

SUORAHAKUOPAS



ALKUSANAT

Kilpailu oikeista osaajista on kiristynyt, mikä haastaa rekrytoijat sekä suorahakualan uudistumaan.

Tämä Suorahakuopas syntyi tiimityönä Eezy Personnel Oy:ssä. Tiivistimme ajatuksemme ja tiimimme kokemukset alasta ja lukuisista suorahakuyrityksistä yksiin kansiin.

Oppaan tavoitteena on avata suorahaun lainalaisuuksia selkeästi ja tarjota perustietoa suorahausta kiinnostuneille sekä sitä käyttäville organisaatioille. Vaativien rekrytointien parissa työskenteleville opas tarjoaa tietoa suorahakukumppanin valinnan tueksi ja suorahakuprosessin etenemisestä sekä siitä, milloin suorahaku kannattaa omissa rekrytointitarpeissa. Urallaan eteenpäin tähtääville ammattilaisille ja johtajille opas avaa suorahakua myös ehdokkaan näkökulmasta.

Suorahakuopas on luonteva jatkumo aiemmin julkaistulle ja paljon kiitosta saaneelle henkilöarviointioppaalle. Tämä on Suorahakuoppaan toinen, päivitetty painos.

Haluamme tarjota markkinoille jatkossakin ajantasaista tietoa sekä suorahausta että rekrytoinnista.

Helsingissä 22.1.2016

Toinen painos: Tampereella 5.5.2020

SISÄLLYS

01 SUORAHAKU - MITÄ SE ON?	4
02 SUORAHAKU SUOMESSA	6
03 MIHIN SUORAHAKU SOPII?	8
04 SUORAHAKUPROSESSI	10
05 SOPIVA SUORAHAKUKUMPPANI	21
06 SUORAHAKU JA TYÖNANTAJAMIELIKUVA	24
07 LÄPINÄKYVÄ SUORAHAKUPALVELU	26
08 SUORAHAAUN LASKUTUS JA HINTA	28
09 TAKUU	30
10 SUORAHAKU EHDOKKAAN NÄKÖKULMASTA	32
11 SYITÄ EPÄONNISTUNEELLE SUORAHAAULLE	35
12 SANASTO	37

0

SUORAHAKU - MITÄ SE ON?

1

Miten suoramaku määritellään ja mitä sen tuloksena syntyy?

Suorahaulla (*headhunting, executive search, hiljainen haku*) tarkoitetaan ehdokkaiden etsimistä avoimeen työtehtävään ilman julkista työpaikkailmoittelua tai sen tukena. Suorahakua on perinteisesti hyödynnetty yrityksen ylimmän johdon rekrytoinneissa, mistä termi ”executive search” on peräisin. Nykyisin yritykset hyödyntävät suorahakupalvelua rekrytoinneissaan kaikilla organisaatiotasoilla, sillä kilpailu parhaista osaajista on kiristynyt.

Suorahaussa toimeksiantajayritys määrittelee haettavan henkilön profiilin etukäteen yhdessä suorahakukumppanin kanssa. Profiili ohjenuoranaan suorahakukumppani etsii ja esittelee toimeksiantajalleen kriteereiden mukaisia ehdokkaita.

Tehtävään soveltuvia ehdokkaita lähestytään henkilökohtaisesti, eivätkä ehdokkaat yleensä ole aktiivisessa työhaussa. Tällöin osaajien ammattitaitoinen kontaktointi ja ehdokkaiden aktivointi nousee tärkeään rooliin.

Suorahakuun turvaudutaan yleensä tilanteissa, joissa perinteinen ilmoitushaku ei ole tuottanut tulosta tai rekrytointi halutaan pitää luottamuksellisena. Suorahaku tuo lisää onnistumisvarmuutta rekrytointiin, kun lähestytään kohdistetusti taustaltaan oikeita henkilöitä. Myös työnantajamielikuvaan liittyvät asiat saattavat puoltaa suorahakupalvelun käyttöä.

0

SUORAHAKU SUOMESSA

2

Suorahaun hyödyntäminen rekrytoinneissa on kasvussa

Suomen suorahakumarkkinan arvioidaan olevan yli 80 miljoonaa euroa vuodessa ja suorahaun kysyntä Suomessa on kasvanut viimeisten vuosien aikana merkittävästi. Tästä huolimatta Suomessa suorahaun käyttö rekrytoinnissa on vähäisempää verrattuna muuhun Eurooppaan, Yhdysvaltoihin ja Japaniin.

Suorahakumarkkinat ovat Suomessa pirstaloituneet, ja julkisesti yli 140 rekrytointitoimistoa ilmoittaa tarjoavansa suorahakua yhtenä palveluistaan. Alalla on runsaasti eri toimintamalleja ja -tapoja tehdä suorahakua, mikä indikoi alan kiihtyvää kehityksestä. Näin ollen myös suorahakupalvelun ostajan on tärkeää tuntea alalla vallitsevia erilaisia toimintamalleja.

Suorahakua tarjoavien yritysten koko liikevaihdolla mitattuna vaihtelee reilusta sadastatuhannesta noin viiteen miljoonaan euroon. Suurin osa alalla toimivista yrityksistä on kotimaisia, mutta joukkoon mahtuu myös kansainvälisiä suorahakuyrityksiä.

0

MIHIN SUORAHAKU SOPII?

3

5 tyypillistä tilannetta

Mihin suoramaku sopii?

- 1** Kun et ole ainoa, joka haluaa samoja osaajia: johtoryhmän jäsenen, huippumyyjän, IT-asiantuntijan.
- 2** Kun ilmoitushaku ei ole tuottanut toivottua tulosta.
- 3** Kun aikaa odotella ja varaa epäonnistua ei ole, kun osaaja tarvitaan nopeasti. Kriittisen osaamisalueen täyttämässä suoramaku on paras valinta.
- 4** Kun syystä tai toisesta korvaavasta rekrytoinnista tai täytettävästä tehtävästä ei haluta viestiä organisaation ulkopuolelle tai joissakin tapauksissa organisaation sisällä.
- 5** Kun halutaan panostaa työnantajamielikuvaan. Suoramakua voidaan hyödyntää myös silloin, kun halutaan kohdennetusti viestiä yrityksestä tietyille osaajaryhmälle.

Suorahaun yhteydessä voidaan käyttää ilmoitushakua, mikäli yritys haluaa brändilleen lisänäkyvyyttä. Nämä sulkevat toisensa pois joissain poikkeustapauksissa, esimerkiksi silloin, kun kyseessä on henkilöstövaihdos, josta ei ole vielä kerrottu organisaatiossa.



0

SUORAHAKUPROSESSI

4

Miten oikean ehdokkaan etsiminen ja löytäminen etenee?

Suorahakuprosessi kuvataan yleensä viisivaiheisena:

- 1** aloitus, haettavan henkilön profilointi ja rekrytointitoimeksiantajaan tutustuminen, huolellinen ja systemaattinen tehtävänkuvaus, ehdokasmateriaalien valmistaminen, avainhenkilöiden haastattelut ja yhteisen ymmärryksen varmistaminen
- 2** ehdokaskartoitus / research ja longlist
- 3** ehdokkaiden kontaktointi
- 4** haastattelut / shortlista, finalistien valinta
- 5** finaali

Seuraavan aukeaman kuvassa on selitetty suorahakuprosessin eri vaiheet. Lisäksi seuraavissa kappaleissa on kerrottu kustakin vaiheesta tarkemmin ja selitetty niiden merkityksiä.



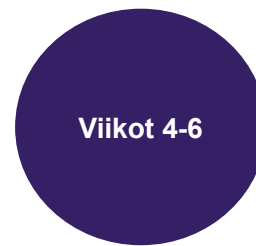


Viikot 3-5

Kontaktointi

Yhteydenotto kandidaatteihin hienovaraisesti ja luottamuksellisesti.

Tilanteen mukaan voidaan ehdokkaalta edellyttää esim. NDA:n allekirjoittamista ennen tehtäväkuvan avaamista.



Viikot 4-6

Haastattelut, finalistien valinta

Haastattelut ja väliraportointi/shortlist toimeksiantajalle.

Valitaan yhdessä potentiaalisimmat ehdokkaat suorahakukumppanin henkilöarviointeihin ja finaalihaastatteluihin.



Viikot 6-8

Finaali

Finalistien haastattelut, henkilöarviointit ja suositusten tarkastaminen.

Finaalihaastattelut toimeksiantajan ja potentiaalisimpien ehdokkaiden kesken.

4.1 TOIMEKSIANNON PROFILOINTI – HUOLELLINEN PROFILOINTI LUO EDELLYTYKSET ONNISTUNEELLE REKRYTOINNILLE

Konsultti määrittelee yhdessä toimeksiantajan kanssa toimeksiannonkuvauksen ja ehdokkaille tarjottavan materiaalin. Nämä luovat perustan suorahakutyölle.

Tärkeitä asioita toimeksiannonkuvauksessa ovat

- perustiedot yrityksestä
- organisaatiokulttuurin kuvaaminen
- työyhteisön kuvaaminen
- tehtävän kuvaaminen ja tehtävän tavoitteiden määrittely lyhyellä (1–6 kk) ja pitkällä (7–24 kk) aikavälillä
- ideaalihenkilölle asetettavat odotukset

- ideaalihenkilön kriteerit ja ihannetaustan kuvaaminen
- henkilöprofiilin luonnehdinta (motivaatio, johtamistapa, työskentelytyyli jne.)
- kiinnostavimmat kohdeyritykset
- lähiesihenkilön johtamistyyli ja odotukset
- tehtävässä menestymisen kannalta kriittinen teknologia- ja työkaluosaaminen
- kehitysmahdollisuuksien kuvaaminen.

Varmistu asiakkaana, että suorahakuun osallistuva tiimi saa mahdollisimman kattavat tiedot. Aloituspalaverissa on konsultin lisäksi hyvä olla haun suorittava researcher, jotta mitään olennaista tietoa jää siirtymättä.

Tärkeää on, että toimeksianto aikataulutetaan alkutapaamisessa. Ilman heti tapahtuvaa aikataulutusta suorahakutoimeksiannot saattavat venyä kohtuuttoman pitkiksi, koska toimeksiantajan, ehdokkaiden ja suorahakukonsultin aikataulujen yhdistäminen on vaikeaa.

4.2 RESEARCH-TYÖ – EHDOKKAIDEN ETSIMINEN JA LÖYTÄMINEN EDELLYTTÄVÄT TAITOA, SINNIKKYYTTÄ JA TIIMITYÖTÄ

Toimeksiannon- ja tehtävänkuvauksen valmistuttua suorahakutiimin researcher aloittaa ehdokkaiden kartoittamisen. Kiinnostavien ehdokkaiden löytäminen edellyttää tiivistä yhteistyötä konsultin ja researcherin välillä. Tyypillisiä suorahaussa käytettäviä lähteitä ovat

- LinkedIn
- suorahakukumppanin oma CV-tietokanta
- muut CV-tietokannat
- yritysten kotisivut
- erilaiset asiantuntijamatriikkelit
- artikkelit ja opinnäytetyöt
- seminaariluettelot
- keskustelufoorumit
- pätevyysrekisterit
- erilaiset sosiaalisen median kanavat, ryhmät sekä verkostot.

Research-työ on systemaattista työtä, jossa hakustrategian mukaisista lähteistä etsitään potentiaalisia ehdokkaita. Työ edellyttää erityisesti luovuutta, sillä lähteiden määrä voi olla haun mukaan edellä kuvattua laajempi.

Research-työ kestää 1–2 viikkoa. Tämän työn tuloksena laaditaan ehdokaslista, longlist, joka sisältää tyypillisesti noin 30 ehdokkaan tiedot. Listan pituus vaihtelee, mikäli tehtävä sijaitsee pienemmässä kaupungissa tai asiakkaan toivelista ehdokkaalle on erityisen haastava. Jotta vältetään turhaa henkilötietojen käsittelyä, ehdokaslistaa ei tyypillisesti esitellä toimeksiantajalle, joten on tärkeää että hakukriteerit on tarkoin määritelty.

Hyvä konsultti tuntee markkinan ja osaa neuvoa muun muassa palkkauksen tasosta sekä realistisesta ideaaliehtokkaan profiilista.

Hyvin tehty longlist pitää sisällään myös ehdokkaita, joita toimeksiantaja ei alun perin olisi osannut ajatella tehtävään.

4.3 EHDOKKAIDEN KONTAKTOINNIT – LÄHESTYMINEN LUOTTAMUKSELLA JA AMMATTITÄIDOLLA

Suorahakukumppani on yhteydessä ehdokkasiin hienovaraisesti ja luottamuksella. Kontaktoinnissa tavoitteena on selvittää henkilön kiinnostus keskustella uusista haasteista ja tutustua tarkemmin hänen taustaansa. Keskeisin tavoite on saada potentiaaliset ehdokkaat

keskustelemaan omista uratoiveistaan sekä kiinnostuksensa kohteista ja näiden peilaamista tarjolla olevaan tehtävään. Keskusteluita edistetään potentiaalisten ja tehtävästä kiinnostuneiden ehdokkaiden kanssa jatkohaastatteluilla.

Suorahakukontaktointit edellyttävät sosiaalista älykkyyttä ja pelisilmää, kun tavoitteena on onnistua löytämään ehdokkaita sekä vetävät että työntävät motivaatiotekijät. Suorahakuyrityksen tehtävä on edustaa toimeksiantajaansa parhaalla mahdollisella tavalla ehdokaskeskusteluissa.

Vaikka tavoitteena on saada hyviä ehdokkaita mukaan prosessiin, kenenkään etu ei ole ylimyödä tehtävää. Erityinen vaara piilee, mikäli suorahakukumppani ei ymmärrä ehdokkaan olevan ylipätevä tai haettuun tehtävään nähden korkeammassa asemassa.

Varmistu aina asiakkaana, että konsultin kanssa sovitusta tehtävän palkkarajoista pidetään kiinni ja ehdokkailta pyydetään palkkatoive. Näin ei myöhemmissä vaiheissa tule turhia pettymyksiä.

4.4 HAASTATTELUT – STRUKTUROITU HAASTATTELU MAHDOLLISTAA EHDOKKAIDEN VERTAILUN TOISIINSA

Longlistalta kontaktoitujen potentiaalisimpien ja kyseessä olevasta tehtävästä kiinnostuneiden ehdokkaiden kanssa sovitaan haastattelut. Konsultti haastattelee tehtävästä riippuen 5–15 ehdokasta, jotka on valikoitu ansioluetteloiden ja video- tai puhelinhaastattelun perusteella. Haastateltavien määrä vaihtelee toimeksiantoittain. Haastattelu on toteutettava strukturoidusti, jotta ehdokkaita voidaan aidosti vertailla toisiinsa.

Profilointivaiheessa määritetyt valintakriteerit toimivat haastattelun runkona. Haastattelujen etukäteisjäsenitys on tärkeää siksi, että tutkimusten perusteella vain sellaisilla haastatteluilla tiedetään olevan ennustearvoa henkilön työssä menestymiseen. Konsultin on suhtauduttava objektiivisesti ehdokkasiin. Tunnettuja haastattelijoiden sudenkuoppia ovat muun muassa ensivaikutelmaan jumiutuminen, vertaaminen tuttuun henkilöön tai hakijan yksittäiseen ominaisuuteen ihastuminen.

Riittävä määrä laadukkaita ehdokkaita on tae prosessin onnistumiselle. Matkan varrella ehdokkaita saattaa vetäytyä esimerkiksi sijainnin ja perhesyiden vuoksi tai nykyisen työnantajan tehdessä kilpailevan tarjouksen lähdestään indikoivalle.

4.5 SHORTLIST – YHTEENVETO KONSULTIN HAASTATTELEMISTA VAHVIMMISTA EHDOKKAISTA

Konsultin haastattelemista ehdokkaista esitellään toimeksiantajalle parhaat. Konsultin on pystyttävä tarjoamaan toimeksiantajalle ehdokkaista riittävä määrä tietoa, jotta tämä voi valita ehdokkaista vahvimmat jatsoon.

Shortlist-vaiheessa toimeksiantaja saa konsultin haastattelujen perusteella laaditun yhteenvedon ehdokkaista ja ehdokkaiden ansioluettelot. Nämä dokumentit toimivat runkona keskustelulle, jossa valitaan vahvimmat ehdokkaat jatsoon.

Pyydä konsultilta yhteenveto ehdokkaista etukäteen ennen keskusteluanne, että ennätät itse perehtyä materiaaliin. Lisäksi pyydä nähdä pääehdokkaat yhdellä kertaa, ei yksittäin. Näin prosessi on selkeämpi ja ehdokkaiden vertaaminen toisiinsa mahdollista.

4.6 FINALISTIEN HAASTATELUT - TOIMEKSIANTAJAN JA EHDOKKAAN ENSIMMÄINEN KOHTAAMINEN

Tyypillisesti toimeksiantaja haastattelee itse vahvimmat shortlistalta valitut ehdokkaat. Tämä on mahdollisuuksien mukaan hyvä tehdä yhden tai peräkkäisten päivien aikana, jolloin haastattelut ovat keskenään helpoiten vertailtavissa. Asiakkaan niin halutessa konsultti voi osallistua haastatteluihin asiakkaan tukena.

Koska suorahaussa ehdokkaat eivät ole hakijoita, on toimeksiantajan valmistauduttava vastaamaan ehdokkaiden kysymyksiin haastattelutilanteessa. Keskustelut poikkeavat normaalista työhaastattelusta. Ehdokkaiden odotus on, että he saavat kaipaamaansa lisätietoa tehtävästä ja toimeksiantajayrityksestä. Reilu kohtelu ja ehdokkaan pohdinnan huomioon ottaminen varmistavat, että ehdokkaat sitoutuvat prosessiin paremmin.

Finalistien haastattelujen perusteella valitaan 1–3 vahvinta ehdokasta jatkokierroksille, jotka sisältävät jatkohaastattelut rekrytoivan yrityksen tiloissa ja mahdolliset henkilöarvioinnit sekä sopimusneuvottelut.

4.7 VALINTAA EDELTÄVÄT HENKILÖARVIOINNIT JA PALKKANEUVOTTELUT

Suorahaun kääntyessä kohti loppusuoraa epäonnistumisen riskit kasvavat. Finalisteista vahvimpina erottautuneet 1–3 ehdokasta tulee viedä määrätietoisesti eteenpäin kohti palkkauspäätöstä. Tätä päätöstä edeltävät referenssitarkistukset ja mahdollisesti toinen haastattelukierros rekrytoivan yrityksen kanssa. Henkilöarviointi tehdään viimeistään tässä vaiheessa. Näiden vaiheiden on hyvä tapahtua seuraavan 2–3 viikon sisällä, ettei valintapäätös viivästy.

Suorahaussa mukana olevat ehdokkaat ovat tyypillisesti alttiita pohtimaan muitakin hyviä tarjouksia. Määrätietoisimmin etenevä palkkaava organisaatio erottuu edukseen. Kannattaa siis varmistua, ettei valintaprosessi juutu paikalleen tai tiedonkulku ehdokkaille katkea. Konsultin tehtävä on huolehtia prosessien etenemisestä ja viestinnästä sekä tukea rekrytoivaa esimiestä prosessin loppuun saakka.

Aina on mahdollista, että ehdokkaita saattaa vetäytyä suorahakuprosessin eri vaiheissa. Tästä syystä prosessissa on hyvä olla mukana riittävästi ehdokkaita tai valmius uudelleen tarkastella hakukriteereitä, mikäli päädytään etsimään lisää ehdokkaita.

0

SOPIVA SUORAHAKUKUMPPANI?

5

Mihin on hyvä kiinnittää huomiota kumppanin valinnassa?

Suorahakukumppanin valinnassa muista seuraavat asiat:

PROSESSIN SELKEYS JA LAILLISUUS

Selkeä, aikataulutettu ja systemaattinen prosessi luo edellytykset sille, että suorahakuprosessi pysyy aikataulussa ja ehdokkaat vastaavat haettua profiilia. Toiminta on GDPR-säännösten mukaista.

TOIMINNAN LÄPINÄKYVYYS

Toiminnan läpinäkyvyys on keskeinen asia, joka luo edellytykset laadukkaalle suorahakutoiminnalle. Läpinäkyvyys mahdollistaa luottamuksen ja hyvän yhteistyön suorahakukumppanin, toimeksiantajan ja ehdokkaiden välillä.

TIIMI

Valitse suorahakutiimi, joka tekee sinulle töitä. Onnistunut suorahakutoimeksianto on ennen kaikkea tiimityön tulosta. Tämä on tärkeä tiedostaa suorahakukumppania etsiessä.

RESEARCH-TYÖN TASO

Research-työ eli ehdokaskartoitus on keskeinen osa suorahakupalvelua ja luo onnistumisen edellytykset rekrytoinnille. Ennen haun aloittamista on hyvä tutustua suorahakukumppanin laatimaan research-strategiaan.

Sopiva suorahakukumppani?

TAKUU

Selvitä, minkälaisen takuun suorahakukumppani tarjoaa työlleen. Takuuehdoissa on eroja toimistojen kesken ja takuuajat vaihtelevat tyypillisesti neljän ja kuuden kuukauden välillä. Osa suorahakuyrityksistä tarjoaa työlleen jopa yli 12 kuukauden takuun.

TYÖNANTAJAMIELIKUVAN HUOMIOIMINEN

Selvitä, miten suorahakukumppani edustaa yhtiötänne osajamarkkinoilla. Suorahakuprosessi, jossa on huomioitu työnantajamielikuva, nostaa yrityksen profiilia kiinnostavien osaajien keskuudessa. Tästä on hyötyä tulevaisuuden rekrytoinneissa.



0

SUORAHAKU JA TYÖNANTAJAMIELIKUVA

6

Suorahakukumppani antaa kasvot asiakkaalleen

Rekrytointiprosessin kautta kulkee jopa sata toimeksiantajan kannalta kiinnostavaa osaajaa, joiden kanssa suorahakukumppani keskustelelee puhelimitse, viestein ja kasvokkain. Toisin sanoen suorahakukumppani antaa kasvot toimeksiantajalleen. Tämän perusteella suorahakuyrityksellä on keskeinen rooli toimeksiantajansa työnantajamielikuvan muodostumisessa.

Suorahakukumppanilla on oltava selkeä prosessi ehdokkaiden palvelussa ja hallinnassa. Palvelussa tulisi painottaa seuraavia asioita ehdokkaan suuntaan:

- asiallinen, ammattimainen ja ystävällinen kommunikointi prosessin jokaisessa vaiheessa
- ajantasainen viestintä
- riittävän tiedon tarjoaminen toimeksiantajasta ja täytettävästä tehtävästä

- selkeä ja jatkuva viestintä prosessin kulusta, jotta jokainen ehdokas tietää mitä tapahtuu ja milloin, myös silloin, mikäli prosessi viivästyy
- palaute ehdokkaille tulevaisuuden rekrytointeihin liittyen on tärkeä osa hyvää palvelua.

Lisäksi toimeksiantajan työnantajamielikuvaa tukevat suorahakuyrityksen tilat, prosessissa ehdokkaille annettavat materiaalit sekä ehdokasviestintä suorahakuprosessin päätyttyä.

Kysy potentiaaliselta suorahakukumppaniltasi: "Kuinka te edustatte meitä ehdokkaille?" ja "Kuinka te huolehditte ehdokkaista prosessin jokaisessa vaiheessa?"

0

LÄPINÄKYVÄ SUORAHAKUPALVELU

7

Onko se mahdollista?

Suoramakupalvelua saatetaan pitää salatieteeksi verrattavana toimintana, jossa jää mysteeriksi, mistä ehdokkaat tulevat ja miten lopputulokseen päästään. Onnistunut suoramaku edellyttää systemaattista, läpinäkyvää ja tinkimätöntä työtä läpi prosessin niin ehdokkaiden etsinnässä, kontaktoinneissa, haastatteluissa kuin arvioinneissakin. Olennaisena osana prosessia on aktiivinen yhteydenpito asiakkaaseen ja kaikkiin ehdokkaisiin läpi rekrytointiprosessin.

Läpinäkyvyys tarkoittaa suoramakukumppanille säännöllistä raportointia tehdystä työstä. Tämä on avointa kommunikointia suoramakukumppanin ja toimeksiantajan välillä sekä edellyttää, että toimeksiantaja tuntee palvelun tuottavan tiimin. Järjestelmät mahdollistavat toimeksiantajayrityksen seurata reaaliajassa suoramakukumppanin tekemää työtä ja ehdokkaiden etenemistä prosessissa.

0

SUORAHAAUN LASKUTUS JA HINTA

8

Mitä suoramaku maksaa?

Suorahakuyritykset käyttävät erityyppisiä hinnoittelumalleja palvelussaan. Perinteisesti laskutus on jaettu kolmeen osaan seuraavasti:

- Aloitusmaksu.
- Toimeksiantaja on hyväksynyt konsultin esittelyiden perusteella parhaat ehdokkaat ja haluaa jatkaa näiden ehdokkaiden kanssa haastatteluihin.
- Ehdokas on allekirjoittanut työsopimuksen.

Suorahakuyritykset hinnoittelevat palvelunsa tyypillisesti sen perusteella, onko kyseessä työntekijä- tai toimihenkilöhaku, vaativa asiantuntijahaku, keskijohdon haku vai johtoryhmätasoisien henkilön haku. Eritasoisten hakujen hinnat vaihtelevat tuhansista eurosta aina 100 000 euroon. Lisäksi hinnoittelussa on suuria eroja suorahakuyritysten välillä.

Tehtävän tason lisäksi hintaan vaikuttaa haun vaativuusluokka. Esimerkiksi harvinainen osaamisyhdistelmä tai vaikea maantieteellinen sijainti saattavat nostaa hintaa. Perinteinen hinnoittelumalli suorahaussa on perustunut haettavan henkilön palkkatasoon, tällaisessa tapauksessa suorahakuyritys veloittaa hausta tyypillisesti 25–35 % haettavan henkilön vuosiansioista.

Asiakkaana kannattaa kiinnittää huomiota siihen, miten vaativa rekrytointi on kyseessä. Kärjistäen voisi todeta, että mitä enemmän resursseja asiakkaan tarpeen täyttämiseksi vaaditaan, sitä enemmän suorahakukumppani toimeksiannosta laskuttaa.

0

TAKUU

9

Suurta vaihtelua toimistojen välillä

Yleisesti suoramakupalveluun kuuluu takuu. Takuulla tarkoitetaan sitä, että suoramakuyritys sitoutuu tekemään haun maksutta, mikäli rekrytoitu henkilö ei menesty tehtävässään ja hänet joudutaan irtisanomaan.

TAKUUAIKA

Takuuehdoissa on toimistokohtaisia eroja jo pelkästään takuuajan pituudessa puhumattakaan muista takuuehdoista. Tyypillisesti takuu vaihtelee 4 kuukaudesta 6 kuukauteen. Parhaimmillaan takuu aika voi olla yli 12 kuukautta.

TAKUUEHDOT

Perinteisesti suoramakutoimeksiannossa takuu astuu voimaan, mikäli rekrytoitu henkilö joudutaan irtisanomaan siitä syystä, ettei hän ole menestynyt tehtävässään.

Tällaisessakin tilanteessa suoramakuyritykset määrittelevät takuuehtojen täyttymisen tapauskohtaisesti. Osa yrityksistä tarjoaa takuuta vain siinä tapauksessa, että henkilö päättää itse irtisanoutua tehtävästä.

Takuu on yksi konkreettisimmista asioista, millä suoramakuyritys voi vakuuttaa uskovansa onnistumiseensa haussa ja kantavansa aidosti vastuun työstään. Jos suoramakuyritys ei tarjoa palvelulleen reilua ja mutkatonta takuuta, kannattaa kysyä, miten he takaavat palvelunsa laadun. Mikäli takuu aika on lyhyempi kuin henkilön koeaika tai takuuta ei ole, kannattaa harkita muitakin suoramakukumppaneita.

1

SUORAHAKU EHDOKKAAN NÄKÖKULMASTA

0

Hakija vai ehdokas?

Vaikka osa ehdokkaista on tottunut saamaan säännöllisesti yhteydenottoja, niin monelle ehdokkaalle kontaktointi on ensimmäinen ja yhteydenotto tulee useimmiten yllätyksenä. Tällöin suhtautuminen suorahakuyrityksen yhteydenottoon vaihtelee.

Mikäli yhteydenotto tapahtuu puhelimitse, moni on kiinnostunut siitä, miksi juuri hänelle soitettiin. Usein halutaan myös tietää, mistä tiedot puhelua varten on saatu. Keskustelu mahdollisesta työpaikan vaihdosta on henkilökohtainen ja suorahakuprosessin edetessä pidemmälle nousevat luottamuksellisuuskysymykset vahvemmin esiin.

KUUSI ASIAA, JOTKA EHDOKKAAN ON HYVÄ TIETÄÄ SUORAHAUSTA:

- 1) Iso osa työpaikoista täytetään suorahakujen kautta. Suorahakua hyödynnetään nykyisin niin asiantuntijoiden kuin johdonkin rekrytoinneissa.
- 2) Vaikka suorahaun yhteydenotto tai osallistuminen suorahakuprosessiin ei johtaisi uuteen työhön, nämä ovat aina hyviä mahdollisuuksia verkostoitua työmarkkinoilla.
- 3) Rekrytointiprosessi on aina kahden kauppa, ja ehdokkaan on tunnettava rekrytoiva organisaatio sekä tehtävä riittävän hyvin uravalintoja pohtiessaan.

- 4) Suorahakuprosessi on hyvä mahdollisuus saada ammatillista ohjausta.
- 5) Jos et tule valituksi tai et kiinnostu kyseessä olevasta tehtävästä, voit ilmoittaa kiinnostuksesi muita uramahdollisuuksia kohtaan tai luottamuksella suositella konsultille tehtävään soveltuvia henkilöitä omasta verkostostasi.
- 6) Suorahakutoiminta perustuu luottamukseen ja lainmukaiseen toimintaan. Edellytä konsultilta, rekrytoivalta yritykseltä ja itseltäsi luottamuksellisuutta sekä GDPR-säännösten huomiointia läpi koko suorahakuprosessin. Valitettavasti joskus alalla asiakkaat ja konsultit ovat selvittäneet omista verkostoistaan lisätietoja ehdokkaista kysymättä tähän lupaa. Pahimmillaan tästä seuraa ehdokkaan nykyisen työsuhteen vaarantuminen.

Suorahaussa puhutaan ehdokkaista, ei hakijoista. Suorahakuprosessissa kyseessä on kahden kauppa toimeksiantajayrityksen ja ehdokkaiden välillä.

Siinä missä ilmoitushakurekrytoinneissa hakijoilta kysytään: "Miksi olisit paras kyseessä olevaan tehtävään?", painotetaan suorahakurekrytoinneissa sitä, miksi kyseessä oleva tehtävä ja yritys olisi paras ehdokkaalle.

1

SYITÄ EPÄONNISTUNEELLE SUORAHAULLE

1

Tunnista riskit

- *Toimeksiannon tai tehtävän profilointi on tehty huolimattomasti.*
Suorahakuyrityksen ja toimeksiantajan välillä ei ole yhteistä näkemystä haettavasta henkilöstä. Research-työ on vaikea toteuttaa laadukkaasti, mikäli haettavasta profiilista ei ole selkeää kuvaa.
- *Longlistaa ei ole laadittu huolellisesti.*
Ehdokkaat eivät ole relevantteja ja/tai heitä ei ole tunnistettu riittävästi.
- *Konsultti luottaa liikaa henkilökohtaiseen verkostoonsa ja research-työ jää ohueksi.*
Systemaattinen research-työ on edellytys suorahaussa onnistumiselle. Henkilökohtaisten verkostojen painottamisen sijaan relevantimpaa on konsultin toimialatuntemus ja ajantasainen tietämys asiakkaan liiketoimintaympäristön erityispiirteistä.
- *Suorahakutoimiston oman tietokannan liika painottaminen research-työssä.*
Vaikka lähimenneisyydessä tehdyt samankaltaiset haut tukevat usein toisiaan, ehdokastietokanta vanhenee nopeasti ja ajantasaisen ehdokaskannan ylläpitäminen on haastavaa.
- *Puutteellinen viestintä.*
Riittämätön kommunikointi toimeksiantajan kanssa voi aiheuttaa väärinkäsityksiä ja näkemyseroja siitä, mitä ollaan hakemassa. Ehdokkaiden suuntaan puutteellinen kommunikointi kustautuu toimeksiannossa menetettyinä, turhautuneina ehdokkaina. Samalla ehdokkaat pettyvät myös rekrytoivaan organisaatioon.

1

SANASTO

2

Seuraavassa on avattu keskeisimpiä suorahaussa käytettyjä termejä.

EHDOKASHALLINTAJÄRJESTELMÄ

Suorahakuyrityksen tärkeä työkalu, jonka avulla hallinnoidaan toimeksiantoja ja ehdokkaita suorahakuprosessissa. Työkalujen osalta on saavutettavissa asiakkaalle asti näkyviä etuja.

EXECUTIVE SEARCH, RETAINED SEARCH, HEAD HUNTING, DIRECT SEARCH

Näillä termeillä tarkoitetaan suorahakua.

FINALISTIEN HAASTATTELUT

Tyypillisesti toimeksiantaja haastattelee 4-6 vahvinta, shortlistalta valittua ehdokasta. Koska suorahaussa ehdokkaat eivät ole hakijoita, on toimeksiantajan valmistauduttava vastaamaan ehdokkaiden kysymyksiin haastattelutilanteessa.

HENKILÖARVIOINTI

Tieteellinen lähestymistapa, jolla kartoitetaan työtehtävässä menestymisen kannalta keskeisiä muuttujia. Näitä muuttujia (mm. motivaatio ja paineensietokyky) on vaikea havaita pelkän työhaastattelun avulla. Henkilöarviointi tarjoaa mahdollisuuden ehdokkaiden objektiiviseen vertailuun.

LONGLIST

Longlist eli niin sanottu pitkälista, on researcherin ja suorahakukonsultin yhteistyössä laatima lista potentiaalisista ehdokkaista. Longlistan ehdokkaita ei ole kontaktoitu, vaan heidät on kerätty julkisista lähteistä.

OFF LIMITS

Asiakkaan toimeksiannon aloituksessa konsultille antama poissuljettavien ehdokkaiden tai yritysten lista. Off limits-listalla voivat olla esimerkiksi yhteistyökumppaneilla työskentelevät ehdokkaat, joita ei haluta kontaktoida, ettei yhteistyö vaarantuisi.

PROFIILI

Profiililla tarkoitetaan suorahaussa toimeksiantokuvausta, jonka konsultti laatii suorahakuprosessin alussa yhdessä toimeksiantajan kanssa. Profiililla voidaan myös tarkoittaa ideaaliehtokkaan määrittelyä.

RESEARCH

Research on työtä, jota tehdään ehdokkaiden löytämiseksi suorahakutoimeksiintoon. Researcher etsii yhteistyössä suorahakukonsultin kanssa ehdokkaita julkisista lähteistä, joista esimerkkeinä mainittakoon LinkedIn, yritysten kotisivut ja CV-tietokannat.

SHORTLIST

Lyhyt lista ehdokkaista, jotka suoramakukonsultin arvion mukaan täyttävät toimeksiantajan kanssa määritellyn ehdokasprofiilin kriteerit. Listan pituus vaihtelee suoramakuyrityksen ja kyseessä olevan toimeksiannon mukaan, mutta tyypillisesti siinä on esitelty 5–8 kriteerit täyttävää ehdokasta.

TAKUUAIKA

Suorahaussa takuu aika on tyypillisesti 4–6 kuukautta. Jotkut toimistot tarjoavat työlleen jopa yli 12 kuukauden takuuta. Takuuehdoissa on toimistokohtaisia eroja.

EEZY PERSONNELIN SUORAHAKU

Eezy Personnel on vuonna 1985 perustettu, vaativiin henkilövalintoihin, suoramakuihin, rekrytointiin ja henkilöarviointiin erikoistunut asiantuntijayritys. Palvelemme asiakkaitamme valtakunnallisesti ja kansainvälisesti yli 50 kokeneen asiantuntijan voimin.

Olemme kulkeneet pitkän tien vaativien henkilövalintojen parissa. Ala kehittyy ja me kehitymme sen mukana.

Eezy Personnel on osa [Eezy](#)-konsernia.

- Eezy Personnelin toiminnassa yhdistyvät alan vahvimpiin lukeutuva suoramaku- ja henkilöarviointiosaaminen sekä uusien teknologioiden hyödyntäminen
- Toimintamme on läpinäkyvää, GDPR-säännökset huomioonottavaa ja asiakkailamme on mahdollisuus seurata palvelumme laatua ja toimeksiannon etenemistä reaaliajassa.
- Suorahaussa myönnämme työllemme 12 kuukauden takuun. Takuu pätee tilanteissa, joissa valittu henkilö irtisanoutuu tai irtisanotaan tehtävästään motivaatioon tai työssä suoriutumiseen liittyvistä syistä.

Eezy Personnel – parasta osaamista tärkeisiin valintoihin

