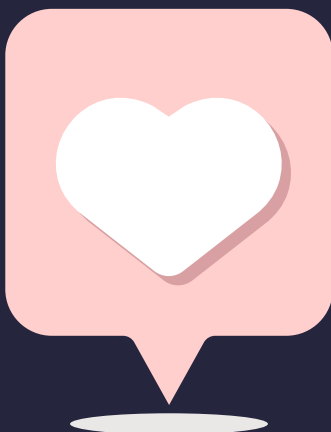


[Tarkistuslista]

SoMe-rekrytoinnin aloittaminen

Tarkistuslista vaikuttavaan SoMe-rekrytoinnin aloittamiseen

- ✓ **Yritykselläsi pitää olla sosiaalisen median tilit kaikilla alustoilla**, joita aiot käyttää rekrytoinneissa. Optimaalisessa tilanteessa sinulla on jo jonkin verran seuraajia, jolloin julkaistaessasi työpaikkailmoituksen seuraajasi voivat jakaa sen ystävilleen ja verkostoilleen, jotka puolestaan jakavat sen omilleen – ja niin edelleen. Mitä useammat jakavat ilmoituksen, sitä suurempi on tavoitettavuutesi ja sitä enemmän hakijoita avoimiin paikkoihin on.
- ✓ **Aseta tavoitteet.** Mitä yrität saavuttaa? Ehkäpä haluat lyhentää yrityksesi rekrytointiprosessin läpivienti aikaa tai houkutella enemmän laadukkaita hakijoita. Tai voit saavuttaa molemmat tavoitteet! Kun tiedät, mitä haluat tehdä, voit valita mittareita, jotka kertovat kuinka hyvin olet onnistunut. Mittarit voivat myös kertoa, kuinka voisit tehdä vieläkin enemmän. Joitakin suosittuja rekrytoinnin tunnuslukuja ovat palkkauskustannukset (cost-per-hire), palkkaukseen kuluva aika (time-to-hire), sosiaalisesta mediasta tuleva klikkausten määrä rekrysoivillesi sekä hakijaa kohden käytetty aika.
- ✓ Kun olet asettanut tavoitteesi, mieti seuraavaksi, millaisia työnhakijoita haluat houkutella. Mitä **taitoja ja ominaisuuksia** tämä henkilö tarvitsee suoriutuakseen hyvin yrityksessäsi? Vastaus tähän kysymykseen kertoo, kuinka voit kohdistaa rekrytointi-ilmoitukset juuri oikeat kompetenssit omaavaan työnhakijaan.
- ✓ Nyt kun tiedät, ketä etsit, mieti seuraavaksi, mistä löydät heidät. Jotkin sosiaalisen median palvelut voivat olla alkujaankin suunnattuja juuri haluamillesi työnhakijoille, joten on luonnollisesti kannattavaa julkaista ilmoituksesi siellä. Kun tiedät, **missä ihanteelliset hakijasi viettävät aikaa verkossa**, voit valita oikean alustan. **VINKKI:** kysy nykyisiltä työntekijöiltäsi, mitä some-palveluja he käyttävät.



86%

työnhakijoista käyttää
sosiaalista mediaa
työnhaussa

- ✓ **Ota selvää, mitä kilpailijasi tekevät** menestyksekkäästi omassa sosiaalisen median rekrytoinnissaan. Kilpailijat saattavat tehdä vaikuttavaa ja sitouttavaa some-postailua ja voit ottaa niistä oppia. Mutta jos kilpailijasi eivät toimi sosiaalisessa mediassa onnistuneesti, voit myös nähdä, mitä EI pidä tehdä. Seuraamalla kilpailijoiden some-käyttäytymistä tiedät joka tapauksessa tarkalleen, mitä sinulla on vastassasi.
- ✓ **Vahvista työnantajabrändiäsi.** Jotta voit vahvistaa työnantajamielikuvaa sosiaalisessa mediassa, sinun on tiedettävä, millainen yrityskulttuurisi pohjimmiltaan on. Postausten ja muun sisällön tulisi heijastaa sitä. Kerro työntekijöille tulevista rekrytoinneista, jotta he voivat osallistua niihin omalla tavallaan. Tämä voi olla yksinkertaisimmillaan työpaikkaa koskevan sisällön kirjoittamista postauksiin ja työpaikkailmoitusten jako sosiaalisessa mediassa heidän omille verkostoilleen.
- ✓ **Kirjoita houkuttelevia ilmoituksia.** Varmista, että ilmoitat työpaikkailmoituksessa selvästi sijainnin ja tehtävänimikkeen. Tämä ohje vaikuttaa itsestään selvältä, mutta moni yllättyisi saadessaan selville, kuinka monet rekrytoijat laiminlyövät näiden tietojen lisäämisen ilmoitukseensa. Äläkä unohda lisätä kuvailevaa mutta mukaansatempaavaa kuvatekstiä. Valitse korkealaatuinen kuva, joka kuvastaa sitä, mistä haettavassa tehtävässä on kyse tai mitä yrityksesi edustaa. On tärkeää olla varmistunut siitä, että pätevien työnhakijoiden on mahdollisimman helppoa klikata "hae".
- ✓ **Varaa aika ja postaa kaikissa kanavissa Talentechin Social Media Ads – työkalulla tehokkaasti** – tai toki voit valita kalliin ja aikaa vievän vaihtoehdon, jossa markkinointitoimisto tai markkinoinnin ammattilainen auttaa sinua mainostamaan erikseen, kullakin yksittäisellä sosiaalisen median alustalla.

71%

sosiaalisen median rekrytointia käyttävistä työnantajista sanoo, että tämä auttoi heitä seulomaan hakijoita.