

# Vetovoimainen työnantajamielikuva: miksi, mitä, miten?

YTT Katja Keisala

<https://www.linkedin.com/in/katja-keisala-5825812b/>

puh. 050 3422 689

OTA-hanke  
Hotelli Waltikka 12.2.2026



# Vetovoimainen TA-mielikuva turvaa työntekijöiden saantia



Pitää yllä jatkuvaa kiinnostusta organisaatioon

Kiinnostaa niitä tekijöitä, joita tarvitaan  
(esikarsinta)

Helpompi rekryointiprosessi

Vaihtuvuus ja rekrytarve vähäisempi (sitoutuneet  
työntekijät, jos totuudenmukainen TA-mielikuva)

Rekryointi- ja perehdytyskustannukset laskevat (ei  
tuottavuuden menetystä vaihtuvuuden vuoksi)

Kilpailua muulla kuin palkalla (työntekijät valmiita  
hyväksymään pienemmän palkkatarjouksen)

# Vetovoimainen TA-mielikuva edistää yrityksen menestystä

Parhaat mahdolliset työntekijät nostavat osaamistasoa ja sitä kautta työn tuottavuutta

Työntekijöiden tyytyväisyys ja viihtyminen lisäävät sitoutumista

Osaavat, tyytyväiset ja sitoutuneet työntekijät nostavat asiakastyytyväisyyttä ja -uskollisuutta (työntekijäkokemus asiakaskokemuksen merkittävin tekijä)

Maine työnantajana osa organisaatiobrändiä (vastuullisena toimijana näyttäytyminen)

Sidosryhmätuki (asiakkaat sijoittajat, päättäjät, tavarantoimittajat, alihankkijat ym.) lisää resilienssiä

Yhteydessä myös innovaatioihin, työhyvinvointiin, pienempään määrään laatuvirheitä, keskinäiseen luottamukseen, työn imuun ja psykologiseen turvallisuuteen...

Keino erottautua kilpailijoista - vaikeasti kopioitavissa oleva kilpailuetu

# TA-mielikuvan kehittäminen on investointi henkilöstöön

Vetovoimainen TA-mielikuva (jos totta) = työpaikka, jossa ihmiset haluavat työskennellä

- tulevat hyväksytyiksi ja osallisiksi (kuuluminen)
- saavat oppia ja hyödyntää osaamistaan
- elämäntilanteet, tarpeet ja ominaisuudet huomioidaan
- ylpeys & hyöty työkokemuksesta

Poistetaan esteet jokaisen työntekijän onnistumiselle, oppimiselle, hyvinvoinnille, osallisuudelle ja kuulumiselle

Keskinäiset erot eivät ongelma, vaan resurssi (monimuotoisuusjohtaminen)

Parannetaan työssä viihtymistä ja työhyvinvointia

Tutkitaan ja parannetaan **työntekijäkokemusta**

**+ viestitään, mitä saatu aikaan/tavoitellaan!**



# Onko teillä vetovoimainen työnantajamielikuva?



Miten hyvin teidät tunnetaan?

Onko rekrytointi helppoa?

Saatteko avoimia/laadukkaita/osuvia hakemuksia?

Miten paljon vaihtuvuutta/poissaoloja?

Miten houkutteleva olette suhteessa kilpailijoihin?

Mitä työntekijänne ajattelevat teistä työpaikkana?

Mitä verkostonne ajattelee teistä työpaikkana?

# Työnantajamielikuva on lupaus työnteon arjesta

Millaisia me olemme? Millaista meillä on olla töissä?

Millainen yritys on työnantajana työntekijöiden mielestä?

Työntekijän näkökulma - työntekijäkokemus

Osa yritysbrändiä ja linjassa sen kanssa

Vahvistetaan jatkuvasti, jotta (perus)kiinnostus yrityksessä työskentelyyn pysyy

- näkyy kotisivuilla, somekanavilla, markkinoinnissa, hakukampanjoissa, rekrymateriaaleissa, sisäisessä viestinnässä, sidosryhmäviestinnässä, vastuullisuusraportoinneissa jne.
- myös visuaaliset viestit, kulkuneuvot, työvälineet, kahvikoneet, työvaatteet, toimistotilat jne.



# TA-mielikuvan ytimessä on työntekijäkokemus

Millaisia ajatuksia, tunteita, kokemuksia, toimintaa ja muistoja yrityksessä työskentely työntekijöissä synnyttää?

- johtaminen, rakenteet, prosessit, sisäinen & ulkoinen viestintä, työympäristö ja työvälineet
- suhteet johtajiin, esihenkilöihin, työkavereihin, asiakkaisiin ja sidosryhmiin
- työskentelyn kaari: hakijakokemus, rekrytointi, aloitus, perehdytys, työuran vaiheet, alumni
- yksittäiset hetket ja kokonaisarvio

Millaisia onnistumista, innostumista, oppimista, yhteistyötä, viihtymistä, hyvinvointia, osallisuutta ja kuulumista edistäviä / haittaavia tekijöitä työn arjessa on?



# Yrityksenne työntekijäkokemus nyt ja tulevaisuudessa

Miltä työntekijöiden arki näyttää ja tuntuu? (Mistä tiedätte tämän?) Miltä haluatte arjen tuntuvan?

Millaisia vahvuuksia teillä on? (Mitä voisitte tuoda enemmän esiin?)

Millaisia heikkouksia teillä on? Mitä pitää parantaa?

Mitä kohti haluatte kehittää työntekijäkokemusta kokonaisuudessaan?

## “KOHTAUSPISTEET”

- johtaminen, rakenteet, prosessit
- sisäinen & ulkoinen viestintä
- työympäristö ja työvälineet
- johtajat ja esihenkilöt
- työkaverit
- asiakkaat ja sidosryhmien jäsenet
- työskentelyn kaari:  
hakijakokemus, rekrytointi, aloitus, perehdytys, työuran vaiheet, alumni

# TA-mielikuvaa kehitetään sisältä ulos

TA-mielikuvan rakentamisessa kaksi vaihetta (jotka aina menossa):

- 1. Houkuttelevan ja sitouttavan työpaikan rakentaminen työntekijäkokemusta kehittämällä**
  - Keitä meidän työntekijät ovat? Mitä he tarvitsevat ja arvostavat?
  - Keitä me tulevaisuudessa tarvitsemme? Mitä he tarvitsevat ja arvostavat?
  - Millaisella työpaikalla työntekijät onnistuvat, oppivat, voivat hyvin, osallistuvat ja kuuluvat työyhteisöön?
  - Huom. työpaikan kulttuuri (arvot) kannattelee työntekijäkokemusta
- 2. Työntekijäkokemuksesta (ja kulttuurista) viestiminen**
  - Kuka on kohderyhmää? Millaisia viestejä heille kannattaa lähettää? Millä kanavilla? Milloin minkäkinlaisia viestejä lähetetään?
  - Viestinnän oltava uskottavaa omille työntekijöille
  - Muista myös sisäinen viestintä



# Työntekijäkokemusta kehitetään ylhäältä alas



Strategia kertoo yrityksen tavoitteet ja keinot saavuttaa ne

- Millaista osaamista tarvitaan strategian toteuttamiseksi?
- Mistä sitä saadaan?
- Millainen työntekijä palvelee strategian toteutumista (tekniset/pehmeät taidot, osaaminen, kokemus)?

Millaiset arvot ja kulttuuri, johtamis- palkitsemis- ja viestintätavat, rakenteet ja prosessit sekä työ- ja vuorovaikutuskäytännöt palvelevat sitä, että työntekijä täyttää odotukset ja sitoutuu?

Poistetaan jokaiselta onnistumisen, oppimisen, yhteistyön, viihtymisen, hyvinvoinnin, osallisuuden ja kuulumisen esteet - monimuotoisuusjohtaminen

Huom. Strategian ja kulttuurin (arvot) suhde - Ei ole väliä, kumpi palvelee kumpaa, kunhan ovat linjassa

# TA-mielikuvan kehittämisen ajankohtaiset askeleet?

- Kartoitetaan, millaisia osaajia tarvitaan nyt ja tulevaisuudessa?
- Selvitetään TA-mielikuvan nykytila ja määritellään tavoite?
- Selvitetään työntekijäkokemuksen nykytila ja määritellään tavoite?
- Kirkastetaan arvoja/kulttuuria sekä tuodaan ne osaksi työntekijäkokemusta?
- Kehitetään esim.
  - johtamista ja esihenkilötyötä?
  - rakenteita, prosesseja ja käytäntöjä?
  - vuorovaikutusta?
  - tiloja ja työkaluja?
- Vahvistetaan sisäistä viestintää?
  - Mitä/kenelle/miten/milloin?
- Vahvistetaan ulkoista viestintää? Suunnitellaan TA-mielikuvastrategia/osaajamarkkinointikampanja?
  - Määritellään kohdeyleisö/viestien sisällöt/kanavat/ajankohdat



# Tee työnantajalupaus, joka kiteyttää, miksi työntekijän kannattaa valita yrityksesi työnantajaksi

Muista strategia ja tee valintoja myös sen pohjalta, millaisista työntekijöistä on pula

Pohjaa tietoon siitä, mitä työntekijät tarvitsevat ja arvostavat

Pohjaa tietoon siitä, mitä voitte luvata

Huomioi monimuotoisuus???

Hyödynnä visuaalisuutta ja tunteita

Erotu kilpailijoista

Käytä sloganina ja ympäällä logoon: "Vain taivas on rajana"

## **KERRO ESIMERKIKSI**

- Mitä kokemuksia, mahdollisuuksia ja etuja työntekijä saa?
- Millainen kulttuuri yrityksessä on?
- Miten työntekijöitä johdetaan ja kohdellaan?
- Millaiset urapolut ovat mahdollisia?
- Millaisia työtehtävät, työympäristö ja työvälineet ovat?
- Miten yritys erottuu muista työpaikoista?
- Mikä tekee yrityksestä kohderyhmälle erityisen?