

EROTU AITOUDELLA



30+3 KYSYMYSTÄ
REKRYMARKKINOINTIIN

Johdanto

Tervehdys!

Olet ladannut Heimo Filmsin tarjoaman **30+3 kysymystä Rekrymarkkinointiin** -oppaan.

Viime vuosien aikana työelämässä on tapahtunut murros, joka kiteytysti on johtanut siihen, että monilla aloilla yritykset joutuvat myymään itsensä työntekijöille sen sijaan, että asetelma olisi päinvastainen. Kovimmista ammattilaisista käydään tiukkaa kilpailua, ja monin paikoin havaittavissa on suoranaista työvoimapulaa.

Tämän lisäksi työntekijät kaipaavat työpaikaltaan nykyisin entistä enemmän, pelkkä palkka ei ole yksistään riittävä motivaattori. On havahduttu, että työssä vietetään melkoisen iso siivu ihmisen elämästä, joten kunnollisen palkan lisäksi toiveissa on kannustava työyhteisö, motivoiva, kehittävä ja sopivan haastava työ, ja monet muut seikat, jotka auttavat viihtymään työssä entistä paremmin.

Tämän johdosta tavanomaisen asiakasmarkkinoinnin rinnalla rooliaan on kasvattanut rekrymarkkinointi, jonka kohderyhmänä ovat potentiaalliset työntekijät.

Yksi tehokas sisältötyyppi rekrymarkkinoinnissa ovat tietenkin rekrytointivideot, joita voi hyödyntää mainonnassa esim. somekanavissa, työpaikkailmoituksissa, rekry sivuilla tai vaikka haastattelutilaisuuksissa. Me olemme videotuotantoyhtiö, joten luonnollisesti myös tämä opas keskittyy rekrytointivideoihin, mutta aivan yhtä hyvin sitä voi soveltaa myös muihin sisältöformaatteihin.

Rekryvideoiden tavoitteena on tuoda yrityksen nykyisiä työntekijöitä esiin, ja esitellä yritystä heidän näkökulmastaan. Tavallisimmin rekryvideot ovat haastattelupohjaisia, ja niissä esiintyvät yrityksen nykyiset työntekijät: siis potentiaalisen työntekijän mahdolliset tulevat työkaverit!

Tähän oppaaseen olemme koonneet 30+3 kysymystä, joita olemme hyödyntäneet menestyksekkäästi asiakkaillemme toteuttamissamme rekryvideoissa. Kysymyksiä voi hyödyntää luonnollisesti videoiden lisäksi

myös esimerkiksi blogeissa tai muissa formaateissa, niiden avulla saat varmasti hyvää ja aitoa rekrytointimateriaalia. Vaikka varsinaista haastattelukaikaa ei tehtäisi, uskomme, että lista antaa ideoita ja ajatuksia rekrymarkkinointisi materiaaleihin.

Tärkeintä on tuoda aito, läpinäkyvä viesti potentiaalisen hakijan nähtäville samaistuttavasta lähteestä: nykyiseltä työntekijältä. Olemassa olevien työntekijöiden osallistamisella on monia hyviä vaikutuksia: sitouttavuus, samaistuttavuus, läpinäkyvyys ja aitojen kokemusten avoin esille tuonti.

Kasvu lähtee ihmisistä.

Kysymykset

I Henkilön esittely

Rekryvideon aluksi henkilö tai henkilöt luonnollisesti esittelevät itsensä. Esiin voidaan tuoda myös jotain henkilökohtaisia ja persoonallisia piirteitä: nämä lisäävät samaistuttavuutta ja mielenkiintoa videota ja siinä esiintyvää henkilöä kohtaan.

1. Nimesi?
2. Mitä teet yrityksessä?
3. Kauanko olet työskennellyt alalla?
4. Millainen koulutus sinulla on, vai oletko oppinut enemmän työn kautta?
5. Mistä olet kotoisin?
 a) Mitä kotipaikkasi kertoo sinusta?
6. Jos olisit eläin, mikä olisit (tai joku oma, yllättävä ja jäätä rikkova kysymys!)?
7. Millaisena työntekijänä pidät itseäsi?
8. Millaisessa työskentely-ympäristössä olet parhaimmillasi?
9. Millaisia tavoitteita sinulla henkilökohtaisesti on?
10. Mitä asioita arvostat elämässä ylipäättään?
11. Millainen on paras mahdollinen työkaveri? Miksi?

Voidaan korvata videossa myös tekstigrafiikalla!

II Yritys

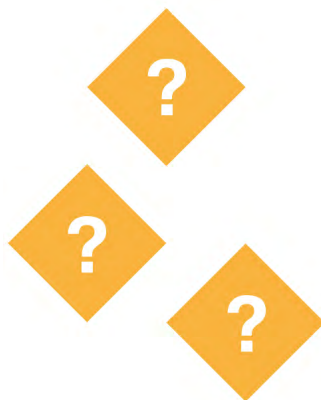
Kun henkilö on vanginnut katsojan mielenkiinnon, on syytä tuoda tieteenkin esiin myös yritystä, joka työpaikkaa tarjoaa. Tässä vaiheessa on tärkeää antaa videon tähden sanoa sanottavansa omin sanoin, eikä missään tapauksessa syöttää sanoja tämän suuhun.

- 12.** Yrityksen esittely omin sanoin lyhyesti?
- 13.** Miksi työskentelet kyseisessä yrityksessä?
- 14.** Miten yritys auttaa sinua omiin tavoitteisiin pääsemisessä?
- 15.** Mikä yrityksen arvoista on sinulle tärkein? Miksi?
- 16.** Miksi työlistyit alunperin tähän yritykseen?
- 17.** Mikä omasta näkökulmastasi erottaa nykyisen työpaikkasi muista alan yrityksistä?
- 18.** Mikä omasta näkökulmastasi erottaa nykyisen työpaikkasi (mahdollisista) aikaisemmista työpaikoistasi?
- 19.** Millaiselle tyypille edustamasi yritys sopisi työpaikaksi? Miksi?
- 20.** Millainen työyhteisö yrityksessä on?
 - a)** Mikä on yllättänyt?
 - b)** Mikä vastasi odotuksia?
- 21.** Pääsetkö osallistumaan yrityksen toiminnan kehittämiseen? Miten?
- 22.** Koetko saavasi arvostusta yrityksessä? Miten se näkyy?
- 23.** Kenelle suosittelisit yritystä työpaikaksi? Miksi?

III Työsi

Kun puhuja on jo tullut tutuksi, ja myös yrityksestä päästy kertomaan, on hyvä pureutua vielä videon pihviin, eli siihen työhön ja työtehtäviin. Rekryvideolla esiintyvän henkilön olisi hyvä työskennellä vastaavaisissa tehtävissä, kuin rekrytoitavan henkilön, jolloin videon katsoja pääsee kuulemaan tarkemmin itseään kiinnostavasta työtehtävästä. Lyhyet teaser-videot kannattaa aloittaa näillä kysymyksillä, ja hyödyntää niitä esimerkiksi artikkelien otsikkonostoissa.

- 24.** Mitä työnkuvaasi kuuluu?
- 25.** Mistä työtehtävästä pidät eniten? Miksi?
- 26.** Miksi työskentelet juuri tässä tehtävässä juuri tässä yrityksessä?
- 27.** Mikä sinua motivoi eniten päivittäisessä työssäsi?
- 28.** Mistä olet eniten ylpeä työssäsi?
- 29.** Jos et olisi nykyisessä työssäsi, missä olisit?
- 30.** Kenelle tekemäsi työ sopii? Miksi?



+ 3 -extrakysymykset (jos uskallusta riittää!)

Aidosti vaikuttava rekryvideo on myös läpinäkyvä ja avoin. Tämä tarkoittaa, ettei siinä pelkästään kiilloteta yrityksen kilpeä ja kehuta kilvan, vaan haastateltavalle annetaan myös mahdollisuus nostaa esiin kehityskohteita, ja pohtia myös työn ikävämpiä puolia, jolloin saadaan rakennettua realistinen kuva työstä.

1. Missä asiassa yritys voisi parantaa?
2. Mikä on työtehtävässäsi vaikein/ikävin/ärsyttävin asia?
3. Mikä saisi sinut lähtemään yrityksestä?

Se oli siinä!

Huh! Siinä tuli Heimon 30+3 vinkkiä siitä, mitä kannattaa kysyä haastateltavalta, kun lähdetään tekemään rekrytointivideota. Listaa ei ole tarkoitus opetella ulkoa, vaan se jää Sinulle työkaluksi, johon voit palata aina työntekijätarinoiden ollessa ajankohtaisia. Kysymysten tavoitteena on, että saat työntekijäsi vastauksista enemmän irti, löydät samaistuttavuustekijöitä, joita voit tuoda esiin tarinoiden kärkenä ja samalla opit ymmärtämään ehkä ripauksen paremmin työntekijöitäsi, ja sitä kautta oman yrityksesi toimintaa!

Kysymykset on jaettu kolmen (+1) otsikon alle. Kehotamme hyödyntämään kysymyksiä monipuolisesti, ja sisällyttämään kysymyspatteristoon ainakin yhden kysymyksen jokaisen otsikon alta.

Me voidaan auttaa!

+ Käytännön esimerkit

Heimo Filmsin tekijät ovat ammattilaisia työntekijätarinoiden, työnantajabrändin ja rekrymarkkinoinnin videototeutuksissa. **Rekryboosti**-palvelumme kattaa napakan ja monikäyttöisen, noin minuutin pituisen rekrytointivideon jota voi käyttää niin mainonnassa kuin informaation välittämisessäkin työpaikasta.

Alla vielä pari konkreettista esimerkkiä asiakkaallemme toteutetuista Rekryboosti-kokonaisuuksista, ja bonuksena eroteltuna, millaista kysymyspatteristoa missäkin videossa on käytetty.



Kysymykset:

- Mikä on parasta työssäsi?
- Millainen Porkkana & Keppi on työnantajana?
- Miten rekrytointiprosessit ovat sujuneet Porkkana & Kepin kanssa?
- Lyhyet terveiset tulevalle työkaverille?



Kysymykset:

- Miksi hait Grundiumille töihin?
- Mitä Grundiumilla työskentely sinulle merkitsee?
- Miksi Grundiumille pitäisi hakea töihin?
- Mistä olet ollut eniten ylpeä Grundiumilla ollessasi?



Rekrytointivideosta kannattaa tehdä myös lyhyt, max. 15 sekuntia pitkä teaser-video, jota voi hyödyntää erinomaisesti esimerkiksi some- tai muussa mainonnassa.

Toivottavasti tykkäsit oppaasta ja saat siitä hyötyä omaan tekemiseesi!

Lisää infoa rekryvideoista, ja eritoten Heimon sellaisista pääset katsomaan verkkokaupastamme: <https://kauppa.heimofilms.fi/tuote/nayttavaan-rekrytointiin-rekryboosti/> Sieltä saat myös tilattua videotuotuksen vaikka heti!





+358 44 235 3810



info@heimofilms.fi



Heimo Films



heimo.films



Heimo Films

