

20 VINKKIÄ työnantaja- mielikuvan rakentamiseen

TEKNOLOGIA-ALA

HELENA MYLLYMÄKI

SeAMK  sedu



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

Sisällysluettelo

ESIPUHE.....	3
Tekniikan alan mielikuvat kaipaavat muutosta ...	4
PERUSVIESTIT.....	6
Modernius	7
Monialaisuus	8
Monipuolisuus	9
Merkityksellisyys	10
Ammattiylpeys	11
TYÖTEHTÄVÄT JA TAIDOT.....	12
Tekniset taidot	13
Ongelmanratkaisukyky	14
Organisointi- ja päätöksentekotaidot	15
Innovatiivisuus ja luovuus	16
Sitkeys	17
ALAAN LIITTYVÄT MIELIKUVAT.....	18
Alalle työllistyy hyvin	19
Opintojenkin aikana voi työllistyä	20
Raha ratkaisee?	21
Ura nousukiitton	22
Tekniikan ala on kiinnostava	23
Työ. on merkityksellistä	24
Siisti ja puhdas työympäristö	25
Voi muuttaa asioita	26
Pystyy vaikuttamaan ihmisten elämään	27
Naisetkin pärjäävät	28
TYÖNANTAJAMIELIKUVAN	
KEHITTÄMINEN.....	29
Työntekijäkokemus	30
Hakijakokemus	32
Suosituksset	34
Muista jatkuva parantaminen!	35
Ole rohkea ja erotu	36
ROHTI MENESTYSTÄ	37
Tarkistuslista	38

Esipuhe

Tämä opas on tehty osana Koulutuskeskus Sedun ja Seinäjoen ammattikorkeakoulun yhteistä Vetoa tekniikan aloille -hanketta ja sen rahoittajana on toiminut Euroopan sosiaalirahasto ESR.

Kiitämme rahoittajaa tuesta teknologiateollisuuden vetovoiman lisäämisessä ja mielikuvan kehittamisestä.

Toivottavasti tämä pieni opas johdattelee ajattelemaan ja kehittämään teknologia-alan yritysten vetovoimaa, houkuttelevuutta ja pitovoimaa. Oppaan näkökulma painottuu metallialalle, mutta sitä voi hyödyntää myös muilla teknologia-aloilla.

Tekniikassa on tulevaisuus.



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

sedu

SeAMK 
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tekniikan alan mielikuvat kaipaavat muutosta

Perinteisesti tekniikan alan mielikuvien luonti on pohjautunut vahvasti teknisyyteen ja substanssiin. Kerrotaan laitteista, teknisistä ratkaisuista ja uusista innovaatioista. Myös media ruokkii teknistä mielikuvaa: usein kuvituskuvaksi halutaan hitsaamista tai rälläköintiä, ”kun siinä kipinät lentää ja näyttää hyvältä”. Usein kuvataan myös tuotantotiloja tai laitteita. Ongelmaksi alalla nähdään myös se, että investoinneista, laajentamisesta tai toimintojen siirtämisestä Suomeen ei aina meinaa saada juttuja läpi, mutta yt-neuvotteluista, lomautuksista tai toimintojen lakkauttamisesta Suomessa kirjoitetaan suurin kirjaimin.

Tekniikan alan työtehtävät mielletään usein tylsiksi ja epäkiinnostaviksi. Monet ajattelevat myös, että työ on liikaista ja raskasta. Olisi hyvä enemmän painottaa nykyaikaisia piirteitä: monipuolisia asennustehtäviä, CNC-ohjelmointia, koneistustehtäviä, robotiikkaa ja automaatiota. Monet teknologia-alojen yritysten tuotantotilat ovat moitteettoman puhtaita, jopa kliinisiä. Herkkä teknologia ja korkealaatuiset tuotteet vaativat siisteyttä ja puhtautta toimiakseen virheettömästi. Monet yritykset ovat ottaneet käyttöön vaativat laatustandardit, joita ylläpitämällä saavutetaan huipputuotteita. Erityisesti isoilla yrityksillä nämä asiat ovat hyvin. Pienemmissä yrityksissä on myös hyvä kiinnittää huomiota työskentelyolosuhteisiin, jolloin kirjaimellisesti kiillotetaan alan mielikuvaa. Pieni satsaus ja ponnistus tuottaa hedelmää rekrytointien onnistumisena, laadun ja tehokkuuden parantumisena ja henkilöstön hyvinvointina.

Mielikuvaa rakennettaessa tärkeintä on rehellisyys. Ei voida rakentaa positiivista mielikuvaa sellaisesta asiasta, mikä ei ole totta. Tällä oppaalla on kahdenlainen rooli.

Ensimmäkin tähän on koottu väitteitä, joita voi käyttää oman yrityksen mielikuvan rakentamisen apuna. Opas antaa eväitä mielikuvamarkkinoinnin ja mielikuvan rakentamisen viesteille. Jokaisen ei tarvitse keksiä pyörää uudelleen pohtiessaan, mistä asioista mielikuvamarkkinoinnissa olisi hyvä viestiä.

Toisaalta opas toimii työkaluna toiminnan kehittämiseksi. Opas herättelee pohtimaan, mikä asia on hyvin ja mikä vaatii vielä kehittämistä.

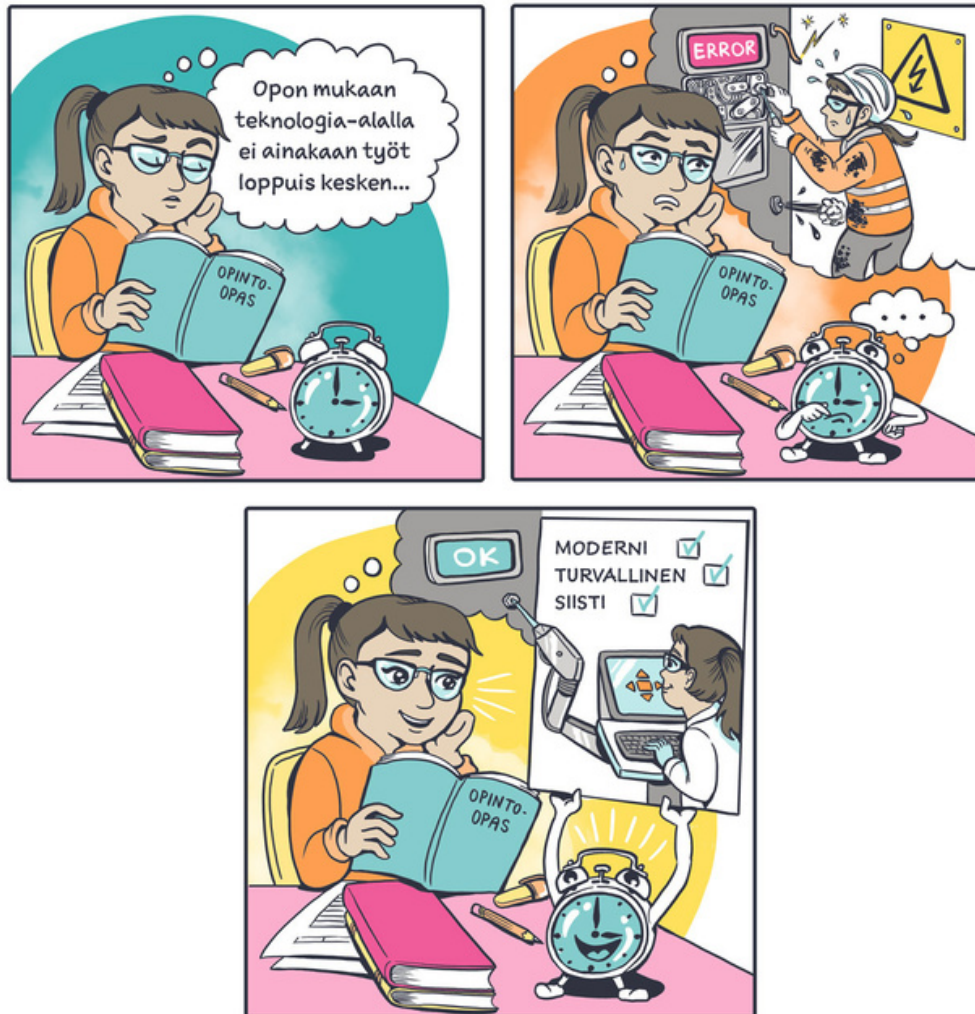
Teesit on kerätty ja koottu alaa koskevista kirjoituksista ja uutisista. Tämä opas kokoaa niin sanotut ”hyvät uutiset” yksiin kansiin mielikuvatyön kehittämisen tueksi ja avuksi.

Tämä opas kertoo syitä siihen, miksi kannattaisi valita omaksi urakseen teknologia-ala. Yritys voi käyttää ja hyödyntää tässä oppaassa esiteltyjä teesejä omassa yrityskuvaviestinnässään ja rekrytointitilanteissaan. Opas toimii myös eräänlaisena sparraajana yrityksen kehittämiseksi. Jos osaavaa työvoimaa ei meinaa löytyä, yksi syy voi olla huono tai virheellinen yrityskuva.

Oppaan näkökulmia voi käyttää oman toiminnan kehittämisen tukena ja peilinä. On tärkeää, että koko alan imago ja koettu mielikuva on hyvällä tasolla kautta linjan, että alalle saadaan hyviä ja osaavia tekijöitä jatkossakin.

Perusviestit

Modernius



Monella on tekniikan alasta vanhentunut käsitys ja ajatellaan, että työ on likaista ja raskasta. Vaikka ala automatisoituu ja modernisoituu jatkuvasti, ihmisen tekemä työ ei lopu, työnkuvat vain muuttuvat. Tekniikan ala kehittyy jatkuvasti ja tekniikka on vaikuttanut monen elämänalueen muutokseen ja sujuvuuteen.

Monialaisuus



ai

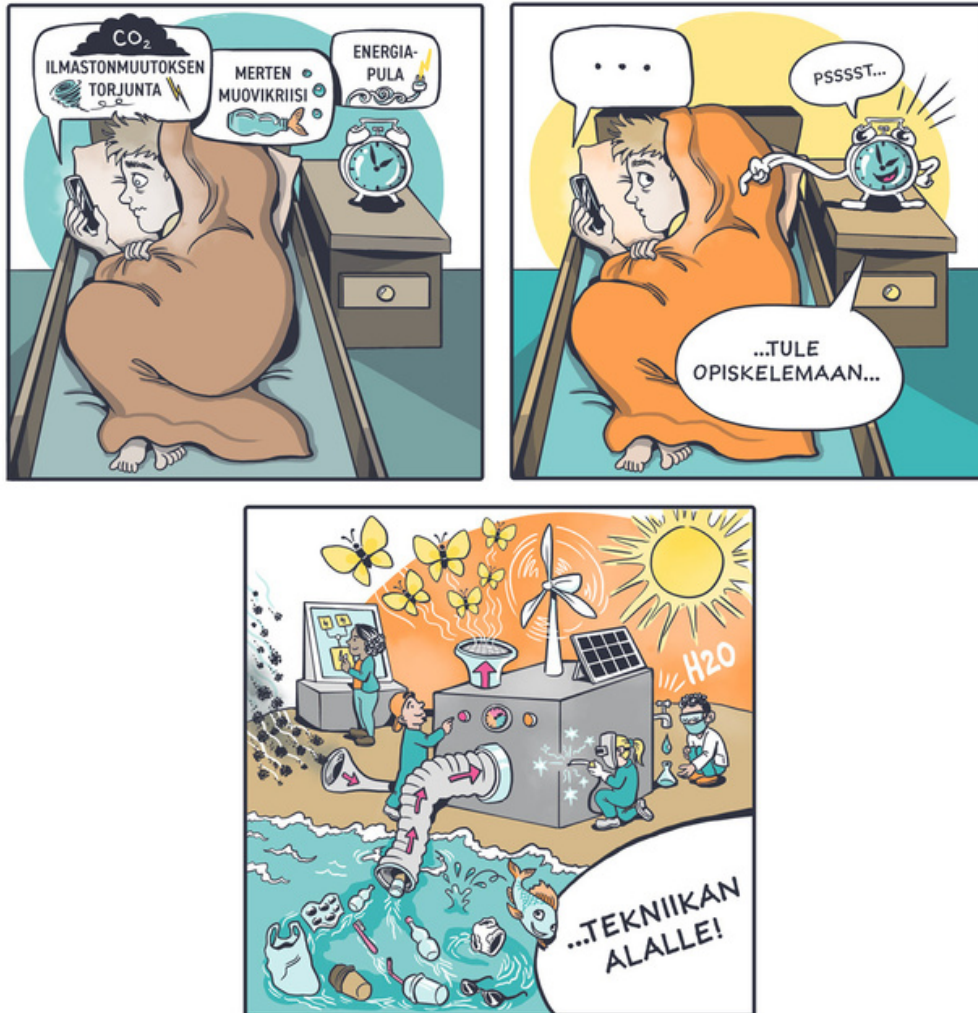
Monikaan asia ei olisi mahdollista ilman tekniikkaa. Tekniikka ja tekniikan kehitys vaikuttaa moneen elämää helpottavaan ja tekemistä edistävään asiaan. Tekniikan ala nähdään etäisenä ja pelottavana, vaikka se on osa meidän tavallista arkea. Tekniikan alalla työskentelevä vaikuttaa monen muun alan sujuvuuteen. Sairaalat, työpaikat, liikenne tai tavallinen kotielämä olisi kovin alkeellista ja hankalaa ilman teknologisia keksintöjä ja innovaatioita.

Monipuolisuus



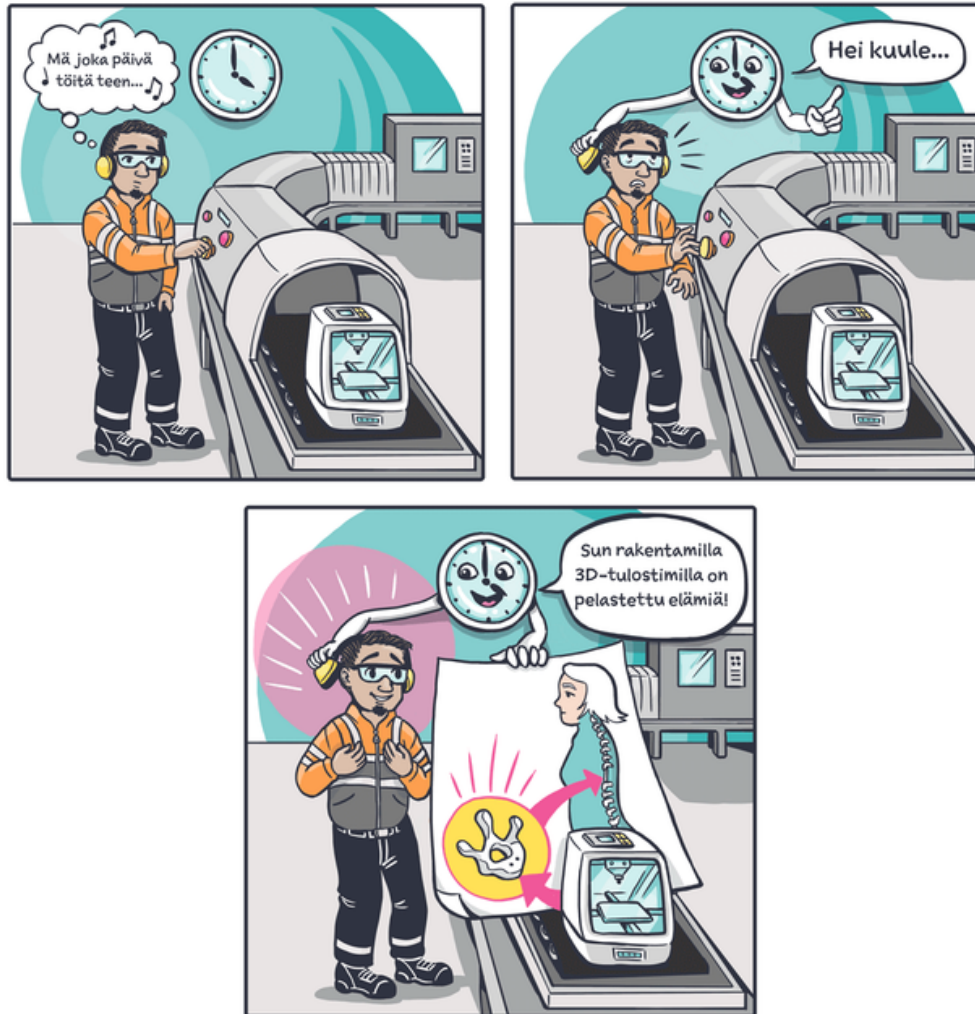
Tekniikan ala on erittäin monipuolinen ja alalla tarvitaan monenlaista erilaista osaamista. Teknisen osaamisen ja perinteisten teknisten taitojen lisäksi tarvitaan monia erilaisia taitoja, joista muutamia käydään läpi tässäkin oppaassa. Tekniikan alalla monia erityyppisiä tehtäviä, ja jokaiselle löytyy sopiva osaamisalue, jossa voi kehittää itseään.

Merkityksellisyys



Merkityksellisyyden tunne on yksi tärkeimmistä työuran valintaan vaikuttavista tekijöistä. Tekniikan avulla voi todella vaikuttaa esimerkiksi ympäristöasioihin tai ihmisten hyvinvointiin. Ihminen sitoutuu sellaisiin asioihin, jotka hän kokee merkityksellisiksi.

Ammattiylpeys



Tekniikan alalla tehdään asioita, joista voi aidosti olla ylpeä! Jokainen työtehtävä edesauttaa kokonaisuuden rakentumista ja laadukasta tekemistä. Merkityksellisyyden tunne lisää myös ylpeyttä omasta työstä ja koko alan kehittymisestä.

Työtehtävät ja taidot

Tekniset taidot

Tekniikan alan töissä tarvitaan tiettyjä taitoja. Matemaattista lahjakkuuttakin tarvitaan välillä teknisissä töissä. Perusasiat pitää olla kunnossa.

Pohdittavaa:

- 1) Mitä taitoja yrityksenne töissä tarvitaan? Listatkaa tärkeitä taitoja ja nostakaa niitä rehellisesti esiin rekrytointitilanteissa. Tällöin saatte rekrytoitua juuri oikeanlaisia tyyppejä.
- 2) Mitä taitoja pitää osata jo tullessa ja mitä taitoja voi vielä kehittää työn ohessa ja talon tavoille opetellessa? Erotelkaa nämä taidot toisistaan ja hakekaa kehityskelpoisia yksilöitä, joilla on tarvittavat perusasiat kunnossa. Muistakaa, että nuorella hakijalla monet taidot ovat vasta aluillaan ja kehittymässä. Nuoren kanssa tarvitaan pitkäjänteisyyttä ja hyvää perehdyttämistä.
- 3) Tarvitaanko teillä töissä matemaattista osaamista? Mitä taitoja teidän yrityksen töissä tarvitaan?

Tarvittavia taitoja on hyvä tuoda esiin omassa viestinnässä, jotta oikeantyyppiset ihmiset osaavat hakea teille töihin. Jos työssä tarvitaan vaativia taitoja, nekin on hyvä tuoda esiin. Lahjakkaat hakijat rakastavat haasteita ja itsensä kehittämistä.

Ongelmanratkaisukyky

Ongelmanratkaisukyky on yksi keskeisimpiä tekniikan alan työn tekemisen taitoja.

Pohdittavaa:

- 1) Miten työntekijänne ratkovat eteen tulevia ongelmia?
- 2) Miten itseohjautuvuuteen kannustetaan?
- 3) Jaetaanko tietoa ja uusia ajatuksia työntekijöiden tai osastojen kesken?



Organisointi- ja päätöksentekotaidot

Teknisten taitojen lisäksi tarvitaan erilaisia metataitoja. Kokonaisuuksien hallinta, oman työn johtaminen ja paineensietokyky ovat työelämässä tarvittavia tärkeitä taitoja.

Pohdittavaa:

- 1) Mitä paremmin työntekijä on perehdytetty, sitä varmemmin hän osaa tehdä itsenäisiä päätöksiä ja organisoida omaa toimintaansa. Otetaanko perehdyttämisessä riittävästi huomioon erilaisten metataitojen kehittäminen?
- 2) Millaisia metataitoja eri työtehtävissä tarvitaan ja miten taitojen kehittämiseen rohkaistaan?

TOP 10 taidot vuonna 2035 (Opetushallitus):

Kestävän kehityksen periaatteiden tuntemus
Vuorovaikutus-, viestintä- ja kommunikaatiotaidot
Ongelmanratkaisutaidot
Luovuus
Oppimiskyky
Monikulttuurisuustaidot
Kokonaisuuksien hallinta
Itseohjautuvuus
Eettisyys
Tiedon hallinta- ja analysointitaidot

Innovatiivisuus ja luovuus

Tekniikan ala on alati kehittyvä ala. Uudet ideat ja innovaatiot vievät toimintaa eteenpäin. Luovuutta ruokkivat yritykset kuuluvat menestyjien kastiin. Ruokitaanko teillä henkilöstön luovuutta ja annetaanko uusille ajatuksille tilaa?

Työnantajamielikuvamarkkinoinnissa voi nostaa yrityksen tuotteita ja kehitystyötä.

Pohdittavaa:

- 1) Miten yrityksessänne suhtaudutaan kehittäjäpersooniin? Otetaanko ideat ja uudet ajatukset vastaan avoimin mielin?
- 2) Kehitetäänkö teillä toimintaa vai onko vallalla ”Näin on aina tehty”-ajattelu?
- 3) Kannustetaanko teillä aloitteiden tekemiseen ja onko teillä olemassa tähän palkitsemisjärjestelmää?
- 4) Miten työntekijöiden innovatiivisuuteen ja uuden kehittelyyn kannustetaan?
- 5) Voiko teillä kuka tahansa ehdottaa tai kehittää vai onko se vain nimettyjen henkilöiden toimenkuvassa?
- 6) Nostakaa viestinnässänne esiin osaamistanne, tuotteitanne ja innovaatioitanne.
- 7) Viestikää aktiivisesti tekemästänne kehitystyöstä myös ulospäin.

Sitkeys

Opintojen aikana ja työuran alussa taitoja vielä harjoitellaan. Tiedyt perustaidot pitää osata ja osaamista pitää kehittää jatkuvasti.

Pohdittavaa:

- 1) Kannustetaanko yrityksessänne sitkeyteen ja annetaanko aikaa uuden oppimiselle?
- 2) Miten uusiin työntekijöihin suhtaudutaan?
- 3) Onko perehdytys kunnossa?
- 4) Onko yrityksessänne kannustava ja armollinen ilmapiiri, jossa voi turvallisesti välillä myös mokata?

Alaan liittyvät mielikuvat

Alalle työllistyy hyvin

Noin kolme neljästä työllistyy alalle valmistumisen jälkeen. Erityisesti suoraan yrityksen tarpeisiin suunnatusta, räätälöidystä rekrytointikoulutuksesta työllistytään erittäin hyvin, jopa 100-prosenttisesti. Paikallisesti ammattikoulut pystyvät joustavasti järjestämään tarvittavaa koulutusta yritysten tarpeisiin.

Pohdittavaa:

- 1) Mitä osaamista teille tarvitaan? Kuinka paljon?
- 2) Pohtikaa tarvittavaa koulutusta ja suunnitelkaa sitä yhdessä alan koulutustarjoajien kanssa.
- 3) Hyödyntäkää uratarinoita ja työntekijätarinoita omassa yritysviestinnässä. Nostakaa hyviä tyyppejä esiin ja luokaa elämänmakuisia, positiivisia tarinoita.

Opintojenkin aikana voi työllistyä

Oppisopimus on joustava tapa opiskella uutta alaa. Oppisopimuksella voidaan opiskella kokonainen tutkinto tai tutkinnon osia. Koulutuksentarjoajilta saa oppisopimusmahdollisuuksista ja muista oppilaitosyhteistyön malleista lisätietoja.

Pohdittavaa:

- 1) Onko meillä mahdollisuuksia tarjota oppisopimuspaikkoja?
- 2) Löytyykö henkilöstön lähipiiristä henkilöitä, joita kiinnostaisi kouluttautua alan tehtäviin?
- 3) Tarjotkaa aktiivisesti oppisopimuspaikkoja alan koulutuksenjärjestäjille.
- 4) Käyttäkää oppisopimusopiskelijoita omassa viestinnässänne kuvaamassa erilaisia ja monipuolisia oppimisvaihtoehtoja.
- 5) Tehkää kesätyö-, harjoittelu- ja muista opiskeluun liittyvistä kouluttautumisista tarinoita opiskelevasta väestänne.

Raha ratkaisee?

Tekniikan alalla maksetaan peruspalkkaa ja sen lisäksi usein myös työn vaativuuteen ja pätevyysiin perustuvia lisiä.

Peruseriaate on: mitä pätevämpi, sen enemmän palkkaa ja mitä vaativampaa työtä, sitä enemmän palkkaa. Palkka-avoimuus on tätä päivää ja tulevaisuutta.

Pohdittavaa:

- 1) Onko palkkaus teillä kilpailutekijä?
- 2) Onko teillä mahdollisuutta edetä uralla eli saada entistä vaativampia tehtäviä? Kannustetaanko koulutuksiin ja tarjotaanko niitä?
- 3) Tuokaa esiin viestinnässänne työn ja työpaikan ”fyysisiä” etuja, kuten palkkaa ja muita työsuhde-etuja.
- 4) Miten teillä suhtaudutaan palkka-avoimuuteen? Onko palkka näkyvissä esimerkiksi työpaikkailmoituksissa? Millaisia linjanvetoja aiotte tehdä tähän asiaan tulevaisuudessa?

Ura nousukiitoon

Onko teidän yrityksessä mahdollisuutta edetä uralla? Onko työntekijöillä mahdollisuuksia itsensä kehittämiseen? Näillä mahdollisuuksilla on valtava merkitys työntekijän sitoutumiseen.

Pohdittavaa:

- 1) Onko yrityksessänne luotu urapolkuja?
- 2) Viestitäänkö urapoluista ja etenemismahdollisuuksista työntekijöille?
- 3) Kannustetaanko teillä henkilöstöä etenemään urallaan?
- 4) Millaisia mahdollisuuksia yrityksessänne on itsensä kehittämiseen?
- 5) Viestikää positiivisesti hyvistä tyypeistä, jotka ovat edenneet parempiin tehtäviin yrityksessänne.

Tekniikan ala on kiinnostava

Tekniikan alalle on tutkimusten mukaan piirtynyt tylsä ja epäkiinnostava leima. Syitä tämän mielikuvan takana olisi hyvä miettiä.

Pohdittavaa:

- 1) Millaisista asioista yrityksenne on ollut julkisuudessa lähiaikoina?
- 2) Millaista mielikuvaa uutisoinnista ja ulospäin menevästä viestinnästä on luotu?
- 3) Mikä teidän yrityksessänne/tuotteessanne/toiminnassanne on kiinnostavaa?



Työ on merkityksellistä

Monelle - erityisesti nuorelle - arvopohjaisen ajattelun liittäminen myös työelämään on tärkeää. Jos kokee, että voi työssään auttaa muita, työ koetaan mielekkääksi ja arvokkaaksi.

Työn tekemiselle pitää siis löytää jokin suurempi tarkoitus ja merkitys, johon alavalintaa pohtiva voi samaistua ja kiinnittyä.

Viestinnässä on hyvä nostaa esiin ajoittain myös näitä pehmeämpiä arvoja. Tällöin on mahdollista saada kiinnostumaan alasta myös sellaisia henkilöitä, joille kyseinen ala ei ole ensimmäinen tai se luonnollisin vaihtoehto.

Pohdittavaa:

- 1) Miten teidän tuotteenne auttaa muita? Mitä asiaa se helpottaa tai parantaa?
- 2) Mistä asioista henkilöstölle syntyy merkityksellisyyden ja tärkeän työn tekemisen tunne?
- 3) Miten yrityksenne voisi viestiä merkityksellisyydestä? Mikä on suurempi tarkoitus tehdyn työn takana: esimerkiksi helpottaako, tehostaako, pelastaako tuotteenne jotain?

Kiinnittäkää viestinnässänne huomiota myös pehmeämpiin arvoihin: merkityksellisyyden ja kiinnostavuuden mielikuvan lisäämiseen.

Siisti ja puhdas työympäristö

Monesti media välittää kuvaa mustista työsaleista ja likaisista ympäristöistä. Pahimmillaan ihmisten mielikuvat voivat olla 1900-luvun alun kehräämöissä ja hiilenmustissa teollisuushalleissa brittisarjojen perusteella. Alalla toimivat tietävät kyllä, että nykyään teollisuus on jopa klinistä ja työympäristöt ovat useimmiten todella siistejä ja puhtaita.

Pohdittavaa:

- 1) Onko teidän yrityksessänne niin siistiä ja puhdasta kuin mitä prosessit antavat myöten?
- 2) Millaista visuaalista mielikuvaa viestintänne luo yrityksestä?
- 3) Miten tilat ja henkilöstö näyttäytyvät asiakkaille ja muille ulkoisille sidosryhmille?



Voi muuttaa asioita

Me alalla jo toimivat tiedämme, että tekniikka ja teknologia ovat oikeasti muuttaneet ja muuttavat edelleen maailmaa. Miten paljon teknologia ja maailma on edistynyt 10, 50, 100 vuodessa! Sama muutos jatkuu tietenkin edelleen. Tuommeko me alalla riittävästi esiin sitä, miten suuressa roolissa tekniikka ja teknologia ovat erilaisissa muutoksissa? Monesti puhutaan kutsumusammateista, ja niihin luetaan usein muut kuin teknologia-alat. Kuitenkin, asioiden parantaminen ja kehittäminen ja eteenpäin vieminen voi olla hyvinkin kutsumuksellista, kun asioista viestitään oikein.

Pohdittavaa:

- 1) Mitä asioita tuotteenne, yrityksenne ja toimintanne voi muuttaa paikallisesti, alueellisesti, valtakunnallisesti ja globaalisti?
- 2) Mikä suurempi tarkoitus teillä tehtävällä työllä on?



Pystyy vaikuttamaan ihmisten elämään

Tekniikalla on eittämättä valtava vaikutus ihmisten elämään. Moni asia olisi hyvin hankalaa - ja jopa mahdotonta - ilman tekniikkaa. Arjessa ei välttämättä ehdi ajatella, miten yrityksen omat tuotteet vaikuttavat muussa elämässä. Vaikka tehtäisiin kuinka pientä osasta alihankintana tai jättimäisen isoja osia, koneita tai laitteita, jokaisen rooli on tärkeä. Ilman pientä osaa ei ole isoa laitetta, ja ilman laitetta jonkun tehtävän tekeminen on vaikeaa tai mahdotonta.

Tämän asian ymmärtämisestä esimerkiksi henkilöstölle syntyy merkityksellisyyden tunnetta ja sitoutumista omaan tekemiseen ja sen laatuun.

Pohdittavaa:

- 1) Miten yrityksenne toiminta vaikuttaa ihmisten elämään ja muuhun maailmaan?
- 2) Tuokaa viestinnässänne julki isompaa kuvaa vaikutuksestanne ympäröivään maailmaan.

Naisetkin pärjäävät

Naisten osuus tekniikan alalla on melko pieni. Yrityksistä tulee kuitenkin viestiä, jossa naisia kehdutaan tarkoiksi osaajiksi. Suhtautuminen naisiin on muuttunut entistä positiivisemmaksi, mikä on hyvä asia.

Pohdittavaa:

- 1) Nostakaa naisia uratarinoihin ja luokaa mielikuvaa, että työtehtäviä voi tehdä sukupuolesta riippumatta.
- 2) Tarkistakaa yrityksenne sisäinen suhtautuminen naispuolisiin työntekijöihin. Kohdellaanko heitä tasa-arvoisesti ja kunnioittaen? Onko kielenkäyttö ja käyttäytyminen sopivaa kaikkien näkökulmasta? Onko yrityksenne tiloissa materiaalia, joka voi vaikuttaa naisten hyvinvointiin (tyttökalenterit tms.)?



Työnantaja- mielikuvan kehittäminen

Työntekijäkokemus

Työnantajamielikuvaan yksi eniten vaikuttavista tekijöistä on työpaikan ilmapiiri ja hyvä yhteishenki. Terveeseen työyhteisöön on kiva tulla töihin. Tyytyväinen työntekijä myös sitoutuu paremmin työhönsä ja työnantajaansa. Johtamisella ja esimiestyöllä on suuri vaikutus työntekijäkokemukseen.

Pohdittavaa:

- 1) Onko teidän työpaikalla hyvä yhteishenki?
- 2) Tuleeko henkilöstö mielellään töihin?
- 3) Millä keinoin hyvää yhteishenkeä pidetään yllä ja kehitetään?
- 4) Saatteko paljon hakemuksia avoimna oleviin työpaikkoihin? Jos hakijoita ei juuri ole, osaajapulan lisäksi syynä voi olla hakijoiden mielessä oleva, ehkä virheellinen, mielikuva yrityksestänne työnantajana. Pohtikaa, mikä siihen on syynä.
- 5) Sitoutuuko henkilöstö yritykseenne? Jos vaihtuvuus on pientä, asiat ovat kunnossa. Jos taas oven tilalla on pyöröovi ja porukka vaihtuu nopeasti, yhtenä syynä voi olla huono työilmapiiri tai jokin muu tekijä, joka kaipaa kipeästi korjaamista. Uuden henkilön rekrytointi ja perehdyttäminen on kallista, ja on mielekkäämpää, helpompaa ja edullisempaakin huolehtia olemassa olevan henkilöstön tyytyväisyydestä. Tämä asia vaatii joskus kipeiden asioiden tarkastelua, esiinnostamista ja kehittämistä.

Työntekijäkokemus

6) Hyvä työilmapiiri on kuin positiivinen kierre: hyvät työolot luovat henkilöstölle tyytyväisyyttä. Tyytyväinen työntekijä tulee mielellään töihin ja on sitoutunut. Sitoutunut työntekijä haluaa tehdä parhaansa. Hyvin tehty ja sujuva työ näkyy laatuun. Laatu näkyy asiakkaalle. Tyytyväinen asiakas sitoutuu ja se näkyy viivan alla. Hyvin menestyvä yritys jaksaa panostaa työntekijäänsä ja haluaa luoda hyvät työolot. Yritys itse päättää sisäisellä toiminnallaan, onko tämä kierre positiivista vai negatiivista. Joskus pienetkin korjausliikkeet auttavat, mutta valitettavasti joskus töitä joudutaan tässäkin asiassa tekemään aika paljon.

7) Onko esimiestyö ja johtaminen ihmisläheistä ja kohtaavaa? Kiinnitetäänkö johtamisen laatuun ja johtamisen osaamiseen huomiota? Hyvä esimiestyö on suurimpia sitoutumiseen vaikuttavia tekijöitä.

8) Viestikää hyvistä työoloista myös ulospäin ja ottakaa tämä asia tärkeimpien arvojen joukkoon.

Hakijakokemus

Rekrytoinnin eri vaiheisiin kannattaa kiinnittää huomiota. On tärkeää, että hakijakokemukseen kiinnitetään huomiota. Tiedottaminen eri vaiheissa on suotavaa.

Pohdittavaa:

- 1) Millainen yrityksenne rekrytointiprosessi on?
- 2) Millaisia työpaikkailmoituksenne ovat? Ovatko vaadittavat taidot realistisia ja tarvittavia?
- 3) Onko rekrytointiviestintänne rehellistä eli välittääkö se todellista mielikuvaa yrityksestänne? Pystyykö oma henkilökunta allekirjoittamaan toiminnastanne kertovat piirteet?
- 4) Kerrotteko hakijoille rekrytointiprosessin etenemisestä sen eri vaiheissa? Pienikin informaatio eri vaiheissa tuottaa hyvää hakijakokemusta hakijalle.



Hakijakokemus

5) Millainen haastattelu- tai muu kohtaamistilanne on? Mitä tasa-arvoisempi ja dialogisempi tilanne on, sitä paremmin sekä hakija että työnantaja voivat tutustua toisiinsa ja pohtia sopivuutta puolin ja toisin. Mutkaton ja ystävällinen tilanne auttaa hakijaakin olemaan rennommin oma itsensä.

5) Miten informoitte niitä, jotka eivät tulleet valituiksi? Ystävällinen viesti myös niille, jotka eivät tulleet valituksi, kertoo välittämisestä ja luo hyvää ja ystävällistä mielikuvaa. Tällä kertaa torjutuksi tullut voi olla seuraavalla kerralla potentiaalinen hakija. Optimaalisessa tilanteessa hakijoille voi laatia räätälöidyn viestin, jossa tuodaan esille hakijan hyvät ominaisuudet ja tilanteen mukaan myös ne asiat, joita voi vielä kehittää tai joista nyt jäi vaillinainen kuva. Tällöin myös hakija osaa kehittää omaa osaamistaan työnhakutilanteissa.

6) Miten lähtijöihin suhtaudutaan? Pidetäänkö yrityksessänne exit-keskustelu, jossa kartoitetaan lähdön syitä? Lähtökeskustelusta voi tulla arvokasta tietoa siitä, miten yrityksen toimintaa voidaan jatkossa parantaa. Hyvästä työyhteistöstä lähtevä kertoo hyvää edellisestä työpaikastaan myös lähdön jälkeen. Hyvä kello kauas kuuluu, paha vielä kauemmas.

Suosituksset

Työnantajamielikuvaviestinnässä voi käyttää apuna suosituksia. Henkilötarinat ovat aina kiinnostavia.

Pohdittavaa:

- 1) Esitelkää ihmiset työtehtävien takana. Käyttäkää tarinoissa myös pehmeämpiä viestejä esimerkiksi merkityksellisyydestä, monipuolisuudesta, monialaisuudesta tai ammattitilpeydestä ”minä tein tämän”.
- 2) Tuokaa viestinnässänne esiin erilaisia ammatillisia mahdollisuuksia, joita yrityksenne tarjoaa.
- 3) Onko teillä mahdollisuuksia henkilöbrändäykseen ja oman alan guru-statusiin? Voitteko jakaa osaamistanne erilaisissa verkostoissa? Tämä lisää mielenkiintoa ja arvostusta yritystänne kohtaan.
- 4) Tehkää yhteistyötä rekrytointiyritysten kanssa ja kertokaa onnistuneista rekrytoinneista ja hyvästä yhteistyöstä. Tämä parantaa molempien osapuolten yrityskuvaa.

Muista jatkuva parantaminen!

Työnantajamielikuvan tutkiminen on tarpeen aika ajoin. Fiiliksen luotaaminen on tärkeää erityisesti omalta henkilöstöltä, mutta myös ulkopuolisten näkemys yrityksen mielikuvasta on kiinnostavaa. Tutkimalla saa myös tärkeää tietoa siitä, mitä pitää vielä parantaa ja mistä asioista on syytä viestiä lisää tai eri tavalla.

Pohdittavaa:

- 1) Tehdäänkö teillä sisäisiä työtyytyväisyyskyselyitä? Kuinka usein niitä tehdään?
- 2) Miten tuloksia tarkastellaan ja miten kehitysprosessi etenee?
- 3) Oletteko tutkineet ulkoista yrityskuvaanne? Millaisia tuloksia näistä tutkimuksista on saatu ja millaisiin kehittämistoimenpiteisiin ne ovat johtaneet.
- 4) Millainen maine teillä on yrityksen sisällä? Entä ulkopuolella? Onko se linjassa oman näkemyksenne kanssa?
- 5) Pidetäänkö teidän yritystänne kiinnostavana työnantajana? Suositellaanko teitä eteenpäin?
- 6) Asiantuntija-avun käyttäminen mielikuvatutkimuksissa on suotavaa. Tällöin saadaan analysoitua dataa ja mahdollisia kehitysehdotuksia.

Ole rohkea ja erotu!

Yrityksiltä puuttuu usein erottuva identiteetti. Samalla tavalla kuin työnhakijoiden, myös yritysten on erotuttava massasta. Kiinnostava, nykyaikainen ja taloudellisesti, mutta erityisesti henkisesti, terve yritys pärjää kiristyville työmarkkinoilla. Tämän päivän työnhakijat arvostavat rehellistä, avointa, ystävällistä ja eteenpäin katsovaa yritystä. Aitous ja aito kohtaaminen vievät pitkälle.

Pohdittavaa:

- 1) Ole rohkeasti oma itsesi, myös yrityksenä.
- 2) Erotu positiivisesti.
- 3) Kehity ja opi.
- 4) Menesty.



BE BRAVE!

Kohti menestystä

Tarkistuslista

1. Oma pesä puhtaaksi

Raiken aa ja oo on, että yrityksen sisäinen työnantajamielikuva on kunnossa ensin. On ihan turha lähteä markkinoimaan asioita, jotka eivät (vielä) ole totta.

Tuleeko oma väki arvostetuksi ja kuulluksi? Onko talossa mehenki ja matala kynnyks puhua asioista? Kuunnellaanko työntekijöitä? Onhan johtaminen ja esimiestyö tässä ajassa?

2. Hakijamielikuva

Kirkasta rekrytointiprosessin vaiheet ja viestintä. Selvitä, millainen mielikuva hakijalle jää prosessista.

3. Maine

Mitä meistä puhutaan? Tarkista aika ajoin keskustelupalstat, uutiset, verkostot, tutut, puskaradio, arvostelut ja arviot.

Mitä yrityksenne työntekijät vastaisivat, jos heiltä kysytään työpaikasta?

4. Onko sanomasi totta?

Tarkista rekrytointi-ilmoituksen adjektiivit. Varmista, että työn kuvaus pitää paikkaansa. Päätä, mitä tarjoatte hakijalle.

5. Rekrytointiprosessi

Varmista, että ohjeistus on selkeä. Päätä, kuka antaa lisätietoja. Huolehdi, että prosessi on hakijalle läpinäkyvä. Informoi myös niitä, jotka eivät tulleet valituksi.