

Please note! This is a self-archived version of the original article.

Huom! Tämä on rinnakkaistallenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Nilsson, T. & Nykänen, A. (2019) Somerekrytoinnin trendit urapalveluiden kehittämisen tukena. Teoksessa Rantanen, O., Isosuo, T. & Merivirta, M. (toim.) Someta duuniin : digitaaliset urataidot korkeakoulujen uraohjauksessa. Lapin ammattikorkeakoulu, Lapin ammattikorkeakoulun julkaisuja, Sarja B. Tutkimusraportit ja kokoomateokset, s. 48 - 53.

URL: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-316-330-0>



Tiina Nilsson  
Tampereen ammattikorkeakoulu



Anna Nykänen  
Laurea-ammattikorkeakoulu

## Somerekrytoinnin trendit urapalveluiden kehittämisen tukena

Sosiaalinen media ja digitalisoituminen on muuttanut rekrytointia ja työnhakua. Korkeakoulujen työelämä- ja urapalveluissa meidän on yhtäältä syytä olla tietoisia työelämän trendeistä voidaksemme tukea opiskelijoitamme työmarkkinoille hakeutumisessa ja toisaalta helpottaaksemme rekrytoijia tavoittamaan opiskelijamme ja alumnimme somen kautta. Pohdimme artikkelissamme joitakin somerekrytoinnin trendejä, jotka tuntuvat merkityksellisiltä opiskelijoille tarjottavien urapalveluiden kehittämisen näkökulmasta.

### Sosiaalinen media on tärkeä rekrytointikanava

Ura- ja työelämäpalveluissa on luontevaa seurata työnantajien toiminnan muutoksia ja reagoida niihin neuvonta- ja ohjaustyössä. Yhtenä indikaattorina muutosten suunnasta on Duunitori Oy:n toteuttama vuosittainen kansallisen rekrytointitutkimus, jolla selvitetään rekrytoinnin nykytilaa ja trendejä Suomessa.

Vuoden 2019 tutkimuksessa rekrytoijilta kysyttiin trendeistä yleisesti. Lisäksi tiedusteltiin esimerkiksi rekrytoinneissa hyödynnettävistä kanavista ja niiden toimivuudesta. Valtaosa (88 % vastaajista) oli sitä mieltä, että rekrytointi digitalisoituu vahvasti seuraavan 10 vuoden aikana. Vain kolme prosenttia vastaajista oli eri mieltä. Myös sosiaalisen median rooli korostui: 86 % vastaajista piti somea erittäin tehokkaana rekrytoinnin kanavana. (Duunitori 2019.)

Somen merkitys on kasvanut vuodesta toiseen. Tärkeimpänä yksittäisenä rekrytoinnin kanavana nähdään LinkedIn. Sanomalehtien roolin nähdään pienenevän ja erityisesti mobiililaitteilla tehtävän työnhaun kasvavan. Rekrytoijat ovat reagoineet ja reagoimassa tähän. (Duunitori 2019.)



urapalvelut, somerekrytointi, rekry, somealusta, verkostoituminen, Tinder, rekrytointitutkimus, Duunitori



*Kun työnantaja on somessa, seuraako opiskelija perässä?*

*Mitä voimme urapalveluissa tehdä tukeaksemme näiden tahojen kohtaamista somessa?*

*Onko avainasemassa somesisällön kehittäminen vai yhteisten kanavien kirkastaminen?*

### **”Olethko olemassa, jos sinua ei löydy Googllella?”**

Urapalveluiden järjestämissä tilaisuuksissa puhumme paljon urasuunnittelusta ja digitaalisesta läsnäolosta. ”Onko sinua olemassa, jos et löydy ‘googlaamalla’” on kysymys, jolla on luontevaa aloittaa keskustelu digitaalisista urataidoista. Pohdimme opiskelijoiden kanssa yhdessä, miten omaa ammatillisuuttaan ja osaamistaan voi tuoda esiin verkossa.

Meillä monella on kokemusta erilaisista sosiaalisen median kanavista. Olemme Facebookissa, LinkedInissä, twiittaamme, bloggaamme, päivitämme profiilejamme Instassa ja snäppäämme, joten miksi yllä

oleva yksittäinen kysymys näyttää joka kerta aloittavan laajan keskustelun? Pohdimme yhdessä, miksi meidän pitäisi olla verkossa, sekä tarkistamme, mitä meistä siellä jo on. Mielenkiintoinen näkökulma on, voimmeko kontrolloida meistä verkossa olevaa tietoa tai miten voimme siihen vaikuttaa.

### **Sokeasta somettamisesta tietosiin ja vastuullisiin valintoihin**

Urapalveluissa on tärkeä tiedostaa, että ammattilaisten verkkonäkyvyys vaihtelee aloittain. Joillain aloilla, kuten kaupallisella alalla, asiakkaisiin halutaan usein pitää yhteyttä somessa. Toisilla aloilla taas toivotaan, että asiakas ei ottaisi yhteyttä sometilinsä kautta



## Sosiaalinen media, rekrytointi...



yksityishenkilönä somessa toimivaan työntekijään; tällaisia aloja ovat esimerkiksi sosiaali- ja rikosseuraamusala. Sen sijaan ajatus siitä, että esimerkiksi terveydenhuoltoalan ammattilaisia ei olisi LinkedInissä, on vanhentunut.

Oleellista eri aloilla on osata hallinnoida omaa somejälkeänsä alan vaatimalla tavalla – esimerkiksi rajaamalla oikeuksia. Kaikille ei sovi julkinen profiili tai edes omalla nimellä esiintyminen. Näihin asioihin meidän ohjaajina kannattaa tutustua hyvin osataksemme ohjata opiskelijoitamme.

Kaikilla aloilla verkostoituminen oman alan toimijoiden kanssa on tärkeää, ja verkostoitumisessa sosiaalisella medially onkin näkyvä rooli työkaluna ja kanavana. Tästä syystä sometaidot ovat tänä päivänä tärkeitä kaikilla aloilla. Oman verkoston kokoaminen voi lähteä liikkeelle vaikkapa luomalla suhteita omiin opiskelukavereihin. Urapalveluiden tilaisuuksissa voidaan myös avata somen merkitystä monipuolisesti ammatillisesti – ei vain työllistymisen näkökulmasta.

Yksilöiden ammatillinen läsnäolo verkossa on edellytys sille, että työnantaja voi hyötyä somesta työnhakijoita etsiessään. Toisin sanoen työnantaja ja opiskelija eivät kohtaa toisiaan, jos opiskelija ei ole osannut panostaa ammatilliseen profiiliinsa riittävästi tai on rajannut

somenäkyvyytensä vain vapaa-ajan aiheista julkaisuun tai vain ystävien nähtäville.

Somessa ei vain odoteta yhteydenottoja, vaan tekijöitä ja työmahdollisuuksia etsitään aktiivisesti. Työnantajat sekä rakentavat työnantajamielikuvaansa että viestivät työmahdollisuuksista aktiivisesti somessa. Prosessit sosiaalisessa mediassa kehittyvät, ja moneen LinkedInissä julkaistua työpäikailmoitukseen voi jo hakea suoraan omalla LinkedIn-profiilillaan.

Työllistymisen näkökulmasta opiskelijan on hyvä aloittaa somessa verkostoitumisen lisäksi järjestelmällinen työpaiikkojen kartoittaminen ja oman ammatillisuuden esiin tuominen. Esimerkiksi LinkedInissä sen lisäksi, että osaa käyttää työnhakutoimintoa, on myös tärkeä osata hakea keskustelunaiheita, yrityksiä ja erilaisia ryhmiä.

Somessa on tärkeää hallita sopivien hashtagien eli asiattunnisteiden käyttö. Oman alan asiasanat, kuten vaikkapa #markkinointi tai #asiakaspalvelu, sekä esimerkiksi yleisellä tasolla #tyopaikka ja #rekry johdattavat opiskelijan nopeasti mielekkäisiin ryhmiin tai keskusteluihin, jotka saattavat olla ensiaskele urapolun rakentamisessa. Urapalvelut voivat tukea opiskelijaa sometiedonhaun taidoissa. Opiskelijayritysten perustamisessa LinkedInin

maksullisten palveluiden hakutoiminnot voivat auttaa ohjattaviamme esimerkiksi kumppaneiden, rahoittajien ja yhteistyökumppaneiden haussa. Ura- ja työelämäohjaajien olisikin hyvä hallita myös osaamisprofiilien etsinnän työkalut ja toimintalogiikka opiskelijoiden auttamiseksi.

Työnantajien näkövinkkelistä somerekrytointi ei ole enää vain akuutteihin vajeisiin reagoivaa vaan parhaimmillaan myös ennakoivaa. Esimerkiksi LinkedIn-profiilien perusteella voidaan hakea yrityksen tarpeisiin ja profiiliin sopivia henkilöitä ja tiedustella heidän kiinnostustaan työpaikan vaihtoon, mikäli tilaisuus avautuu. Sujuvoittamalla yritysten mahdollisuuksia tutustua opiskelijaprofiileihin – esimerkiksi edesauttamalla profiilien löydettävyyttä – urapalvelut voisivat kehittää uusia toimintamalleja yhteistyöyritysten kanssa. Yksityishenkilöille taas LinkedIn tarjoaa oivallisen alustan yritysten kanssa proaktiivisesti verkostoitumiseen ja esimerkiksi erilaisten

avausten tekoon – vaikkapa niin sanottuja piilo- tai tarvetyöpaikkoja synnyttäessä.

Opiskelijoita kannattaakin ohjata aktiiviseen verkostoitumiseen erilaisilla alustoilla heti opintojen alusta lähtien. Voimme auttaa opiskelijoitamme myös ns. pehmeissä tai doissa: Verkostoitumispyyntöön tai suoraan yhteydenottoon vastataan varmemmin, kun kirjoitat henkilökohtaisen saatteen. Napin painalluksella lähtevään persoonattomaan kutsuun on helpompi jättää vastaamatta. Onhan se imartelevaakin, että sinut on löydetty joukosta ja sinusta ollaan kiinnostuneita.

### **Muuttuuko rekrytointi tulevaisuudessa ”tindermaisemmäksi”?**

Baronan toimitusjohtaja Tuomas Mikkonen ounasteli Helsingin Sanomien artikkelissa, joka käsitteli tekoälyn hyödyntämistä rekrytoinneissa, että rekrytointi muuttuu tindermaisemmäksi. Mikkonen viittasi siihen, että



sosiaalisen median taustalla pyörii jo nyt paljon tekoälyä, mikä mahdollistaa tehokkuutta rekrytoinneissa. Toistaiseksi Mikkosen mukaan tekoäly toimii vain rekrytoijan apuna, mutta tulevaisuudessa Mikkonen uskoo tekoälyn tekevän kokonaisia rekrytointejakin. (Pennanen 2017.)

Tämän perusteella voisi olettaa, että jatkossa työnhaussa tulevat korostumaan sisällön-tuottamisen valmiudet: mitä laadukkaampaa

sisältöä olet ammatillisesta osaamisestasi kyvykäs tuottamaan digitaalisiin ympäristöihin, sitä paremmat uramahdollisuudet sinulla on.

Toisaalta työnhakijana erilaisilla alustoilla toimiessaan opiskelijalla tulisi olla jo nyt jonkin verran ymmärrystä tekoälyn toiminnasta: esimerkiksi avainsanojen ja synonyymien käytössä pitää tiedostaa tiettyjä lainalaisuuksia. Nämä asiat meidän on hyvä nostaa esiin opiskelijoidemme kanssa, kun ohjaamme heitä työnhaussa.

Sosiaalisen median  
katsaus 04/2019  
Harto Pönkän  
Lehmätkin Lentäis  
-blogissa:



Tom Laine on esittänyt  
10/2019 tilastoja  
suomalaisista  
LinkedInissä:



## Missä yritykset ja opiskelijat kohtaavat sosiaalisessa mediassa?

Työnhakijan kannattaa liikkua somessa siellä, missä työnantajat tai näiden työntekijät viestivät ja ovat vuorovaikutuksessa. Jos taas työnantaja haluaa tavoittaa esimerkiksi opiskelijoita somen kautta, yritysten kannattaa tietenkin olla siellä, missä opiskelijatkin ovat. On kuitenkin pieni urheilusuoritus selvittää eri oppilaitosten sometilit ja ottaa selvää mahdollisuuksista julkaista tileillä. Myös se mutkistaa sopivien tilien löytymistä, että esimerkiksi oppilaitoksilla on virallisten sivujensa lisäksi paljon epävirallisia ryhmiä eri käyttötarkoituksiin, ja opiskelijajärjestöillä, -killoilla ja niin edelleen on omat sivustonsa. Myös oppilaitokset tahollaan törmäävät tämän tyyppisiin haasteisiin yrittäessään tavoittaa työnantajia yhteistyöajatuksin. Voimmeko jotenkin helpottaa kohtaamisia? Voiko haastetta ratkaista yksittäisenä korkeakouluna, vai vaatisiko kanavien selkiyttäminen yhteistyötä?

Urapalveluiden toimijoina on hyvä myös kriittisesti pohtia, liikkuvatko opiskelijat oppilaitostensa sivuilla, urapalveluiden pystyttämässä ryhmässä vai tavoittaako työnantajan viesti opiskelijat paremmin muilla opiskelijoiden käyttämillä foorumeilla. Samaan tapaan kuin me kannustamme opiskelijoita osallistumaan erilaisiin asiantuntijaverkostoihin esimerkiksi LinkedInissä tai seuraamaan alan ammattilaisia Twitterissä, voisi osaajapulasta kärsivällä alalla toimivaa rekrytoijaa rohkaista aktiiviseen someverkostoitumiseen jo opiskelijoiden kanssa.

## Haaste urapalveluiden kehittäjille

Edellä esitettyyn perustuen urapalvelut voivat siis tukea paitsi somen käytön ohjaamisessa myös erilaisten kanavien, ryhmien ja verkostojen luomisessa. Varsinkin jälkimmäisessä on varmasti vielä pureskeltavaa niin alueellisesti kuin valtakunnallisestikin, jotta verkostoituminen ei siiloutuisi epätarkoituksenmukaisesti korkeakouluittain. Lisäksi tieto verkostoitumisfoorumeista tulisi viestiä niin opiskelijoille kuin työnantajillekin.

## Kukahhan ottaisi koppia?

## Lähteet

Duunitori 2019. Kansallinen rekrytointitutkimus 2019. Viitattu 6.6.2019 <https://drive.google.com/file/d/1dT1KUx9MRJKTUArwVLAf1Hn77SlqjIN/view>.

Pennanen, T. 2017. Työnhakijaa arvioi nyt myös tekoäly – ”Rekrytointi tulee muuttumaan Tinderin kaltaiseksi”. Helsingin Sanomat 26.5.2017. Viitattu 13.6.2019 <http://www.hs.fi/ura/art-2000005227987.html>.