden tulokset olisivat olleet varmasti laajempia, mikäli opinnäytetyö ei olisi ollut julkinen. Julkisuus vaikutti osaan haastatteluista. Kaikki haastateltavat eivät halunneet vastata kaikkiin kysymyksiin. Osa haastateltavista pohti tarkkaan, mitä asioita voi julkisuuteen sanoa. Tämä vaikuttaa osaltaan opinnäytetyön luotettavuuteen. Opinnäytetyöntekijä työskentelee myös toimeksiantajayrityksessä, joten se osaltaan on vaikuttanut opinnäytetyön suorittamiseen ja sitä kautta tuloksiin, vähintään alitajuntaisella tasolla.

Opinnäytetyöntekijä oppi opinnäytetyön aikana valtavasti pelillistämistä ja rekrytointipelin toteuttamisesta. Itse toteutettu projekti oli hyvin opettavainen, siinä konkretisoitui myös työelämässä vuorovaikutus eri tahojen kanssa ja projektin kokonaishallinta. Opinnäytetyöntekijä sai myös lisätietoa jakelualasta.

Opinnäytetyön jatkokehitys ehdotus ovat, että pelin lanseeraamisen jälkeen rekrytointitilannetta seurataan, ja tehdään tarkempi analyysi siitä, miten se vaikuttaa rekrytointiin. Pelin tilastoja tarkastellaan ja jatkotoimenpiteet suunnitellaan sen perusteella. Pelistä pyydetään palautetta ja korjataan, mikäli jokin osioista ei vastaa tehtäväänsä. Kannattavaa on myös harkita perehdyttämisprosessin pelillistämistä haastatellun yrityksen tapaan.

Pelaajien saamaa kuvaa työstä voisi olla myös kannattavaa tutkia. Pelin loppuun voisi liittää vapaaehtoisen palautekyselyn, jossa kartoitetaan pelaajan saamaa kuvaa työstä ja EarlyBird-jakelusta.

## Lähteet

## Kirjat

- Egenfeldt-Nielsen, S. Smith, J. & Tosca, S. 2015. Understanding Video Games: The Essential Introduction. New York: Routledge.
- Forsgård, C. & Frey, J. 2010. Suhde. Vantaa: Hansaprint Oy.
- Harmaala, M. & Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Sanoma Pro.
- Helsilä, M. & Salojärvi, S. 2009. Strategisen henkilöstöjohtamisen käytännöt. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.
- Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. Tutki ja kirjoita. Porvoo: Bookwell Oy.
- Juti, B. 2016. Game Changer: kuinka tehdä läpimurto muuttuvassa maailmassa. Helsinki: WSOY.
- Kajjala, M. 2016. Rekrytointi: tehtävään vai yhtiöön? Liettua: BALTO print.
- Korpi, T. Laine, T. & Soljasalo, J. 2012. Rekrytoinnin suhteellisuusteoria. Helsinki: Management Institute of Finland MIF.
- Mosley, R. 2014. Employer Brand Management. Chichester: John Wiley & Sons, Incorporated.
- Paharia, R. 2013. Loyalty 3.0: how big data and gamification are revolutionizing customer and employee engagement. New York : McGraw-Hill cop.
- Piha, K. & Poussa, L. 2012. Dialogi: paremman työelämän puolesta. Liettua: Balto Print.
- Ronkainen, S. Pehkonen, L. Lindblom-Ylänne, S. & Paavilainen, E. 2014. Tutkimuksen voimasanat. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Rutter, J. & Bryce, J. 2006. Understanding Digital Games. Lontoo: SAGE Publications Ltd.
- Salli, M. & Takatalo, S. 2014. Loista rekrytoijana. Viro: Kauppakamari.
- Syvänperä, O. & Turunen, L. 2015. Palkkavuosi. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2013. Laadullinen tutkimus ja sisältöanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Vahtio, E. 2005. Rekrytointi menestystekijänä. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Vilkka, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Tammi.
- Vilkka, H. 2015. Tutki ja kehitä. Juva: Bookwell Oy.
- Walz, S. & Deterding, S. 2015. The Gameful World. Massachusetts: The MIT Press.
- Werbach, K. & Hunter, D. 2012. For the Win. Pennsylvania: Wharton Digital Press.
- Zichermann, G. 2013. The gamification revolution: how leaders leverage game mechanics to crush the competition. New York: McGraw-Hill.
- Ängeslevä, S. 2014. Level up: työrutiinit peliksi. Helsinki: Talentum Media Oy.



## Artikkelit

Bohyun, K. 2015. Gamification. Library Technology Reports. 2/2015. 5 - 36.

Manyika, J. Lund, S. Bughin, J. Robinson, K. Mische, J. & Mahajan, D. 2016. Independent work: Choice, necessity, and the gig economy. McKinsey Global Institute, 1-136.

Simpson, P. & Jenkins, P. 2015. Gamification and Human Resources: an overview. Brighton Business School, 1-6.

Wozniak, J. 2015. The Use of Gamification at Different Levels of E-Recruitment. College of Management, National University of Political Studies and Public Administration, 1-23.

## Internet-lähteet

Alma Media Oyj. 2017. Tämä on Alma. Viitattu 4.3.2017. <http://www.almamedia.fi/tietoa-meistä/tama-on-alma>

Autio, N. 2016. Kuka tahansa voi ryhtyä jakajaksi. Viitattu 8.2.2017. <http://www.suomenlehdisto.fi/kuka-tahansa-voi-ryhtya-jakajaksi/>

Diercks, J. 2011. "Facteur Academy" : Serious Game als Eignungstest des französischen Postdienstleisters Formaposte. Viitattu 6.3.2017. <https://blog.recrutainment.de/2011/02/22/serious-game-als-eignungstest-des-franzosischen-postdienstleisters-formaposte/>

EarlyBird-jakelu. 2017. Jakelijan opas. Viitattu 25.1.2017. <http://www.earlybird.fi/jakelijan-opas/>

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. 2016. Uusimaa työllisyyskatsaus syyskuu 2016. Viitattu 5.3.2017. [https://www.elykeskus.fi/documents/10191/14937168/Uudenmaan+ty%C3%B6llisyyskatsaus+syyskuu\\_2016/19997a1a-a24f-4d3d-9e97-2252dfb8d42b'](https://www.elykeskus.fi/documents/10191/14937168/Uudenmaan+ty%C3%B6llisyyskatsaus+syyskuu_2016/19997a1a-a24f-4d3d-9e97-2252dfb8d42b)

Finlex. 1996. Työaikalaki. Viitattu 30.4.2017. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1996/19960605?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=y%C3%B6ty%C3%B6#L2P4>

Finlex. 1993. Laki nuorista työntekijöistä. Viitattu 30.4.2017. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19930998#L2>

Forma Poste. 2017. Facteur Academy. Viitattu 1.3.2017. <http://formaposte-iledefrance.fr/alternance/facteur-academy/>

Forma Poste. 2011. 1 000 apprentis formés par Formaposte Ile-de-France en 3 ans. Viitattu 1.3.2017. <https://cms.laposterecrite.fr/a-la-une-detail/46/1-000-apprentis-formes-par-formaposte-ile-de-france-en-3-ans.html>

Haapala, A. 2016. Suomalainen rekrytointipalvelu nappasi puolen miljoonan rahoituksen - tähtää maailmalle. Viitattu 12.2.2017. <http://app.kauppalehti.fi/uutiset/suomalainen-rekrytointipalvelu-nappasi-puolen-miljoonan-rahoituksen---tahtaa-maailmalle/DSfuL8jt>

Herger, M. 2013. An overview of Gamification in Recruitment. Viitattu 20.3.2017. [http://www.enterprise-gamification.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=154:an-overview-of-gamification-in-recruitment&catid=25&Itemid=36&lang=en](http://www.enterprise-gamification.com/index.php?option=com_content&view=article&id=154:an-overview-of-gamification-in-recruitment&catid=25&Itemid=36&lang=en)

- Laine, T. 2016. 8 ways to Gamify Your Recruitment Process. Viitattu 6.3.2017. <http://www.tomlaine.com/8-ways-to-gamify-your-recruitment-process/>
- L'Oréal. 2017. L'Oréal revolutionizes Brandstorm 2017. Viitattu 19.3.2017. <http://www.loreal.com/sitecore/content/loreal/website/l'oreal/media/news/2017/feb/brandstorm-challenge-2017>
- Marczewski, A. 2013. What's the difference between gamification and serious games? Viitattu 25.2.2017. [http://www.gamasutra.com/blogs/AndrzejMarczewski/20130311/188218/Whats\\_the\\_difference\\_between\\_Gamification\\_and\\_Serious\\_Games.php](http://www.gamasutra.com/blogs/AndrzejMarczewski/20130311/188218/Whats_the_difference_between_Gamification_and_Serious_Games.php)
- Mäyrä, F. Karvinen, J. Ermi, L. 2015. Pelaajabarometri 2015. Viitattu 1.3.2017. <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/99003/978-952-03-0153-8.pdf?sequence=1>
- Parsons, L. 2015. Deloitte uses gaming app to attract broader range of talent. Viitattu 12.3.2017. <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/press-releases/articles/gaming-app-to-attract-broader-talent-range.html>
- Pockethunt. 2017. Munajahti alkaa! Löydä "Easter egg" ja voit voittaa 250€ lahjakortin Zalandoon. Viitattu 11.4.2017. <https://pockethunt.com/artikkeli/munajahti2017>
- Rapt Media. 2017. Deloitte. Viitattu 11.3.2017. <http://www.raptmedia.com/customers/deloitte/>
- Saaranen-Kauppinen, A. Puusniekka, A. 2006. Aineiston määrä ja tutkittavat. Viitattu 23.4.2017. [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_2.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2.html)
- Saaranen-Kauppinen, A. Puusniekka, A. 2006. Analyysi ja tulkinta. Viitattu 23.4.2017. [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7\\_3.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3.html)
- Saaranen-Kauppinen, A. Puusniekka, A. 2006. Hyvä tutkimuskäytäntö. Viitattu 23.4.2017. [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3\\_1\\_2.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_1_2.html)
- Saaranen-Kauppinen, A. Puusniekka, A. 2006. Yleistäminen. Viitattu 23.4.2017. [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_2\\_3.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2_3.html)
- Sanoma Media Finland Oy. 2017. Sanoma Games. Viitattu 28.1.2017. <http://www.sanomagames.fi/>
- Sanoma Oyj. 2017. Sanoma Oyj. Viitattu 8.2.2017. <https://www.sanoma.com/fi/tama-sanoma>
- Suomen Suoramainonta Oy. 2017. Perehdytys jakelutyöhön. Viitattu 4.3.2017. <http://hjex.fi/fi/jakelu/perehdytys>
- Suomen Suoramainonta Oy. 2017. Suomen Suoramainonta Oy. Viitattu 4.3.2017. <http://suoramainonta.fi/fi/suomen-suoramainonta-oy>
- Tilastokeskus. 2016. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2016. Viitattu 8.2.2017 [http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2016/sutivi\\_2016-12-09\\_fi.pdf](http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2016/sutivi_2016-12-09_fi.pdf)
- U.S Army. 2017. America's Army. Viitattu 19.3.2017. <http://www.goarmy.com/downloads/americas-army-game.html>
- Vuoripuro, V. 2016. Työhaun saa nyt luoda leikiksi - suomalaissovelluksessatyönantajia selataan kuin Tinderissä. Viitattu 12.2.2017. <http://www.hs.fi/talous/art-200002915914.html>

Verohallinto. 2011. Olenko palkansaaja vai yrittäjä? Viitattu 15.2.2017.  
[https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys\\_ ja\\_yhteisoasiakkaat/Palkansaaja\\_vai\\_yrittaja](https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ ja_yhteisoasiakkaat/Palkansaaja_vai_yrittaja)

Yiying, L. 2014. Fail Whale. Viitattu 25.2.2017. <http://www.whatisfailwhale.info/>

Muut lähteet

Ojala, T. 2017. Henkilökohtainen tiedonanto 3.3.2017. Sanoma Oyj. Vantaa.

## Kuvat

Kuva 1: Jakaja akademia -peli (Diercks 2011) .....	29
Kuva 2: Peli hahmon valitseminen (Diercks 2011) .....	29
Kuva 3: Pelissä tehdään työtehtäviä (Diercks 2011) .....	30
Kuva 4: Pelissä opettaja kysyy kysymyksiä ja pelaaja vastaa niihin (Diercks 2011) .....	30
Kuva 5: Pelin hahmojen luonnokset .....	54
Kuva 6: Pelin kaikkien loppuhahmojen luonnokset .....	54
Kuva 7: Esimerkki puhekuplasta pelissä .....	60

## Kuviot

Kuvio 1: Itsenäisen työn tekijät yleensä voidaan luokitella neljään segmenttiin (mukailtu Manyika ym. 2016) .....	10
Kuvio 2: Pelitermien erot (Marczewski 2013) .....	17
Kuvio 3: Uudenmaan työttömien työnhakijoiden osuus kunnittain (Työttömyyskatsaus 2016)21	
Kuvio 4: Tussipiirros pelin loppuhahmosta nimeltä Ruosterastas. ....	52
Kuvio 5: Rekrytointipelin kysymysten jakautuminen .....	58
Kuvio 6: Lopputilanne esimerkkivastausten perusteella. ....	59
Kuvio 7: Opinnäytetyön tavoitteiden toteutuminen .....	61

## Taulukot

Taulukko 1: Viihdepelien pelaamisen aktiivisuus eri ikäryhmissä (Mäyrä, Karvinen & Ermi 2015)	11
---	----

## Liitteet

Liite 1: Pockethuntin perustajaosakas Joakim Honkasalon haastattelun kysymykset .....	72
Liite 2: Julkiselle sektorille rekrytointipelin suunnitteleiden haastattelun kysymykset ....	73
Liite 3: Pelillistämistä alalla käyttäneiden haastattelun kysymykset .....	74
Liite 4: Aluekoordinaattoreiden haastattelujen kysymykset .....	75

## Liite 1: Pockethuntin perustajaosakas Joakim Honkasalon haastattelun kysymykset

### 1. Pelimekaniikat

- Pelillistämässä käytetään usein pelimekaniikkoja, joita ovat esimerkiksi pisteet, ansiomerkit, tulostaulukot, tasot ja palkinnot. Käytättekö pelimekaniikkoja Pockethuntilla ja millaisia?

### 2. Pelillistäminen rekrytoinnissa:

- Pyrittekö ratkaisemaan jotakin ongelmaa pelillistämällä? Mikä tämä ongelma on? Onko ongelma ratkennut?
- Miten pelillistäminen on sopinut mielestäsi rekrytointiin?
- Miten tärkeänä miellät visuaalisuuden rekrytoinnissa ja pelillistetyssä rekrytoinnissa?
- Oletteko saaneet palautetta pelistä?
- Mitä tekisitte toisin?

### 3. Ongelmat ja hyödyt

- Onko mielestäsi pelillistämisen käytössä ilmennyt ongelmia tai onko se tuonut mukanaan haasteita?
- Onko mielestäsi tällaisessa pelillistämisen käytöstä tullut hyötyjä?
- Millainen on mielestäsi ollut panostuksen ja hyödyn suhde?



## Liite 2: Julkiselle sektorille rekrytointipelin suunnitteleiden haastattelun kysymykset

### 1. Pelillistäminen rekrytoinnissa

- Pyrittekö ratkaisemaan jotakin ongelmaa pelillistämisellä? Mikä tämä ongelma on? Onko ongelma ratkennut?
- Miten pelillistäminen on sopinut mielestäsi rekrytointiin?
- Miten tärkeänä miellät visuaalisuuden rekrytoinnissa ja pelillistetyssä rekrytoinnissa?
- Oletteko saaneet palautetta pelistä?
- Mitä tekisitte toisin?

### 2. Ongelmat ja hyödyt

- Onko mielestäsi pelillistämisen käytössä ilmennyt ongelmia tai onko se tuonut mukanaan haasteita?
- Onko mielestäsi tällaisessä pelillistämisen käytöstä tullut hyötyjä?
- Millainen on mielestäsi ollut panostuksen ja hyödyn suhde?

### 3. Näkyvyys

- Paljonko näkyvyyttä olette saaneet pelin avulla?
- Oletteko mitanneet tuloksia?
- Paljonko pelaajia pelillä on ollut?
- Missä peliä on julkaistu?

### 4. Data

- Oletteko keränneet dataa ja millaista dataa olette saaneet?
- Miten olette sitä käyttäneet?

### Liite 3: Pelillistämistä alalla käyttäneiden haastattelun kysymykset

#### 1. Pelistäminen

- Miten pelillistettyyn toteutukseen on päädytty?
- Onko pelillistäminen sopinut mielestänne alalle ja varhaisjakeluun?

#### 2. Ongelmat ja hyödyt

- Oletteko havainneet pelillistämisessä ongelmia?
- Onko mielestäsi tällaisessä pelillistämisen käytöstä tullut hyötyjä?
- Oletteko saaneet palautetta pelistä?
- Tekisittekö jotain toisin, jos tekisitte pelin nyt?

#### 3. Jakajarekrytointi

- Mitä ominaisuuksia on mielestänne hyvällä varhaisjakajalla?
- Oletteko harkinneet pelillistämistä myös rekrytointiin?
- Miten pitkä on mielestänne ”jakajan elinkaari”, eli miten pitkiä työsuhteita jakajilla on?
- Oletteko seuranneet, miksi jakajat lopettavat?
- Mistä luulette huonon rekrytointitilanteen johtuvan?

#### Liite 4: Aluekoordinaattoreiden haastattelujen kysymykset

##### 1. Menestyminen

- Millainen henkilö mielestäsi menestyy jakelijana? Kuvaile menestyvät jakelijatyypit.
- Oletko huomannut eroa freelancereiden ja yrittäjien välillä?

##### 2. Työn teko

- Minkä takia mielestäsi työtä tehdään?
- Mitkä ovat mielestäsi työn haastavimmat asiat?
- Mitkä ovat mielestäsi työn etuudet?

##### 3. Lopettaminen

- Osa ihmisistä lopettavaa nopeasti aloittamisen jälkeen, tai eivät aloita ollenkaan. Miksi mielestäsi näin käy?
- Voiko mielestäsi lopettamista ehkäistä, kuvaile miten.
- Millaisia lopettaneet henkilöt ovat, onko mielestäsi olemassa tiettyä ihmistyyppiä tai ominaisuuksia, joita lopettaneilla yleensä on?