



NÄIN ONNISTUT KESÄREKRYISSÄ

10 vinkkiä työnantajille

barona
ON RATKAISU

NÄIN SE HOITUU



10 VINKKIÄ KESÄTYÖNTEKIJÖIDEN REKRYTOINTIIN

| | |
|---|----|
| Aluksi: Kesärekry on investointi | 3 |
| 1. Aloita rekrytoinnin suunnittelu tarpeeksi aikaisin | 4 |
| 2. Määritä tehtävät, joihin tarvitaan kesätyöntekijä | 5 |
| 3. Sovi työnjaosta ja anna resurssit | 6 |
| 4. Muista, että rakennat samalla brändiäsi | 7 |
| 5. Tee haku helpoksi | 8 |
| 6. Varmista riittävä näkyvyys | 9 |
| 7. Huolehdi, että tieto kulkee reilusti ja ajallaan | 10 |
| 8. Panosta myös työkaluihin | 11 |
| 9. Selvitä hakijasta oikeat asiat | 12 |
| 10. Sitouta työntekijät ennen töiden alkua | 13 |
| Lopuksi: Mistä tiedät, että onnistuitte? | 14 |

Aluksi: Kesärekry on investointi

Kesätyöntekijöiden rekrytointi on **ajallinen ja taloudellinen investointi**, joka vaikuttaa yrityksen palveluiden laatuun ja asiakkaiden kokemukseen. Lisäksi se vaikuttaa työntekijöiden ja kaikkien töitä hakaneiden mielikuviin siitä, millainen työnantaja oikein onkaan.

Siksi kesärekrytointia ei kannata hutiloida.

Vaikka kesätyöntekijöitä palkataankin usein väliaikaiseen tarpeeseen, kesärekrytointi voi toimia myös hyvänä väylänä pidempiaikaisten työntekijöiden löytämiseen.

Tämä opas on koottu kymmenien tuhansien kesärekrytointien kokemuksella. Näiden vinkkien avulla voit suunnitella yrityksesi kesätyöntekijöiden rekrytointin huolellisesti ja oikea-aikaisesti.



1

Aloita rekrytoinnin suunnittelu tarpeeksi aikaisin

Kesätyöntekijöiden rekrytointi kannattaa suunnitella jo edellisenä syksynä. Silloin varmistat, että prosessin jokainen vaihe ehditään suunnitella ja toteuttaa hyvissä ajoin heti vuodenvaihteen jälkeen alkavaa hakuaaltoa varten.

Mitä vaativampaa osaamista tarvitset, sitä aikaisemmin on syytä olla liikkeellä. Innokkaimmat työnhakijat hakevat samaan aikaan töitä kymmenistä yrityksistä ja lyövät suunnitelmansa lukkoon mahdollisimman aikaisin, joten heistä kannattaa olla kilpailemassa.

Lisäksi pitää varautua yllätyksiin. Huolehdi, että teillä on suunnitelmat myös niihin tilanteisiin, joissa jo kerran suostumuksensa ilmoittanut työntekijä valitsee lopulta toisen työn.

Perusteellista suunnitelmaa varten kannattaa jo syksyllä selvittää vastaukset näihin kysymyksiin:

1. Mihin tehtäviin ja kuinka monta kesätyöntekijää tarvitsette?
2. Minkälaista osaamista kesätyöntekijöillänne pitää olla?
3. Mistä kanavista tavoitatte tehtävään soveltuvia henkilöitä?
4. Millä tavoilla tulette ilmoittamaan avoimista paikoista?
5. Paljonko haluatte käyttää työpaikkojenne mainostamiseen rahaa?
6. Minä päivänä kesätyöhaut avataan ja mainonta aloitetaan?
7. Kuka tai ketkä vastaavat työhakemusten läpikäymisestä, hakijoiden kutsumisesta haastatteluun, haastatteluista ja rekrytointipäätöksistä?
8. Miten haun yhteydessä saatavia henkilötietoja hallitaan lakien mukaisesti?
9. Miten hakijaviestintä hoidetaan parhaalla tavalla työnantajabrändinne tukemiseksi?
10. Miten kesätyöntekijänne perehdytetään?

2

Määritä tehtävät, joihin tarvitaan kesätyöntekijä

Selvitä ensin edellisten kesien kokemusten ja tiedossa olevien tai ennustettujen tilaus- ja työmäärien perusteella, mihin yrityksessänne tehtäviin työtehtäviin tarvitaan kesätyöntekijä. Samalla kannattaa selvittää, onko teillä vakinaiselta henkilöstöltänne tekemättä jääneitä tehtäviä, joiden tekeminen olisi tärkeää.

Sen jälkeen määritä tarvitsemanne tehtävänkuvat ja niihin tarvittava osaaminen. Samalla pystyt laskemaan, montako työntekijää tarvitsette. Kannattaa huomioida, että kesätyöntekijän ei tarvitse lomittaa ketään tiettyä työntekijäänne vaan heidän työtehtäviään, joten kesätyöntekijöiden roolit voivat poiketa tavallisista rooleistanne.

Tehtävien määrittely on erittäin tär-



keä vaihe rekrytoinnin suunnittelussa. Puutteellisesti määritellyt tehtävät eivät palvele yritystä eivätkä työntekijää. Jos

työntekijä ei tiedä, mitä häneltä odotetaan, tarvittavat asiat eivät tule tehdyksi ajallaan.

3

Sovi työnjaosta ja anna resurssit



Rekrytointiprosessi vie aikaa ja rahaa. Siksi **on syytä sopia tarkasti, miten rekrytointiprosessi hoidetaan ja kuka**

siitä vastaa. Silloin työ etenee varmemmin suunnitelmien mukaan ja kokonaiskuva on aina jollakulla tiedossa.

Usein vastuuhenkilönä on esihenkilö, esimerkiksi tiiminvetäjä. **Huolehdi, että hän voi käyttää prosessiin riittävästi aikaa.** Jos tiiminvetäjän töihin ei tavallisesti kuulu työhakemusten läpikäynti, hakijaviestintä ja haastattelut, varmista, että hän pystyy antamaan muita työtehtäviään toisille, jotta rekrytointi etenee ajallaan aiheuttamatta tarpeetonta stressiä ja ylitöitä.

Esimerkiksi neljän sopivan kesätyöntekijän rekrytointiin 50 hakijan joukosta voi arvioida menevän yhden kokonaisen työviikon tunnit. Kiireiselle tiiminvetäjälle voi olla hankalaa hoitaa kokonaisuus perusteellisesti, jos hän joutuu samaan aikaan huolehtimaan kaikista tavallisista työtehtävistään.

4

Muista, että rakennat samalla brändiäsi

Vaikka et sijoittaisi euroakaan kesätyöpaikkojenne mainostamiseen, **kesätyöntekijöiden rekrytointi on myös markkinointia.**

Työpaikkailmoitus, hakemuksen lähettäminen, hakijaviestintä, haastattelut ja päätöksistä kertomiset ovat kaikki kohtaamisia, jotka vaikuttavat hakijan mielikuvaan yrityksestänne. Työpaikkailmoituksella voi tavoittaa myös paljon muitakin kuin hakijoita, niin hyvässä kuin pahassa. Sosiaalisessa mediassa kiertävä ilmoitus saattaa parhaimmillaan – tai pahimmillaan – tavoittaa kymmeniä tuhansia silmäpareja.

Siksi ilmoituksen laatimiseen kannattaa panostaa. Kerro hakemuksessa, mitä



työntekijältä odotetaan ja mitä hänelle tarjotaan. Kiinnostavasti kirjoitettujen tekstien lisäksi mieti, voitko kuvilla, videoilla tai muilla keinoilla tehdä hakemuksesta innostavan ja kannustavan.

Suunnittele myös muut prosessin vaiheet tarkasti aina päätöksen kertomiseen saakka. **Suurin osa hakijoista saa yleensä valinnan kannalta huonoja uutisia, ja nekin voi kertoa fiksusti, kannustavasti ja jopa hyvällä tavalla mieleen painuvasti.**

Toisaalta: brändirakennus ei lopu työntekijöiden valintoihin. Kun valitut ihmiset tulevat kesällä töihin ja kohtaavat yrityksenne asiakkaita, brändiänne ovat myös heidän sanansa ja tekonsa.

5

Tee haku helpoksi

Kesätyöpaikan hakeminen kannattaa tehdä mahdollisimman helpoksi. Mieti tarkasti, mitä hakijasta pitää oikeasti tietää, että voitte käsitellä hakemuksia ja viedä prosessia eteenpäin.

Pitääkö hakijan oikeasti kirjautua hakujärjestelmään? Tarvitseeko sinun oikeasti saada häneltä ansioluettelo? Onko tarpeen kysyä häneltä edellisten työsuhteiden alkamis- ja päättymispäiviä?

Kysy vain välttämättömimmät asiat ja anna hakijalle mahdollisuus jättää hakemus vaikka kännykkää käyttäen, bussissa istuen. Kymmeniä työpaikka-hakemuksia tekeväälle kesätyönhakijalle jää helposta hausta hyvä kokemus, joka voi olla eduksi, kun hän pääsee valitsemaan omaa kesätyöpaikkaansa.

b

Hei, mahtavaa että olet täällä! Hae työpaikkaa helposti ja nopeasti – vastaa vain muutamaan kysymykseen ja olet valmis! 🙌

3:09 PM

b

Viihtyisitkö työssä, jossa vastaat puheluihin ja autat asiakkaita heidän kaikenlaisissa asioissaan? 🎧 Laskutus, laitteistot, opastus, tekniset viat, sopimusasiat ja niin edelleen – tästä kaikesta tulee sinun kenttäsi.

3:09 PM

Totta kai, sillä olen ennenkin työskennellyt asiakaspalvelussa!

b

Mainiota! Kuulostaa siltä, että meillä voisi olla matchin ainekset kasassa! 🇪🇺
Onnistuuko sinun vielä työskennellä kokoaikaisesti 37,5 tuntia viikossa?
Työaikamme ajoittuvat arkisin välille 7.45–21.15 ja lauantaisin 8.45–16.45.

3:09 PM

Kyllä, hyvältä kuulostaa!

Nämä työajat eivät sovi minulle

Työnhakua voi helpottaa esimerkiksi rekryboteilla. Botin avulla hakemisesta voi rakentaa keskustelun, jossa kysytään oleelliset asiat juuri sellaisella tyyliä kuin kulloinkin halutaan.

6

Varmista riittävä näkyvyys

Kesätyöpaikoista kannattaa ilmoittaa maksuttomissa työnhakuportaaleissa kuten TE-palveluissa. Se on kustannus-
tehokas keino tavoittaa monia aktiivisia työnhakijoita, ja niillä voi saada hyviä ehdokkaita. Mutta ei välttämättä tarpeeksi.

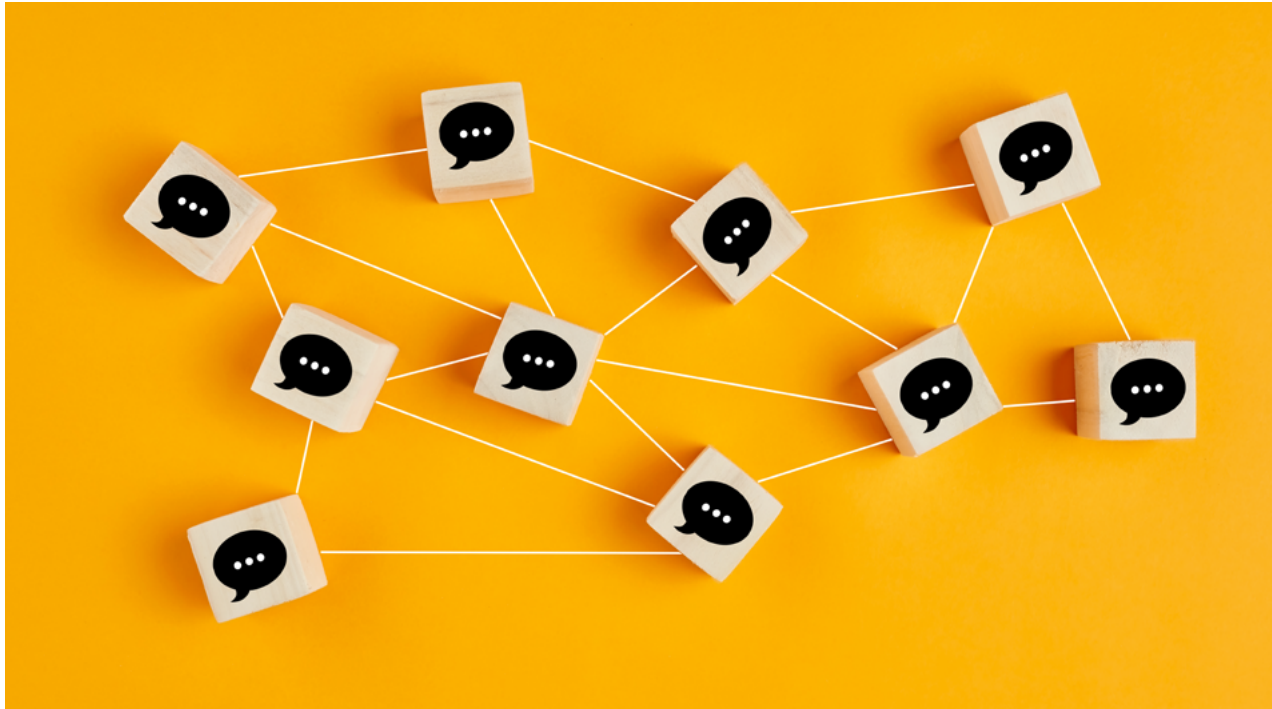
Kesärekryjä suunnitellessa **kannattaa kartoittaa kaikki ne kanavat, joissa soveltuvat hakijat todennäköisimmin voitavata**. Perinteisten maksullisten työpaikkaportaalien lisäksi niihin voi kuulua esimerkiksi sosiaalisen median palvelut kuten TikTok ja Jodel tai vaikkapa tiettyjen oppilaitosten kesätyötapahtumat.

Kannattaa siis miettiä, voisiko työpaikkailmoitteluun varata budjettia mainonnalle tai tapahtumille. Mainonta kasvat-
taa aina niin ilmoituksen katselukertoja kuin tulevien hakemusten määrää.



7

Huolehdi, että tieto kulkee reilusti ja ajallaan



Hakijaviestinnällä on valtava merkitys siihen, minkälainen kuva hakijoille jää hakuprosessista ja sitä hoitavasta yrityk-

sestä. Siksi **hakija kannattaa pitää ajan tasalla haun etenemisestä heti hakemuksen jättämisestä lähtien.**

Etenemisen aikataulusta voi kertoa mahdollisuuksien mukaan esimerkiksi viikonnumeroilla tai päivämäärillä, kunhan muistaa viestiä myös niihin tulevista muutoksista.

Tavallisesti haun päätteeksi suurin osa hakijoista saa harmillisia uutisia, etteivät he tulleet valituksi. Sellaisen tiedon saamisesta kukaan tuskin iloitsee, mutta hyvin laadittu, henkilökohtaisuutta henkivä yhteydenotto – oli se sitten puhelinsoitto tai personoitu viesti – voi jättää hausta lopputuloksesta huolimatta hyvän maun.

Huomioiduksi itsensä tunteva hakija voi hakea työpaikkaan uudelleenkin tai vaikkapa jatkaa yrityksen asiakkaana tyytyväisenä.

8

Panosta myös työkaluihin

Hyvä rekrytointi vaatii hyvää tiedonhallintaa. Hakemuksia ei kannata pyytää sähköpostitse, sillä pahimmillaan kiireinen esihenkilo@yritys.fi saa satoja eri otsikoilla varustettuja hakemuksia päivittäisten muiden sähköpostiensa joukkoon, ja rekrytoinnin tehokkaasta hoitamisesta tulee mahdotonta.

Kun käytössä on nykyaikainen rekrytointijärjestelmä, työpaikkaan hakeminen on vaivatonta, hakemusten hallitseminen näppärää ja hakijaviestinnän hoitaminen yksinkertaista.

Asiantuntijoiden kehittämän työkalun avulla rekrytoinnissa voi säästää hakemusten määrästä riippuen työtunteja tai jopa -päiviä.

Varmista, että yrityksesi hakujärjestelmä on ajan tasalla. Jos teillä ei ole omaa järjestelmää vaan käytätte kumppania, kysy, tukeeko kumppanin järjestelmä näitä asioita:

- Työpaikan hakeminen on hakijalle helppoa ja nopeaa
- Hakemusten käsittely ja ehdokkaiden vertailu on rekrytoijalle helppoa ja nopeaa
- Hakijaviestinnän työkalut ovat tehokkaat ja muokattavissa brändin kuuloiseksi ja näköiseksi
- Hakijoiden henkilötietojen hallinta noudattaa GDPR:n vaatimuksia
- Järjestelmän tuottama data mahdollistaa rekrytointiprosessin analysoimisen ja kehittämisen

9

Selvitä hakijasta oikeat asiat

Tavallisesti kesätyöntekijöiden ammattitaito ja työkokemus ovat melko vähäisiä, eikä niiden perusteella pysty arvioimaan hakijaa, saati vertailemaan hakijoita toisiinsa. **Tärkeintä onkin pystyä selvittämään, mitä ehdokas osaa, miten hän suhtautuu työntekoon ja mitkä ovat hänen vahvuuksiaan.**

Haastattelussa kannattaa kysyä esimerkiksi:

- Miksi sinä olisit sopiva tehtävään?
- Mitä odotat työltä?
- Mitä osaamista tai taitoa toisit meille?
- Mistä olet saanut kiitosta ja kehuja?
- Miten kuvailisit itse itseäsi?
- Missä olet erittäin hyvä, ehkäpä parempi kuin muut?



Oleellisia asioita voi saada selville jo hakuvaiheessa esimerkiksi teettämällä hakijalla hakemuksen jättämisen yhteydessä jonkinlaisen pienen testin.

10

Sitouta työntekijät ennen töiden alkua



Kun kesän työntekijät on valittu, töiden alkuun voi olla aikaa vielä useampi kuukausi. Siksi työntekijöihin kannattaa pitää yhteyttä. Ajan ennen kesäkauden alkua voi käyttää hyödyksi kertomalla lisää yrityksestä, työstä ja tiimistä sekä ryhmäyttämällä työntekijöitä – vaikka vain viihteellisissäkin merkeissä.

Sitouttamalla työntekijöitä jo ennen työsuhteen alkua tulee kesäkauden alkajaisiksi vähemmän yllätyksiä ja varsinainen perehdytys lähtee jouhevammin liikkeelle.

Lopuksi: Mistä tiedät, että onnistuitte?

Kesän jälkeen on tietysti hyvä tutkia, miten kaikki sujui. Onnistuivatko rekrytoinnit ja hoituivatko kesän työt kuten toivoa saattoi? Millaisista seikoista voi tietää, että kesärekry kokonaisuutena on sujunut hyvin?

Esimerkiksi näistä:

- **Soveltuvilta työnhakijoilta tulee riittävästi hakemuksia.** → Työpaikkailmoittelu on tavoittanut oikean kohdeyleisön.
- **Hakemuksia tulee vanhoilta kesätyöntekijöiltä.** → Edellisinä kesinä on ollut mukava olla töissä, kun yrityksen jo tuntevat työntekijät haluavat takaisin.
- **Valitut työntekijät tulevat töihin.** → Työntekijöiksi on valittu motivoituneita ihmisiä ja sitoutus on onnistunut.
- **Työt hoituvat ajallaan ja kunnolla.** → Katso edellinen kohta. Motivoituneet, osaavat työntekijät ❤️
- **Valituilta työntekijöiltä tulee hyvää palautetta.** → Palautetta kannattaa kysyä aina! Kesän alussa voi kysyä rekrytoinnin onnistumisesta ja tunnelmista ja kesän lopussa töistä kokonaisuutena.
- **Vakituisilta työntekijöiltä tulee hyvää palautetta.** → Jos vakituiset työntekijät, joille työ on sekä rutiinia että ammattitilpeyden aihe, kiittävät kesätyöntekijöiden intoa ja osaamista, valinnat ovat osuneet oikeaan.
- **Asiakkailta tulee hyvää palautetta tai ei palautetta ollenkaan.** → Asiakkaatkin voivat huomata ja kiittää kesätyöntekijöitä reippaudesta, mutta myös palautteettomuus on plussaa: silloin he eivät ole huomanneet mitään omituista.
- **Valitsematta jääneiltä hakijoilta tulee hyvää palautetta.** → Tämän parempaa sivutuotetta on rekrytoinnilla mahdoton saavuttaa. Vaikka hakija ei olekaan saanut työpaikkaa, hänelle on jäänyt rekrytoinnin hoidosta ja yrityksestä positiivinen kuva ja olo.

Kuten kaikessa liiketoiminnassa, myös kesätyöntekijöiden rekrytoinnissa on tärkeää oppia ja kehittyä. On vaikea saada kaikkea oikein heti ensimmäisestä kesästä lähtien – onneksi aina on seuraavakin kerta.

VOISIMMEKO AUTTAA?

Baronan asiantuntijoiden avulla voit ulkoistaa rekrytoinnin kokonaan tai osittain vuodenaikaan katsomatta. Tunnetta aina valmiiksi haastateltuja ehdokkaita, ja keväisin meillä on tuhansia työnhakijoita kesätöihin. Siksi voimme löytää työntekijän nopeasti – myös siinä tapauksessa, jos rekrytointiprosessi on jäänyt viime hetkeen.

- Asiakaspalveluratkaisut
- Hotellit ja ravintolat
- HR ja hallinto
- IT
- Logistiikka
- Markkinointi ja viestintä
- Myynti
- Kaupan ala
- Rakennusala
- Sote
- Taloushallinto
- Teollisuus