

account+or

**EMPLOYER BRANDING 2020:
PELOTTAAKO LÄPINÄKYVYYS TYÖNANTAJAA?**

LÄMPIMÄSTI TERVETULOA!

a+



Jesse Huusari

Marketing Manager

Monster.fi, Alma Career Oy



Henna Pollari

Senior Recruitment Manager

Accountor HR4



Samuli Tiensuu

Senior Insight Strategist

Accountor HR4

AGENDAMME TÄNÄÄN

1

Miksi läpinäkyvyyden merkitys korostuu työnantajamielikuvan rakentamisessa 2020-luvulla?

2

Pelottaako läpinäkyvyys työnantajaa?

3

Millainen on systemaattinen lähestymistapa rehellisen ja läpinäkyvän työnantajamielikuvan rakentamiseen?

**Miksi läpinäkyvyyden
merkitys korostuu
työnantajamielikuvan
rakentamisessa
2020-luvulla?**

VETOVOIMAINEN TYÖNANTAJAKUVA

Sisäinen työnantajakuva



Syyt miksi haluan olla
juuri tässä yrityksessä
töissä?



HENKILÖSTÖPYSYVYYS

Ulkoinen työnantajakuva



Miten hyvin vastaamme
uusien potentiaalien
keskeisiin odotuksiin?



**REKRYTOINNIN
TEHOKKUUS**

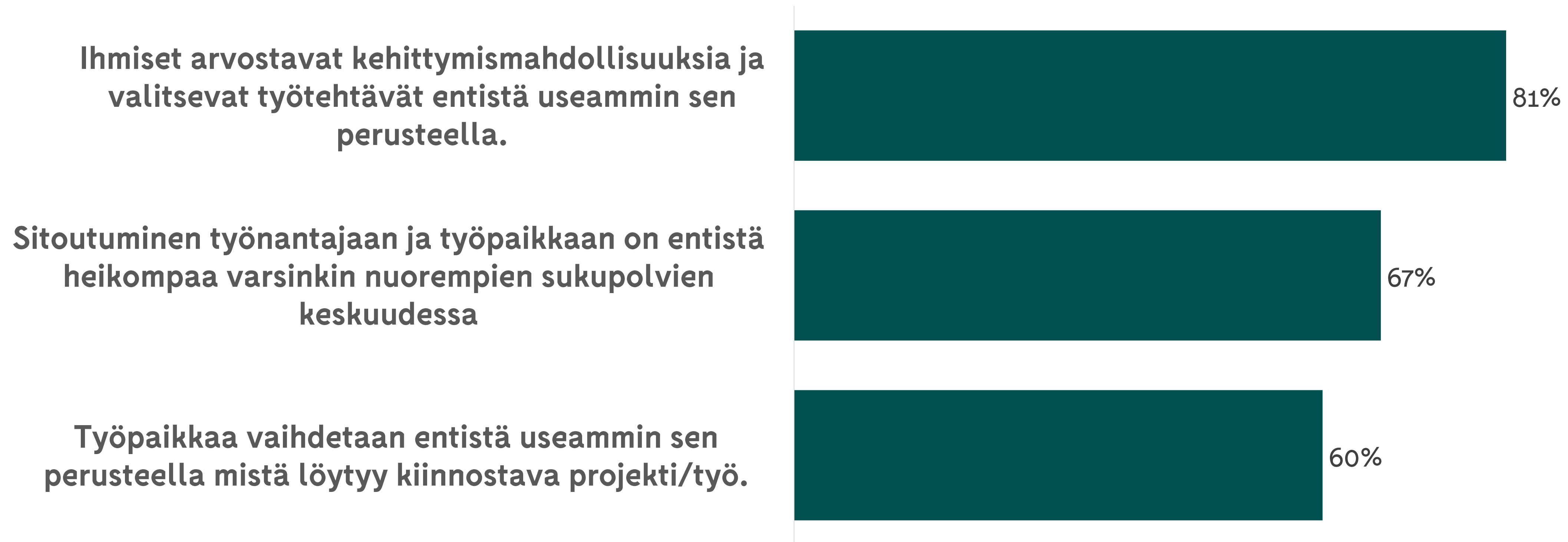
TYÖVOIMAPULA TULEE OLEMAAN LÄHES PUOLELLE YRITYKSISTÄ KESKEINEN KASVUN ESTE

48%



PETTYMYKSET TYÖNTEKIJÄKOKEMUKSESSA REALISOITUVAT ^{a+} HENKILÖSTÖN VAIHTUVUUTENA JA TYÖNANTAJAVETOVOIMAN PUUTTEENA ENTISTÄ HELPOMMIN

Täysin samaa mieltä / melko samaa mieltä %-osuus



TYÖNANTAJAMIELIKUVAA RAKENNETAAN SISÄLTÄPÄIN ELI LUPAUKSET ON LUNASTETTAVA

Mitkä ovat erityisen kriittisiä pettymyksen aiheita tilanteissa, joissa työpaikkaa vaihdetaan?

- Jos luvatut kehittymismahdollisuudet ja kokemus uuden oppimisesta eivät toteudu
- Jos luvatut vaikuttamismahdollisuudet oman työn sisältöön eivät toteudu
- Jos työyhteisön ilmapiiri koetaan negatiiviseksi / kipeitä ongelmia ei ratkaista
- Jos kokemus työntekijöiden arvostuksesta ei vastaa lupauksia
- Jos kokemus yrityksen arvojen toteutumisesta mm. vastuullisuuden osalta ei vastaa odotuksia



HENKILÖSTÖN MERKITYS TYÖNANTAJAMIELIKUVAN RAKENTAJANA ULOSPÄIN KASVAA ENTISESTÄÄN

53% yrityksistä hyödyntää jollain tavoin rekrytointiviestinnässä omien työntekijöiden kokemuksia

- Urasivut
- Rekrytointi-ilmoitukset ja -tapahtumat
- Oppilaitosyhteistyö monella tavalla
- Alan messut ja seminaaritoiminta
- Sosiaalinen media

Vahvasti kasvussa ovat sosiaalisen median kanavat, sekä erilaiset alustat, joilla työntekijät antavat arvioita omasta yrityksestään.



Pelottaako läpinäkyvyys
työnantajaa?

JULKISEN KESKUSTELUN EDUT JA HAASTEET?

a+

60%

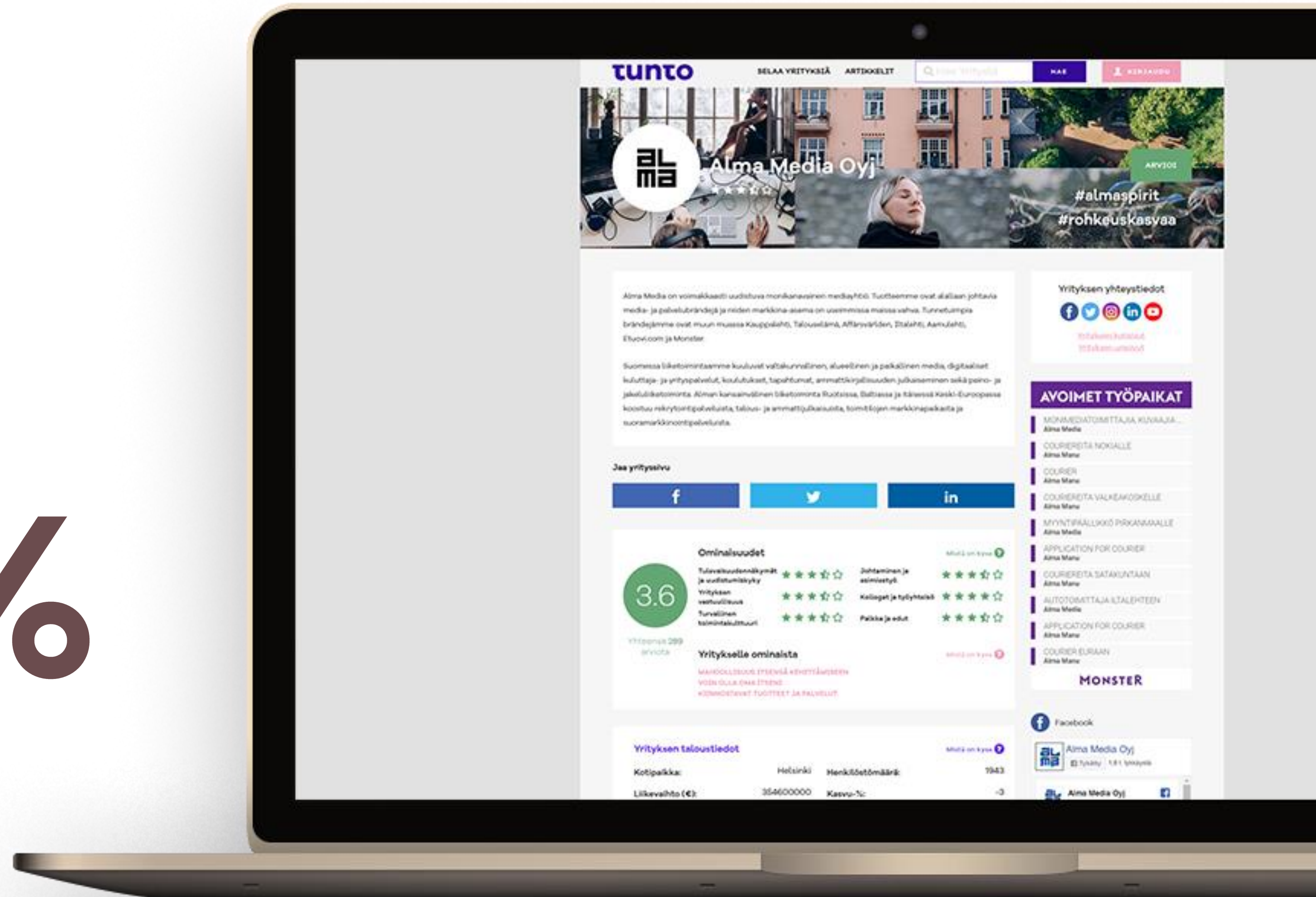
Positiivista

30%

Rakentavaa

10%

Negatiivista

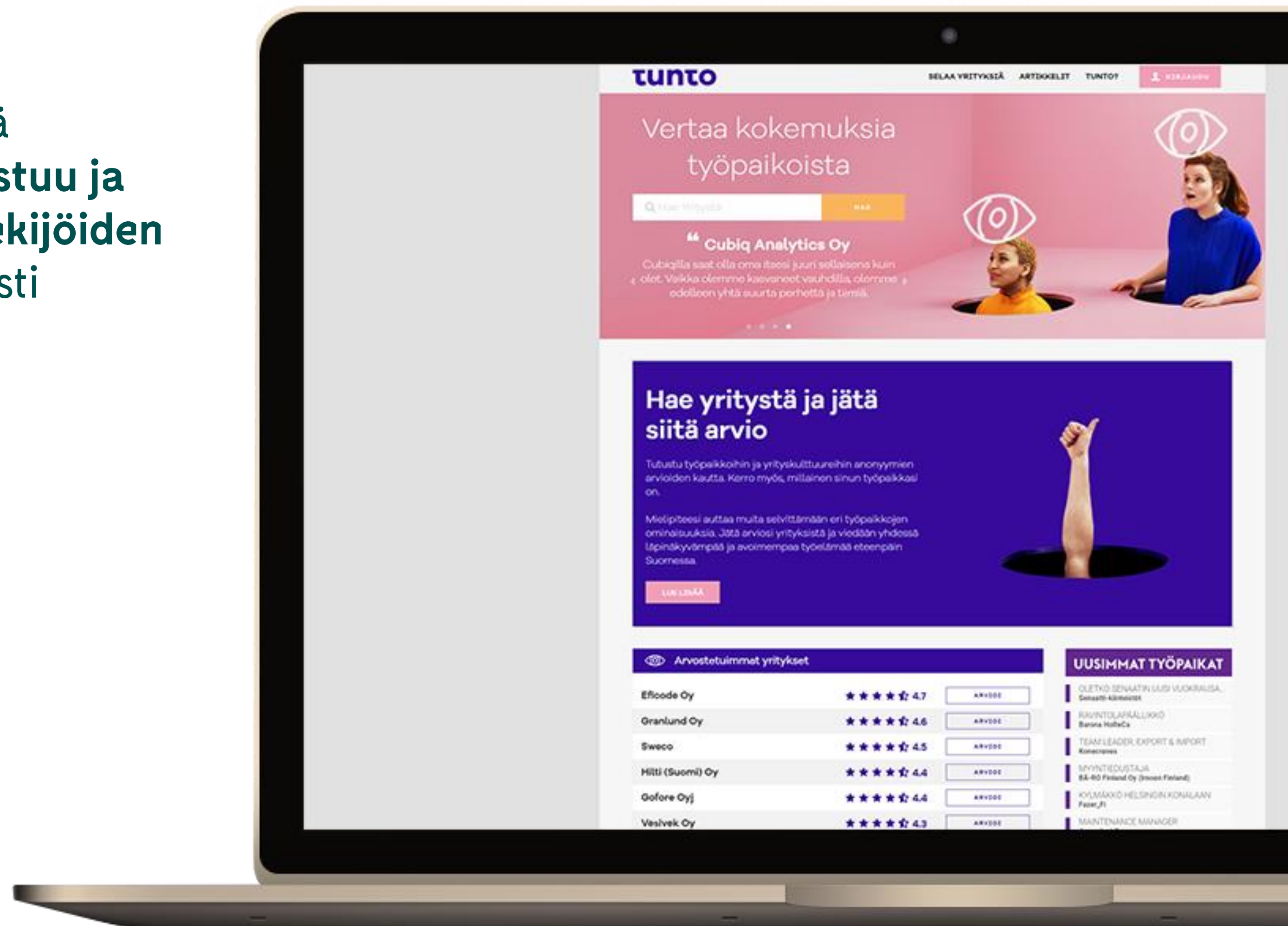


MIHIN PERUSTUU YRITYSTEN HALUTTAVUUS?

Tunnossa menestyvien yritysten eli työntekijöidensä arvostamien yritysten ominaisuuksissa korostuu **vastuu ja vapaus, hyvinvoiva työyhteisö, yrityksen ja työntekijöiden kehittymismahdollisuudet** sekä koko ajan kasvavasti **yrityksen vastuullisuus**.

Tietoa Tunto-palvelusta:

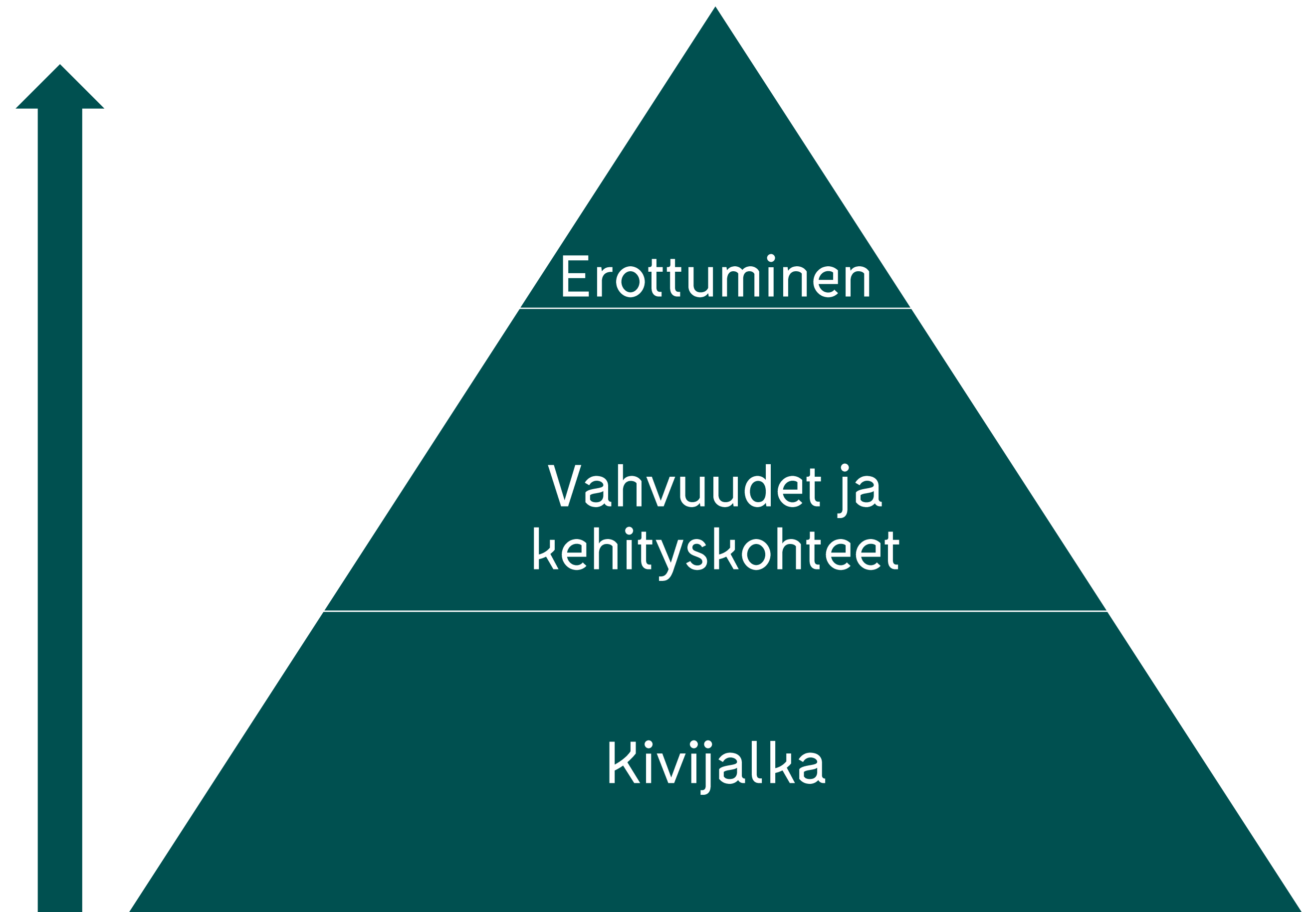
- Yli **30 000** kävijää kuukausittain
- Lähes **6 000** arviota ja **2 000** kirjallista kommenttia



Millainen on
systemaattinen
lähestymistapa rakentaa
läpinäkyvää
työnantajakuva?

HYVÄ ALKU ON SAADA VASTAUKSET 4 KESKEISEEN KYSYMYKSEEN

1. Mitä yrityksestä spontaanisti ajatellaan?
Mitkä faktat ja uskomukset korostuvat mielikuvissa?
2. Mitkä ovat vahvuutemme, joista voimme kertoa uskottavalla tavalla ja meidän kannattaa korostaa työnantajana?
3. Mitä asioita meidän tulee erityisesti kehittää työnantajamielikuvan kannalta tavoitekohderyhmissä?
4. Millä tavalla voimme erottua työnantajana samasta työvoimasta kilpailevista yrityksistä?



Vetovoimainen työnantajabrändi on aina relevantti, uskottava ja erottuva.

TUTKIMUS LUO PERUSTAN RAKENTAA LÄPINÄKYVÄÄ TYÖNANTAJABRÄNDIÄ KÄYTÄNNÖN TOIMENPITEIDEN KAUTTA

#Johdon strategiatyö

#Esimiestyön kehittäminen

#Rekrytointi

#Asiakas- ja
sidosryhmäviestintä

Rekrytointi ja
rekrytointiviestintä

Työnantajalupauksen
kiteyttäminen (EVP)

Julkisuuskuva ja
suosittelu (oma,
maksettu ja ansaittu)

Organisaatiokulttuurin
kehittäminen

Esimiestyö

LÄPINÄKYVYYS ON UUSI MUSTA!

a+



- Työnantajakuvalta odotetaan johdonmukaisuutta.
- Vetovoimaista työnantajamielikuvaa ei rakenneta katteettomilla lupauksilla, vaan sen pitää perustua todellisuuteen.
- Työnantajat arvot joutuvat suurennuslasin alle.
- Oma henkilöstö on yritykselle avainasemassa tiedonlähteenä ymmärrettäessä omat kriittiset vahvuudet.
- Työnhakijoille yrityksen henkilöstön arviot ovat tärkeässä roolissa haettaessa tietoa potentiaalisesta työnantajasta.
- Yritys voi olla vetävä työnantaja vaikka se ei ole täydellinen.

HERÄSIKÖ KYSYMYKSIÄ?

a+

Lähetä kysymyksesi Samulille:
samuli.tiensuu@hr4.fi

KIITOS MIELENKIINNOSTASI!

a+



Jesse Huusari

Marketing Manager

Monster Finland, Alma Career Oy



Henna Pollari

Senior Recruitment Manager

Accountor HR4



Samuli Tiensuu

Senior Insight Strategist

Accountor HR4

TALENT ATTRACTION 2020

Miksi rekrytointi on liiketoiminnan strateginen osa-alue?

Miten markkinointi, HR ja muu henkilöstö saadaan puhaltamaan yhteen hiileen ja osallistettua aktiiviseen mielikuvatyöhön?

Tervetuloa aamiaistilaisuuteemme Accountor Toweriin tiistaina 17.03.2020 kello 8.30 – 10.30.

Ilmoittautuminen ja lisätiedot:

www.accountor.com/fi/finland/tapahtuma/talent-attraction-2020-yhdessa-onnistumme