



Aleksi Protski

LinkedIn henkilön urakehityksessä

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

Toukokuu 2022

Tiivistelmä

Tekijä:	Alexi Protski
Otsikko:	LinkedIn henkilön urakehityksessä
Sivumäärä:	39 sivua + 1 liite
Aika:	Toukokuu 2022
Tutkinto:	Tradenomi
Tutkinto-ohjelma:	Liiketalous
Suuntautumisvaihtoehto:	Esimiestyö ja työyhteisön kehittäminen
Ohjaaja:	Lehtori Kristiina Suihko

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää miten LinkedIn voi auttaa henkilön urakehityksessä, miten paljon LinkedInia käytetään. Selvityksen kohderyhmänä oli opinnäytetyön tekijän henkilökohtainen LinkedIn-verkosto.

Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä selvitettiin, mikä on LinkedIn ja mitä kaikkea sivustolla pystyy tekemään. Lisäksi viitekehyksessä käsiteltiin työnhakuprosessia ja verkostoitumista. Viitekehyksessä perehdyttiin siihen, millaista työnhaku on LinkedInissä ja miten se toimii siellä. Verkostoituminen-osiossa käsiteltiin verkostoitumista yleisesti ja sitä, miten verkostoituminen toimii LinkedInissa.

Opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää ja aineistonkeruumenetelmänä kyselytutkimusta. Opinnäytetyössä selvitettiin kyselyn avulla, miten LinkedIn voi auttaa henkilön urakehityksessä, miten paljon LinkedInia henkilöt käyttävät ja koetaanko LinkedIn vastaajien keskuudessa hyödylliseksi.

Johtopäätöksenä voitiin todeta, että LinkedIn voi auttaa henkilöä hänen urakehityksessään. Vaihtoehdot, joita LinkedIn käyttäjälleen tarjoaa, ovat laajat. Verkostoitumisen tärkeyttä ja LinkedInissa aktiivisena pysymisen tärkeyttä ei voi korostaa liikaa, sillä nämä ovat tärkeimmät elementit onnistumisen kannalta LinkedIn sivustolla.

Avainsanat: LinkedIn, verkostoituminen, työnhakuprosessi

Abstract

Author:	Aleksi Protski
Title:	The role of LinkedIn in the career development of a person
Number of Pages:	39 pages + 1 appendix
Date:	April 2022
Degree:	Bachelor of Business Administration
Degree Programme:	Economics and Business Administration
Specialisation option:	Leadership and Organizational Development
Instructor:	Kristiina Suihko, Senior Lecturer

The objective of this thesis is to understand how LinkedIn can affect a person's career development, how often LinkedIn is used and if users think its useful website. The target group of the investigation included the author's personal network on LinkedIn.

The themes of the theory focus on the concept of what LinkedIn is, how the job search process works overall and with LinkedIn and what networking is overall and how it works with LinkedIn.

In this thesis the focus is on how LinkedIn can affect or help a person's career development, how often the participants of the survey use LinkedIn and if they think LinkedIn is a useful website. The method of the thesis was a quantitative study which was implemented through a questionnaire survey.

The thesis revealed that LinkedIn can affect a person's career development. The options LinkedIn offers to its users are large. It can't be described enough how important it is to stay active on LinkedIn and actively try to grow one's network, since these are the key elements of succses on the LinkedIn website.

Keywords: LinkedIn, networking, job search process

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Johdatus aiheeseen	1
1.2	Työn tavoite ja tutkimusongelma	2
1.3	Opinnäytetyön menetelmä, rakenne ja kysymykset	3
2	LinkedIn	4
2.1	LinkedIn yleisesti	4
2.2	LinkedIn ilmainen vs Premium	5
2.3	Hyvän LinkedIn-profiilin luominen	6
2.4	LinkedIn Suomessa	7
2.5	LinkedInin käyttämisen hyödyt	7
2.6	Hyvän LinkedIn-profiilin merkitys	8
3	Työnhakuprosessi	9
3.1	Työnhakuprosessin aloittaminen	9
3.2	Työnhaku LinkedInissa	12
3.3	Passiivinen työnhaku	13
3.4	Miten tulla huomatuksi LinkedInissa?	14
4	Verkostoituminen	15
4.1	Verkostoituminen yleisesti	15
4.2	Verkostoitumisen hyödyt	16
4.3	Verkostoitumisen tavat	16
4.4	Verkostoituminen LinkedInissa	17
5	Opinnäytetyön menetelmä ja aineisto	19
5.1	Menetelmä	19
5.2	Aineisto	19
6	Selvityksen tulokset	20
6.1	Tulosten luotettavuus	20
6.2	Selvityksen kyselyn tulokset ja vastaajien perustiedot	21

6.3	Kokemukset LinkedInista	23
6.4	Vastaajien työnhaku kokemukset	27
6.5	Verkostoituminen LinkedInissa	30
7	Oma pohdinta	34
7.1	Oma pohdinta vastauksista	34
7.2	Johtopäätökset	35
	Lähteet	37
	Kyselylomake	40

1 Johdanto

1.1 Johdatus aiheeseen

Opinnäytetyön aiheena on LinkedIn henkilön urakehityksessä. LinkedIn on nykypäivänä yksi tärkeimmistä työkaluista, jota henkilö voi käyttää urakehityksensä edistämiseen. LinkedInia verrataan useasti sosiaalisena mediana Facebookiin. LinkedIn on kuitenkin paljon enemmän ja paljon kattavampi sosiaalinen media kuin tavallinen Facebook. (Gordon 2021.)

Urakehitys on jokaiselle henkilölle erittäin tärkeä asia, ja sen kehittäminen ei aina ole niin yksinkertaista tai siihen ei aina ole yhtä oikeaa tapaa, miten sitä lähdetään tekemään. Nykypäivänä on erittäin paljon erilaisia sosiaalisen median alustoja, joita ihmiset käyttävät päivittäin heidän elämässään. Sosiaalisen median merkitys nykypäivänä on kasvanut valtavasti. Sosiaalinen media on mahdollistanut meille tiedon jakamisen tai muiden ihmisten seuraamisen aivan uudella tasolla. Tämän kaiken kautta on myöskin tullut mahdollisuus luoda omaa uraa sosiaalisessa mediassa ja kehittää omaa brändiä erilaisissa kanavissa, kuten esim. Instagramissa tai Youtubessa. Nykypäivänä on mahdollista ansaita rahaa ja luoda omaa uraa omalla tavalla näiden kanavien kautta. Kaikista ei kuitenkaan voi tulla Instagram tai Youtube julkisuuden henkilöitä.

Urakehityksen voi aloittaa aivan,- milloin vain, mutta yleensä aihe tulee ajankoh-
taiseksi, kun henkilö on valmistumassa ammattikorkeakoulusta tai yliopistosta.
LinkedIn tulee mukaan urakehitykseen vahvasti siihen aikaan, kun pitää ruveta
hakemaan työharjoittelupaikkaa. LinkedIn alustana tarjoaa paljon paremman
mahdollisuuden juuri tuohon töiden etsimiseen ja oikeisiin ihmisiin tutustumi-
seen. Siinä missä tavallisissa työnhakukanavissa henkilö vain selaa avoimena
olevia paikkoja ja lähettää näihin hakemuksia. Hän voi LinkedInissa yrittää ver-
kostoitua itse rekrytoijan kanssa ja jopa olla häneen yhteydessä heti helposti ja
nopeasti. LinkedIn myös tarjoaa mahdollisuuden kaikkien ammattilaisten ja
opiskelijoiden verkostoitumiseen keskenään. Verkostoituminen onkin yksi erit-
tään tärkeä osa LinkedInia. Laaja verkosto tarjoaa lisää näkyvyyttä ja tuo mah-
dollisuuksia ja tarjouksia.

1.2 Työn tavoite ja tutkimusongelma

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää ennen kaikkea, miten LinkedIn
voi auttaa sitä käyttäviä henkilöitä heidän omassa urakehityksessään. Lisäksi
työssä pyritään selvittämään, millä tavalla LinkedInia on käytetty työllistymisen
jälkeen, miten paljon sitä oikeasti käytetään, millaisena työnhakeminen näh-
dään verrattuna muihin työllistymiskanaviin ja koetaanko LinkedIn oikeasti hyö-
dylliseksi alustaksi, joka voi vaikuttaa henkilöiden urakehitykseen. Kun työn lo-
pussa, tarkastellaan kyselytutkimuksen vastauksia päästään näkemään, minkä-
laiseksi LinkedIn koetaan ja mihin käyttäjät sitä käyttävät työllistymisensä jäl-
keen.

Opinnäytetyö koostuu viitekehyksestä ja määrällisestä selvityksestä, jonka ai-
neisto kerätään kyselylomakkeen avulla. Viitekehyksessä tarkastellaan tar-
kemmin sitä mikä on LinkedIn ja miten, käyttäjät voivat hyödyntää ja käyttää sitä
senkin jälkeen, kun he ovat jo työllistyneet. Lisäksi käsitellään työnhakuproses-
sia ja verkostoitumista. Loin aiheeseen liittyvän kyselylomakkeen, jonka tarkoi-

tuksena oli selvittää, minkälaisena työkaluna verkostoni LinkedInin kokee ja mihin kaikkeen sitä on käytetty.

1.3 Opinnäytetyön menetelmä, rakenne ja kysymykset

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelma on seuraava: Miten LinkedIn voi auttaa henkilön urakehityksessä? Tutkimusongelma tässä työssä ratkaistaan kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen periaattein kyselytutkimuksella ja viitekehityksessä esitettyjen tietojen perusteella. Määrällisessä tutkimusmenetelmässä tietoja on tarkoitus tarkastella numeerisesti. Tämä tarkoittaa siis sitä, että tutkittavaa asiaa käsitellään numeroiden avulla. Määrällisen tutkimusmenetelmän tarkoituksena on vastata kysymyksiin, kuinka moni, kuinka paljon ja kuinka usein. Olennaiset asiat tutkija kuvailee numeroista sanoiksi. Tarkoituksena on myös kuvailla, miten erilaiset asiat liittyvät toisiinsa tai eroavat toisistaan. (Vilkkä 2014, 14.) Tähän opinnäytetyöhön sopii määrällinen tutkimusmenetelmä-, koska jokainen henkilö, joka käyttää LinkedInia voi kokea sen hyödylliseksi eri tavalla. Saamalla monta vastausta samoihin kysymyksiin monelta eri ihmiseltä pystytään muodostamaan selkeämpää kuvaa siitä, kokevatko henkilöt samat asiat hyödyllisiksi.

Kysely julkaistiin LinkedIn-profiilini seinälle, josta siihen vastasi henkilöitä, jotka kuuluvat verkostooni. Suurin osa verkostostani ovat vanhoja koulu- tai työkavereita, ja suurimmalla osalla on joko ammattikorkeakoulu- tai yliopistotutkinto. Kyselyyn tulee mahdollisesti myös muutamia vastauksia minun verkostoni ulkopuolelta, sillä julkaisu on julkinen.

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat seuraavat:

- Miten LinkedInia on käytetty työllistymisen jälkeen?
- Kokevatko verkostoni käyttäjät LinkedInin hyödylliseksi?
- Kuinka paljon verkostoni käyttää LinkedInia?
- Miten LinkedIn voi edistää henkilön urakehitystä?

2 LinkedIn

2.1 LinkedIn yleisesti

LinkedIn on sosiaalinen media siinä missä esimerkiksi Instagram, Twitter ja Facebook. LinkedInin omistaa maailmalla tunnettu yritys Microsoft. Isona erona muihin sosiaalisiin medioihin on se, että LinkedIn on sosiaalinen media, joka on ammatillisessa käytössä. Sivusto on suunniteltu auttamaan ihmisiä tekemään toistensa kanssa liiketoimintaa, verkostoitumaan tai etsimääntöitä. LinkedInissa on samanlainen käytäntö-, kuin missä muussakin sosiaalisessa mediassa eli tarkoituksena on "lisätä kavereita" tai paremmin sanottuna verkostoitua muiden LinkedInin käyttäjien kanssa. (Johnson 2019.)

LinkedIn on sosiaalisena mediana verrattavissa Facebookiin. Henkilö voi lisätä kontakteja, jotka auttavat häntä laajentamaan hänen LinkedIn verkostoaan. LinkedInissa voi aivan samalla tavalla jakaa päivityksiä, tykätä muiden jakamista päivityksistä ja lähettää viestejä nopeasti toisille käyttäjille. Isona erona tavalliseen sosiaaliseen mediaan on se, että käyttäjän profiili toimii ikään kuin hänen ansioluettelonaan. LinkedIn tarjoaa käyttäjälleen kattavan mahdollisuuden täyttää tätä niin sanottua ansioluetteloa erilaisella osaamisellaan, kuten missä on opiskelut, minkälaista työkokemusta on kertynyt, mitkä ovat mahdollisia saavutuksia työurallaan ja ketkä ovat mahdollisia suosittelijoita. Suosittelijat voivat myös antaa palautetta ja oman suosituksensa kommentoimalla profiiliin erikseen, mitä heillä on sanottavaa henkilöstä. (Johnson 2019.)

LinkedIn on maailman suurin ammatillinen verkostoitumiseen tarkoitettu sosiaalinen media. LinkedIn on perustettu vuonna 2003, ja LinkedInissä on tällä hetkellä 706 miljoonaa käyttäjää noin 200 maassa. LinkedIn tarjoaa käyttäjälleen mahdollisuuden etsiä juuri oikeaa työ- tai työharjoittelupaikkaa. LinkedIn tarjoaa

käyttäjälleen myös mahdollisuuden verkostoitua muiden ihmisten kanssa. Verkostoituminen auttaa henkilöä löytämään mahdollisesti uusia tilaisuuksia uralensa, tai potentiaalia oppia uusia taitoja, jotka voisivat edistää hänen uraansa eteenpäin. Hyvin täytetty ja muotoiltu profiili antaa käyttäjälle mahdollisuuden tuoda esille hänen tarinansa työstä ja kokemuksista aivan ainutlaatuisella tavalla. (LinkedIn 2022.)

2.2 LinkedIn ilmainen vs Premium

LinkedIn tarjoaa käyttäjälleen mahdollisuuden käyttää joko ilmaista versiota palveluistaan tai ostaa itselleen premium-käyttäjän oikeudet. Kaikilla LinkedIn käyttäjillä on mahdollisuus kokeilla premium-versiota kuukauden ajan ilmaiseksi. Maksuttomalla profiililla pystyy etsimään ja verkostoitumaan esim. työkavereiden tai opiskeluystävien kanssa. Maksuttomassa versiossa pystyy myös saamaan tai antamaan suosituksia toisille käyttäjille, joiden kanssa on joko työskennellyt tai opiskellut, etsiä ja katsoa muiden LinkedIn käyttäjien profiileja, saamaan rajattoman määrän viestejä LinkedInin omaan InMail postilaatikkoon ja tallentamaan itselleen kolme työpaikkaa, joista saa viikoittain itselleen muistutuksia. (LinkedIn 2022.)

LinkedIn Premium tarjoaa käyttäjälleen tietynlaista etua kaikkiin niihin käyttäjiin, jotka eivät ole maksaneet Premium-tilauksesta. Premium-tilaus auttaa käyttäjään työllistymään ja saamaan etumatkaa ammatilliseen uraansa. Premium-tilaus antaa käyttäjälle mahdollisuuden nähdä, kuka on katsonut hänen profiiliin, selata muiden profiileja ilman, että selatun profiilin omistaja tietää, kuka on hänen profiiliin selannut, ja lähettää viestejä käyttäjille, joiden kanssa ei ole luotu vielä verkostoitumisyhteyttä. LinkedIn Premium on myös erittäin kätevä työkalu rekrytoijille, sillä se tarjoaa heille mahdollisuuden löytää ja palkata mahdollisia huippuosaajia. Kaikille Premium käyttäjille tulee myös käyttöön LinkedIn Learning, joka antaa mahdollisuuden parantaa omaa osaamista ja oppia uusia tietoja tai taitoja. (LinkedIn 2022.) Hoppe ja Laine (2014,158) kuvailevat, että tavalliselle suomalaiselle työnhakijalle LinkedInin maksulliset palvelut eivät tarjoa kovinkaan hyödyllisiä vaihtoehtoja. Hyödyt, joita nämä maksulliset palvelut

pyrkivät käyttäjälle tarjoamaan, ovat usein saavutettavissa omalla aktiivisella LinkedInin käytöllä. Mikäli eteen tulee kuitenkin mahdollisuus päästä näitä hyötyjä käyttämään, kannattaa niistä ottaa irti kaikki silloin kun voi. (Hoppe & Laine 2014, 158.)

2.3 Hyvän LinkedIn-profiilin luominen

Deehan pohtii, kuinka paljon aikaa korkeakoulutetut ammattilaiset oikeasti käyttävät aikaa oman LinkedIn profiilin luomiseen ja sen kuntoon hiomiseen. Artikkelin alussa hän toteaaakin sen, että kukaan käyttäjistä ei todennäköisesti ole käyttänyt tarpeeksi aikaa siihen. Deehan toteaa myös sen, että jokaisen käyttäjän LinkedIn-profiili on ikään kuin heidän perustansa henkilökohtaisen brändin luomiselle. Hän painottaakin sitä, että käyttäjien on erityisen tärkeää päivittää profiiliaan ja jatkuvasti tuoda esille omaa osaamistaan ja motivaatiotaan. Deehan muistuttaa tekstissään, että jokaisella käyttäjällä on aina uusia tapoja kehittää ja rakentaa omaa LinkedIn-profiilia eteenpäin niin, että se luo paremman kuvan siitä, kuka käyttäjä on ja millaista osaamista hän pystyisi tuomaan johonkin yritykseen. (Deehan 2022.)

Matikka kuvailee artikkelissaan, että-, ei ole olemassa vain yhtä ja oikeaa sääntöä luoda hyvä profiili. Artikkelissa kuvaillaan keskeisiä asioita, joita jokaisen kannattaa tehdä jotta, heidän profiilista tulee parempi ja miten he voivat erottua joukosta. Matikka toteaaakin, että jokaisen käyttäjän kannattaa kirjoittaa profiilinsa tiedot englanniksi, mikäli tarkoituksena on tulla löydetyksi alustalla. Erottuumaan joukosta käyttäjää auttaa myös erilaisten kuvien lisääminen ja tärkeimpänä näistä on, käyttäjän kansikuva, sillä se on ensimmäinen asia, joka iskee silmään, kun avaa profiilin. Matikka kuvailee LinkedInissa profiilin otsikon kirjoittamista jokaisen profiilin tärkeimmäksi osaksi. Otsikon tarkoituksena on kuvailla lyhyesti henkilön nykyistä työtilannetta ja mahdollisesti jopa tuoda siinä esille jotakin tärkeää osaamista. (Matikka 2021.)

2.4 LinkedIn Suomessa

LinkedInin rooli työnhaussa on kasvanut erittäin paljon vuosien varrella kansainvälisesti, mutta myös Suomessa. Hoppe ja Laine kuvailevat, että LinkedIn on johtava sosiaalinen media, jossa käyttäjät pystyvät erittäin laajasti tuomaan omaa osaamistaan esille. LinkedIn myös tarjoaa käyttäjälleen oman osaamisen tunnistamista ja rekrytoivien esimiesten suoraa kontaktointia. (Hoppe & Laine, 2014, 103.) Vuonna 2021 tehdyn kyselyn mukaan 35 prosenttia suomalaisista käyttää LinkedIn palvelua. 8 prosenttia vastaajista sanoivat käyttävänsä palvelua päivittäin, kun taas 14 prosenttia vastaajista sanoi käyttävänsä palvelua vähemmän kuin kerran viikossa. Kyselyn mukaan jopa 65 prosenttia suomalaisista ei käyttänyt LinkedIn palvelua ollenkaan. (Statista. 2021.)

2.5 LinkedInin käyttämisen hyödyt

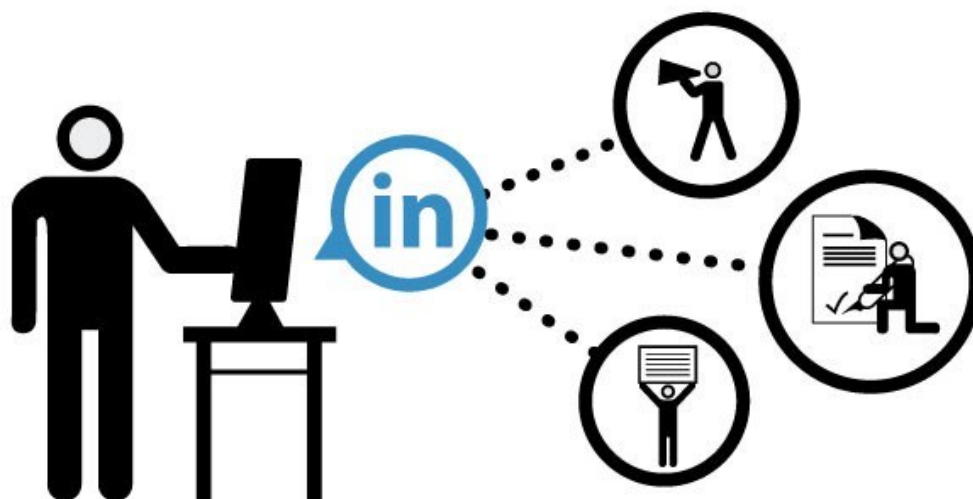
LinkedIn sosiaalisena mediana tarjoaa käyttäjälleen mahdollisuuden luoda profiilin internettiin, joka voi toimia henkilön CV:nä ja työnhakukirjeenä samaan aikaan. Palveluun profiilin luominen mahdollistaa käyttäjälleen mahdollisuuksia, joita ei ehkä olisi voinut saavuttaa ilman LinkedIniä. Tämä sosiaalinen media tarjoaa ainutlaatuisen mahdollisuuden tuoda henkilön profiilin esiin ja näyttää mitä hän on opiskellut, missä on ollut töissä ja muita mahdollisia koulutuksia tai saavutuksia mitä henkilö on elämänsä aikana tähän saakka saavuttanut. (Rycraft 2018.)

Artikkelin mukaan 93 prosenttia rekrytoijista käyttää LinkedIniä, kun he etsivät sopivia kandidaatteja heille töihin. Artikkelissa painotetaan sitä, että käyttäjä kohtelisivat omaa LinkedIn-profiilia ikään kuin CV:nä tai työnhakukirjeenä. Artikkelin kirjoittaja pitääkin erittäin tärkeänä oman profiilin ajan tasalla pitämistä, sillä kun rekrytoijat googlaavat henkilön nimen heille tulee esille henkilön LinkedIn-profiili. (Rycraft 2018.)

Artikkelissa painotetaan myös käyttäjiä käyttämään LinkedIniä ikään kuin työkaluna ja yrittämään hyödyntää sitä parhaansa mukaan. LinkedIn tarjoaa mahdollisuuden räätälöidä käyttökokemus juuri sellaiseksi, kuin käyttäjä haluaa. LinkedInin työnhaku osio tarjoaa käyttäjälleen paljon enemmän työkaluja kuin mitä esimerkiksi perinteiset työhakusivustot tai -kanavat. (Rycraft 2018.)

2.6 Hyvän LinkedIn-profiilin merkitys

Itsensä esille tuominen on yksi tärkeimpiä asioita, joita käyttäjät voivat tehdä LinkedInissä. Laine, Kurvinen ja Tolvanen kuvailevat henkilöbrändäystä ensisijaisen tärkeäksi erityisesti asiantuntijaorganisaatioissa. Laine, Kurvinen ja Tolvanen toteavat, kun katsotaan mitä tahansa modernia viestintätutkimusta, tulee esille se, että kuka viestii uskottavammin viestin perille itse työntekijät eikä yritys ja tämä asia korostuu nimenomaan sosiaalisessa mediassa. (Kurvinen & Laine & Tolvanen 2017, 26.) Yrityksen työntekijöiden sosiaalimedia tilien kautta on helpompaa tavoittaa niitä parempia työnhakijoita ja yhteistyökumppaneita. Laine, Kurvinen ja Tolvanen kuvailee asian niin, että henkilökunta on verkostoitunut jo niiden ihmisten kanssa kenen kanssa he ovat ennen opiskelleet, olleet samassa työpaikassa aikaisemmin tai joiden puoleen he kääntyvät, kun tarvitsevat apua tai neuvoja haastavan tilanteen sattuessaan kohdalleen. Laine, Kurvinen ja Tolvanen totevatkin sen, että nykypäivänä asiakkaat kulkevat yhä enemmän luotettujen asiantuntijoiden ja myyjien mukana sitoutumalla nimenomaan tiettyyn ihmiseen eikä yritykseen. (Kurvinen ym. 2017, 27.)



Kuva 1. LinkedIn henkilöbrändäyksen työkaluna (Pushup Incorporation 2020.)

Kuvassa 1 on kuvitteellinen kuva siitä, miten LinkedIn-käyttäjät voivat hyödyntää hyvää LinkedIn-profiilia. Artikkelin kirjoittaja painottaakin jokaista käyttäjää luomaan profiilinsa huolella. Huolella luotu profiili, jossa on tuotu esille esim. käyttäjän nimi, kuva ja oppilaitos tai nykyinen työpaikka, helpottavat rekrytoijia löytämään henkilön. Artikkelin kirjoittaja muistuttaa-, käyttäjiä siitä, että profiilissa tulee myös kertoa hieman itsestään ja pyrkiä käyttämään oikeita avainsanoja. (Pushup Incorporation 2020.)

3 Työnhakuprosessi

3.1 Työnhakuprosessin aloittaminen

Työnhakuprosessi on tehtävä, jonka työnhakija käynnistää ja suunnittelee silloin kun sille tulee tarvetta. Töitä lähtiessä hakemaan on hyvä olla valmiina selkeä idea siitä mitä ja mihin ollaan hakemassa. Hoppe ja Laine tekstissään toteavat, että näiden asioiden suunnittelu auttaa hahmottamaan millä tavalla kannattaa lähteä lähestymään niitä työnantajia, joita yritetään tavoittaa. Hoppe ja Laine painottavat, että oma osaaminen ja taidot pitää tuoda aina selkeästi esille ansioluettelossa ja hakemuskirjeessä. Prosessin edetessä on muistettava pitää oma

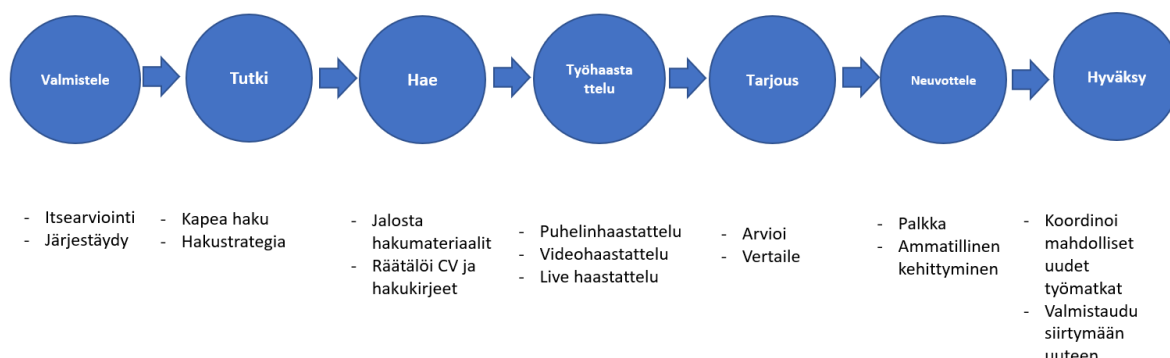
ansioluettelo ajan tasalla ja pyrkiä aina räätälöimään hakemuskirje sen kohteen tai työpaikan mukaan mihin ollaan hakemassa. (Hoppe & Laine, 2014 13.)

Duunitorin työnhakuopas-artikkelissa kuvaillaan, että työnhaun voi jakaa kahden erilaiseen kategoriaan. Ensimmäinen kategoria on aktiivinen työnhaku, jossa työnhakija aktiivisesti pyrkii etsimään erilaisia avoimia vaihtoehtoja, jotka ovat auki ja samalla lähettää työpaikka hakemusia kaikkiin potentiaalsiin vaihtoehtoihin. Toinen duunitorissa mainittu kategoria on passiivinen työnhaku. Passiivisella työnhaulla tarkoitetaan sellaisia henkilöitä, jotka eivät sillä hetkellä varsinaisesti etsi itselleen uusia mahdollisuuksia töiden parista, mutta sopivan tai tarpeeksi kiinnostavan tarjouksen tullessa ovat valmiita vaihtamaan pois nykyisestä työstään. (Duunitori.)

Artikkelissa mainitaan mistä työnhakuprosessi kannattaakin aloittaa. Henkilön kannattaa aloittaa työnhakuprosessinsa esim. omien kiinnostuksen kohteiden, osaamisten ja vahvuuksien kartoittamisella. Kartoittaminen helpottaa molempia hakija tyyppejä luomaan tai pitämään omaa ansioluetteloa ja työnhakemusta ajantasaisena oli hakija sitten aktiivinen tai passiivinen työnhakija. (Duunitori.)

Työnhakuprosessin havainnollistamisen avuksi on otettu esimerkki miltä, työnhakuprosessi voi näyttää kuvio 2.

Työnhakuprosessi



Kuva 2. Työnhakuprosessi (University of Denver, 2018.)

Kuviossa 2. on kuvailtuna prosessi, jonka jokainen henkilö käy silloin kun, on aika etsiä omaa työpaikkaa tai urapolkua. Kuvion ensimmäisessä pallossa lukee valmistele, jolla artikkelin kirjoittaja pyrkii viestimään, että jokainen työnhakuprosessi vaatii aikaa ja ennakoon valmistelua. Kuvion toisessa pallossa lukee tutki. Sanalla ”tutki” Wade painottaa työnhaussa käytettävän oikeaa strategiaa ja kiinnostavien työpaikkojen etsimistä. Kolmannessa pallossa siirrytään jo hakemisen vaiheeseen. Tässä vaiheessa työnhakuprosessia hakija on valmisteellut ja tutkinut potentiaalisia työpaikkoja, joihin on aikomuksena hakea.

Wade painottaa hakuprosessista sitä, että-, jokaiseen paikkaan, johon hakija päättää laittaa hakemuksen, on työpaikkahakemus räätälöitävä vastaamaan juuri sen tietyn työpaikan tarpeita. Mikäli edelliset vaiheet on tehty huolellisesti ja hyvin, päästään työnhakuprosessissa seuraavaan vaiheeseen eli työhaastatteluun. Kuvion kaikki seuraavat vaiheet tapahtuvat melko nopeasti ja peräkkäin. Ensin on haastattelu. Jos se sujuu rekrytoijan mielestä hyvin, se yleensä johtaa työtarjoukseen. Mikäli hakijalla on entuudestaan muita työtarjouksia, on hyvä verrata näitä muita tarjouksia kyseiseen tarjoukseen. Asioita, johon artikkelin kuvio painottaa kiinnittämään huomiota, ovat esim. palkka ja ammatillinen urakehittyminen kyseisessä työpaikassa. Loppujen lopuksi pohdinnan ja vertailujen jälkeen, mikäli hakija kokee tietyn työpaikan olevan hänelle sopiva vaihtoehto, hyväksytään työtarjous. (University of Denver, 2018.)

3.2 Työnhaku LinkedInissa

LinkedIn artikkelin ”Search for Jobs” mukaan LinkedIn auttaa käyttäjään löytämään juuri ne työpaikat, jotka vastaavat käyttäjän taitoja ja osaamista. Artikkelissa kerrotaan, että töitä voi etsiä kirjoittamalla LinkedInissa olevaan hakukenttään, mitä etsii, tai toisena vaihtoehtona sivulla on oma osionsa nimellä ”Jobs”. Työt-osiossa työnhakijalla on mahdollisuus muokata hakuaan käyttämällä sivuston tarjoamia filttäreitä muokkaamaan hakua vastaamaan omia tarpeita. Filttareiden käyttö on erittäin tärkeää, sillä, - joka päivä LinkedInissa julkaistaan miljoonia uusia työpaikkailmoituksia. Tekstissä painotetaan sitä, että, - filttareiden avulla käyttäjä pystyy löytämään juuri oikeat työpaikat, jotka vastaavat hänen koulutustaan ja työkokemustaan. Käyttämällä filttäreitä oikein käyttäjä kykenee löytämään helposti ja vaivattomasti kaikki työpaikkailmoitukset, jotka vastaavat hänen asettamiaan vaatimuksia. Käyttäjällä on mahdollista lisätä hakuunsa seuraavanlaisia filttäreitä (LinkedIn 2020):

- Milloin työpaikkailmoitus on julkaistu?
- Minkä tason työpaikka on kyseessä?
- Minkä tyyppinen työ on kyseessä kokoaikainen, osa-aikainen vai määräaikainen?
- Kuinka kaukana työpaikka sijaitsee?
- Minkä toimialan työpaikka on kyseessä?
- Millä tehtävänimikkeellä työpaikka on julkaistu?

Filter only Jobs by

Industry

- ☐ Human Resources Services
- ☐ Software Development
- ☐ Paper and Forest Product Manufacturing
- ☐ Higher Education
- ☐ Packaging and Containers Manufacturing
- ☐ IT Services and IT Consulting
- ☐ Staffing and Recruiting
- ☐ Internet Publishing
- ☐ Biotechnology Research
- ☐ Metalworking Machinery Manufacturing

+ Add an industry

Job Function

- ☐ Other
- ☐ Information Technology
- ☐ Human Resources
- ☐ Marketing
- ☐ Business Development
- ☐ Management
- ☐ Manufacturing
- ☐ Engineering
- ☐ Sales
- ☐ Public Relations

+ Add a job function

Reset Show results

Kuva 3. LinkedIn Jobs-osion esimerkki mahdollisista filttäreistä. (LinkedIn 2022.)

Kuvassa 3 on esimerkki siitä, minkälaisia filttäreitä LinkedInin sivusto heidän käyttäjilleen tarjoaa. Kuvassa voi nähdä, että henkilöllä on tuossa kohtaa mahdollista valita vaihtoehto, joka kuvailee omaa alaansa paremmin ja valita siitä myös mihin kyseinen henkilö esimerkiksi erikoistuu. LinkedIn Jobs-osio tarjoaa paljon muitakin filtterivaihtoehtoja käyttäjälle, jotka helpottavat hakemista ja oikean työpaikan löytämistä.

3.3 Passiivinen työnhaku

Doyle (2021) kuvailee artikkelissaan, että passiivinen työnhaku on sitä, kun työnhakija on avoin kuulemaan uusista ura mahdollisuuksista mutta ei etsi aktiivisesti uutta työpaikkaa. Doyle toteaa artikkelissaan, että vaikka henkilö olisikin passiivinen työnhakija hänen olisi erittäin tärkeää jatkaa LinkedInissa ver-

kostoitumista ja pitää LinkedInin työpaikkailmoituksia silmällä. Doyle painottaa myöskin, että passiiviset työnhakijat, jotka investoivat edes vähän aikaa näihin toimenpiteisiin helpottavat huomattavasti omaa tilannetta, mikäli työpaikan etsiminen tulee ajankohtaiseksi aiheeksi. (Doyle 2021.)

Dewar artikkelissaan mainitsee, että 60 prosenttia työvoimasta mitä on tarjolla ovat passiivisia työnhakijoita. Artikkelissaan hän mainitseekin sen, että passiivisen työnhakijan yhteydessä olemisen hyödyt ovat se, että hän ei todennäköisesti neuvottele muista työtarjouksista samaan aikaan. Dewar painottaa sitä, kun ollaan tämmöiseen hakijaan yhteydessä, on hyvä heti kättelyssä esitellä yritys, jossa olet töissä, miksi olet häneen yhteydessä ja minkä takia mahdollinen siirtyminen teidän yritykseenne hyödyttäisi myös häntä. Kannattaa myös painottaa tämmöiselle henkilölle minkä takia työpaikka, johon yrität heitä saada, on relevantti ja mikä heidän osaaminen sopisi täydellisesti tähän tehtävään. (Dewar 2013.)

3.4 Miten tulla huomatuksi LinkedInissa?

Ruuska artikkelissaan kuvailee, että nykypäivänä LinkedInia käyttää yli 600 miljoonaa ammattilaista ja suomalaisiakin alustalta löytyy jo reilusti yli miljoona. Artikkelissa painotetaan vinkkejä, joiden avulla henkilön on helpompi tulla huomatuksi LinkedInissa. Ruuska toteaaakin niiden olevan oman profiilin hyvään kuntoon laittaminen ja kiinnittämään huomiota omiin kuviin, työkokemuksiin ja taitoihin, joita tuot esille. Hän pitää myös henkilön verkoston koolla olevan suuri merkitys sen suhteen, mikäli hän haluaa, että hänet löydetään. Tärkeänä hän pitää kanssa sen, että henkilön profiili on täytetty englannin kielellä koska sekin vaikuttaa henkilön löydettävyyteen LinkedInissa. (Ruuska 2019.)

Starr artikkelissaan kuvailee, että monet rekrytoijat lähestyvät passiivisia työnhakijoita niiden työpaikkojen merkeissä, jotka eivät ole listattuna missään. Hän avaa artikkelissaan myös vinkkejä siitä, miten jäädä rekrytoijien haaviin LinkedInissa. Ensimmäisenä vinkkinä hän painottaa profiilin luomisen merkitystä ja

mitä siinä kannattaa olla listattuna. Starrin mukaan ainakin kannattaa olla kuva, nykyinen ja edellinen työpaikka, koulutus, vähintään 50 omaan verkostoon kuuluvaa henkilöä ja jonkinlainen kuvaus itsestään profiilissa. Seuraavassa vinkissä Starr painottaa oman verkoston kasvattamista, vaikka henkilöllä olisinkin se 50 omaan verkostoon kuuluvaa henkilöä on se silti liian vähän. Hän painottaakin sitä, mitä isompi verkosto henkilöllä on sitä paremmin hänen, profiilinsa tulee löydetyksi. LinkedIn ryhmiin liittyminen on Starrin mukaan myös erittäin tehokas tapa tulla löydetyksi. Ryhmässä verkosto laajenee jopa niihin henkilöihin, joita et ole lisännyt omaan verkostoon, ja tämäkin auttaa henkilön profiilin löydettävyyden kannalta. (Starr 2019.)

4 Verkostoituminen

4.1 Verkostoituminen yleisesti

Torppa kuvailee, että 1990-luvulla työyhteisöön alkoi saapumaan työkaluja kuten sähköposti ja internet. Nämä työkalut hänen mukaan alkoivat mahdollistamaan laajempaa ja syvällisempää verkostoitumista ihmisten ja yritysten välillä. Verkostoja totta kai oli ollut olemassa jo ennen näiden saapumista, mutta verkostoitumisen ilmiötä kutsuttiin silloin eri nimellä kuten suhdetoiminta, toisten tunteminen, alihankkijat, tuttavat ja kumppanit. Torppa pohtii kirjassaan, että ennen näiden ilmiöiden saapumista isojen yritysten työelämä verkostot olivat paljon nykyaikaa kapeampia. Torppa mainitsee, että internet ja olemassa olevat sosiaaliset mediat ovat tehneet verkostoitumisesta entistä helpompaa ja tehokkaampaa. (Torppa 2013.)

Miller Cole artikkelissaan kuvailee, että saavuttaaksemme ammatillista menestystä meidän on nähtävä yhteinen vaiva saavuttaaksemme tämän. Hän toteaa, että todella monet ammattilaiset, jotka ovat onnistuneet heidän urallaan, ovat onnistuneet koska heillä on ollut iso ja vahva verkosto, jonka he olivat luoneet ajan myötä. Artikkelissaan Miller Cole toteaa, että ihmiset, jotka hakevat

julkisuutta joko liiketoimintaa tai politiikkaan hyötyvät tosi paljon siitä, että he verkostoituvat. Henkilöt, jotka jatkuvasti pyrkivät, verkostoitumaan luovat jatkuvasti uusia yhteistyökumppaneja ja tätä kautta rakentavat kumppanuuksia, jotka hyödyntävät tämän verkostoitumisen molempia osapuolia. (Miller Cole 2019.)

4.2 Verkostoitumisen hyödyt

EU Business Schoolin artikkelissa kuvaillaan aloittelevan ammattilaisen hyötyn suuressi verkostoitumisesta, sillä se avaa sinulle uusia näkemyksiä ja mahdollisia oppeja ihmisiltä, jotka ovat kyseisen alan ammattilaisia. Toisena hyötynä kuvaillaan, että vahvojen verkostojen luominen mahdollistaa luomaan itselleen nimeä omalla alalla. Luomalla nimeä henkilö kykenee luomaan syvempiä kontakteja tunnettujen alan ammattilaisten kanssa, joka myös avaa paljon ovia erilaisiin uusiin mahdollisuuksiin. (EU Business School 2021.)

Orlando kertoo artikkelissaan alussa lähteneen rakentamaan verkostoja koska aloitettuaan työskentelyn hän teki töitä yksin. Ajan myötä hän kertoo huomanneen, että verkostojen kautta hän rupesi saamaan asiakkaita, yhteistyökumppaneita ja arvokasta vertaistukea muilta ihmisiltä hänen verkostossaan. Verkostoituminen auttoi Orlandoa kasvattamaan omaa yritystä ja palkkaamaan lisää henkilökuntaa yritykseen. Orlando toteaa sen kun lähtee verkostoitumaan eri yhteisöissä ja todella erilaisten ihmisten kanssa saa erittäin paljon hyviä ja hyödyllisiä vinkkejä ja kokemuksia. Hän muistuttaa, että verkostoista on todellakin paljon monenlaista hyötyä, joka auttaa oppimaan ja kasvamaan omalla urallasi. (Orlando 2020.)

4.3 Verkostoitumisen tavat

Schawbel painoittaa artikkelissaan, että avaimet onnistuneelle työuralle tarjoaa verkostoituminen. Hän toteaa, että henkilöllä voi olla kaikki taidot ja osaaminen,

mutta ilman verkostoja on todella hankalaa löytää töitä tai edes lähteä rakentamaan omaa yritystä. Artikkelissaan hän kuvailee tapoja, miten henkilön kannattaa lähteä verkostoitumaan. Artikkelin mukaan henkilön kannattaa aloittaa hänen verkostoituminen keskittymällä löytämään aluksi ne oikeat ihmiset. Hän painottaa, että ei ole väliä, kuinka monen kanssa henkilö verkostoituu vaan, sillä on väliä ketkä näistä ihmisistä pystyvät tuomaan positiivista muutosta uraasi. Schawbel muistuttaa, että verkostoituminen pitää luoda sellaiselle pohjalle, jossa molemmat osapuolet hyötyvät. Verkostoitumiseen on Schawbelin mukaan monia eri keinoja. Nykypäivänä verkostoitumisesta on tehty erittäin helppoa, sillä käytössä on paljon hyödyllisiä sosiaalisen median työkaluja, joita kannattaa käyttää aktiivisesti. (Schawbel 2021.)

Riccin mukaan kaupankäynti ja yleinen liiketalous viimeisen vuosi kymmenen aikana on muuttunut radikaalisesti. Nykypäivänä tavallinen soittelu tai sähköpostien lähettely eivät enää toimi, mikäli yrität tavoitella uusia asiakkaita. Ricci kuvailee artikkelissaan, että onnistunut liiketoiminta nojaa nykyään vahvasti luottettavien ja pitkäaikaisien suhteiden luomiseen, jotka rakentuvat henkilön verkostosta. Tapoja verkostoitua on monia ja Ricci muistuttaakin, että tavalliset messut ja tapaamiset ovat edelleen erittäin hyödyllinen ja tehokas tapa verkostoitua. Artikkelissa todetaan, että sosiaalinen media on nykypäivänä erittäin tehokas tapa verkostoitua ja kasvattaa verkostoa. Ricci rohkaiseekin henkilöitä kokeilemaan luomaan oman blogin, jossa jakaa omia ajatuksia ja saada lukijoita jotka ajattelevat samalla tavalla joista tulee myöskin osa sinun verkostoasi. (Ricci 2011.)

4.4 Verkostoituminen LinkedInissa

Hoppe ja Laine kuvailevat, jotta henkilö pystyisi hyödyntämään LinkedInia työhaussa tehokkaasti on hänen hyvä ymmärtää, miten LinkedInin logiikka toimii. Henkilö kykenee vaikuttamaan omaa löydettävyyteensä LinkedInissa käyttämällä omassa profiilissa omaa osaamista kuvaavia oikeanlaisia asiasanoja. LinkedInissa verkostoituminen ja aktiivisena olominen on tehokkain tapa tulla löy-

detyksi. LinkedIn sallii vuorovaikutuksen niiden ihmisten välillä, jotka ovat joko suorassa tai välillisessä kontaktissa toisiinsa. Suora kontaktointi on Hoppen ja Laineen mukaa ”1. tasolla verkostoitumista.” Tämä käytännössä tarkoittaa sitä, että, kun henkilö verkostoituu toisen kanssa tällä tavalla näkevät he toistensa kaikki julkiset tiedot ja aktiiviset julkaisut. Tason 2 ja 3 verkostojen erona tasoon 1 on, että verkostot ovat henkilön verkostossa olevien henkilöiden kontakteja. (Hoppe & Laine, 105, 2014.)

Smulders kuvailee artikkelissaan, että verkostoituminen on yksi LinkedInin pää-tarkoituksista. Oikein tehtynä verkostoituminen LinkedInissa voi tarjota henkilölle paljon uusia hyötyjä oli se sitten uuden työn löytäminen tai uuden oppiminen. Verkostoituminen LinkedInissa on helppoa ja vaivatonta ja yksi tapa tehdä sitä on kutsua henkilöitä liittymään sinun verkostoosi tai lisäämään heidät ”kaveriksi”. Smulders toteaa, että se on varmaan itsestään selvyyttä mutta LinkedInissa on myös oma haku kenttä. Sen avulla pystyt joko etsimään juuri tiettyjä henkilöitä kenen kanssa haluat verkostoitua tai etsiä suoraan yrityksiä. Artikkelissa mainitaan myös LinkedInin oma ”People you may know” osio tai ihmiset, joita saatat tuntea. Henkilön verkosto, kun alkaa kasvamaan LinkedIn alkaa ehdottamaan hänelle henkilöitä, joita hän saattaisi tuntea, jotta henkilö voisi heidän kanssaan verkostoitua ja tätä kautta jatkuvasti kasvattamaan omaa verkostoa. (Smulders 2021.)



Kuva 4. Kuvitteellinen kuva verkostoitumisesta (Boomtime 2019).

Kuvassa 4 on kuvitteellinen kuva siitä, mitä verkostoituminen on ja miten se tapahtuu. Kuvassa näkyy, miten kaikki on yhdistetty toisiinsa ja kuinka helppoa nykypäivänä on verkostoitua ja löytää uusia ihmisiä.

5 Opinnäytetyön menetelmä ja aineisto

5.1 Menetelmä

Opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista menetelmää eli määrällistä tutkimusta. Määrällistä tutkimusta voidaan käyttää löytämään kaavoja, tehdä ennustuksia tai tuoda tutkimuksen tuloksia laajemmalle yleisölle. Määrällisen tutkimuksen prosessi koostuu tietojen keräämisestä ja numeroiden analysoinnista. (Bhandari 2020.) Tässä opinnäytetyössä tein kysymykset Google Forms alustalle, jossa vastaajat pääsivät vastaamaan täysin anonymisti eikä kenenkään vastaajan mitään henkilötietoja kerätty. Lopussa kyselyn tulosten perusteella tehdään taulukoita ja avataan vastauksia kirjoittamalla.

5.2 Aineisto

Opinnäytetyötä varten tein erillisen kyselyn. Kyselyyn tehtiin vakiodut kysymykset ja vastausvaihtoehdot. Perusjoukkona tässä kyselyssä toimi LinkedIn-verkosto, jonka mielipiteitä, asennetta ja käyttäytymistä pyrittiin selvittämään tämän kyselyn avulla (Tietoarkisto). Kysely luotiin Google Formsiin ja kysymyksiä kyselyssä oli yhteensä 19. Kysely jaettiin samalla tavalla kuin opinnäytetyön viitekehys kolmeen osaan ja jokaisen osion alle omat tarkentavat kysymykset.

Havaintoaineistoa alettiin keräämään 1.4.2022 julkaisemalla kysely LinkedIn-seinälle. Kysely suljettiin 14.4.2022 ja kyselyyn vastasi yhteensä 55 vastaajaa. Kuvassa 5 on ilmoitus, joka julkaistiin LinkedIn seinälle.

Hei, Linkkarin väki! Olen opinnäytetyöni loppuvaiheessa ja tarvitsen teidän apua. Opinnäytetyöni aiheena on LinkedIn henkilön urakehityksessä ja tein tästä aiheesta kyselyn. Pyydän siis teitä käyttämään hetken teidän arvokkaasta ajastanne vastaamalla tähän kyselyyn, siitä olisi minulle suuri apu! Kiitos kaikille jo etukäteen ja erittäin mukavaa kesän odotusta.

The image shows a survey form titled "LinkedIn henkilön urakehityksessä". The text explains the purpose of the survey: to see if job hunting is easier on LinkedIn compared to other available channels, and to investigate how users benefit from LinkedIn and how often they use it. The form includes a "Required" section with a radio button selection for age groups: 18-25, 26-34, 35-50, and 50+. Below this is a text input field for "Sukupuoli" (Gender). At the bottom, the title "LinkedIn henkilön urakehityksessä" is repeated, followed by the source "docs.google.com" and a "1 min read" indicator.

Kuva 5. LinkedIn ilmoitus kyselyn julkaisemisesta.

6 Selvityksen tulokset

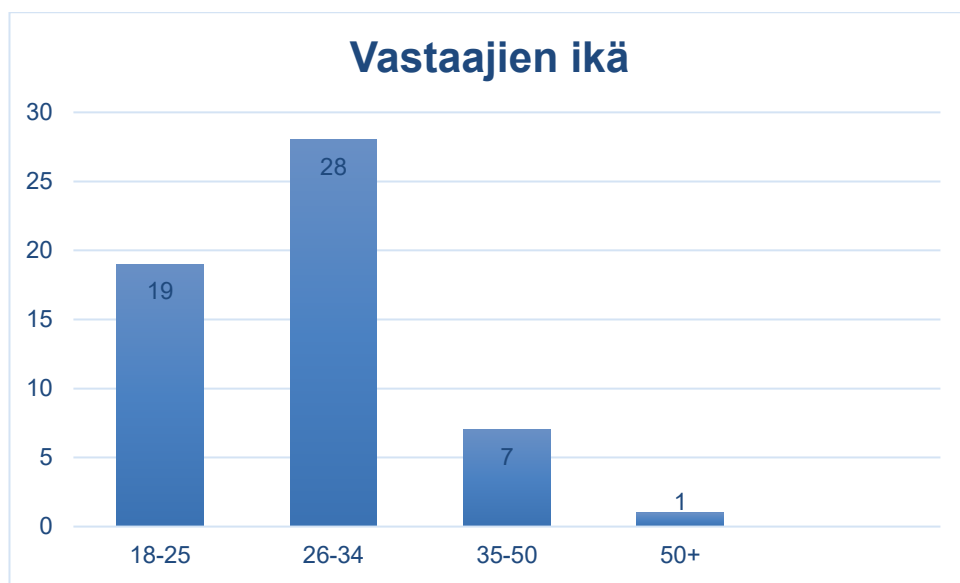
6.1 Tulosten luotettavuus

Vehkalahti kuvailee, että validiteetin tarkoituksena on kertoa, mitattiinko kyselyn avulla sitä mitä pitikin ja reliabiliteetti taas kertoo sen, miten tarkasti sitä pystyttiin mittaamaan kyselyssä. (Vehkalahti 2008, 41). Taanilan mukaan, mikäli kyselyn reliabiliteetti on heikko niin myös kyselyn validiteetti tulee olemaan heikko. Taanila painottaakin, että virheellisillä vastauksilla ei voida mitata luotettavasti sitä mitä on tarkoitus mitata. (Taanila 2019.)

Kyselyllä onnistuttiin mittaamaan sitä, mitä oli tarkoitus mitata, joten,- tutkimus oli validi. Tavoitteena oli selvittää LinkedIn-verkostoltani mihin LinkedInia oli käytetty työllistymisen jälkeen, kuinka paljon LinkedInia käytetään ja koetaanko LinkedInin olevan hyödyllinen sivusto. Näiden kysymysten avulla pystyttiin selvittämään, millä tavoilla LinkedIn voi olla avuksi henkilön urakehityksessä.

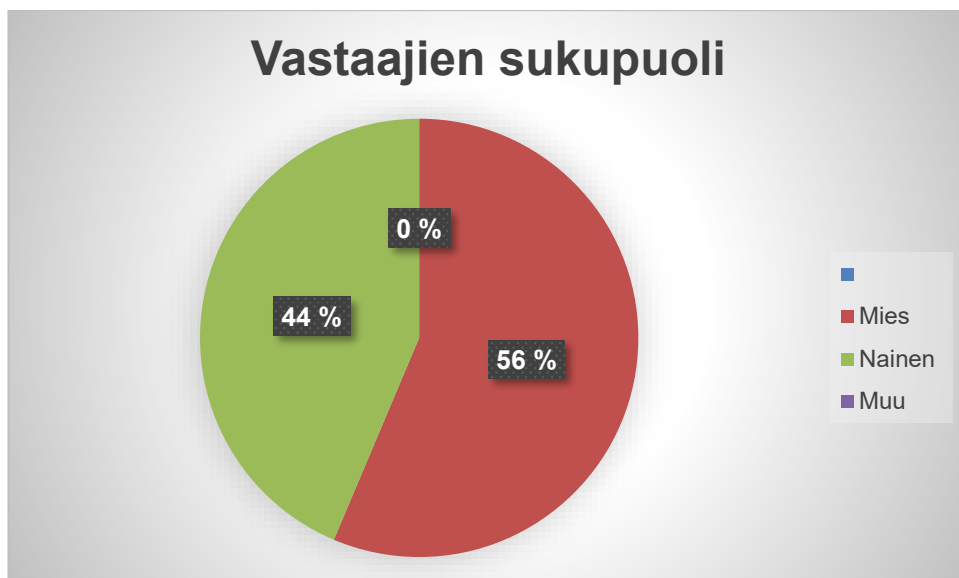
6.2 Selvityksen kyselyn tulokset ja vastaajien perustiedot

Selvityksen kysymykset koostuivat henkilön perustiedoista ja LinkedInin käyttöön liittyvistä kysymyksistä. Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 55 kappaletta. Kysely julkaistiin LinkedIniin 1.4.2022 ja kysely suljettiin 14.4.2022. Kysely luotiin Google Forms-alustalle, jossa vastaajat vastasivat kysymyksiin anonyymisti. Kyselyssä ei siis kerätty vastaajilta mitään henkilötietoja.



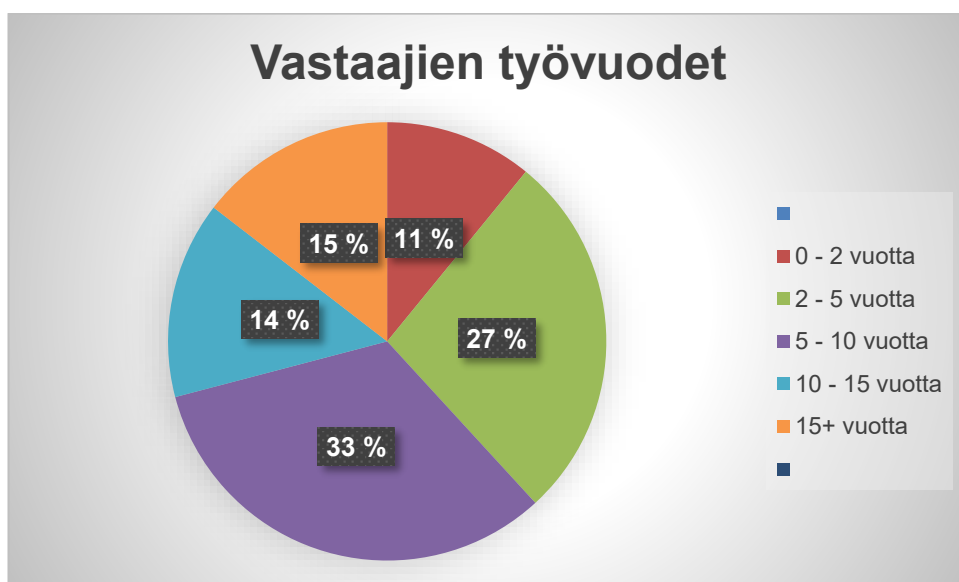
Kuvio 1. Vastaajien ikä.

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin vastaajien ikää kuvio 1. Vastausvaihtoehtoja tähän oli neljä. Vastaajista noin puolet (28 vastaajaa) oli 26–34 vuotiaita, noin kolmannes (19 vastaajaa) oli 18–25 vuotiaita, noin 13 % (7 vastaajaa) oli 35–50 vuotiaita. Vain yksi vastaaja ilmoitti olevansa yli 50-vuotias.



Kuvio 2. Vastaajien sukupuoli

Kysymyksessä 2 kysyttiin vastaajien sukupuolta. Vastausvaihtoehtoja oli kolme, mies, nainen tai muu. Vastaajista noin 56 % (31 vastaajaa) oli miehiä ja noin 44 % (24 vastaajaa) oli naisia.



Kuvio 3. Vastaajien työvuodet.

Kysymyksessä 3 kysyttiin vastaajilta, kuinka pitkään he ovat olleet työelämässä. Kolmannes vastaajista (18 vastaajaa) oli ollut 5–10 vuotta työelämässä, noin 30 % (15 vastaajaa) 2–5 vuotta, 14,5 % (8 vastaajaa) 10–15 vuotta, 14,5 % (vastaajaa) 15+ vuotta ja 10,9 % (6 vastaajaa) 0–2 vuotta.

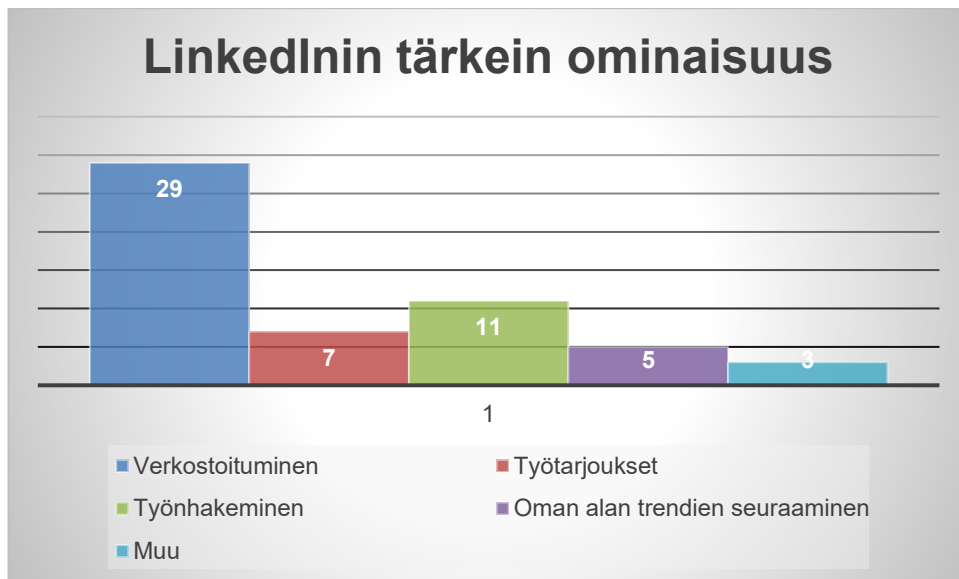
6.3 Kokemukset LinkedInista

Tässä luvussa esitellään vastauksia kysymyksiin, joissa kysyttiin yleisiä kokemuksia LinkedInista.



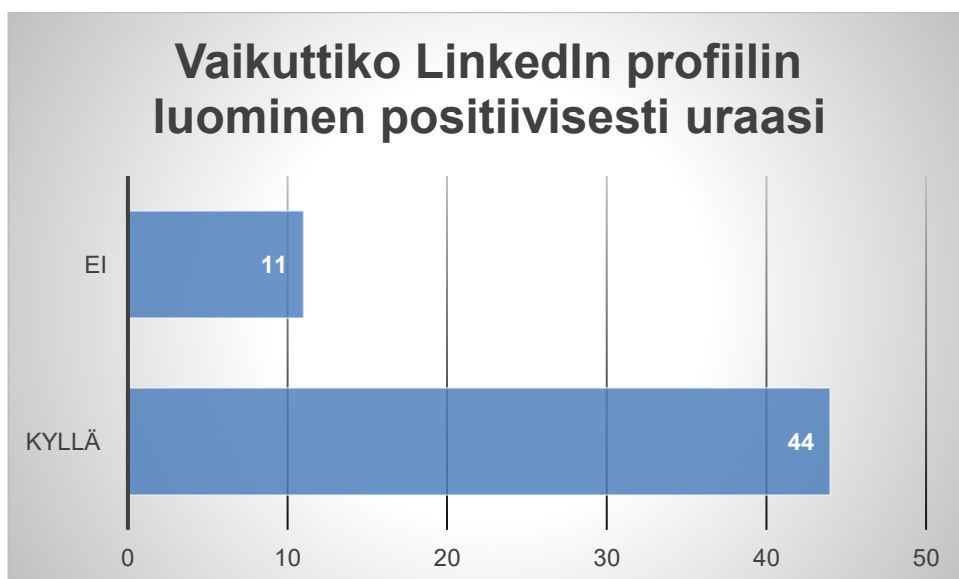
Kuvio 4. LinkedInin hyödyllisyys vastaajien näkökulmasta.

Kysymyksessä 4 kysyttiin vastaajilta, kokevatko he LinkedInin hyödylliseksi. Vastaajista 49 kokee LinkedInin olevan hyödyllinen sivusto, kun taas vain 6 vastaajaa kokee päinvastoin.



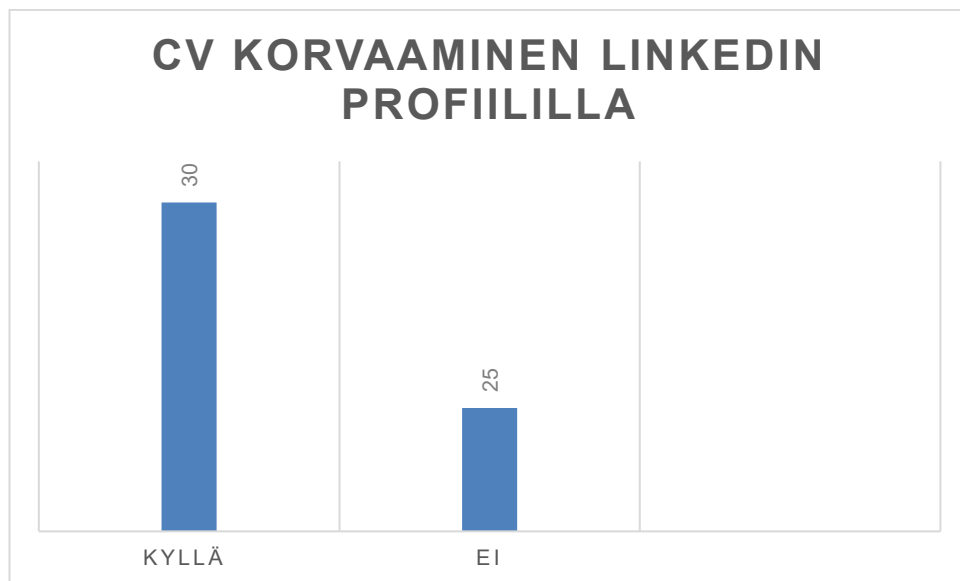
Kuvio 5. LinkedInin tärkein ominaisuus vastaajien mielestä.

Vastaajista noin puolet (29 vastaajaa) kokivat tärkeimmäksi ominaisuudeksi LinkedInissa verkostoitumisen. 20 % vastaajista (11 vastaajaa) pitivät tärkeänä työnhakemista LinkedInissa. Noin 13 % vastaajista (7 vastaajaa) koki työtarjouksien olevan tärkein ominaisuus. Oman alan trendien seuraamista tärkeimpänä piti 9 % vastaajista (5 vastaajaa).



Kuvio 6. LinkedInin vaikutus vastaajien urakehitykseen.

Suurin osa vastaajista (44 vastaajaa) oli sitä mieltä, että LinkedIn-profiilin luomisella oli positiivinen vaikutus heidän uraansa. 20 % vastaajista (11 vastaajaa) eivät uskoneet siihen, että LinkedIn-profiilin luomisella olleen positiivista vaikutusta heidän uraansa.



Kuvio 7. Voisiko LinkedIn-profiili vastaajien mielestä korvata CV:n ja työnhakukirjeet?

Kysymyksessä 7 oli tarkoitus selvittää vastaajilta heidän mielipiteensä siitä, olisiko mahdollista korvata CV ja työnhakukirje pelkällä LinkedIn profiililla. Yli puolet vastaajista (30 vastaajaa) kokivat sen olevan mahdollista, kun taas hieman alle puolet (25 vastaajaa) eivät.



Kuvio 8. Koetaanko LinkedIn hyödylliseksi myös työllistymisen jälkeen?

Kuviossa 8 näemme suurimman osan vastaajista (49 vastaajaa) kokevan LinkedInin olleen hyödyllinen myös heidän työllistymisensä jälkeen. Kuuden vastaajan mielestä LinkedIn ei ole ollut hyödyllinen työllistymisen jälkeen.

Kysymyksessä 9 vastaajia pyydettiin lyhyesti kertomaan mihin he ovat LinkedInia työllistymisen jälkeen käyttäneet? Vastaajien keskuudesta kaksi asiaa nousi eniten esille. Melkein kaikki vastaajat vastasivat, että ovat käyttäneet LinkedInia verkostoitumiseen työllistymisensä jälkeen. Oman alan trendien seuraaminen oli toinen mikä tuli vahvasti esiin. Työllistymisen jälkeen koetaan siis verkostoitumisen ja trendeissä perillä pysyminen erittäin tärkeänä. Vastaajien vastauksista nousi esille myös kyky jatkuvasti seurata, mitä omalla tai eri aloilla tapahtuu. Seuraavassa on muutamia vastauksia suoraan kyselystä:

”Työpaikkojen selailuun, työmarkkinoiden tarkasteluun.”

”Verkostoitumiseen, trendien ja alan seuraamiseen, rekrytointiin.”

”Työhön liittyvien ajankohtaisten asioiden seuraamiseen, lisäverkostoitumiseen ja mahdollisten uusien haasteiden löytämiseen.”

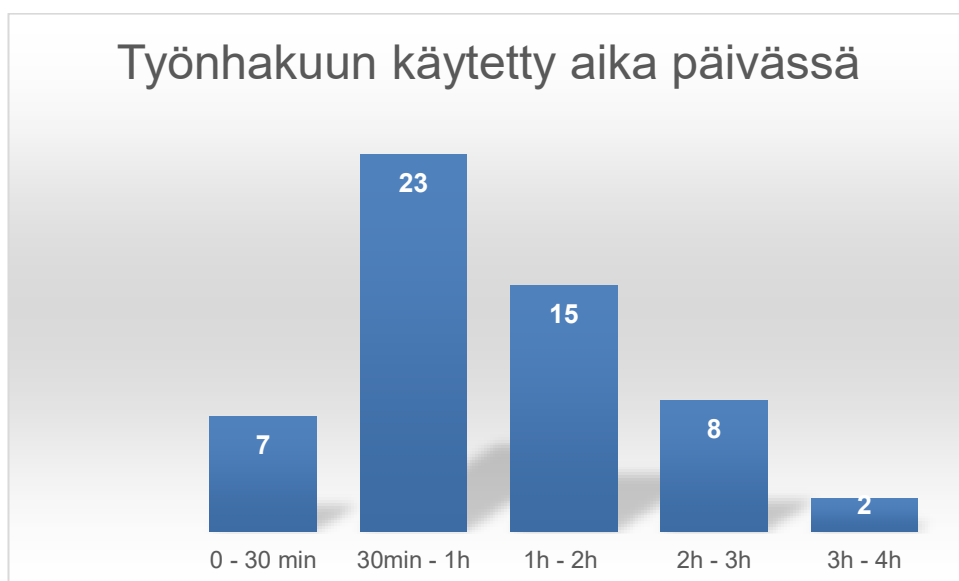
”Verkostoitumiseen, alan trendien seuraamiseen, myynnin avuksi ja rekrytoinnin avuksi.”

”Seuratakseen uutisia sekä mitä oman firman sisällä tapahtuu.”

”Oman ammattiprofiilin ylläpitämiseen sekä mahdollisten tulevien työpaikkojen seuraamiseen.”

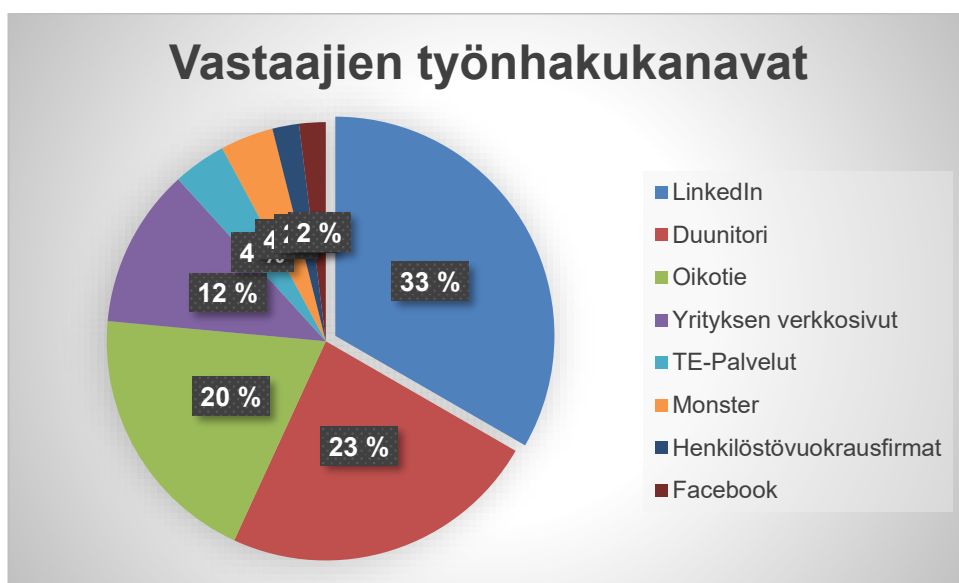
6.4 Vastaajien työnhaku kokemukset

Tässä luvussa esitellään vastauksia kysymyksiin, joissa kysyttiin yleisiä kokemuksia työnhausta.



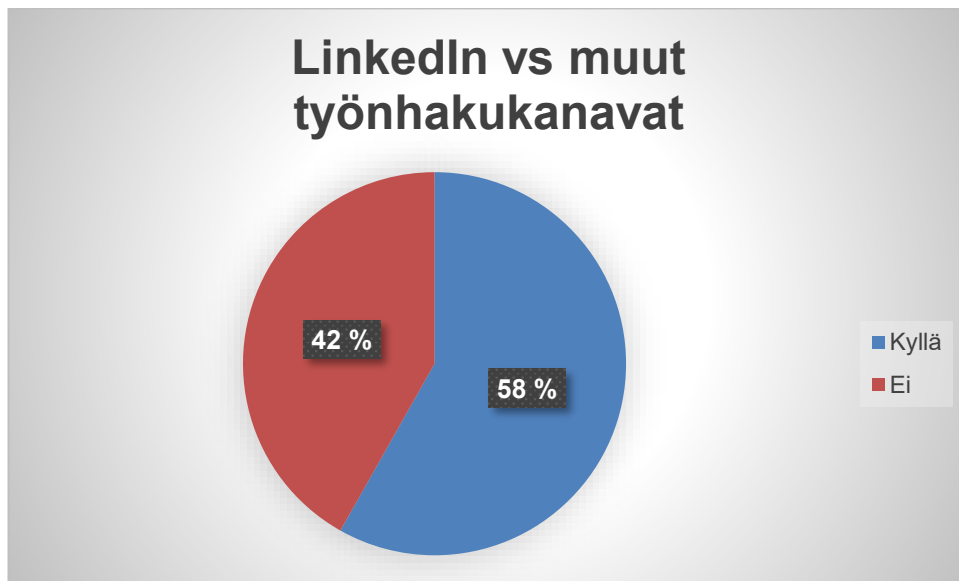
Kuvio 9. Vastaajien käyttämä aika työnhakuun päivässä.

Kysymyksessä 10 vastaajia pyydettiin kertomaan kuinka paljon he käyttävät aikaa työnhakuun päivässä. Työnhakuun aikaa 0–30min ilmoitti käyttävänsä noin 13 % vastaajista (7 vastaajaa). 42 % vastaajista (23 vastaajaa) ilmoitti käyttävänsä työnhakuun 30minuuttia – 1 tunti. 27 % vastaajista (15 vastaajaa) ilmoitti käyttävänsä 1–2 tuntia. 2–3 tuntia työnhakemiseen käyttää noin 15% vastaajista (8 vastaajaa). Vain kaksi vastaajaa sanoi käyttävänsä työnhakuun aikaa 3-4 tuntia.



Kuvio 10. Vastaajien käyttämät työnhakukanavat.

Kysymyksessä 12 vastaajia pyydettiin valitsemaan yksi työnhakukanava, jota he käyttävät eniten. Noin kolmannes vastaajista (17 vastaajaa) käyttää työnhauksaan eniten LinkedIn sivustoa. Noin 22 % vastaajista (12 vastaajaa) ilmoitti käyttävänsä Duunitoria. 18 % vastaajista (10 vastaajaa) sanoi käyttävänsä Oikotietä. Noin 11 % vastaajista (6 vastaajaa) kertoi käyttävänsä yritysten omia verkkosivuja. Noin 4 % vastaajista (2 vastaajaa) molemmissa ilmoitti käyttävänsä joko Monster tai TE-palveluita työnhakemiseen.



Kuvio 11. Koetaanko LinkedInissa työnhaku helpommaksi kuin muissa työnhakukanavissa.

Enemmistö vastaajista (32 vastaajaa) kokevat työnhakemisen olevan helpompaa LinkedInissa, kun muissa kanavissa mitä on tällä hetkellä tarjolla. Noin 42 % vastaajista (23 vastaajaa) eivät kokeneet työnhakemisen olevan helpompaa LinkedInissa.

Kysymyksessä 14 pyydettiin vastaajia perustelemaan lyhyesti, miksi he vastasivat "Kyllä" tai "Ei" kysymykseen 13. Vastaajien perusteluista nousee vahvasti esille se, että LinkedIn filtterit helpottavat löytämään paremmin juuri henkilöille sopivaa työtä sekä, LinkedIn osaa hyvin ehdottaa paikkoja, jotka vastaavat henkilöiden koulutusta ja työhistoriaa. Easy Apply nousee myös esiin vastauksista koska se on helppo ja nopea tapa hakea töitä kuvailevat vastaajat. Viimeisenä asiana vastauksista nousee esille LinkedInin tarjoama mahdollisuus olla suoraan yhteydessä työnantajaan ja mahdollisuus verkostoitua ja sitä kautta saamaan lisää tietoa työpaikasta. Seuraavassa on muutamia suoria vastauksia kyselystä:

” LinkedIn näyttää melko hyvin niitä paikkoja mitkä sopivat omiin hakuehtoihini jolloin aika ei mene erillisten palveluiden selaamiseen lävitse uudelleen ja uudelleen.”

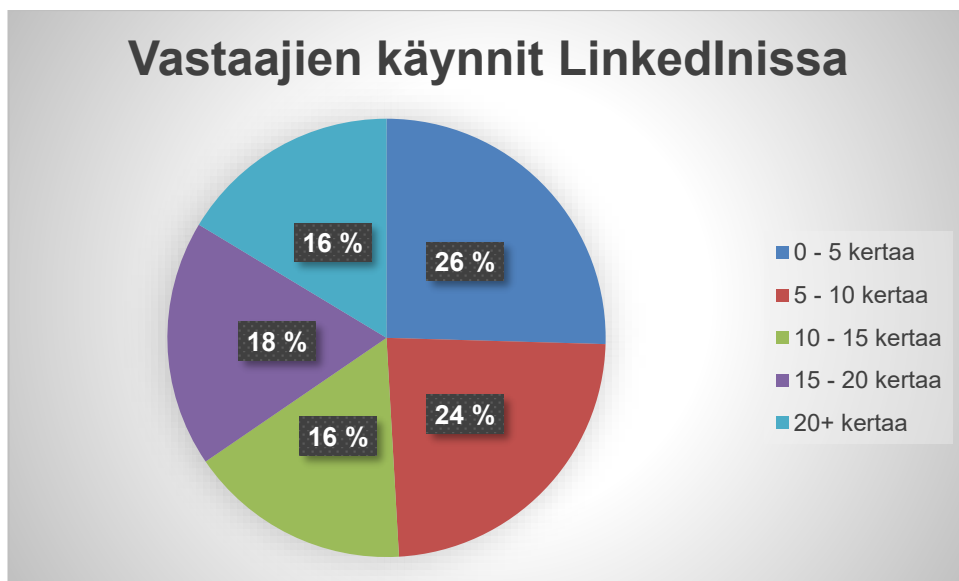
” LinkedInin tarjoamat filtterit helpottavat löytämään juuri itselleen sopivaa työtä.”

” Keskitetty järjestelmä helpottaa huomattavasti työnhakijoiden taakkaa sekä edistää hakemusten vertailtavuutta, kun ovat kaikki samassa formaatissa. Helpottaisi myös mahdollisesti yritysten rekrytaakkaa, kun ei tarvitse hankkia erilaisia rekryportaaleja sekä voi kohdistaa paikan mainonnan suoraan vaikkapa kaikille päteville henkilöille. LinkedIn osaa myös ehdottaa minua ehkä kiinnostavia työpaikkoja tasaisin väliajoin.”

” LinkedInin Jobs -osiolla on sekä huonot että hyvät puolensa. Hyvää on se, että se tarjoaa kohdennetusti juuri minulle sopivia paikkoja. Toisaalta sen käyttäminen tehokkaasti vaatii myös sitä, että osaisin itse pohtia, mitkä asiat ja tehtävät minua kiinnostavat ja hakisin niitä. Sitä käyttäessä saan jonkin verran kapeamman otannan minulle soveltuvista paikoista, sillä se tarjoaa minulle lähinnä nykyistä positiotani vastaavia tehtäviä.”

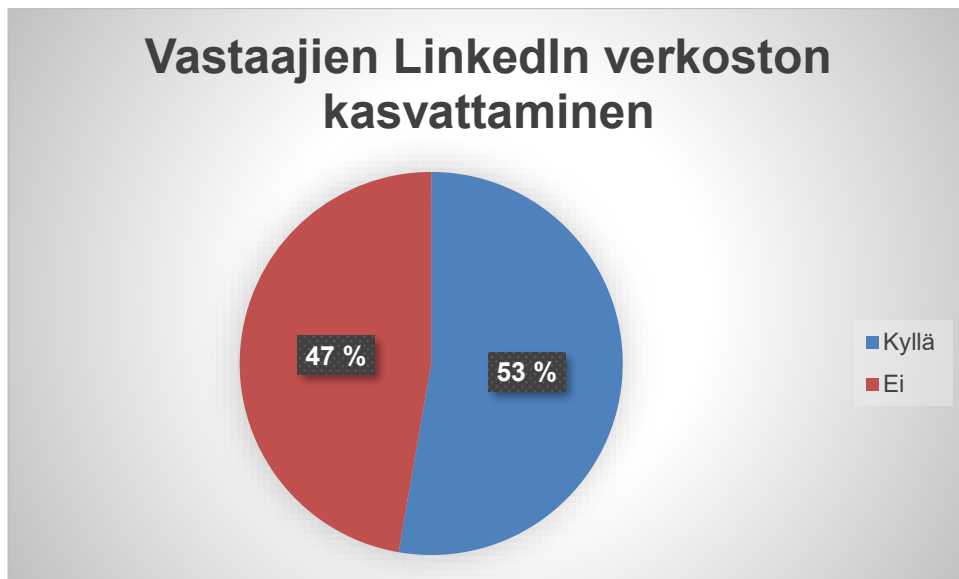
6.5 Verkostoituminen LinkedInissa

Tässä luvussa esitellään vastauksia kysymyksiin, joissa kysyttiin yleisiä kokemuksia verkostoitumisesta LinkedInissä.



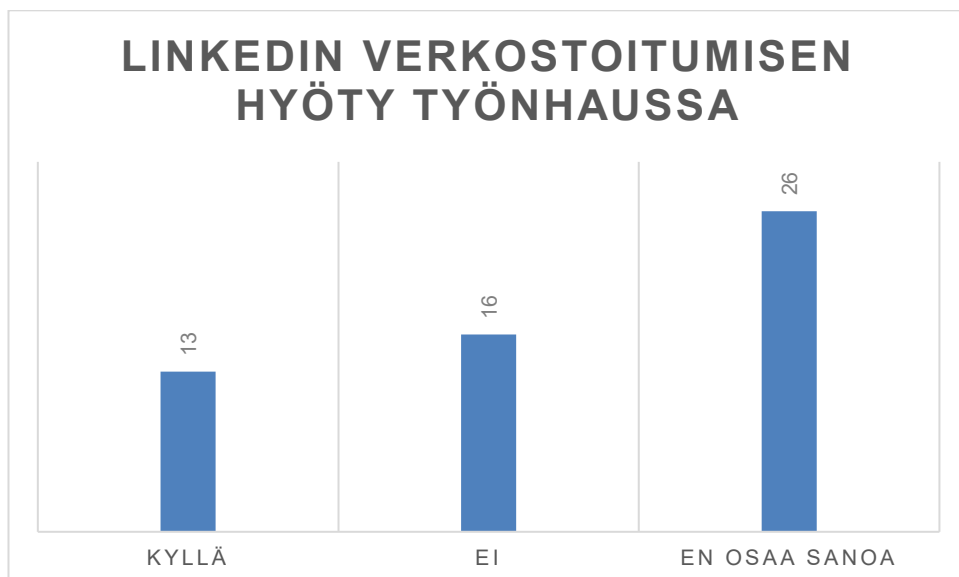
Kuvio 12. Vastaajien käyntikerrat LinkedInissa viikossa.

26 % vastaajista (14 vastaajaa) kertoi käyttävänsä LinkedInia 0–5 kertaa viikossa. Noin 24 % vastaajista (13 vastaajaa) ilmoitti käyttävänsä LinkedInia 5–10 kertaa viikossa. 16 % vastaajista (9 vastaajaa) vastasi käyttävänsä LinkedInia 10–15 kertaa viikossa. 18 % vastaajista käyttää LinkedInia 15–20 kertaa viikossa. 20+ kertaa viikossa LinkedInia käytti 16 % vastaajista (9 vastaajaa).



Kuvio 13. Pyrkivätkö vastaajat jatkuvasti kasvattamaan LinkedIn verkostoaan.

Enemmistö vastaajista (29 vastaajaa) vastasi, että he pyrkivät jatkuvasti kasvattamaan omaa verkostoaan. Alle puolet vastaajista (26 vastaajaa) kertoi, että he eivät pyri aktiivisesti kasvattamaan heidän LinkedIn verkostoaan.



Kuvio 14. Auttaako LinkedIn verkostoituminen työnhaussa?

Melkein puolet vastaajista (26 vastaajaa) ei osannut sanoa onko verkostoitumisesta ollut hyötyä heidän työnsä. Noin kolmannes vastaajista (16 vastaajaa) koki, että verkostoitumisella ei ole ollut ollenkaan hyötyä heidän työnsä. Noin 24 % vastaajista (13 vastaajaa) kokivat, että verkostoitumisesta on ollut heille hyötyä työnsä.

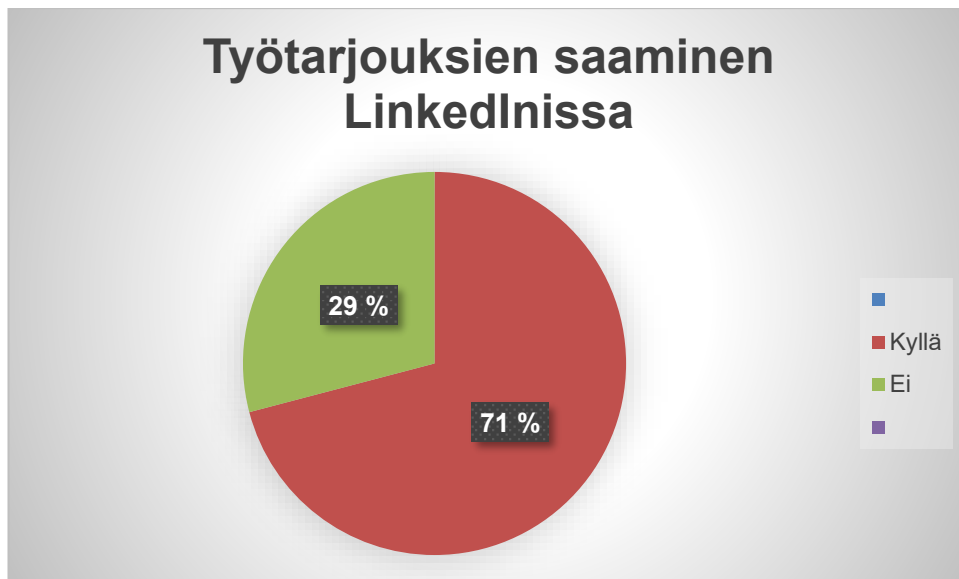
Kysymyksessä 18 pyydettiin lyhyesti kuvailemaan, vaikuttiko verkoston kasvattaminen vastaajien työnsä. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että,- ei mitenkään tai ei osannut sanoa niin kuin kuviossa 14 on esitetty. Vastaajat kuitenkin tarkensivat, että,- vaikutus voisi näkyä potentiaalisesti tulevaisuudessa. Osa vastaajista oli sitä mieltä, että,- verkoston kasvattaminen toi heille lisänäkyvyyttä, jonka ansioista enemmän suorahakua tekevät rekrytoijat löysivät heidät. Seuraavassa on muutamia suoria vastauksia kyselystä:

” Ei suoraan, mutta esimerkiksi niin että linkkari gurun saamalla vinkeillä olen saanut hurjan määrän liikennettä profiiliini ja postaukseeni. Mm viraali linkkari-postaukseni työnsä liittyen (350 000 lukukertaa) on tullut usein puheeksi työhaastatteluissa.”

” En osaa sanoa. Potentiaalinen vaikutus voisi näkyä tulevaisuudessa, jos hakemassani työpaikassa on jo joku verkostooni kuuluva entinen työkaveri tai muu, joka mahdollisesti voisi suositella minua.”

” Pääsin työhaastatteluun nopeammin, koska olin nykyiseen esimieheeni ensin yhteydessä LinkedInissä.”

” Toistaiseksi sillä ei ole ollut vaikutusta, mutta uskon sen vaikuttavan jatkossa, mikäli työpaikkaa tulen vaihtamaan.”



Kuvio 15. Olivatko vastaajat saaneet työtarjouksia LinkedInissa?

Enemmistö vastaajista (39 vastaajaa) oli saanut työtarjouksia LinkedInin kautta. Noin kolmannes vastaajista (16 vastaajaa) kertoivat, että eivät olleet saaneet työtarjouksia LinkedInissa.

7 Oma pohdinta

7.1 Oma pohdinta vastauksista

Selvityksen alussa vastaajia pyydettiin vastaamaan siihen, kuinka pitkään he olivat olleet työelämässä. Tällä kysymyksellä pyrittiin saamaan näkökulmaa siihen vaikuttaako henkilön työuran pituus siihen, miten hän LinkedInia käyttää tai millaisena hän sivuston kokee. Melkein 90 % vastaajista (kuvio 4.) koki LinkedInin olevan hyödyllinen sivusto, joten vastaajien työuran pituudella ei ollut väliä siihen millaisena LinkedIn koettiin. Puolet vastaajista koki, että LinkedInin tärkein ominaisuus on verkostoituminen. Tästä voimmekin päätellä, että verkostoituminen on se ominaisuus, joka vaikuttaa vastaajien mielestä positiivisesti heidän uraansa kuten 80 % vastaajista kuviossa 6 vastasi. Vastaajien keskuudessa oli myös epäröintiä ja tietämättömyyttä havaittavissa, sillä kuitenkin osa ei

uskonut LinkedIn profiilin luomisella olleen minkäänlaista vaikutusta heidän uraansa. Tällaiset kokemukset voivat mahdollisesti johtua siitä, että LinkedIn alustalla ei saa riittävän selkeästi siitä tietoa, miten vaikkapa mahdollinen työnantaja hänet löysi. Käyttäjän omalla aktiivisuudella voi myös olla vaikutusta siihen, että ei koeta LinkedInilla olevan positiivista vaikutusta henkilön uraan.

Yli puolet vastaajista piti sitä mahdollisena, että CV:n ja työnhakukirjeen voisi korvata pelkällä LinkedIn-profiililla. Tähän saattaa vaikuttaa se, että se tekisi työhausta mielestäni paljon helpompaa ja nopeampaa. Suurin osa vastaajista ei kuitenkaan työnhakuun päivässä käyttänyt enempää kuin yhden tunnin. Nopeampi ja helpompi työnhakeminen toisi yrityksille varmasti enemmän hyviä ja potentiaalisia hakijoita koska hakeminen ei olisi niin vaivalloista, kun se on nyt. Melkein 60 % vastaajista koki työnhakemisen olevan helpompaa LinkedInissa kuin muissa tarjolla olevissa palveluissa. Mielestäni LinkedInin olisi hyvä ottaa tästä koppia ja kehittää helppoa hakemista lisää.

Vastaajat käynti määrä LinkedInissa viikossa oli vaihteleva. Siitä huolimatta yli puolet vastaajista kertoi kuitenkin jatkuvasti pyrkivänsä verkoston kasvattamiseen. Huomasin kuitenkin, että melkein puolet vastaajista ei osannut sanoa olisiko verkostoitumisesta olleen ollenkaan hyötyä heidän työhaussa. LinkedIn tai työnantajat eivät ehkä kykene suoranaisesti ilmoittamaan sitä, että he löysivät kyseisen hakijan hänen verkoston kautta. Tässä ominaisuudessa olisi siis paljon parannettavaa koska vastaajat kuitenkin kokivat verkostoitumisen olevan tärkein LinkedInin ominaisuus. Viimeisessä kysymyksessä kysyttiin vastaajilta, sitä olivatko he saaneet työtarjouksia LinkedInissa. Melkein 71 % vastasi ”Kyllä”. Tästä näemme, vaikka monet eivät osanneet sanoa vaikuttiko verkoston kasvattaminen heidän työnhakuunsa, että kyllä sillä oli vaikutusta. Henkilö on paljon helpompi löytää tai huomata mikäli hän on aktiivinen LinkedInissa ja pyrkii jatkuvasti kasvattamaan verkostoaan.

7.2 Johtopäätökset

Selvityksen tarkoituksena oli selvittää miten LinkedIn voi auttaa henkilön urakehityksessä. Hoppe ja Laine (2014, 105) esittävät, että jotta henkilö pystyisi hyödyntämään

LinkedInia työhaussa tehokkaasti, hänen on hyvä ymmärtää, miten LinkedInin logiikka toimii. Henkilö kykenee vaikuttamaan omaan löydettävyyteensä LinkedInissa käyttämällä omassa profiilissa omaa osaamistaan kuvaavia oikeanlaisia asiasanoja.

Tähän mielestäni saatiin hyvä näkökulma vastauksista, joita sain kyselyyni. Verkostoitumista pidettiin LinkedInissa erittäin tärkeänä ominaisuutena. Se mahdollistaa käyttäjälle uusien mahdollisuuksien löytämistä ja mahdollisesti uusien kiinnostavien henkilöiden löytämistä. Vastaajat kertoivat myös jatkuvasti seuraavansa oman alan trendejä LinkedInissa. Tällä on erittäin iso rooli jokaisen ammattilaisen urakehityksessä, sillä, - trendeissä perillä pysymisellä varmistaa sen, että, - kehittyä jatkuvasti ja oppii uutta. Jatkuvalla kehitymisellä ja relevanttina pysymisellä omalla alla LinkedIn auttaa henkilöitä heidän urakehityksessään. Henkilön urakehitykseen LinkedIn voi vaikuttaa monella eri tavalla, mutta isoimpana vaikutuksena kehitykseen on nimenomaan verkostoituminen sivustolla. Verkostoituminen avaa henkilölle paljon uusia mahdollisuuksia, ja verkostoitumisen kautta voi löytää uusia yhteistyökumppaneita tai mahdollisesti, jopa uuden työpaikan.

Työnhakijan roolissa olevalle LinkedIn on erityisen tärkeä työkalu. Ei ole väliä onko henkilö vasta valmistunut tai ollut jonkin aikaa työelämässä. Työnhakeminen voi välillä olla haastavaa ja työpaikan löytäminen tuntua mahdottomalta. Verkostoa kasvattamalla ja pysymällä aktiivisena LinkedIn voi tuottaa tulosta hyvinkin nopeasti. Hyvin täytetyllä profiililla on iso merkitys omaan löydettävyyteen. Asia, jota suosittelisin kaikkien tekevän enemmän, on oikeiden avainsanojen käytön omassa profiilissa, sillä nämä ovat ne sanat, joilla rekrytoijat etsivät uusia työntekijöitä.

Opinnäytetyöni käsitteli LinkedInia työnhakijan näkökulmasta ja sitä, mihin kaiken LinkedInia voi käyttää työllistymisen jälkeen. Tähän saatiin mielestäni hyvä ja selkeä vastaus. Mielenkiintoista olisi kuitenkin tulevaisuudessa nähdä jonkun lähestyvän tätä samaa aihetta, mutta työnantajan näkökulmasta. Parempi kuva siitä, miten työnantaja käyttää LinkedInia, voisi hyödyntää tätäkin työtä ja auttaisi vastaamaan paremmin kysymyksiin, joihin kaikki tämän opinnäytetyön kyselyyn vastanneet eivät osanneet vastata.

Lähteet

Bice, Bill 2019. Networking without the empty calories. Boomtime 15.3.2019. <https://www.boomtime.com/networking-without-the-empty-calories/>. Viitattu 7.4.2022.

Deehan, Jane 2022. 20 steps to a better LinkedIn profile in 2022. LinkedIn 1.1.2022. <https://www.linkedin.com/business/sales/blog/profile-best-practices/17-steps-to-a-better-linkedin-profile-in-2017>. Viitattu 4.4.2022

Dewar, Jen 2013. Recruiting active vs. Passive Candidates. LinkedIn 20.12.2013. <https://www.linkedin.com/business/talent/blog/talent-acquisition/recruiting-active-vs-passive-candidates>. Viitattu 6.4.2022.

Doyle, Alison 2021. Success tips for passive job seekers. The balance careers 8.3.2021. <https://www.thebalancecareers.com/top-tips-for-passive-job-seekers-2062188>. Viitattu 6.4.2022.

Duunitori. Työnhakuopas. <https://duunitori.fi/tyoelama/tyonhakuopas/tyonhaku/tyonhaku-alkuun>. Viitattu 2.4.2022.

EU Business School 2021. What is online networking? 26.8.2021. <https://www.euruni.edu/blog/what-is-online-networking-benefits-for-business-professionals/>. Viitattu 7.4.2022.

Gordon, Jason 2021. LinkedIn for career development. The Business Professor 28.9.2021. https://thebusinessprofessor.com/en_US/profession/linkedin-for-career-development. Viitattu 4.4.2022.

Hoppe, Teija & Laine, Tom. 2014. Työnhakuopas mitä, miten, missä? Alma Talent. Alma Talent Bisneskirjasto, Helsinki. [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.metropolia.fi/teos/JAIBBXXTBBAED#kohta:I\(\(20\)PERINTEINEN\(\(a0\)TY\(\(d6\)NHAKU\(\(20\)piste:b0](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.metropolia.fi/teos/JAIBBXXTBBAED#kohta:I((20)PERINTEINEN((a0)TY((d6)NHAKU((20)piste:b0). Viitattu 24.3.2022.

Johnson, Dave 2019. What is LinkedIn? A beginner's guide to the professional networking and career development site. <https://www.businessinsider.com/what-is-linkedin?r=US&IR=T>. Viitattu 5.4.2022.

Kurvinen, Jarkko & Laine, Tom & Tolvanen, Ville 2017. Henkilöbrändi asiantuntijasta vaikuttajaksi. Alma Talent. Alma Talent Bisneskirjasto. Helsinki. <https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.metropolia.fi/teos/IAGBBXDTEB#piste:b4>. Viitattu. 25.3.2022.

LinkedIn. Difference Between Free LinkedIn and Premium LinkedIn Accounts. <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/71>. Viitattu 31.3.2022.

LinkedIn. Search for Jobs on LinkedIn.

<https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a511260>. Viitattu 9.2.2022.

Matikka, Mikko 2021. 10 helppoa vinkkiä hyvään LinkedIn profiiliin. aTalent 9.3.2021. <https://atalent.fi/blog/10-vinkkia-huippuprofiiliin-nain-loistat-linkedinissa>. Viitattu 5.4.2022.

Miller Cole, Bianca 2019. 10 reasons why networking is essential for your career. Forbes 20.3.2019.

<https://www.forbes.com/sites/biancamillercole/2019/03/20/why-networking-should-be-at-the-core-of-your-career/?sh=1fae92eb1300>. Viitattu 7.4.2022.

Orlando, Carita 2020. Viisi vinkkiä verkostoitumiseen. Uusyrityskeskus 18.2.2020. <https://uusyrityskeskus.fi/blogi/viisi-vinkkia-verkostoitumiseen/>. Viitattu 7.4.2022.

Pritha, Bhandari 2020. What is quantitative research? Scribbr 12.6.2020.

<https://www.scribbr.com/methodology/quantitative-research/>. Viitattu 4.5.2022.

Pushup Incorporation.2020. LinkedIn as a tool for branding and business development. <https://medium.com/@pushupincorporation/linkedin-as-a-tool-for-branding-and-business-development-2b75ebb0795c>. Viitattu 1.4.2022.

Ricci, Tom 2011. 5 ways to buold your business network. Asme 9.9.2011.

<https://www.asme.org/topics-resources/content/5-ways-to-build-your-business-network>. Viitattu 7.4.2022.

Ruuska, Teemu 2019. Haluatko, että headhunter löytää sinut LinkedInissä? In-Hunt 16.4.2014. <https://inhunt.fi/2019/04/haluatko-etta-headhunter-loytaa-sinut-linkedinissa-naiden-vinkkien-avulla-se-onnistuu/>. Viitattu 6.4.2022.

Rycraft, Sarah 2018. 7 benefits of using LinkedIn. LinkedIn 24.5.2018.

<https://www.linkedin.com/pulse/7-benefits-using-linkedin-sarah-rycraft/>. Viitattu 31.3.2022.

Schawbel, Dan 2021. How to build your network. Americanexpress 25.10.2021.

<https://www.americanexpress.com/en-us/business/trends-and-insights/articles/7-ways-to-build-a-strong-network/>. Viitattu 7.4.2022.

Smulders, Stefan 2021. How to network on LinkedIn. Expand.io 4.5.2021.

<https://expandi.io/blog/how-to-network-on-linkedin/>. Viitattu 7.4.2022

Starr, Jason 2019. How to be spotted by headhunters on LinkedIn – 5 tips! Lin-

kedIn 8.11.2019. <https://www.linkedin.com/pulse/how-spotted-headhunters-linkedin-5-tips-jason-starr/>. Viitattu 6.4.2022.

Statista. Share of LinkedIn users in Finland 2021.

<https://www.statista.com/statistics/560867/share-of-linkedin-users-in-finland-by-usage-frequency/#statisticContainer>. Viitattu 31.3.2022.

Taanila, Aki. 2019. Kyselytutkimuksen luotettavuus. Tilastoapu 31.3.2019. <https://tilastoapu.wordpress.com/2012/03/13/kyselytutkimuksen-luotettavuus/>. Viitattu 18.4.2022.

Tietoarkisto 2021. Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/index.html>. Viitattu 4.5.2022.

Torppa, Tiina. 2013. Yksin työskentelevän opas. Alma Talent. Alma Talent Businesskirjasto, Helsinki. [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.metropolia.fi/teos/BAJBBXXTBBAED#kohta:YKSIN\(\(20\)TY\(\(d6\)SKE NTELEV\(\(c4\)N\(\(20\)OPAS\(\(20\)/piste:b4](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.metropolia.fi/teos/BAJBBXXTBBAED#kohta:YKSIN((20)TY((d6)SKE NTELEV((c4)N((20)OPAS((20)/piste:b4). Viitattu 7.4.2022.

University of Denver 2018. 7 Practical Steps to Follow in Your Job Search. 29.5.2018. <http://career.du.edu/blog/2018/05/29/7jobsearchsteps/>. Viitattu 1.4.2022.

Vehkalahti, Kimmo 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Tammi, Helsinki.

Vilkka, Hanna 2014. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Tammi, Helsinki. <http://hanna.vilkka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>. Viitattu 4.4.2022.

Kyselylomake

Ikä

*

☐ 18 - 25

☐ 26 - 34

☐ 35 - 50

☐ 50 +

Sukupuoli

☐ Mies

☐ Nainen

☐ Muu

Kuinka pitkään olet ollut työelämässä? *

☐ 0 - 2 vuotta

☐ 2 - 5 vuotta

☐ 5 - 10 vuotta

☐ 10 - 15 vuotta

☐ 15+ vuotta

Voisiko mielestäsi CV:n ja työnhakukirjeen korvata pelkällä LinkedIn profiililla? *

☐ Kyllä

☐ Ei

Koetko että LinkedIn on ollut hyödyllinen myös työllistymisen jälkeen? *

☐ Kyllä

☐ Ei

Kerro lyhyesti mihin olet käyttänyt LinkedIniä työllistymisen jälkeen?

Lyhyt vastausteksti

Työnhakuprosessi

Vastaa kysymyksiin kuin hakisit nyt työpaikkaa

Hakiessasi töitä, kuinka paljon aikaa arvioisit käyttäväsi työnhakuun päivässä? (Esim. työpaikkojen etsiminen, hakemusten jättäminen ja työtehtävään tutustuminen) *

☐ 0 - 30 min

☐ 30min - 1h

☐ 1h - 2h

Oletko kokenut LinkedIn:in hyödylliseksi? *

☐ Kyllä

☐ Ei

Minkä koet olevan tärkeintä LinkedInissä?

☐ Verkostoituminen

☐ Työtarjoukset

☐ Työn hakeminen

☐ Oman alan trendien seuraaminen

☐ Muu...

Koetko LinkedIn profiilin luomisella olleen positiivinen vaikutus uraasi? *

☐ Kyllä

☐ Ei

Perustele lyhyesti mikäli vastasit ei

Lyhyt vastausteksti

.....

Valitse alla olevista vaihtoehtoista se kanava jota olet käyttänyt eniten työnhaussasi *

- ☐ LinkedIn
- ☐ Facebook
- ☐ Monster
- ☐ Duunitori
- ☐ Oikotie
- ☐ TE-palvelut
- ☐ Henkilöstövuokrausfirmat
- ☐ Yritysten omat verkkosivut
- ☐ Muu...

Koetko LinkedInissä työnhakemisen olevan helpompaa verrattuna muihin tarjolla oleviin palveluihin? *

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Perustele lyhyesti miksi vastasit kyllä tai ei edelliseen kysymykseen *

Lyhyt vastausteksti

.....

Kuinka usein käyt LinkedInissä viikossa? *

- ☐ 0 - 5 kertaa
- ☐ 5 - 10 kertaa
- ☐ 10 - 15 kertaa
- ☐ 15 - 20 kertaa
- ☐ 20+ kertaa

Pyritkö jatkuvasti kasvattamaan verkostoasi LinkedInissä? *

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Auttoiko LinkedInissä verkostoituminen työnhaussasi? *

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ En osaa sanoa

Miten verkoston kasvattaminen vaikutti työnhakuusi? *

Lyhyt vastausteksti

.....

Pyritkö jatkuvasti kasvattamaan verkostoasi LinkedInissä? *

☐ Kyllä

☐ Ei

Auttoiko LinkedInissä verkostoituminen työnhaussasi? *

☐ Kyllä

☐ Ei

☐ En osaa sanoa

Miten verkoston kasvattaminen vaikutti työnhakuusi? *

Lyhyt vastausteksti

Oletko saanut LinkedInissä työtarjouksia? *

☐ Kyllä

☐ Ei