



LinkedInin rooli rekrytoinnissa

Olavi Heininen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Opinnäytetyö

2024

Tiivistelmä

Tekijä(t) Olavi Heininen
Tutkinto Tradenomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi LinkedInin rooli rekrytoinnissa
Sivu- ja liitesivumäärä 24 + 2
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää, kuinka LinkedIniä hyödynnetään parhaiten rekrytoinnissa ja mikä sen rooli on rekrytointiprosesseissa. Työssä tarkasteltiin myös, kuinka LinkedIn on integroitu osaksi organisaatioiden strategiaa.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvalitatiivista lähestymistapaa, jossa haastateltiin rekrytointialan ammattilaisia. Haastattelujen tavoitteena oli hankkia syvällistä ymmärrystä LinkedInin käytöstä rekrytoinnin tukena ja kartoittaa konkreettisia hyötyjä, joita organisaatiot ovat havainneet alustan käytöstä. Haastattelut toteutettiin etänä Microsoft Teams alustalla ja litteroitiin analysointia varten. Analyysissä etsittiin yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia, sekä hyödylliseksi koettuja strategioita ja rekrytoinnin työkaluja.</p> <p>Tulokset osoittivat, että LinkedIn on keskeinen työkalu erityisesti asiantuntija- ja IT-aloilla, joissa osaajien löytäminen on haastavaa. LinkedIn mahdollistaa sekä aktiivisten että passiivisten työnhakijoiden tavoittamisen, mikä laajentaa potentiaalisten ehdokkaiden poolia merkittävästi. LinkedInin työkalut, kuten LinkedIn Recruiter ja LinkedIn Jobs, todettiin erittäin hyödyllisiksi kohdennetussa rekrytoinnissa ja työnantajabrändin rakentamisessa. Lisäksi LinkedInin tarjoamat analytiikka- ja raportointityökalut auttavat optimoimaan rekrytointiprosesseja ja tekemään tietoon perustuvia päätöksiä.</p> <p>Haasteina mainittiin LinkedInin korkeat kustannukset, erityisesti pienille yrityksille, sekä passiivisten hakijoiden tavoittaminen. Teknisiä haasteita ja käyttöliittymän monimutkaisuutta esiintyi myös. Koulutuksen ja monikanavaisen rekrytointistrategian avulla näitä haasteita voidaan kuitenkin lieventää.</p> <p>Tulevaisuudessa automaation ja tekoälyn roolin ennustetaan kasvavan merkittävästi rekrytointiprosesseissa, mikä tarjoaa uusia mahdollisuuksia mutta myös haasteita, kuten viestinnän persoonattomuus. Kaiken kaikkiaan LinkedInin rooli rekrytoinnissa on merkittävä, ja sen käyttöä kannattaa kehittää ja täydentää muiden strategioiden avulla.</p>
Asiasanat rekrytointiprosessi, sosiaalinen media, LinkedIn

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimusongelma, tutkimustehtävän asettelu ja rajaus	1
1.2	Keskeiset käsitteet	2
1.3	Tutkimuksen rakenne	3
2	Sosiaalinen media rekryoinnissa	4
2.1	Sosiaalisen median edut ja potentiaali rekryoinnissa	4
2.2	Sosiaalisen median rekryoinnin haasteet	6
3	LinkedIn ja rekryointi.....	7
3.1	LinkedIn osana rekryointistrategiaa	8
3.2	Työpaikkailmoitukset	8
3.3	Läsnäolo ja verkostoituminen	9
3.4	Passiiviset ehdokkaat.....	9
3.5	Suorahaku.....	10
3.6	LinkedIn työkalut rekryointiin	10
3.6.1	LinkedIn Jobs.....	10
3.6.2	LinkedIn Recruiter.....	11
3.6.3	InMail	11
3.7	LinkedIn rekryoinnin hyödyt ja haasteet.....	11
4	Opinnäytetyön tutkimusmenetelmä.....	14
4.1	Kohderyhmä ja aineiston keruu	14
4.2	Aineiston analyysi	15
5	Tutkimustulosten esittely	16
5.1	Haastateltavien taustatiedot	16
5.2	Keskeinen rooli rekryoinnissa	17
5.3	LinkedIn rekryointi strategian keskiössä	17
5.4	Hyödyllisimmät työkalut rekryointiin	17
5.5	Haasteita mukana	18
5.6	Tulevaisuuden trendit	18
5.7	Tulosten yhteenveto	18
6	Pohdinta	19
6.1	Johtopäätökset.....	19
6.2	Tutkimuksen luotettavuus.....	20
6.3	Itsearviointi.....	20
	Lähteet.....	21
	Liitteet	24

1 Johdanto

Sosiaalisen median rooli rekrytointiprosesseissa on kasvanut merkittävästi viime vuosina, ja yksi keskeisimmistä alustoista tällä alueella on LinkedIn. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan tarkemmin LinkedInin roolia rekrytointiprosesseissa, erityisesti rekrytoijien näkökulmasta. Aiheen valinta perustuu haluun ymmärtää, miten yritykset hyödyntävät LinkedIniä rekrytoinnissaan.

Tavoitteena on selvittää, miten yritykset käyttävät LinkedIniä rekrytointiprosesseissaan ja millaisia käytännön toimenpiteitä ja strategioita ne ovat ottaneet käyttöön alustan hyödyntämisessä. Samalla tarkastellaan minkälaisia haasteita se tuo mukanaan. Haastatteleamalla rekrytointialan ammattilaisia pyritään hankkimaan syvällistä ymmärrystä siitä, miten LinkedInin käyttö voi tukea yritysten rekrytointitarpeita ja millaisia konkreettisia hyötyjä yritykset ovat havainneet alustan käytöstä.

Lisäksi tarkastellaan LinkedInin tarjoamia työkaluja ja ominaisuuksia työnantajien näkökulmasta. Tutkitaan erilaisia työkaluja ja ominaisuuksia, joita LinkedIn tarjoaa työnantajille rekrytointiprosessin eri vaiheissa, kuten työpaikkailmoitusten jakamiseen, aktiivisen hakijapoolin rakentamiseen ja hakijoiden seulontaan. Tämä auttaa työnantajia ymmärtämään, miten he voivat hyödyntää LinkedInin tarjoamia mahdollisuuksia tehokkaammin.

Lopuksi katsotaan LinkedInin roolia tulevaisuuden rekrytointitrendeissä ja ennusteissa. Kysymme haastateltavilta, mihin suuntaan he näkevät LinkedInin käytön kehittyvän rekrytoinnissa tulevaisuudessa ja miten yritykset voivat valmistautua tuleviin muutoksiin alustalla. Pyrimme tunnistamaan parhaat käytännöt LinkedInin hyödyntämisessä ja tarjoamaan lukijoille syvällistä ymmärrystä siitä, miten LinkedIn voi toimia tehokkaana työkaluna rekrytoinnissa ja työnantajabrändin rakentamisessa.

Opinnäytetyössä on käytetty tekoälyä. Tekoälyä on käytetty ideointiin ja sparraukseen. Lisäksi on käytetty tekoälyn kielimallia tekstinhuollossa, jotta saa kielellisesti oikeellisen ja rakenteellisesti sujuvan tekstin.

1.1 Tutkimusongelma, tutkimustehtävän asettelu ja rajaus

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten yritykset voivat tehokkaasti hyödyntää LinkedIniä rekrytointiprosesseissaan ja millaisia käytännön toimenpiteitä ja strategioita ne ovat ottaneet käyttöön LinkedInin hyödyntämisessä. Lisäksi tavoitteena on tunnistaa, miten yritykset voivat erottautua ja saavuttaa kilpailuetua LinkedInissä sekä selvittää alustan tarjoamat hyödyt rekrytoinnissa.

Tutkimuskysymykset on laadittu auttamaan tämän ymmärryksen saavuttamisessa. Tutkimuskysymykset keskittyvät LinkedInin rooliin yritysten rekrytointiprosesseissa, alustan tarjoamiin työkaluihin ja niiden hyödyllisyyteen, sekä LinkedInin tarjoamiin etuihin ja haasteisiin rekrytoinnissa. Näiden kysymysten avulla pyritään tunnistamaan, miten yritykset voivat hyödyntää LinkedIniä.

1. Mikä on LinkedInin nykyinen rooli yritysten rekrytointiprosesseissa?
2. Millainen LinkedIn on osana rekrytointistrategiaa?
3. Mitkä ovat LinkedInin hyödyllisimmät työkalut?
4. Mitkä ovat LinkedInin tarjoamat hyödyt rekrytoinnissa?
5. Mitkä ovat LinkedInin haasteet rekrytoinnissa?

Opinnäytetyössä keskitytään pääasiassa yritysten näkökulmaan LinkedInin käytössä rekrytointiprosesseissa. Yksilön tai työnhakijan näkökulmaa ei tarkastella yhtä laajasti. Lisäksi tutkimus keskittyy LinkedIniin eikä vertaile sitä muihin sosiaalisen median alustoihin. Opinnäytetyöhön sisältyy teoriaa, selvityksiä ja tutkimusta, joka keskittyy LinkedInin rekrytoinnin hyödyntämiseen. Painopiste ei ole sosiaalisen median yleisissä toiminnoissa. Opinnäytetyö rajataan koskemaan ainoastaan LinkedIn-alustaa, eikä muita sosiaalisen median alustoja oteta mukaan. Rekrytointiosuus keskittyy tutkittavan aiheen ympärille, eikä sisällytetä laajasti muita rekrytointikanavia tutkimukseen, lukuun ottamatta vertailukohteina.

1.2 Keskeiset käsitteet

Sosiaalinen media = Sosiaalinen media viittaa uusiin internet-palveluihin ja sovelluksiin, jotka mahdollistavat käyttäjien välisen vuorovaikutuksen ja sisällöntuotannon. Termi "sosiaalinen" viittaa ihmisten keskinäiseen kommunikointiin, kun taas "media" kuvaa tiedon jakamista ja välittämistä eri kanavien kautta. (Jyväskylän yliopisto s.a.)

Rekrytointiprosessi = Rekrytointi on prosessi, jossa organisaatio hakee uusia työntekijöitä avoimiin työtehtäviin. Tämä prosessi sisältää useita vaiheita, kuten rekrytointitarpeen määrittelyn, työpaikkailmoituksen luomisen ja julkaisun, työhakemusten vastaanoton ja käsittelyn, työnhakijoiden haastattelut sekä mahdolliset testit tai soveltuvuusarviointit. Tavoitteena on löytää sopivimmat ja pätevimmät henkilöt täyttämään organisaation tarpeet ja vaatimukset. (Duunitori s.a.)

LinkedIn = LinkedIn on maailman suurin ammatillinen verkosto internetissä. LinkedIniä voi käyttää löytääksesi oikean työn tai harjoittelupaikan, vahvistaakseen ammatillisia suhteitasi ja oppiakseen taitoja, joita tarvitsee menestyäkseen uralla. (LinkedIn s.a.)

1.3 Tutkimuksen rakenne

Peittomatriisi on taulukko, joka usein sisällytetään esimerkiksi tutkimukselliseen opinnäytetyöhön Johdanto-lukuun (taulukko 1). Taulukkoon on koottu alaongelmat ja niihin liittyvät tietoperustan ja tulososan luvut sekä haastattelurungon kysymykset. (Opinnäytetyökoordinaattorit 2022, 7.)

Opinnäytetyö noudattaa perinteisen raportin tyyliä.

Taulukko 1. Peittomatriisi

Alaongelmat	Tietoperusta	Tulokset	Haastattelun kysymykset
Mikä on LinkedInin nykyinen rooli yritysten rekrytointiprosesseissa?	3	5.2	1
Millainen LinkedIn on osana rekrytointistrategiaa?	3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5	5.3	2
Mitkä ovat LinkedInin hyödyllisimmät työkalut?	3.6, 3.6.1, 3.6.2, 3.6.3	5.4	3
Mitkä ovat LinkedInin tarjoamat hyödyt rekrytoinnissa?	3.7	5.4	4
Mitkä ovat LinkedInin haasteet rekrytoinnissa?	3.7	5.5	5

2 Sosiaalinen media rekrytoinnissa

Sosiaalinen media avaa rekrytoijille uudenlaisen yleisön erilaisessa ympäristössä kuin perinteiset kanavat. Se tarjoaa innovatiivisia lähestymistapoja perinteisten painettujen medioiden rinnalle. Avoimet verkostot mahdollistavat tiedonvälityksen työnhakijoiden ja rekrytoijien välillä, ja ne tuovat esiin henkilöitä, jotka vaikuttavat rekrytointiprosessiin ja sen onnistumiseen. Lisäksi sosiaalinen media tarjoaa monia muita mahdollisuuksia rekrytointiprosessiin, jotka eivät ole saatavilla samassa mittakaavassa muissa medioissa. Tämä kaikki edistää myös työnantajabrändin rakentamista. Sosiaalinen media tarjoaa ainutlaatuisen mahdollisuuden laajentaa yleisöä entisestään samalla kun se mahdollistaa työpaikkailmoitusten kohdentamisen vain niiden nähtäville, joilla on tarvittavat taidot ja osaaminen. (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 15-16.)

Sosiaalisen median alustat, kuten Facebook, Twitter ja LinkedIn, tarjoavat tehokkaita työkaluja rekrytointitarpeisiin sopivien ehdokkaiden löytämiseen. Erityisesti LinkedIn, joka on suunniteltu ammattilaisten verkostoitumiseen, on erinomainen resurssi tähän tarkoitukseen. Sosiaalinen media mahdollistaa myös laajempien hakujen tekemisen, koska se tavoittaa potentiaalisia hakijoita eri puolilta maailmaa kohtuullisin kustannuksin. Joskus juuri oikea henkilö saattaa löytyä kauempaa-kin. Etäisyydestä huolimatta hakijat voivat tutustua yritykseen internetissä ja saada selville yrityksen toiminnasta ja kulttuurista. Siksi rekrytoivan yrityksen on tärkeää tuottaa houkuttelevaa sisältöä, joka houkuttelee potentiaalisia hakijoita ja antaa heille paremman käsityksen siitä, millaista on työskennellä yrityksessä. Tämä sisältö voi olla olennainen osa työpaikkailmoituksia ja auttaa houkuttelemaan oikeanlaisia ehdokkaita. Vaikka sosiaalinen media ei tavoita kaikkia ihmisiä, se kuitenkin mahdollistaa laajemman yleisön tavoittamisen kuin koskaan aiemmin. (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 18-19.)

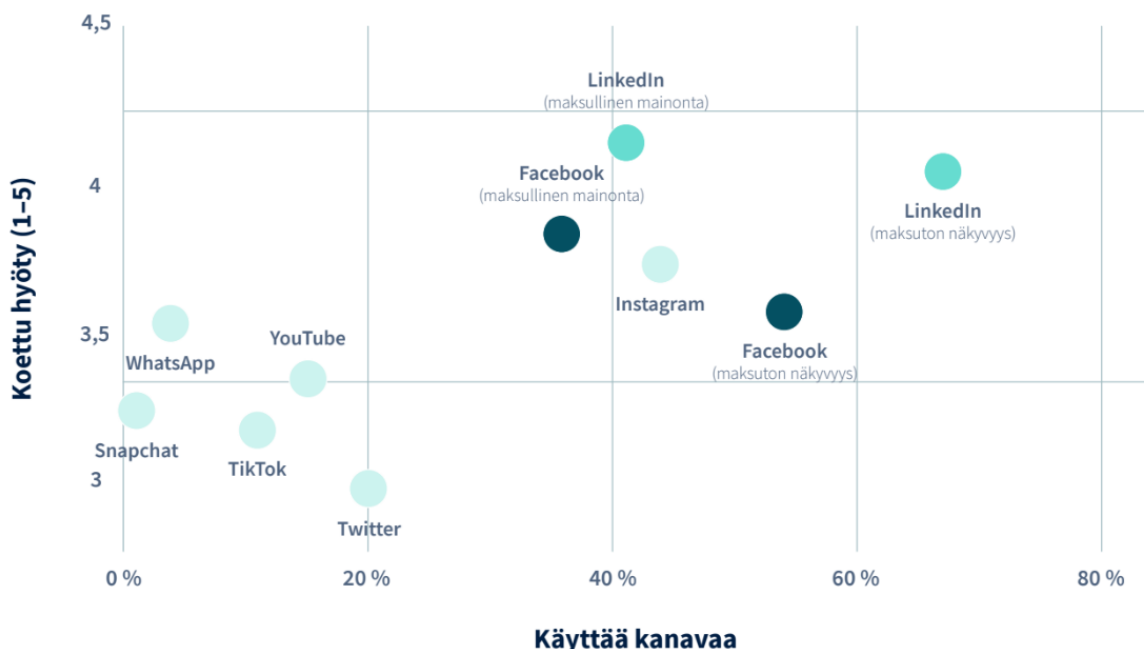
2.1 Sosiaalisen median edut ja potentiaali rekrytoinnissa

Rekrytointiviestien jakaminen eri sosiaalisen median alustoilla on tehokas tapa tavoittaa laajempi joukko potentiaalisia työnhakijoita. Tämä strategia mahdollistaa yhteyden luomisen myös niihin, jotka eivät aktiivisesti etsi uusia työmahdollisuuksia. Sosiaalisen median avulla voidaan houkutella osaajia, jotka eivät ole vielä harkinneet työpaikan vaihtoa, mutta voisivat kiinnostua hyvästä tilaisuudesta. Somerekrytointi on erityisen hyödyllistä, koska se mahdollistaa yhteydenpidon niihin, jotka ovat jo osoittaneet kiinnostusta yritystä kohtaan. Potentiaaliset hakijat voivat olla myös yrityksen seuraajia ja kannattajia. Sosiaalisen median käyttö rekrytoinnissa mahdollistaa henkilökohtaisemman ja lähestyttävämmän vuorovaikutuksen. Esimerkiksi julkaisut voivat sisältää kuvia työympäristöstä tai työntekijöiden esittelyjä, mikä auttaa potentiaalisia hakijoita tutustumaan paremmin yritykseen ja sen kulttuuriin (Laaksonen 13.12.2022).

On olemassa palveluita, joissa viestin voi välittää nopeasti suurelle joukolle ilman odottelua ilmoituksen näkyvyydestä lukijoiden keskuudessa. Näiden palveluiden avulla voi myös kohdentaa viestin tiettyyn osaajaryhmään. Nämä palvelut tavoittavat henkilöt, jotka eivät välttämättä ole aktiivisessa työnhakutilassa. Tällaisia työntekijöitä kutsutaan passiivisiksi kandidaateiksi. (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 49.)

Kaksi parasta sosiaalisen median alustaa rekrytointiin ja työnhakijoiden tavoittamiseen ovat LinkedIn ja Facebook (kuva 1). LinkedIn on alun perin suunniteltu ammatilliseksi verkostoitumisalustaksi, ja se on osoittautunut erinomaiseksi työkaluksi rekrytointiin. Alustan ominaisuudet ovat monipuolistuneet ajan myötä, tarjoten käyttäjille mahdollisuuksia oman osaamisen kehittämiseen ja muihin muihin tarkoituksiin. (Kuntarekry s.a.)

LinkedIn voi tuntua loogisimmalta kanavavaihtoehdolta rekrytoinnin suhteen, mutta somea kannattaa lähestyä monikanavaisesti ja viestintää kustomoida kanavan mukaan. Missä haluttu kohdeyleisö viettää aikaansa myös työn ulkopuolella? Miten puhuttelemme yleisöä kanavassa niin, että se tuntuu luontevalta (Jussila 2023).



Kuva 1. LinkedIn ja Facebook ovat edelleen tärkeimmät somekanavat rekrytoijalle (Kansallinen rekrytointitutkimus 2023, Duunitori)

2.2 Sosiaalisen median rekrytoinnin haasteet

Sosiaalinen media ja internet ovat monipuolisia työkaluja rekrytoinnissa, mutta niiden käyttöön liittyy sekä mahdollisuuksia että haasteita. Esimerkiksi nuorten työnhakijoiden tavoittaminen on helpompaa sähköisten kanavien kautta, mutta jotkut perinteiset toimialat, kuten sairaanhoitajat, siivoojat ja keittiötyöntekijät, saattavat edelleen hyötyä perinteisistä rekrytointikanavista enemmän. Vaikka sähköinen ilmoittaminen työpaikoista voi laajentaa hakijakuntaa, se saattaa myös houkuttaa runsaasti epäpäteviä hakijoita. Tämä voi lisätä rekrytointiprosessin haastavuutta. Lisäksi on huomioitava, että uudet digitaaliset kanavat eivät välttämättä vielä tavoita kaikkia potentiaalisia työnhakijoita, vaan ne saattavat rajoittaa hakijajoukkoa tietyissä tapauksissa. (Duunitori s.a.)

Sosiaalisen median käyttö rekrytoinnissa tuo mukanaan monia haasteita, jotka liittyvät sekä lakiin että eettisiin periaatteisiin. Rekrytoijien on tasapainoteltava syrjinnän vaarojen, ennakkoluulojen, yksityisyyden suojan ja tietosuojan välillä, samalla varmistaen, että he noudattavat kaikkia asiaankuuluvia lakeja. Lisäksi on olemassa brändin maineen riski, mikä korostaa tarvetta käsitellä näitä kysymyksiä huolellisesti ja vastuullisesti (Medelinskeite 05.03.2024).

3 LinkedIn ja rekrytointi

LinkedIn on sosiaalisen verkostoitumisen alusta, joka keskittyy erityisesti ammatillisen kehityksen ja verkostoitumisen tukemiseen. Palvelu tarjoaa enemmän kuin pelkän työelämän yhteisökanavan; se on myös olennainen työnhakuväline, hakukone ja paikka ammatilliseen yhteydenpitoon. Alustalla toimivat lukuisat eri toimialojen yritykset, jotka esittelevät toimintaansa ja tarjoavat uusia työmahdollisuuksia, mikä tekee työpaikkojen löytämisestä sujuvaa. LinkedIn-profiili toimii digitaalisena käyntikorttina, joka on verrattavissa yksityiskohtaiseen ansioluetteloon. LinkedIn auttaa löytämään ja tulemaan löydetyksi, mahdollistaa yhteyksien luomisen tuleviin yhteistyökumppaneihin, rekrytoijiin tai asiakkaisiin. (Cvphjat s.a.)

Kyseessä on sosiaalisen median alusta, joka keskittyy verkostoitumiseen ja ammatillisen osaamisen esille tuomiseen. Siellä ystävien sijaan puhutaan kontakteista, ja käyttäjät voivat esitellä osaamistaan profiilien avulla, lisäämällä niihin CV:tä, sertifikaatteja ja suosituksia. Monet rekrytoijat hyödyntävät LinkedIniä etsiessään sopivia työntekijöitä yrityksiin. Alustalla voi myös julkaista sisältöä, osallistua keskusteluihin ja liittyä erilaisiin ryhmiin. (Folcan s.a.)

Maailmanlaajuisesti alustalla on satoja miljoonia ammattilaisia eri puolilta maailmaa, jotka kokoontuvat verkostoitumaan, pysyäkseen ajan tasalla ja löytääkseen työpaikkoja. Se on suurin ja nopeiten kasvava ammattilaisille tarkoitettu sosiaalinen verkosto. Päivittäin alustalla käydään miljardeja vuorovaikutuksia. Käyttäjät päivittävät ammattiprofiilejaan lisäämällä uusia taitoja, suosituksia, koulutustietoja ja työkokemuksia. He kehittävät myös suhteita yrityksiin ottamalla yhteyttä työntekijöihin, osallistumalla sisällön tuottamiseen ja seuraamalla yritysten sivuja. (LinkedIn s.a.)

Tämä tarjoaa yrityksille mahdollisuuden kehittää vetoavaa työnantajakuva ja vetää puoleensa mahdollisia työnhakijoita. Sen avulla pääsee käsiksi laajaan verkostoon potentiaalisia hakijoita. Rekrytoinnin ammattilaiset voivat suunnata hakunsa tarkasti niihin ehdokkaisiin, jotka omaavat tarpeelliset taidot ja asiantuntemuksen. Lisäksi yritykset voivat tehokkaasti lisätä tietoisuutta brändistään. (LinkedIn s.a.)

Alusta tarjoaa rekrytoijille suoran yhteyden laajaan osaajapankkiin, jossa yli 52 miljoonaa työnhakijaa käyttää LinkedIniä viikoittain työpaikkojen löytämiseen. Tämä tarjoaa rekrytoijille mahdollisuuden löytää sopivat ehdokkaat eri tehtäviin ja varmistaa hakijajoukon monimuotoisuuden. Lisäksi se helpottaa rekrytoijien työtä tunnistamalla ehdokkaat, joilla on tarvittavat taidot. LinkedIn on merkittävä alusta sekä rekrytoijille että työnhakijoille, ja LinkedIn Recruiteria pidetään suora hakujen johtavana alustana. Alustan pitkä historia, perustamisestaan vuodesta 2002 lähtien, tekee siitä vakiintuneen vaihtoehdon sosiaalisen median rekrytointiratkaisuksi. LinkedIn auttaa rekrytoijia tavoittamaan potentiaaliset ehdokkaat heidän aktiivisessa verkostoitumisympäristössään. Vertailtaessa

sitä muihin sosiaalisen median rekrytointikanaviin, LinkedIn nousee selvästi suosituimmaksi vaihtoehdoksi (Semetaite 24.10.2023).

3.1 LinkedIn osana rekrytointistrategiaa

LinkedInin kaltaiset sosiaalisen median alustat tarjoavat enemmän kuin vain ilmoituskanavan; ne ovat todellisia verkostoitumisen työkaluja. Näiden palveluiden avulla on helpompaa päästä yhteyteen osaajaryhmien kanssa, ja LinkedIn erityisesti mahdollistaa oikeiden ihmisten löytämisen oikeisiin tehtäviin. Jatkuva tai säännöllisessä rekrytoinnissa on järkevää hyödyntää LinkedInin maksullisia palveluita, jotka tarjoavat lisäominaisuuksia hakijoiden löytämiseen ja heidän tavoittamiseen. Tämä tekee rekrytointiprosessista tehokkaampaa ja auttaa löytämään parhaat mahdolliset ehdokkaat. (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 47.)

Lisäksi yrityksen osallistuminen keskusteluihin edustajansa välityksellä voi lähentää rekrytointiprosessia hakijoihin. Aktiivinen läsnäolo näyttää sitoutumista ja kiinnostusta potentiaalsiin työntekijöihin, mikä voi houkuttaa lahjakkaita ammattilaisia hakemaan yritykseen. Passiivinen työnhaku, suorahaku ja erilaiset työkalut ovat myös olennainen osa rekrytointiprosessia. Näitä hyödyntämällä voidaan tehokkaasti löytää sopivat ehdokkaat avoimiin tehtäviin ja varmistaa, että rekrytointi tukee yrityksen kasvua ja menestystä. (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 52.)

3.2 Työpaikkailmoitukset

LinkedIn tarjoaa mahdollisuuden suoraan löytää erinomaisia ehdokkaita, jotka sopivat avoimiin työpaikkoihin. Jos yrityksivulla on omistautunut seuraajakunta ammattilaisia, jotka voisivat olla potentiaalisia työnhakijoita. Tämä on erinomainen ja maksuton tapa lisätä vuorovaikutusta potentiaalisten työntekijöiden kanssa, ja voi halutessaan myös sponsoroida julkaisun, jotta tavoittaa laajemman osaajien joukon. Useat rekrytointitoimistot hyödyntävät myös LinkedInin myyntinavigaattorityökalua, jolla he soveltavat tarvittavia suodattimia potentiaalisten ehdokkaiden löytämiseksi. (Recruiterflow s.a.)

Yrityksille, jotka rekrytoivat säännöllisesti, LinkedIn tarjoaa maksullisen ohjelman nimeltään Recruiter, joka mahdollistaa työpaikkailmoitusten julkaisemisen ja tarjoaa laajemmat rekrytointiominaisuudet. Näihin kuuluvat muun muassa suositeltujen ehdokkaiden vastaanottaminen ilmoituskriteerien perusteella, analytiikka ja omistettu viestintäalusta (Chen 25.09.2030).

Työpaikkailmoituksessa on käsiteltävä perusasiat, kuten otsikko, kuvaus, hakemishjeet ja yhteydenottotiedot lisätietoja varten. LinkedIn-verkostossa on tällä hetkellä yli 20 miljoonaa avointa työpaikkaa. Helposti luettava työpaikka- ja yrityskuvaus on houkuttelevampi niille, jotka selailevat useita työpaikkailmoituksia päivittäin. (Chen 25.09.2020).

3.3 Läsnäolo ja verkostoituminen

LinkedIn-ryhmät tarjoavat foorumin, jossa saman alan ammattilaiset voivat jakaa sisältöä, luoda kontakteja ja selata kohdennettuja työpaikkoja. Monissa ryhmissä on erillinen osio työpaikoille, joissa rekrytoijat voivat ilmoittaa avoimista paikoista. (Recruiterflow s.a.)

On tärkeää huomata, että tietyt LinkedIn-ryhmät voivat rajoittaa rekrytoijien mahdollisuutta julkaista työpaikkailmoituksia, elleivät he osallistu aktiivisesti keskusteluun ja ryhmän toimintaan. Siksi on hyvä olla aktiivinen ja osallistua keskusteluihin aitojen ehdokkaiden ja muiden rekrytoijien kanssa. Voi myös hyödyntää LinkedInin aikataulutustoimintoa helpottaakseen julkaisujen ajoittamista. (Recruiterflow s.a.)

LinkedInin tärkeys korostuu yhteyksien rakentamisessa. Mitä laajempi verkosto on, sitä suuremmat mahdollisuudet ovat löytää sopiva ehdokas. LinkedIn tarjoaa helpon tavan löytää alumneja omalta alalta tai entisiä sekä nykyisiä työntekijöitä, erityisesti kun profiilit on täytetty menneillä työpaikoilla, taidoilla, kouluilla ja jäsenyyksillä. On hyvä käyttää aikaa tarkastella profiilia varmistaakseen, että viesti sopii yhteen kyseisen henkilön kanssa. Automaattiset esittelyviestit voivat antaa yrityksestä huonon kuvan, jos ne eivät ole merkityksellisiä. LinkedIn ei ole pelkästään verkostojen luomista varten, vaan myös niiden ylläpitämistä varten. Vaikka uusilla kontakteilla on arvoa, aktiivinen ja vuorovaikutteinen lähestymistapa voi vahvistaa suhteita entisestään. Hyödyllisten sisältöjen jakaminen omalta asiantuntemusalueelta sekä osallistuminen yksittäisiin ja yritysten julkaisuihin voi edistää verkostojen laajentumista ja vahvistamista (Chen 24.09.2020).

3.4 Passiiviset ehdokkaat

Passiiviset työnhakijat ovat niitä, jotka jo työskentelevät, mutta etsivät silti parempia työmahdollisuuksia. LinkedIn on suosituin työnhakukanava passiivisten työnhakijoiden keskuudessa erityisesti sen tarjoaman tiedon saatavuuden, tarkkuuden, relevanssin, luotettavuuden, ajantasaisuuden ja kustannustehokkuuden vuoksi (Hosain & Liu 2020.) On tärkeää ottaa passiiviset ehdokkaat mukaan kokonaisvaltaiseen hankinta- ja rekrytointistrategiaan, koska muutoin menetät mahdollisuuden sitouttaa ja houkutella suurinta osaa työvoimasta. (Join s.a.)

Passiivisiin asiakkaisiin voi luoda pitkäkestoisia suhteita ja kertoa heille, että on edelleen kiinnostusta heihin, vaikka tarjous ei heitä varsinaisesti kiinnostaisikaan. Heihin voi pitää yhteyttä, jotta heitä voidaan houkutella hakemaan, kun he ovat valmiita vaihtamaan työpaikkaa. Ehdokkaita voi rohkaista seuraamaan yrityksen sosiaalisen median tilejä pitääkseen heidät sitoutuneina ja kiinnostuneina brändistä sekä tiedotettuina uusista mahdollisuuksista. Urakehitysmahdollisuuksia voi korostaa yrityksen urasivuilla ja rekrytointimateriaaleissa, jotta potentiaaliset ehdokkaat voivat nähdä täyden arvon siirtyessään yritykseen. (Join s.a.)

3.5 Suorahaku

Rekrytointi ja aito suorahaku (headhunting) eroavat toisistaan merkittävästi. Rekrytoinnissa työpaikka ilmoitetaan julkisesti eri kanavissa, kuten lehdissä, verkossa ja sosiaalisessa mediassa, houkutellen hakijoita avoimeen tehtävään. Sen sijaan aito suorahaku on erikoistunut rekrytointiprosessi, jossa headhunter etsii ja lähestyy proaktiivisesti avainhenkilöitä yrityksen tarpeisiin. Headhunter kohdistaa toimintansa tarkasti valittuihin kohdehenkilöihin, jotka vastaavat yrityksen asettamia vaatimuksia kokemuksen, koulutuksen, osaamisen tai henkilökohtaisten ominaisuuksien suhteen. Yhteenvetona, rekrytointi on avoin prosessi, jossa työpaikka ilmoitetaan kaikille nähtäväksi ja kuka tahansa voi hakea. Aito suorahaku sen sijaan on kohdennettua toimintaa, jossa headhunter etsii ja ottaa yhteyttä aktiivisesti potentiaalisia ehdokkaita yrityksen tarpeisiin vastaamiseksi. Ehdokkaita voi etsiä ja palkata LinkedInistä valitsemalla tiettyjä hakukriteerejä ja lähettämällä heille suoria viestejä LinkedInin InMail-palvelun kautta (Knaapi 08.03.2019).

3.6 LinkedIn työkalut rekrytointiin

LinkedIn tarjoaa monenlaisia työkaluja, joilla yritykset voivat löytää, ottaa yhteyttä ja hallita päteviä hakijoita nopeasti ja tehokkaasti. Nämä välineet on suunniteltu tukemaan rekrytoijia ja HR-ammattilaisia rekrytointiprosessien parantamisessa ja auttamaan heitä löytämään parhaat mahdolliset ehdokkaat avoimiin tehtäviin (Laaksonen 13.12.2022).

LinkedIn rekrytointi työkalujen avulla tavoittaa laadukkaita ehdokkaita. Pystyy kohdistamaan työtarjoukset juuri oikeille henkilöille. Sekä rakentaa vahvaa työnantajabrändiä (kuva 2).



Kuva 2. LinkedIn työkalujen mahdollisuudet (LinkedIn Talent Solutions)

3.6.1 LinkedIn Jobs

LinkedIn Jobs työkalun avulla voi julkaista avoimet työpaikat ja löytää sekä helposti hallita hakijoita. Voi luoda työpaikkailmoituksen vaivattomasti ja kohdentaa se sopiville jäsenille. Löytää parhaiten sopivat ehdokkaat ja priorisoida haastateltavat LinkedInin tarjoamien työkalujen avulla. Hallinnoida

rekrytointeja tarpeiden mukaan ja mainostaa erityisesti vaikeasti täytettäviä tehtäviä saadakseen lisää päteviä hakijoita. (LinkedIn s.a.)

Työpaikkailmoituksen voi luoda nopeasti ja tavoittaa laajin ammattilaisverkosto. LinkedIn kohdentaa ilmoituksen relevantteihin jäseniin, vaikka he eivät aktiivisesti etsisi töitä. LinkedIn hyödyntää ilmoitukset, yrityksen ja jäsenten tietoja löytääkseen tarvitsemat henkilöt. Ilmoituksia voi hallinnoida rekrytointitarpeiden mukaan. (LinkedIn s.a.)

3.6.2 LinkedIn Recruiter

LinkedIn Recruiter on premium-palvelu, joka tarjoaa pääsyn useisiin rekrytointityökaluihin, joiden avulla voi löytää oikeat ehdokkaat LinkedInistä nopeammin ja tehokkaammin. Tämä palvelu on suunniteltu erityisesti yrityksille, joilla on useita rekrytoijia tai suuri määrä avoimia työpaikkoja, ja sitä pidetään rekrytoijien huippuvaihtoehtona. LinkedIn Recruiterissa korostetaan erityisesti sitä, että yrityksen eri rekrytoijat voivat jakaa projekteja ja ehdokasputkia keskenään. (Davidson s.a.)

LinkedIn Recruiterin avulla voidaan helposti kommunikoida potentiaalisten työnhakijoiden kanssa, esimerkiksi lähettämällä 150 InMail-viestiä kuukaudessa. Lisäksi rekrytointityökalut tarjoavat lisähakusuodattimia, kattavan raportoinnin ja poistavat kuukausittaisen hakurajoituksen. LinkedIn Recruiterissa on mahdollista käyttää hakulausekkeita ja suodattimia parhaiden ehdokkaiden löytämiseksi (Laaksonen 13.12.2022).

3.6.3 InMail

LinkedIn InMail on LinkedIn Premiumin ominaisuus, jonka avulla voi lähettää viestejä suoraan muihin LinkedIn-jäseniin, joihin ei ole vielä verkostoitunut. Ilmaisella tilillä voi viestiä ainoastaan niiden jäsenten kanssa, joihin on ollut jo yhteydessä. InMail-viestien käyttö edellyttää Premium-tilin päivittämistä. Tämä lisäominaisuus mahdollistaa suoran viestinnän sellaisten jäsenten kanssa, joihin ei ole vielä verkostoitunut. Perustilillä voi lähettää viestejä vain jo yhteydessä oleville jäsenille. InMail-viestien lähettämiseen tarvitaan Premium-tili. (LinkedIn s.a.)

3.7 LinkedIn rekrytoinnin hyödyt ja haasteet

LinkedIn on tehokas rekrytointityökalu, jota käytetään laajasti yhteyden luomiseen aktiivisesti työmahdollisuuksia etsiviin huippuosajiin. Ehdokkaat päivittävät säännöllisesti profiilejaan, mikä helpottaa sopivien kokemusten tunnistamista. Erityisesti ylimmän johdon tehtävien täyttämässä LinkedIn tarjoaa arvokasta apua, sillä ehdokkaat ylläpitävät usein yksityiskohtaisia profiileja ja laajoja ammatillisia verkostoja. Verkostoitumispotentiaali auttaa yritysten omistajia löytämään potentiaalisia ehdokkaita ja rakentamaan luottamusta teollisuuden piireissä. Alustan avainsanapohjainen

hakutoiminto nopeuttaa sopivien ehdokkaiden tunnistamista tiettyjen taitojen tai pätevyyksien perusteella, mikä säästää aikaa rekrytointiprosessissa (Chandna 19.05.2022).

LinkedIn organisoimalla ehdokashallinnan varmistaa, ettei tietoja hukata prosessin aikana. Rekrytoijat ja esimiehet voivat seurata ehdokkaiden edistymistä ja hakea profiileja vaivattomasti. Lisäksi LinkedIn tukee hakukoneoptimointia, parantaen työpaikkailmoitusten ja profiilien näkyvyyttä. Jaettu sisältö lisää kriittisen rekrytointi-informaation online-läsnäoloa, mikä edistää onnistuneita palkkauksia (Chandna 19.05.2022).

LinkedIn on ajantasainen ja kattava, mikä tarkoittaa ajankohtaista tietoa, joka kattaa eri toimialat ja ammatit. Erinomaiset verkostoitumismahdollisuudet, jotka helpottavat rekrytointia ja oikeiden henkilöiden löytymistä. On myös mahdollista tehdä tarkennettuja hakuja avainsanoilla, mikä auttaa löytämään juuri oikeanlaisia ehdokkaita (kuva 3). (Chandna 19.05.2022.)



Kuva 3. LinkedInin edut rekrytointivälineenä (mukaillen Chandna, Shrofile 2022)

Mikäli työnhakijat eivät ole erityisen kiinnostuneita tietyistä työmahdollisuuksista, rekrytoijien yhteydenotot voivat olla aikaa vieviä ja tuotoltaan vähäisiä. Vaikka ajatellaan, että rekrytointi sujuu parhaiten LinkedInin kautta muihin sosiaalisen median alustoihin verrattuna, tämä ei aina toteudu

käytännössä. Rekrytoijat saattavat ottaa yhteyttä 15 parhaaseen mahdolliseen ehdokkaaseen, mutta he eivät välttämättä saa vastausta. Työpaikkailmoituksiin vastaaminen riippuu paljolti ajankohdasta. Käytännössä ajanhukkaa voidaan minimoida lyhyillä ja henkilökohtaisilla viesteillä, jotka kohdennetaan vain kiinnostuneisiin ehdokkaisiin. Inmail-viestejä voidaan myös käyttää suoran yhteyden luomiseen haluttuihin ehdokkaisiin (Jamuni 29.05.2020).

LinkedIn Recruiter -työkalu on yleensä kallis pienille yrityksille ja niille, jotka eivät palkkaa usein. Siksi tällaiset yritykset voivat hyötyä enemmän ilmaisista työkaluista, jotka auttavat heitä saavuttamaan parempia tuloksia. Nämä yritykset voivat hyötyä ilmaisen LinkedIn-palvelun käytöstä, kunhan he panostavat henkilö- ja yritysprofiliensa kehittämiseen. Heidän kannattaa myös laajentaa verkostojaan, sillä se parantaa hakutuloksia (Jamuni 29.05.2020).

Verkkorekrytointi avartaa välittömästi osaajien hakupohjaa, mutta tämä ei automaattisesti johda pätevien hakijoiden runsauteen. Automaattiset prosessit voivat olla hyödyllisiä, mutta vain, jos tiedät tarkalleen, mitä etsit. Työpaikkailmoituksessa on oltava täysin selkeät kriteerit koskien vaadittavaa pätevyyttä ja kokemusta, eikä jätä liikaa tulkinnanvaraa välttääkseen aikaa hukkaan menevää seulomista niiden keskuudesta, jotka eivät vastaa vaatimuksia (Chandna 19.5.2022).

4 Opinnäytetyön tutkimusmenetelmä

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus on tieteellisen tutkimuksen menetelmä, joka keskittyy kohteen laadun, ominaisuuksien ja merkitysten syvälliseen ymmärtämiseen. (Jyväskylän Yliopisto s.a.) Teoria on olennainen osa laadullista tutkimusta ja siksi välttämätön. Laadullisessa tutkimuksessa teoria viittaa tutkimuksen teoreettiseen viitekehykseen, joka kuvaa tutkimuksen käsitteiden ja ilmiöiden välisiä suhteita. (Sarajärvi & Tuomi 2018, 20-34.)

Tutkimuksen toteuttaminen alkaa aineiston keräämisestä, jolla pyritään vastaamaan tiettyihin tutkimusongelmiin ja -kysymyksiin. Ensimmäinen vaihe on aiheeseen perehtyminen kirjallisuuskatsauksen avulla, joka luo tutkimukselle teoreettisen perustan. Tämän jälkeen valitaan tutkimuksen tarkoitukseen sopiva menetelmä, joka voi esimerkiksi olla haastattelu. Empiirinen tutkimus koostuu useista vaiheista, jotka ovat keskenään riippuvaisia. Prosessi etenee siten, että ensin määritellään tutkimusongelma, jonka jälkeen tehdään kirjallisuuskatsaus aiheeseen perehtymiseksi. Seuraavaksi kerätään ja analysoidaan aineisto. Lopuksi tehdään johtopäätökset ja kirjoitetaan raportti. (Hirsijärvi & Hurme 2022, 14-18.)

Laadullinen tutkimus perustuu aina empiirisiin aineistoihin ja niiden analyysiin. Tämä empiirisyys ei kuitenkaan poista teoreettisuuden merkitystä. Itse asiassa empiirisen laadullisen tutkimuksen toteuttaminen ilman mitään teoreettisia viitekehyksiä on mahdotonta. (Tietoarkisto s.a.)

Teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelu. Puolistrukturoidussa haastattelussa kaikille osallistujille esitetään samat kysymykset, mutta he voivat vastata niihin omalla tavallaan. Kysymykset on määritelty etukäteen, mutta haastattelija voi muokata niiden sanamuotoa tarpeen mukaan. Haastateltavat ovat kokeneet tietyn tilanteen ja heillä on asiantuntemusta sekä ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä ja siihen liittyvistä prosesseista. (Hirsijärvi & Hurme 2022, 92-94.)

4.1 Kohderyhmä ja aineiston keruu

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvalitatiivista eli laadullista lähestymistapaa. Tarkoituksena oli suorittaa anonyymejä haastatteluja, joissa rekrytoinnin parissa työskentelevät asiantuntijat kertoivat yleisellä tasolla omista kokemuksistaan tutkimuksen aiheeseen liittyen. Tutkimuksen kohteena oli eri organisaatioissa rekrytoinnissa työskentelevät henkilöt, jotka oli valittu osaamistaustan perusteella varmistaen, että heillä on tarvittavaa kokemusta tutkittavan aiheen parissa.

Aineistonkeruu toteutettiin pääasiassa LinkedIn-verkoston kautta, jossa oltiin yhteydessä alan ammattilaisiin sopien heidän kanssaan tulevista haastatteluista. Lisäksi vertailussa oli eri yritysten rekrytointistrategioita LinkedInissä, ja tulokset esitettiin lukijalle. Haastattelut toteutettiin Microsoft

Teams -sovellusta käyttäen ja haastattelut nauhoitettiin videoyhteyden välityksellä Haaga-Helian palvelimelle. Haastattelut on myös litteroitu Microsoft Teamsin avulla.

Tutkimuksessa kerättävät henkilötiedot suojattiin asianmukaisesti. Nauhoitetuilla ääni- ja videotallenteilla on huolehdittu haastateltavien henkilöllisyyden ja henkilötietojen suojasta. Kaikki data tallennettiin koulun tai organisaation turvalliselle palvelimelle analysointia ja opinnäytetyön laatimista varten. Aineistoa käsiteltiin ainoastaan organisaation verkkoon kuuluvilla laitteilla, mikä vähensi tietoturvariskejä. Opinnäytetyön arvioinnin jälkeen aineisto poistettiin organisaation palvelimilta.

Tutkimuslupa hankittiin ennen aineistonkeruuta. Tätä varten laadittiin tutkimustiedote ja suostumuslomake, johon haastateltavat antoivat suostumuksensa osallistumalla haastatteluun. Haastatteluaineisto tallennettiin Teams-sovelluksen avulla ja sen avulla myös litteroitiin pilvipalveluun. Pilvipalvelu on Haaga-Helian organisaation hallinnoima ja tietosuojattu. Tekstit ja analyysit laadittiin siten, että yksilöitä ei voida tunnistaa.

4.2 Aineiston analyysi

Laadullisen eli kvalitatiivisen analyysin tavoitteena on tarkastella tutkimuskohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä kattavasti. Laadullisia analyyskejä voidaan toteuttaa useilla eri menetelmillä, joille yhteistä on keskittyminen muun muassa kohteen ympäristöön ja taustaan, tarkoitukseen ja merkityksiin sekä ilmaisuun ja kielen näkökulmiin. (Jyväskylän yliopisto s.a.)

Kun suoritetaan haastatteluaineiston sisällönanalyysiä, aineistoa käsitellään erittelemällä sitä, etsien yhtäläisyyksiä ja eroja sekä tiivistämällä tietoa. Sisällönanalyysin tavoitteena on luoda tutkittavasta ilmiöstä tiivistetty ja selkeä kuvaus, joka liittyy saadut tulokset laajempaan kontekstiin ja aiempiin tutkimustuloksiin. (Tuomo & Sarajärvi 2002, 105.)

Aineisto käytiin läpi ja analysoitiin poimien asiantuntijoiden näkemyksiä. Kerättiin yhteen samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia ja niistä muodostettiin kokonaiskuva, jota sitten verrattiin opinnäytetyön kirjallisuuskatsaukseen.

5 Tutkimustulosten esittely

Tässä osiossa esitellään haastateltavien taustatiedot ja käydään läpi aineiston tuloksia peilattuna tutkimustavoitteisiin. Kootaan yhteen havaitut tutkimustulokset.

5.1 Haastateltavien taustatiedot

Haastateltavilla on vahva kokemus rekrytoinnista, erityisesti LinkedInin työkaluja hyödyntäen. He toimivat eri rooleissa ja organisaatioissa, mutta kaikille yhteistä on LinkedInin keskeinen rooli rekrytointiprosesseissa. He ovat käyttäneet LinkedIn Recruiteria ja muita työkaluja suorahauissa, aktiivisten ja passiivisten ehdokkaiden tavoittamisessa sekä työnantajabrändin rakentamisessa. Lisäksi he hyödyntävät LinkedInin raportointiominaisuuksia rekrytointiprosessien optimoinnissa ja päätöksenteossa. Heidän kokemuksensa kattaa IT-alan rekrytoinnin haasteet ja mahdollisuudet, ja he ovat osallistuneet rekrytointistrategioiden suunnitteluun ja toteutukseen. Haastateltavat korostavat LinkedInin merkitystä erityisesti vaikeasti täytettävien roolien löytämisessä ja tunnistavat sen käytön haasteet sekä tulevaisuuden kehityssuunnat rekrytoinnin alalla. Kaiken kaikkiaan haastateltavia oli neljä asiantuntijaa (taulukko 2).

Taulukko 2. Haastateltavien taustatietoja

Asiantuntija	Työtehtävä	Työkokemus
Haastateltava A	Työskentelee IT-konsulttitalossa ja hänen vastuullaan on rekrytointiprosessit.	Laaja kokemus rekrytoinnista IT-alalla, erityisesti suorahaun parissa LinkedInin kautta.
Haastateltava B	Rekrytoija asiantuntijaorganisaatioissa	Rekrytoinnista, jossa LinkedIn on tärkeässä roolissa suorahaussa.
Haastateltava C	Rekrytoija IT-alalla	Rekrytoijan työtä, keskittyen suorarekrytointiin LinkedInin kautta.
Haastateltava D	Rekrytointikoordinaattori	Keskittyy LinkedInin hyödyntämiseen uusien osaajien löytämisessä ja työnantajabrändin vahvistamisessa.

5.2 Keskeinen rooli rekrytoinnissa

Haastateltavat korostivat LinkedInin merkitystä erityisesti asiantuntija- ja IT-aloilla, joissa on pulaa osaajista. LinkedIn nähdään keskeisenä työkaluna rekrytoinnissa, koska sen kautta voidaan tavoittaa sekä aktiivisia että passiivisia työnhakijoita.

Yksi haastateltavista mainitsi, että IT-alalla LinkedIn on välttämätön, koska suurin osa rooleista ei täyty perinteisten rekrytointikanavien kautta. He tekevät paljon suorahakua LinkedInissä ja käyttävät sen tarjoamaa dataa lähtijöistä ja potentiaalisista hakijoista. Tämä tieto auttaa kohdentamaan rekrytointiponnisteluja tehokkaammin.

Toinen haastateltava kertoi, että heidän organisaatiossaan LinkedIn on tärkeä erityisesti asiantuntijatehtävissä, joissa verkostoituminen ja asiantuntijuuden jakaminen ovat keskeisessä roolissa. LinkedInin avulla he voivat tavoittaa juuri oikeanlaisia osaajia ja ylläpitää näkyvyyttä alan osaajien keskuudessa.

5.3 LinkedIn rekrytointi strategian keskiössä

LinkedInin rooli rekrytointistrategiassa on keskeinen. Useat organisaatiot käyttävät LinkedInia sekä suorahaussa että tavallisissa työpaikkailmoituksissa. LinkedInin avulla voidaan rakentaa työnantajabrändiä ja ylläpitää talent poolia, johon kerätään potentiaalisia ehdokkaita tulevia tarpeita varten.

Haastateltava totesi, että heidän rekrytointistrategiansa perustuu vahvasti LinkedInin hyödyntämiseen, sillä noin kolmasosa heidän hakijoistaan tulee LinkedInin kautta. Heillä on käytössä LinkedIn Recruiter -työkalu, joka mahdollistaa suorahakujen tekemisen ja kohdennettujen viestien lähettämisen.

Toinen haastateltava mainitsi, että heidän organisaationsa käyttää LinkedInia laajasti markkinointikampanjoissa ja kohdennetussa mainonnassa, jotta työpaikkailmoitukset saavuttavat oikeat kohde-ryhmät. Tämä strategia on osoittautunut erityisen hyödylliseksi asiantuntijaorganisaatioissa, joissa oikeanlaisen osaamisen löytäminen on kriittistä.

5.4 Hyödyllisimmät työkalut rekrytointiin

LinkedIn Recruiter on osoittautunut erittäin hyödylliseksi työkaluksi, koska sen avulla voidaan suorittaa kohdennettuja hakuja ja lähettää ehdokkaille InMail-viestejä. Myös LinkedIn Jobs -osio ja Talent Insights ovat arvokkaita, koska ne mahdollistavat työpaikkailmoitusten julkaisun ja markkina-analyysien tekemisen. Yksi haastateltava mainitsi, että heidän organisaatiossaan LinkedIn Recruiter on tärkein työkalu, koska sen avulla voidaan suorittaa tarkkoja hakuja ja löytää juuri oikeat

osaajat. He käyttävät myös LinkedInin analytiikkatyökaluja, jotka tarjoavat tietoa esimerkiksi osajien maantieteellisestä jakautumisesta ja kilpailijoiden rekrytointitilanteesta.

Toinen haastateltava painotti LinkedInin Talent Insights -työkalun tärkeyttä, koska sen avulla saa kattavia raportteja esimerkiksi yritysten osajamarkkinoiden tilanteesta ja työntekijöiden vaihtuvuudesta. Tämä tieto auttaa suunnittelemaan rekrytointistrategiaa ja tekemään tietoon perustuvia päätöksiä.

Haastateltavat korostivat LinkedInin tarjoamia kohdennusmahdollisuuksia ja suoramarketingtyökaluja, jotka tekevät siitä erityisen hyödyllisen organisaatioille, jotka kilpailevat samoista osaajista. Yksi haastateltava totesi, että LinkedInin avulla he voivat kohdentaa rekrytointikampanjansa juuri oikealle kohderyhmälle ja seurata niiden tehokkuutta analytiikan avulla.

5.5 Haasteita mukana

Haasteina mainittiin LinkedInin korkeat kustannukset, erityisesti pienille yrityksille, sekä passiivisten hakijoiden tavoittaminen. Lisäksi LinkedInin käyttöliittymä ja työkalut saattavat olla aluksi monimutkaisia uusille käyttäjille. Teknisiä ongelmia ja asiakaspalvelun viiveitä mainittiin myös. Ratkaisuina nähtiin henkilöstön kouluttaminen LinkedInin käyttöön, aktiivinen yhteydenpito passiivisiin hakijoihin ja monikanavainen rekrytointistrategia, joka täydentää LinkedIniä muilla rekrytointikanavilla.

5.6 Tulevaisuuden trendit

Tulevaisuuden trendeihin sisältyy automaation ja tekoälyn lisääntyminen rekrytoinnissa. Tekoälyä hyödynnetään yhä enemmän hakijoiden profiloinnissa ja sopivien ehdokkaiden löytämisessä. Anonyymi rekrytointi ja diversiteetin huomioiminen rekrytointiprosesseissa ovat myös nousussa.

Haastatteluissa todettiin, että automaation ja tekoälyn rooli tulee kasvamaan merkittävästi, ja LinkedIn tulee todennäköisesti tarjoamaan yhä enemmän työkaluja, jotka helpottavat rekrytoijien työtä ja parantavat hakuprosessin tehokkuutta. Tämä voi kuitenkin tuoda mukanaan haasteita, kuten viestinnän persoonattomuus ja työnantajabrändin heikkeneminen.

5.7 Tulosten yhteenveto

Haastattelujen perusteella LinkedIn on keskeinen työkalu monille organisaatioille erityisesti asian-
tuntija- ja IT-aloilla. Sen rooli rekrytointistrategiassa on merkittävä, ja erityisen hyödylliseksi koetaan LinkedIn Recruiter, Jobs. LinkedInin kautta saavutetaan laaja joukko potentiaalisia työntekijöitä, ja sen avulla voidaan rakentaa vahvaa työnantajabrändiä. Haasteina ovat korkeat kustannukset ja tekniset ongelmat, mutta näitä voidaan ratkaista koulutuksella ja monikanavaisella rekrytoinnilla. Tulevaisuudessa automaatio ja tekoäly tulevat näyttämään yhä suurempaa roolia rekrytoinnissa.

6 Pohdinta

6.1 Johtopäätökset

Tutkimus osoitti, että LinkedIn on keskeinen työkalu monille organisaatioille, erityisesti asiantuntija- ja IT-aloilla (luku 5.2). Sen rooli rekrytointistrategiassa on merkittävä ja erityisen hyödylliseksi koettiin LinkedIn Recruiter ja Jobs työkalut. LinkedInin kautta saavutetaan laaja joukko potentiaalisia työntekijöitä, ja sen avulla voidaan rakentaa vahvaa työnantajabrändiä (luku 5.4). Haastattelujen perusteella havaittiin, että LinkedInin hyödyt rekrytoinnissa ovat moninaiset. LinkedInin avulla voidaan tavoittaa sekä aktiivisia että passiivisia työnhakijoita, mikä laajentaa potentiaalisten ehdokkaiden poolia (luku 3.4). Se mahdollistaa työnantajabrändin näkyvyyden parantamisen ja asiantuntijuuden esille tuomisen (luku 2.1). LinkedIn Recruiter ja muut työkalut mahdollistavat tarkkojen hakujen tekemisen ja sopivien ehdokkaiden löytämisen (luku 3.6). LinkedInin tarjoamat analytiikka- ja raportointityökalut auttavat optimoimaan rekrytointiprosesseja ja tekemään tietoon perustuvia päätöksiä (luku 3.7).

Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan tehdä seuraavat johtopäätökset. LinkedIn on olennainen työkalu erityisesti asiantuntija- ja IT-aloilla, joissa osaajien löytäminen on haastavaa. Sen käyttö rekrytointistrategian keskiössä on perusteltua (luku 5.2). Sen tarjoamat työkalut, kuten LinkedIn Recruiter, mahdollistavat tehokkaan ja kohdennetun rekrytoinnin, mikä parantaa rekrytointiprosessin tuloksellisuutta. LinkedInin avulla voidaan parantaa yrityksen työnantajabrändiä ja houkuttaa oikeanlaista osaamista. Korkeat kustannukset ja tekniset haasteet ovat merkittäviä esteitä, mutta ne voidaan ratkaista koulutuksella ja monikanavaisella rekrytoinnilla (luku 3.7).

Tietoperustaan pohjaten sosiaalisen median ja erityisesti LinkedInin käyttö rekrytoinnissa tarjoaa mahdollisuuden tavoittaa sekä aktiivisia että passiivisia työnhakijoita (luku 3.4). Sosiaalinen media mahdollistaa laajemman yleisön tavoittamisen ja työnantajabrändin rakentamisen tehokkaammin kuin perinteiset kanavat (luku 2.1). LinkedInin kaltaiset verkostoitumistyökalut ovat välttämättömiä erityisesti suora- ja passiivisten ehdokkaiden tavoittamisessa (luku 3.5). Tulevaisuudessa automaation ja tekoälyn roolin ennustetaan kasvavan merkittävästi rekrytointiprosesseissa, mikä tarjoaa uusia mahdollisuuksia mutta myös haasteita, kuten viestinnän persoonattomuus.

Yhteenvetona voidaan todeta, että LinkedInin käyttö rekrytointistrategian keskiössä on perusteltua erityisesti asiantuntija- ja IT-aloilla. Sen tarjoamat työkalut ja mahdollisuudet parantavat rekrytointiprosessien tehokkuutta ja työnantajabrändin näkyvyyttä. Tulevaisuudessa automaation ja tekoälyn rooli rekrytoinnissa tulee kasvamaan, mikä tuo mukanaan uusia mahdollisuuksia ja haasteita, kuten viestinnän persoonattomuuden riskin (luku 5.6). Organisaatioiden tulisi investoida henkilöstön

koulutukseen LinkedInin käytössä, hyödyntää monikanavaista rekrytointistrategiaa ja tutkia automaation ja tekoälyn mahdollisuuksia rekrytointiprosessien tehostamiseksi (luku 6.2).

6.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimukseen on käytetty useiden eri asiantuntijoiden näkökulmaa ja kokemuksia. Teemahaastattelu on antanut mahdollisuudet jokaiselle haastateltavalle kertoa omista kokemuksistaan. Haastattelu on ollut tarpeeksi laaja ja vastaajien kertomuksia ei ole rajoitettu. Lopuksi voisi todeta, että tutkimus on aika perusteellinen asiantutija alan liittyvissä rekrytoinneissa. Tutkimus ei tosin kerro kaikkien alojen LinkedIn hyödyllisyydestä.

Tutkimuksen toteuttamisessa käytettiin kvalitatiivista menetelmää, joka keskittyy kohteen laadun, ominaisuuksien ja merkitysten syvälliseen ymmärtämiseen (luku 4). Laadullisen tutkimuksen avulla saatiin syvällistä tietoa LinkedInin käytöstä rekrytointiprosesseissa ja sen tarjoamista hyödyistä ja haasteista (luku 5.3). Teoreettinen viitekehys ja empiirinen aineisto tukivat toisiaan, mikä paransi tutkimuksen luotettavuutta (luku 4.2).

6.3 Itsearviointi

Opinnäytetyö antoi minulle syvällisen ymmärryksen rekrytointiprosesseista ja erityisesti siitä, kuinka asiantuntijaorganisaatiot hyödyntävät niitä. Opin kokonaisvaltaisesti, mitä rekrytoinnissa tapahtuu. Opinnäytetyön teeman ja haastattelujen ansiosta sain erittäin yksityiskohtaisen käsityksen siitä, miten yritykset integroivat LinkedInin osaksi omaa strategiaansa. Lisäksi sain uutta tietoa LinkedIn-työkalujen tärkeydestä ja niiden korvaamattomuudesta. Erityisesti suorahakuprosessissa LinkedInillä on lähes monopoliasema työkaluna.

Lähteet

Chandna, F. 19.05.2022. LinkedIn as a recruitment tool. Shrofile. Luettavissa: <https://www.shrofile.com/blog/what-are-the-pros-cons-of-linkedin-as-a-recruitment-tool/> Luettu: 27.4.2024

Chen, J. 24.09.2020. 11 Tips for LinkedIn recruiting to stand out from the crowd. Luettavissa: <https://sproutsocial.com/insights/linkedin-recruiting/> Luettu: 25.4.2024

Cvpohjat.fi s.a. LinkedIn-profiilin luominen ja kehittäminen. Luettavissa: [Luo vahva LinkedIn-profiili 2023 - 10 helppoa askelta \(cvpohjat.fi\)](https://cvpohjat.fi/2023-10-helppoa-askelta-linkedin-profiiliin/) Luettu: 23.4.2024

Davidsongray s.a. Luettavissa: <https://www.davidsongray.co.uk/a-guide-to-using-linkedin-recruiter/> Luettu: 18.5.2024

Duunitori s.a. Rekrytointi. Luettavissa: <https://duunitori.fi/tyoelama/category/rekrytointi> Luettu: 1.4.2024

Duunitori s.a. Rekrytoinnin uhat ja mahdollisuudet. Luettavissa: <https://duunitori.fi/tyoelama/rekrytointi-haasteet-mahdollisuudet> Luettu: 20.4.2024

Folcan s.a. LinkedIn yritysprofiili. Luettavissa: [LinkedIn yritysprofiili – miksi hyödyntää ja miten se luodaan? | Folcan](https://folcan.fi/linkedin-yritysprofiili-miksi-hyodyntaa-ja-miten-se-luodaan/) Luettu: 25.4.2024

Hirvijärvi, S. & Hurme, H. 2022. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. E-Kirja. Gaudeamus.

Hosain, S. & Liu, P. 2020. Passive Jobseekers' Perceived Experience. Luettavissa: [LinkedIn for Searching Better Job Opportunity](https://www.researchgate.net/publication/354111111) Luettu: 24.4.2024

Jamuni, P. 29.05.2022. Pros and Cons of using LinkedIn Recruitment Tool. Jobsoid. Luettavissa: [Pros and Cons of using LinkedIn Recruitment Tool - Jobsoid](https://www.jobsoid.com/pros-and-cons-of-using-linkedin-recruitment-tool/) Luettu: 27.4.2024.

Join s.a. What is passive candidate? Luettavissa: [Passive Candidate: Definition, process, and examples | JOIN](https://www.join.fi/passive-candidate-definition-process-and-examples/) Luettu: 27.4.2024

Jyväskylän yliopisto s.a. Laadullinen tutkimus. Luettavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus> Luettu: 19.5.2024

Jyväskylän yliopisto s.a. Sosiaalinen media. Luettavissa: <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media> Luettu: 20.2.2024

Kansallinen rekrytointitutkimus 2023. Duunitori. Luettavissa: https://duunitori.fi/tyoelama/rekrytointi-tutkimus-2023-motivaatio?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwuJ2xBhA3EiwAM-VjkVMKstLptezhWkz0p-urUo67ASnMtpCHqnKXBXKhN0C-Szt9LRtDSIBoCPTUQAvD_BwE Luettu: 23.4.2024

Kuntarekry s.a. Sosiaalinen media rekrytoinnin työkaluna. Luettavissa: <https://tyonantaja.kunta-rekry.fi/ajankohtaista/sosiaalinen-media-rekrytoinnin-tyokaluna/> Luettu: 21.4.2024

Korpi, T., Laine, T. & Soljasalo, J. 2012. Suhteellinen rekrytointiteoria. Kopijyvä Oy, Jyväskylä.

Knaapi, H. 08.03.2019 Mitä tarkoittaa suorahaku? Luettavissa: <https://www.linkedin.com/pulse/mit%C3%A4-tarkoittaa-suorahaku-harri-knaapi/> Luettu: 20.4.2024

Laaksonen, K. 13.12.2022. Sosiaalinen media rekrytoinnissa. Kuulu. Luettavissa: <https://blog.kuulu.fi/sosiaalinen-media-rekrytoinnin-apuna> Luettu: 20.4.2024

LinkedIn s.a. Talent Solutions 2024. Luettavissa: <https://business.linkedin.com/talent-solutions> Luettu: 20.4.2024

LinkedIn s.a. Inmail Luettavissa: [InMail Messages | LinkedIn Help](#) Luettu: 18.5.2024

LinkedIn s.a. Hire the people you need. Luettavissa: [LinkedIn Talent Solutions | Powerful Recruiting Tools](#) Luettu: 24.4.2024

LinkedIn s.a. The Modern Recruiters Guide. Luettavissa: [PowerPoint Presentation \(linkedin.com\)](#) Luettu: 24.4.2024

Medelinskeite, V. 05.03.2024. Recruiting in a Connected World. Abrivia. Luettavissa: <https://www.abrivia.ie/recruiting-in-a-connected-world-the-benefits-and-challenges-of-social-media> Luettu: 23.4.2024

Opinnäytetyökoordinaattorit 2022. Raportointiohje pitkille raporteille ja opinnäytetyölle. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Luettavissa: https://www.haaga-helia.fi/sites/default/files/file/2024-01/raportointiohje_pitkille_raporteille_ja_opinnaytetoille_2022.pdf Luettu: 13.01.2024

Recruiterflow s.a. Find a great hire fast. Luettavissa: https://recruiterflow.com/blog/how-to-recruit-on-linkedin/#2_Postw_jobs_on_your_LinkedIn_company_page_for_free Luettu: 20.4.2024

Sarajärvi, A. & Tuomi, J. 2017. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. E-kirja. Tammi.

Semetaite, J. 24.10.2023. Recruiting with LinkedIn. Togglblog. Luettavissa: [Recruiting with LinkedIn: 10 smart tips for your recruiter toolbox \(toggl.com\)](#) Luettu: 24.4.2024.

Tiirikainen, V. 2020. Rekrytointi ja työnhaku. Yle. Luettavissa: <https://yle.fi/a/3-11185441> Luettu: 26.3.2024

Tietoarkisto s.a. Laadullinen tutkimus ja teoria. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menestelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullinen-tutkimus-ja-teoria/> Luettu: 19.5.2024

Liitteet

Liite 1. Saatekirje

TUTKIMUSTIEDOTE

LinkedIn rooli rekrytoinnissa

Hei,

Olen Haaga-Helian opiskelija ja teen opinnäytetyötä, jonka tarkoituksena on selvittää LinkedInin roolia ja merkitystä yritysten rekrytointiprosesseissa. Aineiston tavoitteena on hankkia ymmärrystä siitä, miten organisaatiot hyödyntävät LinkedIniä rekrytoinnissaan, millaisia käytännön strategioita ja toimenpiteitä ne ovat ottaneet käyttöön LinkedInin osana rekrytointistrategiaansa sekä mitkä ovat LinkedInin tarjoamat hyödyt ja haasteet rekrytoinnissa.

Tutkimus toteutetaan anonyymien haastatteluiden muodossa eri organisaatioiden asiantuntijoiden kanssa. Haastattelut suoritetaan videoyhteyden välityksellä, ja osallistujan luvalla haastattelut tallennetaan Haaga-Helian suojattuun pilvipalveluun analysointia varten. Haastattelun kesto on arviolta 30 minuuttia.

Opinnäytetyön valmistuttua tallennetut tiedot poistetaan. Tutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista, ja kaikki tiedot käsitellään luottamuksellisesti.

Olen kiinnostunut saamaan asiantuntijanäkemyksiä ja kokemuksia LinkedInin käytöstä rekrytoinnissa. Olisitko mahdollisesti kiinnostunut osallistumaan haastatteluun? Vastaa mielelläni lisäkysymyksiin ja tarvittaessa jaan lisätietoja tutkimuksestani.

Ystävällisin terveisin,
Olavi Heininen

Liite 2. Haastattelukysymykset

HAASTATTELUN KYSYMYKSIÄ

1. Mikä on LinkedInin merkitys organisaatiossanne?
2. Millainen rooli LinkedInillä on organisaationne rekrytointistrategiassa?
3. Mitkä ovat ne LinkedInin työkalut ja ominaisuudet, jotka ovat osoittautuneet erityisen hyödyllisiksi rekrytoinnissa?
4. Millaisia etuja LinkedIn tarjoaa rekrytoinnissa organisaationne näkökulmasta?
5. Minkälaisia haasteita organisaationne on kohdannut LinkedInin käytössä rekrytoinnissa ja miten niitä on pyritty ratkaisemaan?
6. Mitkä ovat näkemyksenne tulevaisuuden trendeistä LinkedInin roolissa rekrytoinnissa?