



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Taavi Rantala

Rekrytointibotit osana rekrytointiprosessia

Barona

Opinnäytetyö

Syksy 2023

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tradenomi (AMK, Liiketalous)



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Tutkinto-ohjelma: Liiketalous

Tekijä: Taavi Rantala

Työn nimi: Rekrytointibotit osana rekrytointiprosessia

Ohjaaja: Sami Kautto

Vuosi: 2023

Sivumäärä: 35

Liitteiden lukumäärä: 1

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, helpottaako rekrytointibotti työnhakemista ja madaltaako se työnhakemuksen lähettämisen kynnyksiä. Lisäksi opinnäytetyöhön liittyvän kyselyn avulla pyrittiin selvittämään rekrytointibottia käyttäneiden työnhakijoiden kokemuksia ja näkemyksiä käyttäjäkokemuksesta sekä mahdollisista kehitysehdotuksista rekrytointiprosessin parantamiseksi.

Teoriaosuudessa käsitellään laajasti rekrytointiprosessin eri vaiheita sekä hakijakokemuksen muodostumista. Pyrkimyksenä oli myös antaa yksityiskohtaista tietoa rekrytointibotin toiminnasta ja sen roolista rekrytointiprosessissa.

Tutkimuksessa kohdattiin erilaisia haasteita, jotka olivat havaittavissa jo aihetta lähestyttäessä. Yksi haaste oli otosjoukon motivoiminen ja heidän tietojensa kerääminen. Osa rekrytointibottia käyttäneistä henkilöistä asui ulkomailla, joten suoranaista palkintoa vastaamisesta ei voinut tarjota, esimerkiksi elokuvalippua tai pääsyä muihin mahdollisiin palveluihin.

Kuitenkin tutkimustulosten perusteella ilmeni, että suurin osa rekrytointibottia käyttäneistä työnhakijoista oli tyytyväisiä käyttäjäkokemukseen. Erityisesti botin käytännöllisyys ja käyttäjäystävällisyys nousivat esiin myönteisinä piirteinä.

Tärkeää on kuitenkin huomata, että tulosten tulkintaan liittyy varauksia, sillä vastausmäärät jäivät suhteellisen alhaisiksi, ja vastaajia oli ainoastaan 11. Tämä voi vaikuttaa tulosten yleistettävyyteen ja antaa myös viitteitä siitä, ettei otos ole edustava kaikista rekrytointibottia käyttäneistä henkilöistä.

¹ Asiasanat: rekrytointi, chatbot, käyttäjäkokemus, digitaalinen markkinointi, työnhaku

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Degree programme: Business Management

Author: Taavi Rantala

Title of thesis: Recruitment bots as part of the recruitment process

Supervisor: Sami Kautto

Year: 2023

Number of pages: 35

Number of appendices: 1

The aim of the thesis was to investigate whether a recruitment bot facilitates job applications and reduces the threshold for submitting them. Additionally, a survey related to the topic aimed to explore the experiences and perspectives of job seekers who had used a recruitment bot, as well as to gather feedback on user experience and potential suggestions for enhancing the recruitment process.

The theoretical part extensively covers the stages of the recruitment process and the formation of the applicant experience. The objective was also to provide detailed information about the functionality of the recruitment bot and its role in the recruitment process.

Various challenges were encountered during the study: they were apparent since the initial approach to the topic. However, based on the results, it was evident that most of the job seekers who had used the recruitment bot were satisfied with their user experience. In particular, the practicality and user-friendliness of the bot stood out as positive aspects.

It is crucial to note, however, that there are reservations regarding the interpretation of the results due to the relatively low response rate, of only 12 respondents. This may impact the generalizability of the results and suggests that the sample may not be representative of all the individuals who have used a recruitment bot.

¹ Keywords: recruitment, chatbot, user experience, digital marketing, job search

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ	4
Kuva- ja kuvioluettelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet.....	7
1 JOHDANTO	8
1.1 Opinnäytetyön tausta	8
1.2 Rakenne.....	8
1.3 Opinnäytetyön tavoite.....	9
1.4 Toimeksiantoyrityksen esittely.....	9
2 TEORIA.....	11
2.1 Rekrytointi	11
2.1.1 Rekrytointiprosessin vaiheet	12
2.1.2 Rekrytointitarpeen huomaaminen ja suunnittelu	12
2.1.3 Hakuvaihe.....	14
2.1.4 Haastatteluvaihe	14
2.1.5 Rekrytoinnin loppuvaihe.....	16
2.1.6 Rekrytointikeinot	17
2.2 Rekrytointipalvelu ja vuokratyö.....	18
2.3 Tekoäly osana rekrytointia	19
2.4 Rekrytointibotit.....	20
2.5 Hakijakokemus.....	22
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	24
3.1 Kvantitatiivinen tutkimus.....	24
3.2 Kyselylomakkeen laatiminen	25
3.3 Tutkimuksen arviointi.....	26
4 TULOKSET	27
4.1 Taustatiedot vastaajista.....	27
4.2 Rekrytointibotin käyttökokemus.....	28

4.3 Vastanneiden kehitysehdotukset ja palautteet	31
5 POHDINTA.....	32
6 Johtopäätökset.....	33
LÄHTEET	35
LIITTEET	37

Kuva- ja kuvioluettelo

Kuva 1. Barona Oy:n käyttämä logo.	10
Kuva 2 Esimerkki Baronan rekrytointibotista.....	21
Kuvio 1 Rekrytointiprosessin vaiheet	12
Kuvio 2 Rekrytointikeinot	Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.
Kuvio 3 Vastaajien sukupuoli	27
Kuvio 4 Vastanneiden ikäjakauma.....	28
Kuvio 5 Oliko rekrytointibotti helposti havaittavissa hakuilmoituksella tai kampanjasivulla	28
Kuvio 6 Onko sinulla ollut teknisiä ongelmia tai vikoja rekrytointibottia käyttäessäsi	29
Kuvio 7 Miltä rekrytointibotti tuntui	29
Kuvio 8 Kuinka käyttäjäystävällinen rekrytointibotti oli	30
Kuvio 9 Madalsiko botin käyttö työnhakua	30
Kuvio 10 Suositteletko rekrytointibottia muille	31

Käytetyt termit ja lyhenteet

Rekrytointibotti	Chatbot, jonka avulla työnhakija voi jättää työnhakemuksen joko työpaikkailmoituksen tai kampanjasivuston kautta.
Rekrytointipalvelu	Rekrytointikeino yrityksille, jotka haluavat helpotusta uuden työvoiman rekrytointiin.

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön tausta

Nykyaikana maailma muuttuu nopeissakin sykleissä teknologian kehittyessä. Tämä kehitys voidaan nähdä myös työmarkkinassa, työnhaussa sekä itse rekrytointilanteessakin. Esimerkiksi erilaiset työpaikkailmoitukset saattavat hyvin olla teknologian tai nopeasti yleistyneen ChatGPT:n luomia. Muuten teknologian kehittymistä voidaan huomata esimerkiksi erilaisten chatbottien yleistymisenä nimenomaan rekrytoinnin alkuvaiheessa.

Opinnäytetyön aiheeksi valikoitui juuri teknologian ja rekrytoinnin kehityksen myötä chatbotit ja nimenomaan Baronalla käytössä olevat rekrytointibotit. Aihe on itsessään jo kiinnostava sen laaja-alaisuuden vuoksi. Se yhdistää niin henkilöstöhallinnon, digitaalisen liiketalouden sekä markkinoinnin osa-alueita osaltansa. Aihe on myös toimeksiantoyritykselle vielä monilla tavoin uusi, joten käyttäjien mielipidettä, käyttökokemusta ja kehitysehdotuksia halutaan kuulla ja niiden avulla on pyrkimys kehittää palvelua kohti parempaa käyttökokemusta.

1.2 Rakenne

Opinnäytetyö koostuu neljästä suuremmasta kokonaisuudesta, jotka ovat johdanto, teoriaosuus, tutkimusosuus ja johtopäätökset. Teoriaosuus käsittelee rekrytointia yleisellä tasolla, sekä tarkemmin sen eri vaiheita. Lisäksi osuudessa käsitellään rekrytointibotteja ja työnhausta syntyvää hakijakokemusta. Lisäksi teoriaosuuksissa käsitellään rekrytointivaiheita, kuinka ne näkyvät Baronalla ja mitä ne käytännössä tarkoittavat. Opinnäytetyön tekijä työskentelee toimeksiantoyrityksessä ja sitä kautta myös teoreettiseen viitekehykseen on tuotu näkökulmia suoraan yrityksen käytänteistä.

Teoriaosuuden jälkeen opinnäytetyö käsittelee tutkimusosuutta, jossa käy ilmi käytetty tutkimusmetodi, kohderyhmä, tutkimuksen luotettavuus sekä tutkimusongelma. Lisäksi käsitellyssä on tutkimusongelman pohjalta luotu kysely. Johtopäätöksissä yhdistetään teoria ja tutkimus, joiden pohjalta saadaan luotua konkreettisia kehitysehdotuksia rekrytointibottien kehittämiseen.

1.3 Opinnäytetyön tavoite

Tässä opinnäytetyössä on tavoitteena ymmärtää kuinka rekrytointiprosessit etenevät tarpeen tunnistamisesta aina rekrytointin loppuun viemiseen. Lisäksi tavoitteena on saada vastaus seuraaviin kysymyksiin, eroaako rekrytointibotti ja chatbot jollain tavoin toisistaan? Mikä on rekrytointibottien rooli työnhaussa ja rekrytointinissa? Ja miksi niitä oikein käytetään?

Opinnäytetyöhön tehdyn tutkimuksen avulla pyritään selvittämään, millainen käyttäjäkokemus työnhakijoille rekrytointibotista on tullut, madalsiko se heidän työnhakukynnystään rekrytointibotin nähdessään ja kuinka kyseistä rekrytointibottia voisi heidän mielestään kehittää, jotta käyttökokemus olisi aiempaa parempi. Tutkimuksen tuloksien perusteella pyritään tekemään kehitysehdotuksia, kuinka toimeksiantoyritys Barona voisi lähteä parantamaan rekrytointibotin käyttökokemusta ja sen eri vaihtoehtoja.

1.4 Toimeksiantoyrityksen esittely

Opinnäytetyön toimeksiantaja toimii Barona Oy, joka on perustettu vuonna 1999, juuri lama-ajan jälkeen (Barona, i.a.-a.). Jatkuva työvoiman tarve rajoitti talouskasvua, joka toi myös idean työntekijöiden rekrytoimiselle ja vuokraamiselle. Alkuun työntekijät työllistettiin vain rakennustyömaille, mutta toiminta laajeni nopeasti myös muille toimialoille. Myöhemmin toiminta laajeni myös yritysostojen avulla. Vuosien saatossa asiantuntemus kehittyi ja palveluntarjonta laajentui yhdessä kokemuksen mukana.

Barona on yksi osa Bravedoa, joka koostuu useista eri yrityksistä ja palveluntarjoajista. Yritys on pysynyt 100-prosenttisesti suomalaisomistuksessa ja toimipisteitä onkin yli 30 paikkakunnalla ympäri Suomea (Barona, i.a.-a.). Tämän lisäksi toimintaa on myös kansainvälisesti 10 eri maassa. Baronalla on tällä hetkellä toimintaa usealla eri toimialalla, sekä myös oma logistiikkakeskus ja yhdeksän palvelukeskusta Suomessa, Ruotsissa, Puolassa ja Espanjassa. Yhtiön tavoitteena on mahdollistaa työnhakijoiden unelmia ja ratkaista yrityksiä haasteita niin kotimaassa kuin kansainvälisestikin.

Yritykset tarvitsevat omiin tarpeisiinsa osaavaa henkilöstöä ja heidän hallintaansa liittyviä palveluita. Tähän haasteeseen Barona pyrkii toimimaan ratkaisuna ja samalla linkkinä työntekijöiden ja työnantajien välillä (Barona, i.a.-b.). Työnhakijoille Barona tarjoaa erilaisia mahdollisuuksia niin työpaikkojen, koulutuksien kuin valmennuksienkin muodossa. Yrityksille Barona

pyrkii tarjoamaan joustavat henkilöstöpalvelut sekä kokonaisratkaisut, joihin sisältyy niin ohjelmistokehitystä kuin myös konsultointia.

Yrityksien lisäksi Barona toimii myös eri oppilaitoksien kumppanina. Tavoitteena kumppanuudessa on auttaa kehittämään nykyistä opintotarjontaa, ja saada vastaamaan se yrityksiensa osaamistarpeita (Barona, i.a.-c.). Myös kuntien tukeminen työttömien työnhakijoiden työllistämässä kuuluu Baronan tarjontaan.

Yhtenä Suomen suurimmista työnantajista Barona työllistää vuosittain kymmeniä tuhansia henkilöitä eri aloille (Barona, i.a.-c.). Kappaleen alapuolelta voit nähdä Baronan käyttämän logon (Kuva 1). Tämän lisäksi uudelle työuralle ohjataan ja koulutetaan yhteensä muutamia tuhansia henkilöitä vuosittain. Myös työelämäteknologiaa pyritään kehittämään kymmenien tuhansien tuntien edestä vuosittain. Näihin kehityskohteisiin kuuluvat myös chat- ja rekrytointibotit, joita vuosien saatossa on pyritty lisäämään ja kehittämään useille eri Baronan tarjoamille toimialoille.



Kuva 1. Barona Oy:n käyttämä logo (Barona Bubble, i.a.).

2 TEORIA

2.1 Rekrytointi

Rekrytoinnilla tarkoitetaan yrityksen henkilöstöhankintaa, joka sisältää ne toimenpiteet, joilla työntekijät saadaan yrityksen palvelukseen. Rekrytointi sisältää useita eri vaiheita, jotka tuovat myös omat haasteensa sen eri vaiheissa kirjoittaa Viitala (2021, luku 3.3). Kaiken tämän ohella rekrytointi on myös työsuhteen elinkaaren lähtöpiste. Se on useimmiten myös esimiehen ja tämän tulevan alaisen ensikohtaaminen. Rötkin (2015, s. 44) kuvailee esimies-alaisuuden alkua parisuhteen alkumetriin, jolloin katsellaan toista silmiin ja punnitaan, otettaisiinko kädestä kiinni ja jatkettaisiin yhdessä matkaa vai liuettaisiinko paikalta ja unohdettaisiin koko juttu.

Onnistunut rekrytointi on osaltansa pitkäaikainenkin investointi, mutta tämän epäonnistuessa voi vaikeuksia tulla niin valitulle henkilölle, kuin myös yrityksen asiakkaillekin kirjoittaa Viitala (2021, 3.3 luku). Rekrytoinnin onnistuminen on erittäin tärkeää yrityksen kannalta varsinkin silloin, kun puhutaan yrityksen pitkäaikaisesta työntekijätarpeesta. Samalla yritys säilyttää oman kilpailukykynsä markkinoilla. Joki (2021, s. 65) ja Viitala (2021 luku 3.3) molemmat kirjoittavat yleisesti rekrytoinnin tarpeen syntyvän siitä, kun nykyisessä työsuhteessa oleva yrityksen palveluksesta tai toiminta tulee laajentumaan siten, ettei kasvaneesta työmäärästä selviydytä nykyisellä työvoimalla. Viitala (2021) myös kirjoittaa, että nykyään organisaatiot palkkaavat yhä useammin uutta henkilöstöä siksi, kun tarvittavaa osaamista ei ole entuudestaan.

Myös Rötkinin (2015, s. 45) mielestä rekrytointi on tuhannen taalan paikka hankkia organisaatioon osaamista, energiaa ja uusia mahdollisuuksia. Kuten Joki (2021) ja Viitalakin (2021), myös Rötkin (2015) nostaa esiin myös rekrytoinnin epäonnistumisen mahdollisuuden. Hän tuo esiin muun muassa esihenkilöiden rajalliset resurssit ja kyvyt rekrytointiprosessiin osallistumiseen. Kuitenkin prosessin onnistumiseen voidaan vaikuttaa esihenkilön riittävällä paneutumisella ja asennoitumisella, samalla pystytään vaikuttamaan myös työnhakijan saamaan kokemukseen (Rötkin, 2015, s. 45–46).

2.1.1 Rekrytointiprosessin vaiheet

Rekrytointiprosesseihin liittyy useita eri vaiheita ja jopa vaihtoehtoja, mistä kanavista tietoa lähetään kartoittamaan ja lopulta keräämään. Rekrytointia voidaan nähdä eräänlaisena projektina, siihen kuuluu yleensä suunnittelu-, aloitus-, toteutus-, päätöksenteko- ja seurantavaiheet (Kuvio 1). Kuitenkin täytyy muistaa, että rekrytointiprosessit saattavat erota toisistaan huomattavasti siinä vaiheessa, mitä tehtävää haetaan, kirjoittaa Joki (2021, s. 65).



Kuvio 1. Rekrytointiprosessin vaiheet (soveltaen Joki, 2021).

Käytettäessä henkilöstövuokrausyritystä, kuten Baronaa, asiakasyritys on käynyt rekrytointiprosessin alkuvaiheen itsekseen, ennen ulkoisen palveluntuottajan palveluita käyttäessä. Kuitenkin prosessi alkaa samalla tavoin myös Baronan kautta, vaikka suunnitteluvaihe olisi-kin jo käyty asiakasyrityksen sisällä. Jotkin asiat ulkoisen rekrytointikumppanin kanssa helpottuvat, jolloin ainoastaan päätöksenteko- ja seurantavaiheet jäävät itse hoidettaviksi. Toki näissäkin vaiheissa Barona on usein mukana asiakasyrityksensä kanssa ja tekee vahvaa yhteistyötä heidän kanssaan.

2.1.2 Rekrytointitarpeen huomaaminen ja suunnittelu

Rekrytointiprosessit alkavat yleensä tarpeesta, joka yritykselle on kehittynyt aiemman työntekijän lähtiessä tai kasvun ohessa (Joki, 2021, s. 66). Ennen rekrytointiprosessin aloittamista on tärkeää kysyä ja ymmärtää, miksi ja mihin tarpeeseen uutta henkilöä ollaan rekrytoimassa, kirjoittaa Rötkin (2015, s. 53–54). Ennen uuden ihmisen palkkaamista, on järkevää myös miettiä voisiko henkilön työpanosta jakaa vai mikä olisi lopulta juuri oikea vaihtoehto. Alkuvaiheessa on myös tärkeää pohtia olisiko olemassa olevista työntekijöistä olemassa mahdollista korvaajaa. Samaan aikaan myös ulkoinen rekrytointikanava voisi olla vaihtoehto, jolloin uusi työntekijä tulisi muualta kuin yrityksen sisältä (Joki, 2021, s. 66).

Rötkinin (2015, s. 54) mukaan rekrytointiprosessia aloittaessa on tärkeää tiedostaa millaista osaamista työnhakijalla tulisi olla, jotta hän pärjäisi kyseisessä tehtävässä. Osaamisetkin voidaan jakaa kahteen eri kategoriaan, asiaosaamiseen sekä käyttämiseen liittyvään osaamiseen. Rötkin (s. 55) kertoo, että asia- eli substanssiosaaminen löytyy, kun etsitään vastauksia mitä pitää osata ja käyttämiseen liittyvään osaamiseen eli kompetenssit paljastuvat, kun kysytään miten asioita pitää tehdä.

Rötkin (2015, s. 58) ja Viitala (2021) nostavat molemmat esiin rekrytointiprosessin alussa tulevan tarpeen kartoittamisen. Miksi henkilöä haetaan kyseiseen työtehtävään ja mitä hänen pitää osata, jotta hän olisi paras apu organisaatiolla. Näiden kysymyksien jälkeen tulee kysyä vielä kuka kyseiseen virkaan olisi sitten oikea valinta.

Hyvän suunnittelun jälkeen ulkoisessa rekrytointiprosessissa seuraava tärkeä osa on hakuilmoituksen suunnittelu ja tekeminen, josta hakija tulee saamaan tietynlaisen kuvan yrityksestä sekä avoimesta työtehtävästä. Joen (2021, s. 68) mukaan hakuilmoituksen tarkoituksena on löytää sellaiset henkilöt, jotka sopisivat aiemmin laadittujen kriteereiden osalta yritykseen työntekijöiksi. Tämän jälkeen tulee pohtia tarkkaan, millä tavoin hakijat saisi parhaiten tavoitettua. Olisiko ilmoituksen julkaisualusta mahdollisesti verkkoalusta, lehti-ilmoitus tai yrityksen oma verkkosivu. Samaan aikaan muita mahdollisia rekrytointitapoja ovat muun muassa erilaiset rekrytointimessut, joissa potentiaalisia hakijoita voidaan tavoittaa. Mikään ei kuitenkaan sulje pois kaikkien näiden alustojen käyttöä samanaikaisesti. Nykyään myös verkkoalustojen suosion noustessa myös erilaiset verkkomarkkinoinnit ovat nostaneet päätään.

Baronalla rekrytointitarve muodostuu aina asiakasyritykseltä tulevasta tarpeesta. Asiakasyritys ottaa yhteyttä Baronalla olevaan henkilöstökonsulttiin tai muuhun yhteyshenkilöön, joka lähtee prosessia tarpeen mukaan edistämään. Alkuun yritykseen tullaan tutustumaan paremmin Baronan suunnalta ja työtehtävä tullaan kuvailemaan rekrytointia hoitavalle konsultille tarkemmin asiakkaan toimesta. Tällöin Baronan henkilöstökonsultille tulee selkeä näkemys siitä, millaista työntekijää ja osaamista yritys tarvitsee.

Rekrytointiprosessissa konsultti valmistelee ja hyväksyttää hakuilmoituksen asiakasyrityksellä. Tämän jälkeen kaikki onkin valmista hakuprosessin aloittamisen osalta. Barona tarjoaa asiakkailleen useita, yleisimpiä rekrytointikanavia, jotka nykypäivänä ovat pääosin verkossa. Hakuilmoitukseen voidaan yhdistää mukaan myös verkko- ja sosiaalisen median markkinointia, jolloin prosessin onnistuminen voidaan varmemmin taata.

2.1.3 Hakuvaihe

Hakemuksien saapuessa alkaa seuraava vaihe eli niin sanottu hakuvaihe. Tässä vaiheessa on tärkeää, että on selvästi määritelty, millaiset koulutus- ja työkokemusvaatimukset tehtävään on asetettu, kirjoittaa Joki (2021, s. 71). Markkasen (2009, s. 29) mukaan hakijan on tärkeää ajatella työhakemustaan kirjalliseksi ensitapaamiseksi hänen ja rekrytoijan välillä. Tällöin on myös tärkeää saada vastauksia hakuilmoituksessa määriteltyihin hakukriteereihin, jolloin rekrytoijan on helpompi luoda hakijasta tarkempi ja mahdollisesti ratkaiseva mielikuva.

Luotujen kriteereiden avulla voidaan suorittaa ensimmäinen karsintakierros. Kyseistä vaihetta voidaan ajatella rekrytointiprosessin raaimmaksi vaiheeksi, jolloin työnhakijat karsitaan pelkän hakemuksen perusteella (Markkanen, 2009, s. 30). Vaiheessa työnhakijat voidaan jakaa kolmeen kategoriaan; haastateltaviin, mahdollisesti haastateltaviin ja selkeästi hylättäviin. Kun hakemukset on käsitelty, voidaan siirtyä seuraavaan vaiheeseen, jolloin työnhakijoita aletaan haastattelemaan (Joki, 2021, s. 71).

Hakuvaiheessa Baronan tarkoitus on helpottaa asiakasyrityksensä rekrytointiprosessia siten, että Baronalla työskentelevät henkilöstö käsittelee tulleet hakemukset luottamuksellisesti ja pitää ensimmäisen karsintakierroksen omilla arvioinneillaan. Arvioinnit tapahtuvat asiakasyritykseltä tulleiden vaatimusten mukaisesti, jotta lopputulos olisi mahdollisimman onnistunut. Toisella karsintakierroksella työnhakijoille voidaan laittaa esimerkiksi videohaastattelut, joiden jälkeen päätetään, ketkä haastatellaan ja ketkä jäävät lopulta ulkopuolelle.

2.1.4 Haastatteluvaihe

Haastatteluvaihe on todella tärkeä ja olennainen osa rekrytointiprosessia. Markkanen (2009, s. 141) kirjoittaaakin haastattelun olevan osaltansa eräänlaista ongelmanratkaisua. Ongelmia ja niiden ratkaisuja asettavat niin haastattelijat kuin myös työnhakijat. Haastatteluvaiheeseen päädyttyäessä työnhakijoista on jo osa karsiutunut pois ja parhaimpien kandidaattien pitäisi tällöin olla jäljellä. Kuitenkaan täyttä varmuutta oikeasta valinnasta ei tässä vaiheessa vielä ole, vaan valinta saattaa olla hyvinkin olla lopulta väärä. Valintaan vaikuttavia tekijöitä voi olla muun muassa haastattelijan vireystila sekä kuinka taustatyö on tehty, kirjoittaa Kaijala (2016, s. 81–82).

Kaijalan (2016, s. 81–82) mukaan henkilökohtainen keskustelu haastateltavan kanssa on suorastaan elinehto rekrytointiprosessin onnistumisen kannalta. Haastatteluvaiheessa on tärkeää saada vastauksia työtehtävän osalta olennaisiin asioihin, mutta myös askarruttamaan jääneisiin kohtiin on tärkeää puuttua.

Kaijala (2016, s. 86) painottaa, että hyvässä haastattelussa rekrytointia hoitavan henkilön on tärkeää olla valmistautunut haastattelutilanteeseen työntekijästä saatujen ennakkotietojen kautta, sekä myös työtehtävän kuva täytyy olla täysin selvä. Haastattelutilanteeseen tultaessa on tärkeää muistaa, että molemmilla, niin työnhakijalla kuin haastattelijalla on tietty ongelma ja tavoite. Toisen on löydettävä uusi työntekijä ja toisen on saatava työpaikka, kirjoittaa Markkanen (2009, s. 141).

Kaijalan (2016, s. 82) mukaan hyvä haastattelija osaa myös rytmittää haastattelua oikealla tavalla sekä kysyä myös juuri niitä oikeita kysymyksiä, joilla työnhakijasta saadaan selville oleellista tietoa. Samaan asiaan kantaa ottaa myös Markkanen (2009, s. 219). Hän vertaa haastattelua musiikkikappaleeseen, joka kulkee kohti huipennustaan. Mikäli kaikkein suurimmat ja haastavimmat kysymykset tuodaan heti alkuun, voi työnhakija joutua mahdolliseen lukkoshokkiin. On siis tärkeää, että haastattelu alkaisi yksinkertaisilla kysymyksillä ja vauhtiin päästyä haasteellisemmat kysymykset voidaan tuoda esiin. Haastattelun lopuksi on myös tärkeää, että haastattelija antaa työnhakijalle mahdollisuuden tuoda esiin sellaisia asioita, joita ei haastattelun aikana välttämättä keskusteltu laisinkaan.

Markkanen (2009, s. 149) nostaa esiin tärkeän pointin mitä haastattelu pääasiassa on, päätöksentekoa. Haastattelija saa tietoa koko haastattelutilaisuuden ajan, jota hän tulkitsee aktiivisesti. Tilaisuudessa haastattelija tarkentaa jatkuvasti omia havaintojaan, purkaa tulkintojaan ja vertaa ehdokkaan kertomaa kuvausta täytettävästä tehtävästä. Päätöksenteon tukena voidaan Markkanen (s. 149–150) mukaan käyttää erilaisia ongelmanratkaisutapoja, joita voivat olla esimerkiksi riskitekijöiden suunnalta asiaa lähestyminen. Työnhakijat voivat vaikuttaa muuten tasaväkisiltä, mutta esimerkiksi Hakijan 1 sopeutuminen tietynlaiseen työtehtävään voi olla haasteellista, mikäli hänellä ei ole samankaltaista kokemusta aiemmalta uraltaan. Kuitenkin Hakija 2:lla kokemusta voi olla taustaa kyseisistä tehtävistä, mutta haastatteluissa tämä saattoi olla vaisumpi tai muulla tavoin jäädä Hakija 1:n varjoon. Kumpi kahdesta hyvästä kandidaatista on parempi, sen päätöksen joutuu lopulta tekemään joko haastattelija tai muu kyseisessä tilanteessa oleva henkilö.

Haastatteluvaiheessa Baronan rekrytoija haastattelee potentiaaliset kandidaatit, jotka ovat hakeneet kyseiseen tehtävään ja sopivat tehtävän kuvaukseen. Ennen haastattelua työnhakijan profiiliin tutustutaan ansioluettelon, hakemustekstin ja mahdollisten videohaastattelukysymyksien kautta. Näiden avulla saadaan tarvittavia tietoja, pystytään täyttämään jo aikaisemmin ilmestyneitä aukkoja ja samalla myös pystytään nostamaan esiin uusia kohtia, jotka ovat alkaneet mietityttämään. Videohaastattelukysymyksien avulla useimmiten hakijat tulevat näkemään haastattelutilanteessa kohdattavan rekrytoijan, joka saattaa myös lieventää itse haastattelutilanteen jännitystä ja samalla tuo henkilön oman persoonan parhaiten esiin.

Haastattelussa on tärkeää huomioida myös se, että rekrytoija pystyy antamaan työnhakijalle myös vastauksia yrityksestä ja työtehtävästä, johon työnhakija on hakenut. Tällöin pystytään luomaan ammattimaisempi kuva niin Baronasta kuin heidän työntekijöistäänkin. Lisäksi Baronan työntekijän tulee olla samalla tavoin kiinnostunut hakijasta, kuin itse asiakasyrityksessäkin oleva rekrytoija olisi.

2.1.5 Rekrytoinnin loppuvaihe

Rekrytoinnin loppuvaiheessa haastattelujen, referenssien, mahdollisten soveltuvuustestauksien ja valinnan jälkeen on hyvä alkaa pohtimaan, onko rekrytointi onnistunut. Lopullisen lopputuloksen näkee useimmiten vasta kuukausien päästä, mutta alkuvaiheessa voidaan jo katsoa taaksepäin mennyttä prosessia, oliko vastuunjako kaikkien eri rekrytointivaihteiden jälkeen onnistunut, kirjoittaa puolestaan Joki (2021, s. 81). Lisäksi onnistumista voidaan mitata hakemuksien määrällä ja laadulla, rekrytoitavien mielipiteillä sekä valitun henkilön palautteella.

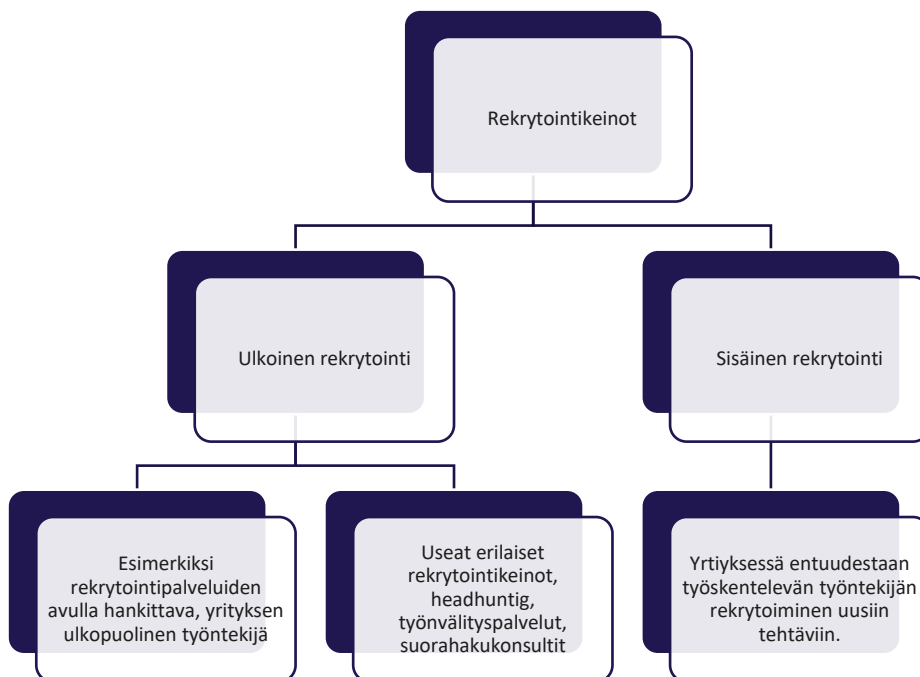
Rekrytointiprosessin loppuvaiheessa, haastatteluvaiheen jälkeen Barona esittelee alkuun työnhakijat asiakasyritykselle, joka pääsee näkemään vapaasti työnhakijan ansioluettelon, hakemustekstin ja mahdolliset videohaastatteluvastaukset, mikäli näitä on käytetty. Tämän jälkeen yritys useimmiten vielä jatkohaastattelee potentiaalisimmat työnhakijat itse ja kommentoi tämän jälkeen Baronan järjestelmiin, mikäli työnhakija tullaan työllistämään. Tässä vaiheessa asiakasyritys pystyy myös tarkentamaan Baronan rekrytoijalle työnhakijan profiilia, mikäli esitelty ehdokas ei olekaan sellainen mitä haetaan.

Asiakasyrityksen päättäessä työnhakijan työllistämisestä Baronan rekrytoija tulee ottamaan työnhakijaan vielä yhteyttä ja kertoo tulevan työ sopimuksen ehdot, keräten samalla tarvittavat

henkilötiedot ja sopii samalla mahdollisen perehdytystilaisuuden, mikäli tällaiselle on tarvetta. Perehdytystilanteessa käydään läpi yleisimpiä työsuhteeseen ja työskentelyyn liittyviä asioita, sekä mahdollisesti asiakasyritykseen liittyviä tarpeellisia tietoja. Itse työtehtävään asiakasyritys tulee perehdyttämään henkilön itse. Rekrytointiprosessi ei kuitenkaan lopu siihen, kun työnhakija pääsee asiakasyritykseen, vaan tähän tullaan pitämään yhteyttä aktiivisesti työsuhteen alussa, koeajan aikana, sekä myös silloin kun työsuhde on päättymässä tai työntekijä on siirtymässä asiakasyrityksen omille kirjoille. Näin suhde työntekijän ja rekrytoijan välillä saadaan pidettyä aktiivisena ja mahdollisimman matalakynnyksellisenä.

2.1.6 Rekrytointikeinot

Rekrytointikeinoja on kahdenlaisia, sisäinen ja ulkoinen rekrytointi (Kuvio 2). Lisäksi mahdolliseksi rekrytointikeinoksi voidaan ajatella myös suorarekrytointia, joka osaltaan sisältyy ulkoiseen rekrytointiin.



Kuvio 2. Rekrytointikeinot (soveltaen Viitala, 2021, luku 3.3).

Viitalan (2021, luku 3.3) mukaan sisäisellä rekrytoinnilla tarkoitetaan sellaista työntekijää, joka olisi valmiiksi jo yrityksen palveluksessa. Sisäisessä rekrytoinnissa on useita etuuksia ja niitä kannattaa hyödyntää varsinkin, jos tämä on mahdollista. Etuuksina kyseisessä tavassa on esimerkiksi rekrytoinnin nopeus, varmuus työntekijän taidoista, sekä esimerkiksi

lyhyemmän perehdytysajan tarve. Lisäksi tämä keino on yrityksille huomattavasti halvempi vaihtoehto, verrattuna ulkoiseen rekrytointiin. Sisäisellä rekrytoinnilla on myös vaikutuksia henkilöstön motivaatioon ja sen pysyvyyteen, varsinkin silloin, jos olemassa olevat työntekijät kokevat kehittymisen työuralla olevan mahdollista omalla työsuorituksellaan ja kehittymisponnistuksillaan. Sisäiset haut tapahtuvat yleensä laittamalla tehtävä yrityksen omaan tiedotuskanavaan. Lisäksi apuna voidaan käyttää erilaisia hakijapankkeja, joita kehityskeskusteluiden ja muiden osalta on kerätty kirjoittaa Viitala (luku 3.3).

Viitalan (2021, luku 3.3) mukaan ulkoisella rekrytoinnilla tarkoitetaan tilannetta, jossa työntekijä etsitään yrityksen ulkopuolelta. Ulkoisen rekrytoinnin etuna on se, että hakijoina voi olla huomattavasti monipuolisempia vaihtoehtoja, jos verrataan tilannetta sisäiseen rekrytointiin. Tämä myös voi tuoda mukanaan uusia näkökulmia ja työskentelytapoja. Kuitenkin tässä tapauksessa riskinä on mahdollisesti pidempiaikainen rekrytointiaika, mikäli työntekijää ei löydykään, tai jos työntekijä ei suoriudukaan hakemastaan tehtävästä niin kuin on odotettu.

Ulkoisessa rekrytoinnissa on kuitenkin useita eri vaihtoehtoja, joita voidaan käyttää. Viitala (2021, luku 3.3) kertoo näitä olevan mm. rekrytoinnin itse hoitaminen, henkilöstöpalveluyrityksen käyttäminen, suoramaku konsulttia käyttäen sekä julkisten työnvälityspalveluiden hyödyntäminen. Myös erilaisten hakukanavien käyttö painottuu tässä rekrytointikeinossa. Lisäksi varsinkin ylempiä toimihenkilöitä hakiessa voidaan käyttää suoramakua, eli headhunting-toimintatapaa. Suorahaussa tarkoituksena on tarjota työtä jo valmiiksi kyseisessä tehtävässä olevalle henkilölle.

Barona toimii asiakasyrityksien ulkoisena rekrytointipalveluna ja vuokrausyrityksenä. Yritys mahdollistaa asiakkailleen niin suorat rekrytoinnit, konsultoinnit, työnvälityspalvelut kuin myös useat muut vaihtoehdot yhdessä konserniyhtiöidensä kanssa. Ulkoisen rekrytoinnin palveluita on kuitenkin useita erilaisia, joita voidaan tarjota eri asiakasyrityksille heidän rekrytointitarpeitensa mukaan. Baronan tavoitteena on olla ratkaisu mahdollisimman moneen asiakasyrityksen ongelmaan tai haasteeseen.

2.2 Rekrytointipalvelu ja vuokratyö

Rekrytointipalveluita tarjoavat yritykset voivat toimia yhtenä rekrytointikeinona, kun yritykset haluavat helpotusta uuden työvoiman rekrytointiin kirjoittaa Hietala (2022, s. 13–14). Useimmiten rekrytointipalveluiden mahdollistajana toimii vuokratyövoima. Vuokratyössä työnantaja

siirtää työntekijänsä toisen työnantajan käyttöön vastiketta vastaan. Uusi työnantaja hallinnoi työsuhteeseen liittyviä asioita, kuten palkanmaksua, työterveyttä ja muita työntekijälle kuuluvia etuuksia. Vuokratyöhön kuuluu yhteensä kolme osapuolta, jotka ovat vuokrausyritys, vuokratyöntekijä ja käyttäjäyritys. Tämän lisäksi osapuolia sitoo oikeussuhteet, joita ovat sopimukseen perustuva vuokrausyrityksen ja työntekijän välinen työsuhde sekä vuokraus- ja käyttäjäyrityksen välinen asiakkuussuhde. Näiden lisäksi käyttäjäyrityksen ja vuokratyöntekijän välinen oikeussuhde, joka ei ole sopimussuhde.

Hietalan (2022, s. 14) mukaan työsuhdetta solmiessa vuokrausyritys solmii työsuhteen vuokratyöntekijän kanssa, mutta tämä kuitenkin tekee töitä käyttäjäyrityksessä, johon vuokrausyritys on sopimuksensa solminut. Käyttäjäyritys saa siis vuokratyöntekijän työpanoksen ja samalla tälle siirtyy myös oikeus johtaa ja valvoa työntekoa. Myös ne velvollisuudet koskevat käyttäjäyritystä, jotka liittyvät välittömästi työn tekoon ja sen järjestelyihin. Esimerkiksi vuorojen suunnittelut, työhön perehdyttäminen sekä muut työpaikalla tehtävät toimenpiteet. Lisäksi käyttäjäyritykselle voi kuulua esimerkiksi vaadittujen suojavarusteiden hankinta, mikäli sopimuksessa toisin ei ole sovittu.

2.3 Tekoäly osana rekrytointia

Tekoäly on jo pidemmän aikaa ollut osana rekrytointia ja sen erinäisiä vaiheita. Salomaa (2023) kirjoittaakin, että vuonna 2022 tekoälyn kehitykseen olisi panostettu yhteensä 190 miljardia dollaria. Tämä panostus näkyy niin tekoälyn, chatbottien kuin myös erilaisten globaalien teknologisten alustojen kasvuna. Salomaa nostaa julkaisussa esiin tekoälyn kasvun varsinkin coachauksessa, mutta sama voidaan nähdä rekrytointiprosesseissakin.

Myös Glad (2023) nostaa esiin useita eri tilanteita, joissa tekoäly voi olla rekrytoijan apuna ja helpottamassa tämän työtaakkaa. Tällaisia tilanteita voivat olla esimerkiksi työpaikkailmoitusten luominen tai vaikka tiettyyn tehtävään parhaiten soveltuvan hakijaprofiilin löytäminen. Kuitenkin rekrytoijan tulee yhä ymmärtää, mitkä ovat juuri haettavaan työhön parhaiten soveltuvan hakijan kriteerit.

Lisäksi Duunitorin (2023a) julkaisemassa *Kansallisessa rekrytointitutkimuksessa* nostetaan esiin tekoälyn kasvu ja varsinkin sen hyödyntäminen rekrytoinnin saralla. Kuitenkin tutkimuksessa nousee esiin myös suuri kahtiajako rekrytoinnin ammattilaisten keskuudessa siitä kuinka luotettava ja käytännöllinen tekoäly on, varsinkin henkilövalintoja tehtäessä.

Duunitorin (2023b) mukaan, tekoälyn laajaa soveltamista ei vielä rekrytoinnissa tulla näkemään, vaan ihmistä tarvitaan jatkossakin. Kuitenkin tulevaisuudessa tekoäly tulee olemaan yhtenä osana rekrytointia yhä vahvemmin, kuin aikaisemmin.

2.4 Rekrytointibotit

Rekrytointibotit tai yleisimmin kutsutut chatbotit ovat yleistyneet rekrytointien ja hakuilmoitusten yhteydessä, kirjoittaa Komulainen (2018, s. 312). Kyseisiä chatbotteja voidaan lisätä valmiisiin hakuilmoituksiin, jolloin näihin on lisätty lähtökohtaisesti valmiit keskustelupolutkin. Kyseisissä keskustelupoluissa on valmiiksi ajateltu sitä, mitä asiakas saattaisi kyseisessä tilanteessa kysyä ja samalla kysymyksiin on luotu myös valmiita vastauksia.

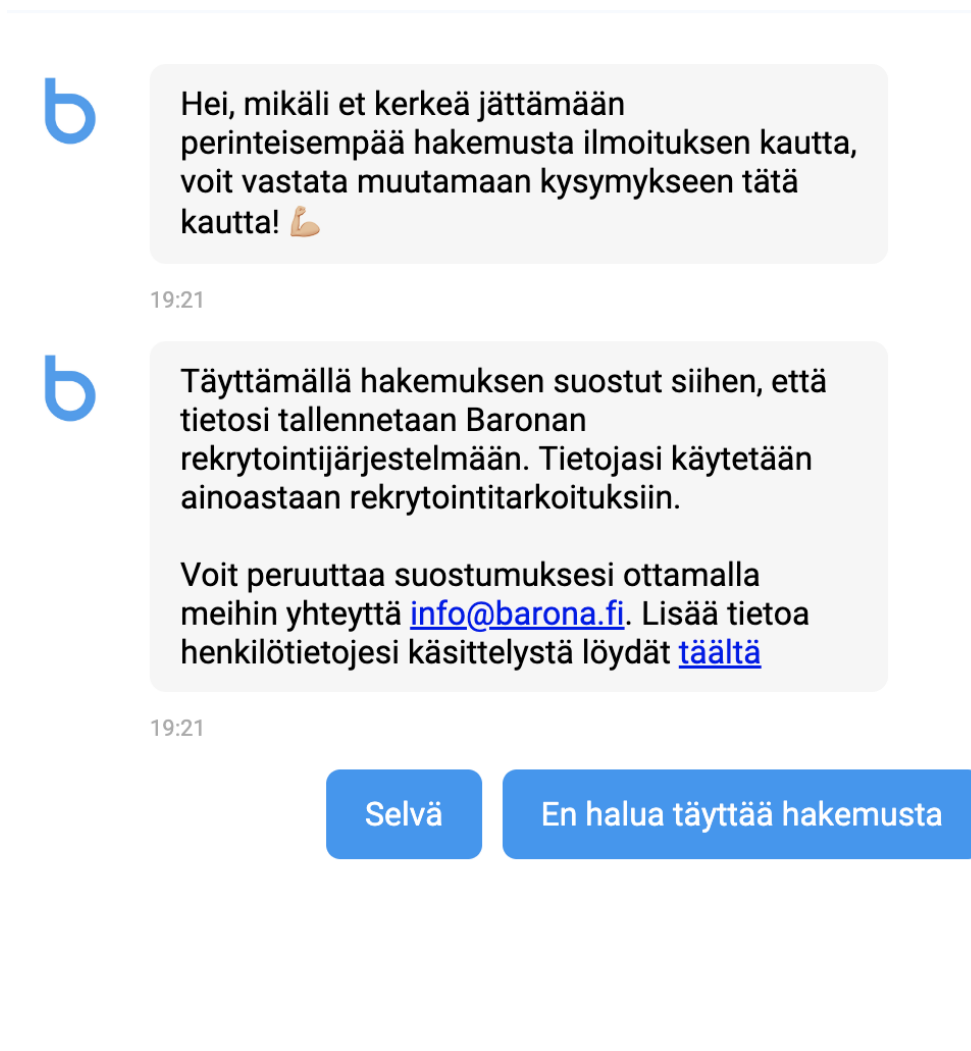
Parhaimmillaan chatbotit voivat oppia tunnistamaan erilaisia kysymyksiä ja muokkaamaan itse vastauksia oikeaan suuntaan luonnollisen kielenkäsittelyn ja koneoppimisen avulla kirjoittaa Komulainen (2018, s. 312). Mitä enemmän chatbotille keskustelee, sitä älykkäämmin ja paremmin tämä oppii vastaamaan. Jos itse chatbot ei tunnista asiakkaan kysymystä, voi tämän ohjelmoida siirtämään kysymyksen suoraan ihmiselle, jolta apua voisi tarpeen vaatiessa tulla.

Botteja on useita erilaisia ja eri tilanteisiin suunniteltuja (Komulainen, 2018, s. 313). Ensimmäiseen ryhmään kuuluvat tuote- ja asiakaspalvelubotit, johon myös rekrytointibotit osaltansa osuvat. Näiden tarkoituksena on laajentaa yrityksen entuudestaan tarjoamia palveluita ja edistää niiden suorituskykyä. Botteja voidaan käyttää niin asiakaspalvelussa asiakkaiden kysymyksiin vastaamisessa, datan analysoinnissa, asiakaspalautteiden keräämisessä sekä markkinointiviestien ja asiakassuhteiden ylläpidossa. Rosi (2019) kirjoittaa Citibankista, joka on ottanut avukseen chatbotit Kyseisissä boteissa mukana toimii myös livechat. Tämä mahdollistaa sen, että työnhakija voi keskustella yrityksen työntekijän kanssa jo ennen omaa työllistymistään.

Komulaisen (2018, s. 313) mukaan toiseen ryhmään kuuluvat informoivat chatbotit, jotka tarjoavat tietoa asiakkaan sitä pyytäessä. Esimerkkejä tällaisista boteista voivat olla esimerkiksi koulutus- tai tiedonhakuassistentti, joka etsii valmiiksi esimerkiksi oikeanlaiset artikkelit ja tiedot tai musiikkikappaleet.

Kolmanteen ryhmään kuuluvat henkilökohtaiset virtuaaliassistentit, jotka ovat jo oppineet henkilökohtaiset mieltymykset ja pystyy etsimään parhaimmat hinnat ja tarjoukset, sekä voi hoitaa parhaimmillaan jopa matkavaraukset (Komulainen, 2018, s. 313).

Baronalla chatbotteja käytetään yhtenä rekrytointikanavana. Tämän kappaleen alapuolelta voit nähdä esimerkin Baronan käyttämästä rekrytointibotista (Kuva 2). Kyseisten bottien tarkoitus on madaltaa hakukynnystä mahdollisimman paljon, jolloin työnhakijan ei tarvitse vai-vautua kirjoittamaan avointa hakemustekstiä, vaan tämä voi jättää hakemuksen vain muuta-maan valmiiseen kysymykseen vastaamalla. Tämän lisäksi hakijan täytyy ilmoittaa omat tie-tonsansa, kuten puhelinnumeron ja sähköpostiosoitteen, jolloin rekrytointia hoitava henkilö voi ottaa häneen yhteyttä ja pyytää mahdolliseen jatkohaastatteluun.



Kuva 2. Esimerkki Baronan rekrytointibotista (Barona Bubble, i.a.).

2.5 Hakijakokemus

Lyhyesti hakijakokemus koostuu siitä, miten hakija on kokenut hakuprosessin eri hakuvaiheet tämän alusta loppuun saakka. Itse hakijakokemus alkaa jo ennen työnhakijaksi siirtymistä. Ensimmäinen osa hakijakokemuksesta tulee usein joko markkinoinnista tai sitten hakuilmoituksessa olevasta tekstistä. Esimerkiksi sosiaalisessa mediassa nähty julkaisu saattaa tuottaa tietynlaisen mielikuvan heti alusta alkaen ja saattaa innoittaa hakemaan avoinna olevaa työpaikkaa (Laaksonen, 2017). Hakijakokemusta voidaan pitää myös osaltaan työntekijäkokemuksena. Työntekijäkokemus kuvaa työntekijän omaa kokemusta työpaikastaan, hieman samoin tavoin kuin hakijakokemuskin. Molemmissa käsitellään omalta osin työntekijän odotuksia työpaikan suhteen ja hänelle annettuja lupauksia (Luukka, 2019, s. 128).

Kokemukseen vaikuttaa myös vahvasti se, kuinka hakuprosessi etenee. Tämä ei saa olla liian hidaskin, mutta ei myöskään liian nopea. Kokonaisuus määrittää sen millainen hakijakokemus tulee olemaan. Nykyään käytössä on paljon videohaastatteluita, haastatteluita ja vielä esimerkiksi esihenkilön haastatteluita, jonka jälkeen vasta valinnat tehdään. Tärkeää moniportaisessa rekrytoinnissa on, että hakija on tietoinen siitä, mitä seuraavaksi tapahtuu (Laaksonen, 2017).

Hakijan aiempia työkokemuksia kannattaa myös osaltaan arvostaa ja huomioida myös haastattelun aikana. Tällöin hakija kokee itsensä osalliseksi prosessiin ja oikeasti hänestä on myös kiinnostuttu, ei pelkästään työnhakijana vaan henkilönä.

Hakijakokemuksen viimeinen tukipilari on prosessin loppuun vieminen. Prosessissa ulos jääneelle hakijalle olisi hyvä perustella miksi häntä ei kyseiseen tehtävään valittu, kirjoittaa Laaksonen (2017). Myös Markkanen (2009, s. 32) kirjoittaa mahdollisista tilanteista kuinka tärkeää hakijalle on perustella, miksi ei tullut kyseiseen tehtävään valituksi. Syyt eivät aina välttämättä johdu hakijan hakutekstistä tai ansioluettelosta, vaan enemmänkin siitä, että jokin toinen hakija oli vain yksinkertaisesti parempi valinta juuri kyseiseen tehtävään. Hyvä perustelu ei tule jättämään hakijalle niin suurta pettymystä aiheen tiimoilta, kun lopputulos on hyvin perusteltu, eikä myöskään jätä syitä arvailun varaan (Laaksonen, 2017).

Niin kuin Laaksonen (2017) ja Markkanenkin (2009), myös Luukka (2019, s. 129) nostaa esiin kohtia, jotka vaikuttavat huomattavasti työntekijäkokemukseen ja myös yrityksen tekemään työnantajalupaukseen. Kyseiset lupaukset useimmiten nousevat esiin jo aiemmin

rekrytointiprosessin aikana ja näitä lupauksia työnantajan olisi hyvä myös noudattaa rekrytointiprosessin loppuvaiheisiin saakka.

Hakijakokemus on Baronalle yksi tärkeimmistä asioista itse rekrytointiprosessin kannalta. Tavoitteena on tietenkin luoda mahdollisimman aito ja työhön motivoiva kokemus työnhakijalle ja samalla myös varmistaa, että työnhakija on tyytyväinen hakuprosessin alun kulkuun.

Itse haastatteluiden aikana työnhakijalle luodaan jo ensimmäisiä kuvia siitä, millaista Baronalla työskentely on ja mitä kaikkea tämä pitää sisällään. Haastatteluiden aikana hakijaa informoidaan useimmiten siitä, kuinka prosessi tästä tulee etenemään ja milloin hän tulisi saamaan tietoa omasta tilanteestaan. Jos alkuperäinen aikataulu ei pidäkään on tärkeää, että hakijalle ilmoitetaan prosessin aikataulun muutoksesta. Työnhakijan työllistyessä, rekrytoija tulee antamaan tarkemmat tiedot siitä, mitä Baronalla työskentely on ja kuinka erilaisissa käytännön tilanteissa tulee toimia. Samalla työnhakija voi tutustua omaan yhteyshenkilöönsä paremmin.

Hakijakokemus ei kuitenkaan Baronalla pääty siihen, että työnhakija on saatu työllistettyä. Baronalla työskentelyn aikana on tärkeää, että työntekijään ollaan yhteydessä muutama viikko työsuhteen alun jälkeen, jolloin saadaan tietää miten työt ovat alkaneet ja onko herännyt mitään erityistä kysyttävää. Tämän lisäksi työntekijään pitäisi olla yhteydessä koeajan loppusuoralla. Tällöin hakijan kanssa voidaan keskustella siitä, onko työ vastannut odotuksiin ja onko kyseinen paikka itselle ollut mieluinen. Myös työsuhteen päättyessä työntekijään tullaan olemaan yhteydessä, mikäli tämä pääsee työllistymään asiakasyritykseen. Tällöin saadaan luotua kokonaiskuva siitä, miten työskentely on onnistunut Baronalla ja kuinka eri prosesseja saataisiin kehitettyä tulevaisuuden rekrytointeja ajatellen.

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka työntekijät kokevat rekrytointibottien käytön työnhaussa, madaltaako se työhakemuksen jättämiskynnystä ja helpottaako se itse työnhaun. Tutkimus toteutettiin lähettämällä kysely toimeksiantoyrityksen nimissä työnhakijoiden sähköpostiin, jossa heidän mieltymyksiään kyseltiin. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää käyttäen.

3.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Heikkilän (2014, s. 15) mukaan kvantitatiivinen eli määrällisen tutkimuksen avulla voidaan selvittää lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Yleensä, kuten tässäkin opinäytetyössä aineiston keruuseen käytetään valmiita standardoituja tutkimuslomakkeita, josta löytyy valmiit vastausvaihtoehdot. Määrällisen tutkimuksen avulla saadaan selville olemassa oleva tilanne, mutta todellisia syitä tämän avulla ei pystytä selvittämään.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkimusaineiston keräämiseen on muutamia eri keinoja, kirjoittaa Vilka (2021, luku 4). Näitä ovat muun muassa kyselylomake, systemaattinen havainnointi tai valmiiden rekisterien ja tilastojen käyttö. Näistä kaikkein yleisin määrällinen tutkimusmenetelmä on kyselylomake. Myös Heikkilä (2014, s. 16) kannustaa määrällistä tutkimusta tehdessä käyttämään Tilastokeskuksen jo valmiiksi keräämiä tietoja, mikäli siihen on mahdollisuus. Kuitenkaan täysin valmiita tietoja ja aineistoja ei välttämättä löydy niin helposti, vaan näiden muokkaaminen, yhdisteleminen ja tarkistaminen voi olla tarpeellista ennen käyttöä.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ja muutenkin empiirisissä tutkimuksissa on varsin tavallista, että tutkimuksen aineisto kerätään itse, kertoo Heikkilä (2014 s. 17). Tiedonkeruumenetelmiä voi olla useita erilaisia. Niin Heikkilä (2014), kuin myös Vilkan (2021, luku 4) kirjoittaakin tiedonkeruumenetelmiä olevan postikysely, puhelin- tai käyntihaastattelu tai sitten informoitu kysely, joka on kirjekyselyn ja henkilökohtaisen haastattelun välimuoto. Vilkanin (2021) mukaan kyselylomaketutkimus onkin oiva tapa toteuttaa kerääminen varsinkin silloin, kun kyseessä on suuri ja hajallaan oleva ihmisjoukko. Lisäksi tätä tiedonkeruumenetelmää käytetään myös silloin, kun tutkimuksessa käsitellään arkaluontoisia kysymyksiä.

Tässä tutkimuksessa yksi painavimmista syistä olikin juuri anonyymius ja se, että työnhakijat voivat vastata matalallakin kynnyksellä kyselyyn ja antaa rohkeasti palautetta mahdollisen tulevan työnantajansa suuntaan. Lisäksi tällä tiedonkeruumenetelmällä haluttiin pois sulkea myös työnantajaan tulevat vaikutukset, jotka voisivat estää työnhakijaa työllistymästä.

3.2 Kyselylomakkeen laatiminen

Ennen kyselylomakkeen laatimista on tärkeää varmistaa, että asia on mitattavissa ja testattavissa, kirjoittaa Vilkan (2021, luku 4). Lisäksi päätettynä tulee olla teoreettinen viitekehys sekä keskeiset käsitteet. Tämä on tärkeää siksi, koska näiden perusteella tutkittavaa asiaa mitataan. Kyselyä laatiessa kannattaa myös tutustua aihepiiriä koskevaan teoriakirjallisuuteen, tutkimuksiin sekä Tilastokeskuksen tutkittavaa aihepiiriä koskettaviin tutkimuksiin. Vilka (2021) muistuttaa, että kyselylomakkeen on mitattava aina sitä, mitä sen teoreettisilla käsitteillä väitetään mittaavan.

Heikkilä (2014 s. 45) painottaa selkeän tutkimustavoitteen tärkeyttä. Tutkijalla täytyy olla selkeänä mihin kysymyksiin hän haluaa vastauksia, mitkä ovat ne taustatekijät, joilla voi olla vaikutusta tutkittaviin asioihin. Heikkilän mukaan tutkimuslomakkeen laatimiseen kuuluu sisältyä seuraavat vaiheet:

- tutkittavien asioiden nimeäminen
- lomakkeen rakenteen suunnittelu
- kysymysten muotoilu
- lomakkeen testaus
- lomakkeen rakenteen ja kysymysten korjaaminen
- lopullinen lomake

Onnistuneessa kyselyssä on tärkeää jo alusta alkaen tutkimuslomakkeen ulkonäkö. Tämän lisäksi onnistumisen perusedellytyksiin kuuluu hyvät kysymykset ja oikea kohderyhmä. Lomakkeen alkuun on hyvä sijoittaa helppoja kysymyksiä, joilla herätetään vastaajan mielenkiinto itse tutkimusta kohtaan. Alkuun voidaan esimerkiksi sijoittaa valmiita vastausvaihtoehtoja sisältäviä kysymyksiä ja tutkimuslomakkeen loppupuolelle voidaan jättää tärkeimpiä kysymyksiä, joihin vastauksia tarvitsee harkita tarkemmin, kirjoittaa Heikkilä (2014, s. 46).

3.3 Tutkimuksen arviointi

Vilkkä (2021, luku 7) kirjoittaa tutkimuksien olevaan yleensä koko tutkimusprosessin ajan arvioinnin kohteena. Arvioijia voivat olla muut tutkimuksen tekijät, tutkimuksen lukijat, työelämän toimijat, tiedeyhteisön toimijat, tutkimuksen rahoittajat, tutkimuksen tilaajat ja tutkimukseen osallistuvat henkilöt. Lisäksi Heikkilän (2014, s. 27) mukaan tutkimus on silloin onnistunut, jos sen avulla saadaan luotettavia vastauksia tutkimuskysymyksiin.

Heikkilän (2014) mukaan hyvän ja onnistuneen tutkimuksen tulee mitata sitä, mitä oli tarkoituskin selvittää. Myös Vilkkä (2021, luku 7) kirjoittaa tutkimuksen olevan silloin validi, kun siinä ei ole systemaattista virhettä. Tällä tarkoitetaan sitä, millä tavalla tutkittavat ovat ymmärtäneet mittarin, kyselylomakkeen, kysymykset. Validiutta tulee tarkastella jo tutkimuksen alussa ja suunnitteluvaiheessa. Tämän tarkoitus on varmistaa, että mittari tai tutkimusmenetelmä kattaa koko tutkimusongelman.

Tutkimusta arvioitaessa on tärkeää tarkastella myös sen luotettavuutta, kirjoittaa Heikkilä (2014, s. 28). Luotettavuudella tarkoitetaan sitä, että mikäli uusi tutkija tekisi samanlaisen kyselyn, niin vastaukset olisivat samanlaiset tuloksien osalta. Kuitenkin tuloksia tulkittaessa tulee huomioida, että pelkästään yhden tutkimuksen tulokset eivät ole välttämättä päteviä toisessa yhteiskunnassa tai toisena ajankohtana. Lisäksi Heikkilä (2014) käskää huomioimaan varsinkin kyselytutkimusta tehdessä vastaajien kadon, jolla tarkoitetaan kyselyyn vastamatta jättäneitä.

Tässä tutkimuksessa kyseessä oli otantatutkimus. Otantatutkimukseen päädyttiin, koska toimeksiantajayritys halusi selvittää, miten tietty toimintamalli otantaan kuuluvien mukaan oikein toimii. Tutkimus lähetettiin otantaan kuuluville sähköpostilistan kautta noin 400 henkilölle. Ensimmäisen kerran tutkimus lähetettiin toimeksiantajayrityksen avulla 29.9.2023, jolloin vastaajia tuli 8 kappaletta ja vastausaikaa annettiin viikko. Vähäisten vastausmäärien vuoksi otantaan kuuluville henkilöille lähetettiin muistutusviesti 5.10.2023, jolloin vastauksia saatiin kerättyä vain 4 kappaletta lisää, joista yksi henkilö ei halunnut tietojaan käyttöön opinnäytetyöhön. Tällöin vastauksia oli yhteensä siis 11 ja vastausprosentti jäi melko alhaiseksi.

4 TULOKSET

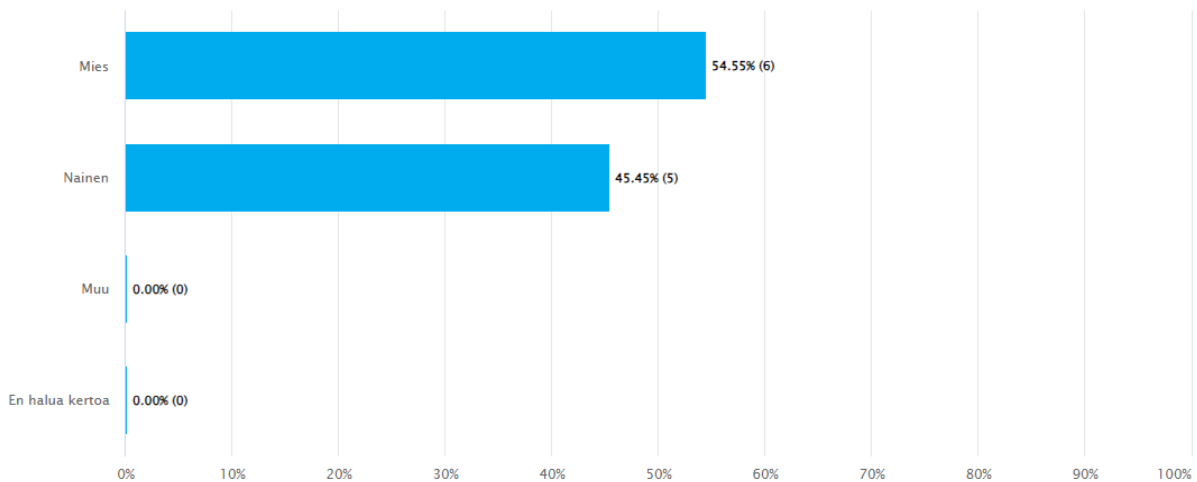
Tässä luvussa tullaan käymään läpi kyselyn tuloksia siitä, millainen käyttökokemus toimeksiantoyrityksen rekrytointiboteista henkilöille on oikein jäänyt ja onko tällainen työnhakumahdollisuus madaltanut hakukynnystä. Tulokset tullaan käymään läpi järjestyksessä teemoittain ja kaikki vastaukset käsitellään kerralla koko vastaajajoukon osalta.

4.1 Taustatiedot vastaajista

Ensimmäisten kysymyksiä avulla selvitettiin hakijoista normaaleita taustatietoja, kuten sukupuolta ja ikää. Vastaajien keskuudessa sukupuolijakauma (Kuvio 3) meni suurimmalta osin puoliksi, heistä kuusi oli miehiä ja viisi naisia.

Sukupuolesi on

Vastaukset

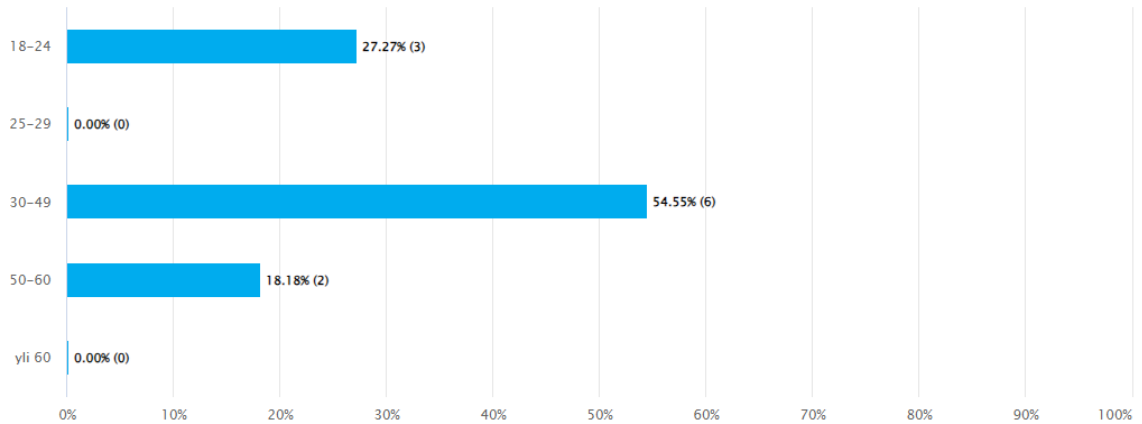


Kuvio 3 Vastaajien sukupuoli (n= 11).

Ikäjakauma kuitenkin vaihteli suuresti vastaajien keskuudessa laajasti (Kuvio 4), mutta eniten esiin nousi 30–49-vuotiaat henkilöt. Kyseisen ikäjakauman selkeä nousi ei osaltansa yllättänyt, kun vapaa-aikaa voi muutenkin olla rajoitetusti töiden tai perheen osalta. Muuten niin nuoret, kuin kokeneemmatkin työnhakijat käyttävät melko tasaisesti palvelua.

Ikäsi

Vastaukset



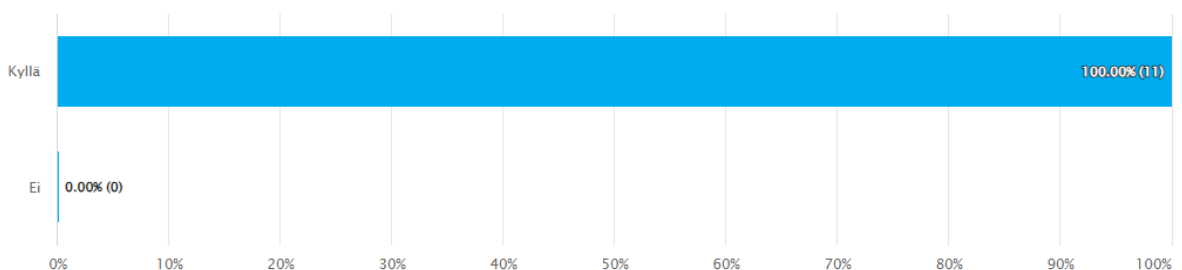
Kuvio 4 Vastanneiden ikäjakauma (n= 11).

4.2 Rekrytointibotin käyttökokemus

Seuraavissa osioissa tutkittiin rekrytointiboteista tullutta käyttökokemusta useiden eri kysymyksien avulla. Alkuun hakijoilta kysyttiin kokonaiskäyttökokemusta palvelusta asteikolla 1–10. Tässä vastaukset jakaantuivat melko tasaisesti aina taulukon heikoimmista arvosanoista aina huipulle saakka. Kuitenkin avoimesta palautteesta noin 95 % piti rekrytointibottia helppokäyttöisenä ja nopeana työnhakukoneena. Lisäksi kaikkien mielestä rekrytointibotti oli helposti havaittavissa niin hakuilmoituksella kuin myös kampanjasivustoilla (Kuvio 5).

Oliko botti helposti havaittavissa hakuilmoituksella / kampanjasivulla?

Vastaukset

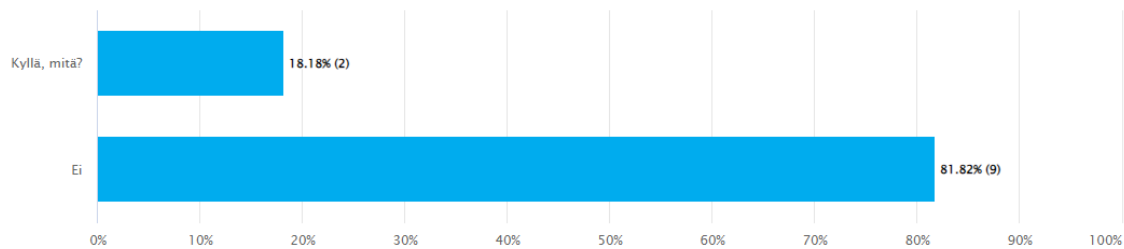


Kuvio 5 Oliko rekrytointibotti helposti havaittavissa hakuilmoituksella tai kampanjasivulla (n= 11).

Käyttöön liittyviä ongelmia suurimmalla osalla ei ollut. Kuitenkin kaksi vastaajaa nosti esiin muutamia haasteita, joita olivat kohdanneet. Toisella palvelu oli pysähtynyt kokonaan, eikä pystynyt jatkamaan kysymyksiin vastaamista ja toinen vastaaja olisi toivonut pääsevänsä rekrytointibotin kysymyksiin vastatessaan taaksepäin.

Onko sinulla ollut teknisiä vikoja tai ongelmia käyttäessäsi bottia? Jos kyllä, kuvaile mitä

Vastaukset

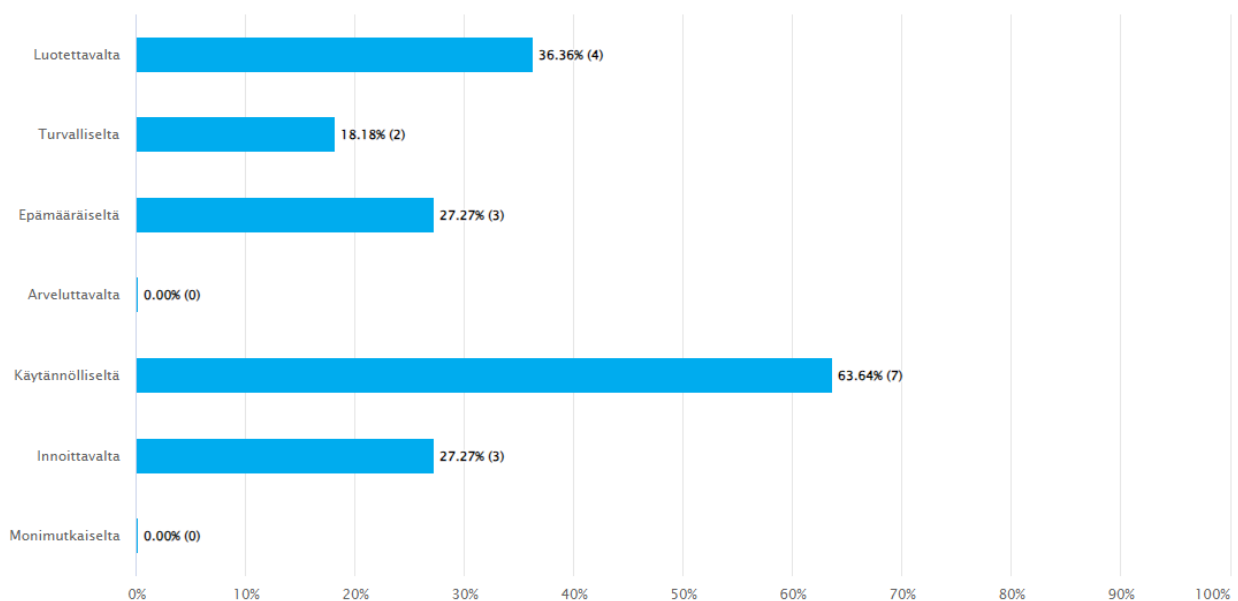


Kuvio 6 Onko sinulla ollut teknisiä ongelmia tai vikoja rekrytointibottia käyttäessäsi (n= 11).

Seuraavaksi tutkimuksessa kysyttiin, millaisena rekrytointibotti vastaajista tuntui. Suurimman osan keskuudessa rekrytointibottia pidettiin käytännöllisenä, luotettavana sekä innoittavana, kuitenkin mukaan mahtui hieman epämääräisiäkin mielipiteitä. (Kuvio 7)

Tuntuiko botti sinusta...

Vastaukset

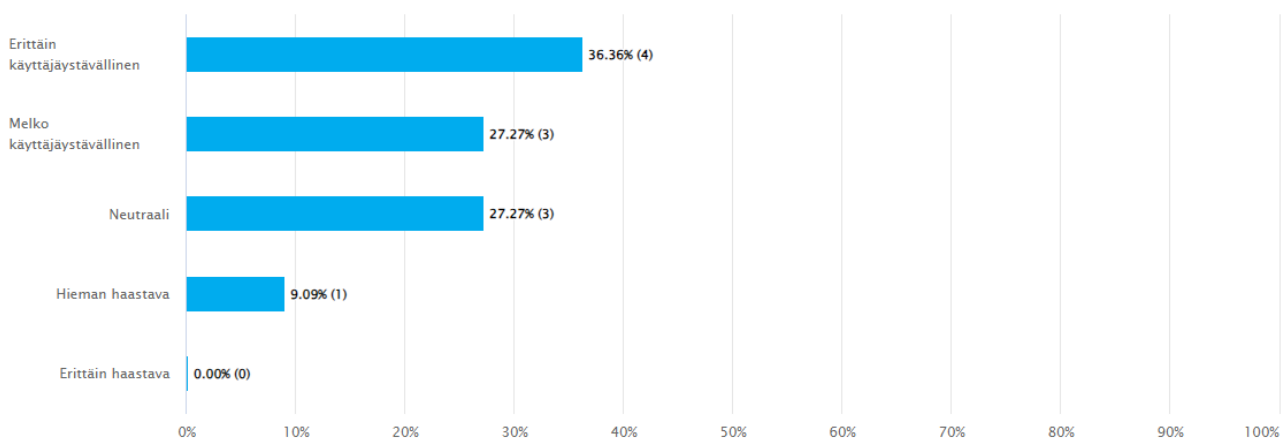


Kuvio 7 Miltä rekrytointibotti tuntui (n= 11).

Samalla vastanneilta kysyttiin käyttäjystävällisyydestä (Kuvio 8) ja myös helppokäyttöisyydestä. Useamman vastaajan mielestä rekrytointibotti oli käyttäjystävällinen eikä suurempia haasteita tämän käytössä ollut. Lisäksi suurimman osan mielestä rekrytointibotti säästi aikaa perinteisiin työnhakumenetelmiin verrattuna. Helppokäyttöisyyskin nousi useaan eri otteeseen esiin ja kaikki vastanneet saivat lisättyä muun muassa ansioluettelonsa vastauksiensa oheen.

Kuinka käyttäjystävällisenä pidit bottia?

Vastaukset

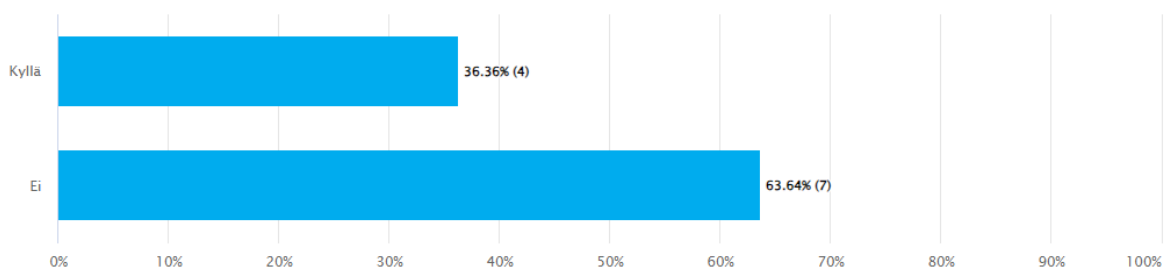


Kuvio 8 Kuinka käyttäjystävällinen rekrytointibotti oli (n= 11).

Hakukynnyksen madaltumisesta kysyttäessä mielipiteet jakoutuivat hieman suuremmin kuin odotus oli (Kuvio 9). Suurimman osan mielestä rekrytointibotti ei madaltanut työn hakuun liittyvää kynnystä, mikä osaltansa myös yllätti vastaustulokset saadessa. Alun perin odotuksena oli, että rekrytointibotti voisi madaltaa itse hakukynnystäkin jonkin verran perinteisiinkin menetelmiin verraten.

Madalsiko botin käyttö työhön hakemista?

Vastaukset



Kuvio 9 Madalsiko botin käyttö työhön hakemista (n= 11).

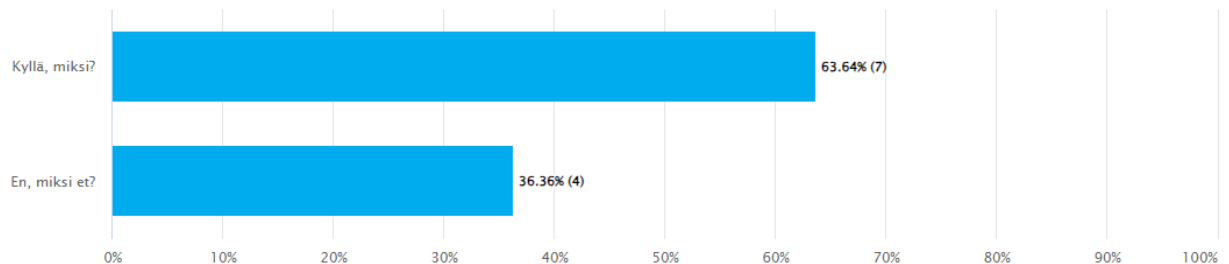
4.3 Vastanneiden kehitysehdotukset ja palautteet

Useimmilta vastanneilta suurempia kehitysehdotuksia ei tullut. Kuitenkin muutamia toiveita ja ehdotuksia nousi esiin osaltansa. Toiveissa oli, että työnhakija saisi aidoin ihmiskontaktin tämän rekrytointibotin lisäksi. Tämän lisäksi esiin nousi myös muutoksien teko profiilintietoja päivitettäessä ja toiveena olisi, että ennen kuin rekrytointibotti lähettää hakemuksen eteenpäin, niin vastaukset voitaisiin vielä tarkistaa niiden oikeellisuuden vuoksi. Avointen palautteiden kautta toivottiin myös rekrytointibottien aktiivisempaa käyttöä, sekä useampia kielivaihtoehtoja.

Suositteluita kysyttäessä jakaumaa vastanneiden kesken oli myös havaittavissa (Kuvio 10). Hieman yli puolet suosittelisi rekrytointibottia käytettäväksi työnhaussa juuri sen helppokäyttöisyyden vuoksi. He ketkä eivät palvelua suositelleet eivät kokeneet rekrytointibotin johtavan työllistymiseen ja uuteen työmahdollisuuteen.

Suositteletko rekrytointibottiamme muille?

Vastaukset



Kuvio 10 Suositteletko rekrytointibottia muille (n= 11).

5 POHDINTA

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää madaltaako rekrytointibotti työnhaun kynnystä ja helpottaako se rekrytointiprosessin kulkua työnhakijan mielestä. Tutkimuksen tulokset jäivät kuitenkin vajavaiseksi, eikä kunnollista otantaa saatu tavoitteista huolimatta. Tämän vuoksi laaja-alaista mielipidettä ja näkemystä rekrytointibottien käytöstä ei toimeksiantoyritykselle saatu. Täältä osin siis tutkimuksen tavoite epäonnistui.

Työssä käytetty teoreettinen viitekehys pyrittiin laatimaan mahdollisimman korkean lähdekriittikin avulla. Kuitenkin suurena haasteena oli rekrytointiboteista oleva suppea tiedon määrä, eikä luotettaviakaan lähteitä ollut tarjolla kovinkaan montaa. Suurin syy suppealle tiedonmäärälle saattoi olla aiheen uutuus ja vähäinen tutkinta. Kuitenkin muu rekrytointiin liittyvä tieto oli ajantasaista ja tuotti vahvan perustan teoreettiselle viitekehykselle.

Tutkimuksen toteutukseen ei voi olla täysin tyytyväinen alhaisen vastausmäärän vuoksi. Alustavasti oli jo odotettavissa, että kyselyyn vastanneiden määrä ei tulisi olemaan välttämättä kovin suuri, mutta näin suurta vastaajakatoa ei ollut odotettavissa. Vastaaajia oli lopulta 11 kappaletta. Suurena haasteena voidaan varmasti nähdä viestintäkanava, jota saatiin käyttää toimeksiantoyrityksen avustamana. Tämä ei kuitenkaan selitä kokonaan alhaista vastausmäärää.

Vaikka vastausmäärät jäivät vähäisiksi, on positiivista, että kyselyyn saatiin hyviä kehitysehdotuksia, joista osaa voidaan mahdollisesti toteuttaa. Silti tutkimuksen luotettavuutta on aiheellista kyseenalaistaa, ottaen huomioon alhaiset vastausmäärät ja mahdolliset rajoitukset, jotka voivat vaikuttaa tutkimustulosten yleistettävyyteen.

6 Johtopäätökset

Tehdyn tutkimuksen ja teorian pohjalta voidaan todeta, että rekrytointibotit ovat vielä osaltansa kehitysvaiheessa, eivätkä ne ole saavuttaneet vielä täyttä luotettavuutta työnhakijoiden keskuudessa. Vaikka teknologinen kehitys onkin jatkuvaa, niin tutkimustuloksien perusteella voidaan päätellä, että työnhakijat kaipaavat kuitenkin vielä ihmiskontaktia rekrytointiprosessissa mukana ollessaan.

Vaikka rekrytointibotit tuovat mukanaan omat rajoitteensa, niin teknologian rooli rekrytointissa on selkeästi kasvamassa. Yhteistyö ihmisen ja teknologian välillä voi parhaassa tapauksessa muuttua tehokkaaksi toimintatavaksi, jossa voidaan hyödyntää molempien vahvuuksia.

Tutkimuksen tuloksista kävi ilmi, ettei itse rekrytointibotti madalla hakukynnystä, mutta kuitenkin selkeästi helpottaa työnhakuprossia. Koska työnteko on merkittävä osa ihmisten arkea, monet haluavat panostaa huolellisesti työnhakuunsa. Vaikka rekrytointibotti onkin nopea ja helppokäyttöinen työkalu jättää hakemus, niin suuri osa työnhakijoista suosii kuitenkin vielä perinteisempää työnhaun mallia, johon sisältyy ansioluettelon lisäksi erillinen hakemusteksti.

Rekrytointibottia käytettäessä on tärkeää huomioida myös saatu palaute, joka käyttäjiltä on tullut. Tämä palaute toimii arvokkaana tietolähteenä kehitysaskelien suunnittelussa. Myös alustava keskustelu erilaisista kehystoimenpiteistä rekrytoijien keskuudessa voi olla hyödyllinen varsinkin silloin, kun tarkastellaan rekrytointibottien tehokkaampaa käyttöä työnhaun yhteydessä.

Kehitysaskelien lisäksi saadun käyttäjäpalautteen perusteella olisi tärkeää tarkastella myös sitä, miten rekrytointibottien käytettävyyttä voitaisiin parantaa, jotta ne vastaisivat entistä paremmin työnhakijoiden tarpeisiin. Näitä tarpeita voi olla muun muassa yrityksestä lisätiedon saaminen, palkkahaitarin kuuleminen tai muun kiinnostavan tiedon saaminen. Käyttäjäystävällisemmäksi muututtaessa myös rekrytointibottien käyttö voisi yleistyä työpaikkailmoituksissakin.

Myös rekrytointiprosessi itsessäänkin tulee varmasti tulevaisuudessa kehittymään teknologian myötä. Omasta mielestäni on olennaista, että yritykset pysyvät ajan tasalla näissä muutoksissa ja pyrkivät myös sopeutumaan tuleviin tilanteisiin. Myös aktiivinen

käyttäjäkokemuksien kysyminen ja avoimen palautteen saaminen antaa yrityksille hyvän mahdollisuuden oman rekrytointiprosessin kehitykselle. Nämä kehitysaskleet voivat olla ratkaisevia tekijöitä, minkä vuoksi työnhakija päättää hakea avoimna olevaan tehtävään toisen vaihtoehdon sijaan.

LÄHTEET

- Barona. (i.a.-a) *Barona*. <https://barona.fi/barona>
- Barona. (i.a.-b). *Medialle*. <https://barona.fi/barona/medialle>
- Barona. (i.a.-c). *Vastuullisuus*. <https://barona.fi/barona/vastuullisuus>
- Duunitori. (2023a). *Kansallinen rekrytointitutkimus*. Duunitori.fi <https://duunitori.fi/rekrytointi/rekrytointitutkimus>
- Duunitori. (2023b). *Näin tekoäly vaikuttaa rekrytointiin – jakaa työnantajat kahteen leiriin: "täysin turha"* <https://www.sttinfo.fi/tiedote/69973798/nain-tekoaly-vaikuttaa-rekrytointiin-jakaa-tyonantajat-kahteen-leiriin-taysin-turha?publisherId=69818499>
- Glad, L. (2023). *Näin tekoälyä voi hyödyntää rekrytoinnissa – lue aikaa säästävät vinkit, mutta varo tekemästä yhtä virhettä*. Duunitori.fi <https://duunitori.fi/tyoelama/tekoaly-rekrytoinnissa>
- Heikkilä, T. (2014). *Tilastollinen tutkimus* (9. uud. p.). Edita.
- Hietala, H., Kaivanto, K., & Schön, E. (2022). *Vuokratyö* (2., uud. p.). Alma Talent.
- Salomaa, R. (2023) *Tekoälyn kehitykseen on tuoreen tutkimuksen mukaan satsattu vuoteen 2022 mennessä 190 miljardia dollaria. Tekoäly, chatbotit ja erilaiset globaalit teknologiset alustat ovat*. [Tilapäivitys]. LinkedIn. https://www.linkedin.com/posts/johtajuuspuhetta_teko%C3%A4lyn-kehitykseen-on-tuoreen-tutkimuksen-activity-7100178625332674561-T5Zk/
- Joki, M. (2021). *Henkilöstöasiantuntijan käsikirja* (7., uud. p.). Kauppakamari
- Kaijala, M. (2016). *Rekrytointi: Tehtävään vai yhtiöön?* Alma.
- Komulainen, M. (2018). *Menesty digimarkkinoinnilla*. Kauppakamari.
- Laaksonen, S (2017). *Rekrytoijan muistilista – Mitä hyvä hakijakokemus tarkoittaa?* Emine.fi. <https://emine.fi/mita-hakijakokemus-tarκοittaa/>
- Luukka, P. (2019). *Yrityskulttuuri on kuningas: Mikä, miksi, miten?* Alma Talent.
- Markkanen, M. (2009). *Onnistu rekrytointihaastattelijana*. Talentum.
- Rosi, J. (2019) *Näillä asioilla työnantajat houkuttelevat työnhakijoita juuri nyt – 5 suurinta trendiä*. Duunitori.fi <https://duunitori.fi/tyoelama/world-employer-branding-day-2019>

Rötkin, L. (2015). *Terveisiä pomolle*. Talentum.

Viitala, R. (2021). *Henkilöstöjohtaminen: Keskeiset käsitteet, teorit ja trendit*. Edita.

Vilka, H. (2021). *Tutki ja kehitä* (5., päiv. p.). PS-kustannus.

LIITTEET

Liite 1. Tutkimusta varten luotu kysely

Liite 1. Tutkimusta varten luotu kysely

Rekrytointibottien käyttö työhaussa

Suostumuksesi tietojen käyttöön tässä opinnäytetyössä*

Kyllä

Ei

Taustatiedot

Sukupuolesi on*

Mies

Nainen

Muu

En halua kertoa

Ikäsi*

18-24

25-29

30-49

50-60

yli 60

Seuraavat kysymykset liittyvät rekrytointibotin käyttökokemukseen ja sen helppokäyttöisyyteen. Alapuolella näet vielä kuvaesimerkin rekrytointibotista muistin virkistämiseksi.



Hei, mikäli et kerkeä jättämään perinteisempää hakemusta ilmoituksen kautta, voit vastata muutamaan kysymykseen tätä kautta! 🤖

19:21



Täyttämällä hakemuksen suostut siihen, että tietosi tallennetaan Baronan rekrytointijärjestelmään. Tietojasi käytetään ainoastaan rekrytointitarkoituksiin.

Voit peruuttaa suostumuksesi ottamalla meihin yhteyttä info@barona.fi. Lisää tietoa henkilötietojesi käsittelystä löydät [täältä](#)

19:21

Yleinen kokemus

Miten arvioisit kokonaiskokemuksesi rekrytointibotistamme asteikolla 1-10?*



Millainen ensivaikutelmasi oli, kun aloitit hakuprosessin? *

Oliko botti helposti havaittavissa hakuilmoituksella / kampanjasivulla? *

Kyllä

Ei

Onko sinulla ollut teknisiä vikoja tai ongelmia käyttäessäsi bottia? Jos kyllä, kuvaile mitä*

Kyllä, mitä?

Ei

Tuntuiko botti sinusta...*

Luotettavalta

Turvalliselta

Epämääräiseltä

Arveluttavalta

Käytännölliseltä

Innoittavalta

Monimutkaiselta

Käytettävyys:

Käyttäjäystävällisyys

Käyttäjäystävällisyydellä tarkoitetaan sitä, kuinka tietty järjestelmä tai työkalu soveltuu suunniteltuun käyttötarkoitukseen, eli tässä tapauksessa työnhakemiseen.

Kuinka käyttäjäystävällisenä pidit bottia? *

Erittäin käyttäjäystävällinen

Melko käyttäjäystävällinen

Neutraali

Hieman haastava

Erittäin haastava

Kuinka helppoa botin käyttö oli?*

Erittäin helppoa

Melko helppoa

Neutraali

Hieman haastava

Erittäin haastava

Olivatko botin ohjeet selkeitä ja helposti ymmärrettäviä? *

Kyllä

Ei

Toiminnallisuus:

Pystyitkö helposti antamaan botin pyytämät tiedot (esim. CV:n lähettäminen)?*

Kyllä

En

Säästikö botti aikaasi hakuprosessissa perinteisiin menetelmiin verrattuna? *

Kyllä

Ei

Oliko botin tekemä haastattelu sinusta*

Liian lyhyt

Sopiva

_ Liian pitkä

Madalsiko botin käyttö työhön hakemista?*

_ Kyllä

_ Ei

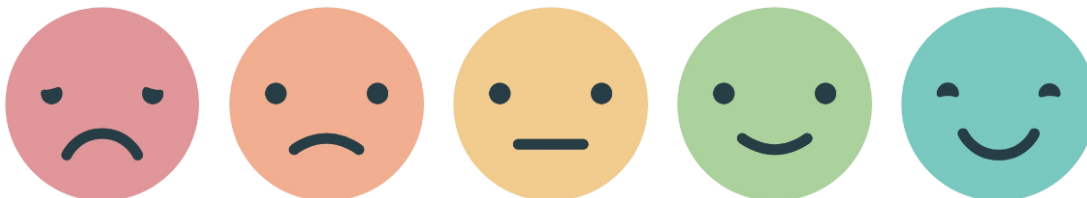
Puuttuiko mielestäsi mitään ominaisuuksia tai vaihtoehtoja botin hakuprosessissa?*

_ Kyllä, mitä?

_ Ei

Vertailu:

Miten bottimme hakuprosessi eroaa muihin työnhakumenetelmiin, joita olet kokeillut?*



Palaute

Mistä pidit eniten rekrytointibottimme käytössä?*

Mistä pidit vähiten rekrytointibottimme käytössä?*

Onko sinulla ehdotuksia rekrytointibot-kokemuksen parantamiseksi? *

Tuntuuko sinusta, että botti ymmärsi oikein sinun työtoiveesi ja pätevyytesi?*

Kyllä

Ei

Käyttäisitkö rekrytointibottiamme uudelleen tulevissa työnhauissa? *

Kyllä

En

Suosittelko rekrytointibottiamme muille? *

_ Kyllä, miksi?

_ En, miksi et?