



OPAS VAIKUTTAVAAN TYÖNANTAJAVIESTINTÄÄN

Kunnille
Suunnittele - Erotu - Mittaa.

ROOKIE
COMMUNICATIONS

ESIPUHE

”Rekrytointihaasteet rajoittavat kykyämme tuottaa laadukkaita palveluita.”

“Kamppailemme jatkuvasti varhaiskasvatuksen työntekijöiden ja opettajien löytämisessä.”

“Yksityinen sektori imee parhaat osaajat korkeammilla palkoilla.”

Kuulostaako tutulta? Et ole yksin. Suomen kunnat kohtaavat merkittäviä rekrytointihaasteita, jotka uhkaavat niiden kykyä tuottaa lakisääteisiä palveluita ja ylläpitää paikallista elinvoimaa. Erityisesti varhaiskasvatus, opetusala, tekniset palvelut ja hallinnon asiantuntijatehtävät ovat jatkuvan paineen alla. Työikäinen väestö vähenee useilla alueilla, samalla kun kilpailu osaajista yksityisen sektorin ja muiden julkisten toimijoiden kanssa kiristyy.

Tämä opas tarjoaa käytännönläheisen lähestymistavan kuntien työnantajaviestinnän kehittämiseen kolmen pilarin kautta: SUUNNITTELE -- EROTU -- MITTAA. Nämä muodostavat vaikuttavan rekrytointiviestinnän selkärangan, joka auttaa kuntaasi varmistamaan palvelukyvyn, houkuttelemaan osaajia ja rakentamaan elinvoimaa.

1. SUUNNITTELE: VIESTINNÄN STRATEGISET PERUSTEET

Ilman suunnitelmaa kunnan työnantajaviestintä on reaktiivista ja tehotonta. Tämä on erityisesti haaste kunnissa, joissa henkilöstö- ja viestintäresurssit ovat rajalliset.

1.1. Määritä selkeät tavoitteet

Älä vain “viesti”, vaan määritä mitä haluat saavuttaa:

- **Konkreettinen määrällinen tavoite:** “Haluamme rekrytoida kymmenen uutta vaka-opettajaa vuodeksi 2026”
- **Sitoutumiseen liittyvä tavoite:** “Vähennämme henkilöstön vaihtuvuutta 30% seuraavan 12 kuukauden aikana”
- **Työnantajakuvatavoite:** “Parannamme sijoitustamme 15 sijaa kunta-alan työnantajien vertailussa”



Käytännön esimerkki: Eräs itäsuomalainen kunta asetti tavoitteekseen vähentää keskimääräistä rekrytointiaikaa 60 päivästä 40 päivään. Tavoitteen asettaminen johti rekrytointiprosessin virtaviivaistamiseen ja hakijaviestinnän parantamiseen. Tulos: rekrytointiaika lyheni ja avoimiin tehtäviin saatiin laadukkaampia hakijoita.



1.2. KOHDERYHMIEN TARKKA MÄÄRITTELY

“Jos yrität puhua kaikille, et puhu kenellekään.” Tunnista keskeiset kohderyhmät ja mikä viestimme on kullekin niistä:

Kohderyhmä	Tärkeimmät motivaattorit	Ensisijaiset kanavat	Viestiesimerkki
Opetus- ja varhaiskasvatusalan osaajat	Vaikuttavuus, työyhteisö, kehittymismahdollisuudet	Facebook, Instagram, oppilaitosyhteistyö	"Tule rakentamaan tulevaisuutta – pienemmät ryhmäkoot, enemmän aikaa jokaiselle lapselle"
Tekniset asiantuntijat	Monipuoliset projektit, vastuu, modernit työkalut	LinkedIn, tekniset foorumit	"Johda merkittäviä hankkeita alusta loppuun – meillä saat vastuuta ja näet työsi konkreettiset tulokset"
Hallinnon asiantuntijat	Työn merkityksellisyys, vaikutusmahdollisuudet, työn ja vapaa-ajan tasapaino	LinkedIn, ammattilehdet	"Meillä asiantuntijuutesi vaikuttaa suoraan kuntalaisten arkeen – ja tarjoamme joustavat työajat elämäntilanteesi mukaan"

1.3. RESURSSIEN REALISTINEN ALLOKOINTI

Kunnissa työnantajaviestintään käytettävät resurssit ovat usein rajalliset. Siksi on kriittistä keskittyä tehokkaimpiin kanaviin:

- **Analysoi nykyinen ajankäyttö:** Mihin rekrytointitoimenpiteisiin kuluu nyt aikaa? Tuottavatko ne tulosta?
- **Priorisoi kanavat:** Valitse 2-3 keskeistä kanavaa ja tee ne kunnolla vs. 6-7 kanavaa puoliteholla
- **Fokusoi ammattiryhmittäin:** Vältä geneerisiä rekrytointikampanjoita - kohdenna viestintä tarkasti eri osaajaryhmille
- **Tunnista kustannustehokkaat keinot:** Kuntaliiton tarjoamat materiaalit, työntekijälähettilyyys ja kohdennetut kampanjat voivat tuoda parempia tuloksia kuin kalliit yleisilmoitukset

1.4. SUUNNITTELUN KONKREETTISET ASKELEET

1.4.1. NYKYTILAN ANALYYSI (1-2h)

- Pidä työpaja henkilöstöhallinnon, johdon ja rekrytoivien esimiesten kanssa
- Vastatkaa: Mikä toimii? Mikä ei? Mitkä ovat suurimmat pullonkaulat?
- Kerätkää tietoa vaihtuvuudesta, rekrytointiprosessin kestosta ja hakijamääristä

1.4.2. PRIORISOINTI JA VASTUUTUS (1-2H)

- Määritellä 1-3 tärkeintä tavoitetta seuraavalle 6 kuukaudelle
- Päätää, mihin ammattiryhmiin ja kanaviin keskitytte
- Nimetää selkeät vastuuhenkilöt ja aikaresurssit

1.4.3. TOIMINTASUUNNITELMA (2-3H)

- Laatikaa yksinkertainen vuosikello tai 6kk suunnitelma
- Kirjatkaa tärkeimmät sisältötyypit ja viestit eri kohderyhmille
- Sopikaa konkreettinen aikataulu ja seurantapalaverit



2. EROTU: HOUKUTTELEVAN TYÖNANTAJALUPAUKSEN RAKENTAMINEN

Kilpailu osaajista on kovaa, eikä pelkkä työilmoitus Kuntarekryssä enää riitä. Kuntien on aktiivisesti rakennettava houkuttelevaa työnantajabrändiä.

2.1. TYÖNANTAJALUPAUS ON KUNNAN TÄRKEIN REKRYTOINTIVÄLINE

Työnantajalupaus on kiteytys siitä, mitä työntekijä saa vastineeksi osaamisestaan, ajastaan ja sitoutumisestaan. Sitkeät mielikuvat “kunnista tylsinä työpaikkoina” tai “huonosti palkatuista kuntatehtävistä” eivät muutu itsestään.



Kunnan työnantajalupauksen tulee olla:

- 1.** Uskottava ja rehellinen – perustuu todellisiin vahvuuksiin, ei katteettomiin lupauksiin
- 2.** Erottuva – korostaa elementtejä, joilla kunta erottuu kilpailijoista (esim. yksityisestä sektorista)
- 3.** Konkreettinen – sisältää käytännön esimerkkejä, ei vain abstrakteja arvoja
- 4.** Kohderyhmälle relevantti – puhuttelee juuri niitä osajia, joita kipeimmin tarvitaan
- 5.** Monipuolinen – huomioi sekä rationaaliset että emotionaaliset motivaattorit



2.2. NÄIN RAKENNAT KUNNALLE EROTTUVAN TYÖNANTAJALUPAUKSEN

2.2.1. Tunnista todelliset vahvuutesi

- Työn merkityksellisyys: Mahdollisuus vaikuttaa ihmisten hyvinvointiin ja yhteisön kehittämiseen
- Työn ja vapaa-ajan tasapaino: Usein joustavammat työajat ja paremmat lomaetuudet kuin yksityisellä sektorilla
- Työsuhteen vakaus: Turvallisuus ja pitkäjänteisyys moniin muihin työnantajiin verrattuna
- Monipuolinen työnkuva: Varsinkin pienemmissä kunnissa tehtävät ovat usein laaja-alaisia

2.2.2. Tunnista osaajien todelliset motivaattorit

- Vaikuttavuus: Mahdollisuus nähdä työnsä konkreettiset tulokset kuntalaisten arjessa
- Yhteisöllisyys: Työyhteisö, jossa jaetaan samat arvot
- Osaamisen kehittäminen: Koulutus- ja kehittymismahdollisuudet, työn monipuolisuus
- Elämänlaatu: Kohtuuhintainen asuminen, lyhyet työmatkat, luonnonläheisyys [erityisesti pienemmissä kunnissa]



2.2.3. Muotoile konkreettinen arvolupaus

Työnantajalupauksesi tulee vastata kysymyksiin:

- Miksi juuri meidän kuntamme on parempi työpaikka kuin muut kunnat tai yksityinen sektori?
- Mitä konkreettista työntekijä saa meiltä, mitä ei muualta?
- Miten meillä työskentely tukee haluttua elämäntapaa?
- Miten päivittäinen työkokemus eroaa kilpailijoista?

Esimerkkejä epämääräisistä vs. konkreettisista työnantajalupauksista kunnille:

Epämääräinen työnantajalupaus

"Kuntamme on hyvä työnantaja"

"Tarjoamme mahdollisuuksia vaikuttaa"

"Meillä on joustava työympäristö"

Konkreettinen työnantajalupaus

"Tarjoamme keskimäärin viisi päivää enemmän koulutusta vuodessa kuin muut työnantajat, ja 72% esihenkilöstämme on edennyt urallaan kunnan sisällä."

"Opettajamme tapaavat kuukausittain sivistysjohtajan kanssa kehittääkseen oppimisympäristöjä. Viimeisen vuoden aikana kahdeksan opettajien tekemää aloitetta on viety käytäntöön."

"Meillä 65% toimistotyöntekijöistä hyödyntää hybridityömallia, ja olemme investoineet 125 000€ etätyöskentelyn helpottamiseen. Lisäksi tarjoamme kahdeksan erilaista työaikajoustoa perheen ja työn yhteensovittamiseksi."

Käytännön esimerkki: Nurmijärven kunta toteutti palkitun #Ilmiöntekijät-kampanjan, jossa:

Vanha työnantajalupaus: “Nurmijärven kunta – Luotettava työnantaja.”

Uusi työnantajalupaus: “#Ilmiöntekijöiden Nurmijärvi: Meillä sinä olet ilmiö, joka tekee kunnasta paremman. Saat toteuttaa ammattitaitoasi ilman jatkuvaa kiirettä ja ylikuormitusta. Tarjoamme modernit työvälineet, joustavan työympäristön sekä työyhteisön, jossa voit oikeasti vaikuttaa työhösi ja kunnan palveluihin.”

Tulos: Kampanja tavoitti miljoonayleisön ja kasvatti merkittävästi hakijamääriä sekä kunnan houkuttelevuutta työnantajana.



2.3. EROTTUVUUDEN RAKENTAMISEN KONKREETTISET ASKELEET

2.3.1. SISÄISEN TODELLISUUDEN KARTOITUS (3-4H)

- Järjestä työpaja, jossa arvioidaan nykyistä työnantajamielikuvaa
- Haastattele 5-10 työntekijää eri toimialoilta ja kysy, miksi he valitsivat kunnan työnantajakseen
- Listatkaa konkreettiset vahvuudet ja erottumistekijät kilpailijoihin nähden



2.3.2. TYÖNANTAJALUPAUKSEN MUOTOILU (2-3H)

- Kiteyttäkää yleinen työnantajalupaus ja 2-3 toimialakohtaista lupaus
- Testatkaa ne muutamalla nykyisellä työntekijällä ja potentiaalisella rekrytoitavalla
- Hiokaa sanamuodot selkeiksi ja konkreettisiksi

2.3.3. VISUAALINEN ILME JA VIESTINTÄ (4-8H)

- Päivittäkää rekrytointi-ilmoitukset, verkkosivujen urasiot ja someprofiilit
- Luokaa visuaalinen ilme työnantajamielikuvalle (kuvat, videot, grafiikka)
- Valmistelkaa sosiaalisen median sisältösarja, joka nostaa esiin arvolupauksen eri elementtejä



3. MITTAA: REKRYTOINTIVIESTINNÄN SYSTEMAATTINEN SEURANTA

“Mitä ei mitata, sitä ei voi johtaa.” Kuntien on seurattava järjestelmällisesti rekrytointiviestinnän toimivuutta, jotta toimintaa voidaan kehittää.

3.1. NÄIN LUOT TEHOKKAAN MITTARISTON

3.1.1. Keskity avainindikaattoreihin

Älä hukuta itseäsi dataan. Keskity 5-7 tärkeimpään mittariin:

Rekrytointiprosessin tehokkuusmittarit:

- **Rekrytoinnin kesto** (päivinä hakuilmoituksesta työsopimukseen)
- **Hakijoiden määrä ja laatu** per positio
- **Täyttöaste** (montako prosenttia avoimista paikoista saadaan täytettyä)
- **Rekrytointi-ilmoitusten tavoittavuus** (kattavuus, näyttökerrat)

Henkilöstön pysyvyyteen liittyvät mittarit:

- **Kokonaisvaihtuvuus** [% henkilöstöstä vuositasolla]
- **Vaihtuvuus kohderyhmittäin** (esim. varhaiskasvatus, opetus, tekniset asiantuntijat)
- **Lähtövaihtuvuuden syyt** (kategoriat, top 3)

3.1.2. Luo yksinkertainen mittaus- ja raportointiprosessi

- **Dokumentoi lähtötilanne:** Hyödynnä rekrytointi- ja HR-järjestelmiä
- **Luo raportointipohja:** Yhden sivun kuukausiraportti keskeisistä mittareista
- **Tee säännöllisiä katsauksia:** Käytä 15-30 min/kk lukujen läpikäyntiin johtoryhmässä.

Käytännön vinkki: Luo Excel-taulukko rekrytointien ja vaihtuvuuden seuraamiseen. Aseta selkeät tavoitetasot jokaiselle mittarille.

3.1.3. Kerää systemaattisesti palautetta

Numerot eivät kerro kaikkea. Täydennä mittaristoa laadullisella palautteella:

- **Hakijakokemus:** Lyhyt kysely rekrytointiprosessiin osallistuneilta
- **Uusien työntekijöiden kokemukset:** Palautekeskustelu koeajan päättyessä
- **Lähtöhaastattelut:** Jokainen lähtijä haastatellaan systemaattisesti



3.2. MITTAAMISEN KONKREETTISET ASKELEET

3.2.1. MITTARISTON LUOMINEN (2-3H)

- Määrittele 5-7 keskeisintä rekrytointimittaria kunnallenne
- Aseta jokaiselle lähtötaso ja tavoite seuraavalle 6-12 kuukaudelle
- Tunnista tarvittavat tietolähteet ja vastuuhenkilöt

3.2.2. SEURANTAJÄRJESTELMÄN KÄYTTÖÖNOTTO (2-3H)

- Luo yksinkertainen Excel-pohja tai hyödynnä olemassa olevia järjestelmiä [esim. Kuntarekry]
- Suunnittele hakijakokemuksen ja lähtöhaastattelujen kyselyt
- Varmista, että kaikki rekrytointeihin osallistuvat tallentavat tarvittavat tiedot

3.2.3. ANALYSOINTI JA KEHITTÄMINEN (JATKUVA)

- Käsittele rekrytointimittarit osana kuukausittaista johtamisrytmiä
- Tunnista kehityskohteet ja reagoi nopeasti
- Dokumentoi opit ja muutokset prosesseihin

Käytännön esimerkki:

Pohjoissuomalainen kunta kärsi jatkuvasta varhaiskasvatuksen opettajien pulasta. Mittaaminen paljasti, että 38% hakijoista jätti hakuprosessin kesken ensimmäisen haastattelun jälkeen, ja 25% uusista työntekijöistä lähti ensimmäisen vuoden aikana. Korjaustoimien (nopeampi hakijaviestintä, realistisempi tehtävänkuvaus, parempi perehdytys) jälkeen keskeytykset vähenivät 12%:iin ja ensimmäisen vuoden vaihtuvuus laski 10%:iin.

4. TOIMINTASUUNNITELMA: NÄILLÄ LIIKKEELLE

Jos perusteellinen suunnitelma tuntuu työläältä, aloita näillä nopean toiminnan vinkeillä:

4.1. KAHDEN TUNNIN TYÖNANTAJALUPAUSTYÖPAJA

- Kokoa 3-5 henkilöä eri toimialoilta (opetus, hallinto, tekniset palvelut, työvoimapalvelut)
- Vastatkaa kysymyksiin: “Miksi kuntamme on hyvä työpaikka? Mitä konkreettisia etuja tarjoamme vs. kilpailevat työnantajat?”
- Muotoilkaa näistä 2-3 konkreettista lupausa eri ammattiryhmille
- Päivittäkää nämä heti rekrytointi-ilmoitukseen ja somekanaviin

4.2. YHDEN TUNNIN REKRYTOINTIPROSESSIN TEHOSTAMINEN

- Käykää läpi nykyinen rekrytointiprosessi hakijan näkökulmasta
- Tunnistakaa pullonkaulat (esim. hidas vastausaika hakijoille, raskaat hakulomakkeet)
- Yksinkertaistakaa prosessia ja nimetkää yksi kontaktihenkilö hakijoille
- Luokaa selkeä aikataulu rekrytointiprosessille, josta pidetään kiinni

4.3. KAHDEN TUNNIN VIESTINTÄFOKUKSEN TERÄVÖITTÄMINEN

- Valitkaa yksi kriittinen ammattiryhmä (esim. opettajat) ja yksi pääkanava (esim. Facebook)
- Määrittäkää 2-3 toistuvaa sisältötyyppiä (esim. työntekijätarinat, päivä kuntatyössä, urapolkuesittelyt)
- Sopikaa julkaisutahti (esim. 1 kerta viikossa) ja vastuuhenkilö
- Luokaa visuaalinen ilme kuntatyönantajaviestinnälle



YHTEENVETO

Vaikuttava työnantajaviestintä kunnassa rakentuu kolmen pilarin varaan:

SUUNNITTELE strategisesti

- Määritä selkeät, mitattavat tavoitteet rekrytoinnille
- Tunnista kriittiset ammattiryhmät ja heidän motivaationsa
- Allokoi resurssit tehokkaasti 2-3 pääkanavaan

EROTU työnantajalupauksellasi

- Kirkasta kuntasi ainutlaatuiset vahvuudet
- Muotoile konkreettinen, ammattiryhmäkohtainen työnantajalupaus
- Korosta erityisesti merkityksellisyyttä, vakautta ja työn-elämän tasapainoa
- Hyödynnä rohkeasti nykyisten työntekijöiden tarinoita

MITTAA ja kehitä jatkuvasti

- Seuraa rekrytoinnin ja vaihtuvuuden keskeisiä mittareita
- Kerää systemaattisesti palautetta hakijoilta ja lähtijöiltä
- Käytä dataa kehittämispäätösten tukena

Kyse ei ole budjetin suuruudesta tai tiimin koosta – pienikin kunta voi menestyä osaajien houkuttelussa. Kunnat ovat täynnä merkityksellisiä tarinoita – niiden kertominen vain vaatii strategista suunnittelua, rohkeutta erottua ja järjestelmällistä mittaamista.

Kuulostaako siltä, että tässä voisi olla aineksia yhteistyöhön?
Jutellaan puolituntinen, niin ollaan viisaampia asian suhteen.
PS. Kiitos kun jaksoit tänne asti!

Arttu Käyhkö

Toimitusjohtaja, rekryviestinnän suunnittelija
Rookie Communications Oy

arttu@rookiecom.fi
[040 5940 285](tel:0405940285)

Voit myös varata tapaamisen suoraan kalenteristani:
<https://calendly.com/arttukayhko>

