

# SUORAHAKUOPAS



# ALKUSANAT

Kilpailu osaajista on kiristynyt, mikä haastaa rekrytoijat sekä suoramarkkinoinnin uudistumaan. Tämä Suoramarkkinointi syntyi tiimityönä Eezy Personnel Oy:ssä. Tiivistimme ajatuksemme ja tiimimme kokemukset alasta ja lukuisista suoramarkkinointitoimistoista yksiin kansiin.

Oppaan tavoitteena on avata suoramarkkinoinnin lainalaisuuksia selkeästi ja tarjota perustietoa suoramarkkinoinnista kiinnostuneille sekä sitä käyttäville organisaatioille. Vaativien rekrytointien parissa työskenteleville opas tarjoaa tietoa suoramarkkinointiprosessin valinnan tueksi ja suoramarkkinointiprosessin etenemisestä sekä siitä, milloin suoramarkkinointi tulee kyseeseen omissa rekrytoinneissa. Urallaan eteenpäin tähtääville ammattilaisille ja johtajille opas avaa suoramarkkinointia myös ehdokkaan näkökulmasta.

Suoramarkkinointi on luonteva jatkumo aiemmin julkaistulle ja paljon kiitosta saaneelle henkilöarviointioppaalle. Tämä Suoramarkkinointi on ensimmäinen painos ja päivitämme sitä saamamme palautteen perusteella.

Haluamme tarjota markkinoille jatkossakin ajantasaista tietoa sekä suoramarkkinoinnista.

Helsingissä 22.1.2016



# SISÄLLYS

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

# 01 SUORAHAKU - MITÄ SE ON?

---

Miten suoramaku määritellään ja mitä sen tuloksena syntyy?

---

Suorahaulla (*headhunting, executive search, hiljainen haku*) tarkoitetaan ehdokkaiden etsimistä avoimeen työtehtävään ilman, että siitä ilmoitetaan julkisesti. 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 suorahakutoimiston kanssa. Profiili ohjenuoranaan suorahakutoimisto etsii ja esittelee toimeksiantajalleen kriteereiden mukaisia ehdokkaita.

Ehdokkaita lähestytään julkisen työpaikkailmoittelun sijasta henkilökohtaisesti, eivätkä ehdokkaat yleensä ole aktiivisessa työnhaussa. 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.



# 02 SUORAHAKU SUOMESSA

---

Suorahaun hyödyntäminen rekrytoinneissa on kasvussa

---

Suomen suorahakumarkkinan arvioidaan olevan yli 50 miljoonaa euroa vuodessa (Skyhood). 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 120 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 neljään miljoonaan euroon. Suurin osa alalla toimivista yrityksistä on kotimaisia, mutta joukkoon mahtuu myös muualta maailmasta tulleita suorahakutoimistoja.



# 03 MIHIN SUORAHAKU SOPII?

---

5 tyypillistä tilannetta

---



- 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 suorahaku 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 panostetaan työnantajamielikuvaan. Suorahakua voidaan hyödyntää myös silloin, kun halutaan kohdennetusti viestiä yrityksestä tietyille osaajaryhmälle.

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



# 04 SUORAHAKUPROSESSI

---

Miten oikean ehdokkaan etsiminen ja löytäminen etenee?

---

Suorahakuprosessi kuvataan yleensä viisivaiheisena:

- 1** aloitus, profilointi (huolellinen ja systemaattinen tehtävänkuvaus, asianomaisten henkilöiden haastattelut ja yhteisen ymmärryksen varmistaminen)
- 2** ehdokaskartoitus / research, longlist
- 3** ehdokkaiden kontaktointi
- 4** haastattelut, shortlist / 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 suorahakutoimiston soveltuvuusarviointeihin ja finaalihaastatteluihin.

**Viikot 6-8**

**Finaali**

Finalistien haastattelut, soveltuvuusarviointit 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 annettavan tehtäväkuvauksen. 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
- lähiesimiehen johtamistyyli ja odotukset
- tehtävässä menestymisen kannalta kriittinen teknologia- ja työkaluosaaminen
- kehittymismahdollisuuksien kuvaaminen.

Huom! Varmistu asiakkaana, että suorahakuun osallistuva tiimi saa mahdollisimman kattavat tiedot. Hakuun osallistuvien researchereiden osallistuminen alkupalaveriin voi olla hyvä tapa siirtää tietoa. Muutoin olennaisia tietoja sekä ymmärrys tarpeestasi voi jäädä siirtymättä research-tiimille.



Varmistu myös siitä, että toimeksianto aikataulutetaan alkutapaamisessa. Ilman heti tapahtuvaa aikataulutusta suorahakutoimeksiannot venyvät 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 researcherit aloittavat ehdokkaiden kartoittamisen. Kiinnostavien ehdokkaiden löytäminen edellyttää tiivistä yhteistyötä konsultin ja researcherin välillä. Tyypillisiä suorahaussa käytettäviä lähteitä ovat

- LinkedIn
- suorahakutoimiston omat tietokannat (karttavat tehdyistä toimeksiannoista)
- Fonectan kohdistamiskone
- cv-kannat (esimerkkinä Monsterin maksullinen cv-pankki)
- yritysten kotisivut
- erilaiset asiantuntijamatriikkelit
- seminaariluettelot
- keskustelufoorumit
- erilaiset sosiaalisen median kanavat sekä verkostot.



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

Research-työ kestää 1–2 viikkoa. Tämän työn tuloksena laaditaan asiakkaalle esitettävä ehdokaslista, longlist, joka sisältää tyypillisesti noin 30 ehdokkaan tiedot. Pidemmätkin listat tulevat kysymykseen, jos tehtävä ei sijaitse isossa kaupungissa tai asiakkaan toivelista ehdokkaalle on erityisen haastava. Asiakkaana on tärkeää päästä näkemään longlist, jotta voi varmistua haun edenneen oikeaan suuntaan. Toisaalta longlistia tarkasteltaessa voidaan vielä tehdä muutoksia ja kaventaa tai laajentaa hakukriteereitä. Hyvä konsultti tuntee markkinan ja osaa neuvoa muun muassa palkkauksen tasosta sekä realistisesta ideaaliehtokkaan profiilista.

Huom! Hyvin tehty longlist pitää sisällään myös ehdokkaita, joita toimeksiantaja ei alun perin olisi osannut ajatella tehtävään. Listan läpikäyminen on siinäkin mielessä hyödyllistä, että listalla voi olla toimeksiantajan entuudestaan tuntemia henkilöitä, joita hän ei toivoisi kontaktoitavan (ns. off-limits-ehdokkaita).

#### **4.3 EHDOKKAIDEN KONTAKTOINNIT – LÄHESTYMINEN LUOTTAMUKSELLA JA AMMATTITÄIDOLLA**

Suorahakutoimisto 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 tämän perusteella kyseessä olevasta tehtävästä. 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, jos suorahakutoimisto ei ymmärrä ehdokkaan olevan selkeästi ylipätevä tai haettuun tehtävään nähden korkeammassa asemassa.

Huom! Varmistu aina asiakkaana, että konsultin kanssa sovituista tehtävän palkkarajoista pidetään kiinni ja ehdokkailta pyydetään palkkatoive. Niin ei myöhemmissä vaiheissa tule turhia pettymyksiä.

#### **4.4 HAASTATTELUT – STRUKTUROITU HAASTATTELU MAHDOLLISTAA EHDOKKAIDEN VERTAILUN TOISIINSA**

Longlistilta kontaktoitujen potentiaalisimpien ja kyseessä olevasta tehtävästä kiinnostuneiden ehdokkaiden kanssa sovitaan haastattelut. Konsultti haastattelee tavallisesti 8–12 ehdokasta, jotka on valikoitu puhelinhaastattelun ja ansioluetteloiden perusteella. Haastateltavien määrä vaihtelee suorahakuyrityksittäin. 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 mm. ensivaikutelmaan jumiutuminen, vertaaminen tuttuun henkilöön tai hakijan yksittäiseen ominaisuuteen ihastuminen.

---

Huom! Riittävä määrä laadukkaita ehdokkaita on paras tae prosessin onnistumiselle. Matkan varrella ehdokkaita vetäytyy mm. 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 5–8 parasta ehdokasta. Konsultin on pystyttävä tarjoamaan toimeksiantajalle ehdokkaista riittävä määrä tietoa, jotta tämä voi valita ehdokkaista 3-5 vahvinta jatsoon.

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



Huom! 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 HAASTATTELUT – TOIMEKSIANTAJAN JA EHDOKKAAN ENSIMMÄINEN KOHTAAMINEN**

Tyypillisesti toimeksiantaja haastattelee 4-6 vahvinta, shortlistilta valittua ehdokasta. Tämä voi tilanteesta riippuen olla hyvä tehdä yhden päivän aikana, jolloin haastattelut ovat keskenään hyvin vertailukelpoisia. Tilanteesta riippuen konsultti voi asiakkaan niin halutessa osallistua haastatteluihin tukemaan asiakasta.

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

Finalistien haastattelujen perusteella valitaan 1–2 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 1–2 ehdokasta tulisi viedä määrätietoisesti eteenpäin kohti palkkauspäätöstä. Tätä päätöstä edeltävät referenssitarkistukset ja mahdollisesti toinen haastattelukierros rekrytoivan yrityksen kanssa. Henkilöarviointi tehdään viimeistään tässä vaiheessa. Näiden vaiheiden tulisi 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.

---

Huom! Aina on mahdollista, että ehdokkaita saattaa vetäytyä suorahakuprosessin eri vaiheissa. Tästä syystä prosessissa on oltava mukana riittävästi ehdokkaita.



# 05 SOPIVA SUORAHAKUKUMPPANI?

---

Mihin on hyvä kiinnittää huomiota kumppanin valinnassa?

---

Suoramakukumppanin valinnassa muista seuraavat asiat:

### **PROSESSIN SELKEYS**

Selkeä ja mutkaton prosessi, joka on aikataulutettu ja systemaattinen, luo edellytykset sille, että suoramakuprosessi pysyy aikataulussa ja ehdokkaat vastaavat haettua profiilia.

### **TOIMINNAN LÄPINÄKYVYYS**

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

### **TIIMI**

Tunne suoramakutiimi, joka tekee sinulle töitä. Onnistunut suoramakutoimeksianto on ennen kaikkea tiimityön tulosta. Tämä on tärkeä tiedostaa valittaessa suoramakukumppania.

### **RESEARCH-TYÖN TASO**

Research-työ eli ehdokaskartoitus on keskeinen osa suoramakupalvelua ja luo onnistumisen edellytykset rekrytoinnille. Osaavinkaan konsultti ei yksin vie prosessia maaliin. Ennen haun aloittamista on hyvä tutustua suoramakukumppanin laatimaan research-strategiaan.



## **TAKUU**

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

## **TYÖNANTAJAMIELIKUVAN HUOMIOIMINEN**

Selvitä, miten suoramakutoimisto edustaa yhtiötänne osaajamarkkinoilla. Suoramakuprosessi, jossa on huomioitu työnantajamielikuva, nostaa yrityksen profiilia kiinnostavien osaajien keskuudessa. Tästä on hyötyä tulevaisuuden rekrytoinneissa.



# 06 SUORAHAKU JA TYÖNANTAJAMIELIKUVA

---

Suorahakutoimisto antaa kasvot asiakkaalleen

---



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

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

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

- selkeä viestintä prosessin kulusta (jotta jokainen ehdokas tietää, mitä tapahtuu ja milloin)
- palaute ehdokkaille (tulevaisuuden rekrytointeihin liittyen tärkeä osa hyvää palvelua).

Lisäksi toimeksiantajan työnantajamielikuvaa tukevat suorahakutoimiston tilat ja ehdokkaille annettavat materiaalit sekä ehdokasviestintä suorahakuprosessin päätyttyä.

---

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



# 07 LÄPINÄKYVÄ SUORAHAKUPALVELU

---

Onko se mahdollista?

---

Suorahakupalvelua pidetään usein salatieteenä verrattavana toimintana, jossa jää mysteeriksi, mistä ehdokkaat tulevat ja miten lopputulokseen päästään. Onnistunut suorahaku edellyttää systemaattista ja tinkimätöntä työtä läpi prosessin niin ehdokkaiden etsinnässä, kontaktoinneissa, haastatteluissa kuin arvioinneissakin. Olennaisena osana prosessia on myös yhteydenpito asiakkaaseen ja kaikkiin ehdokkaihin läpi hakuprosessin.

Läpinäkyvyys tarkoittaa useimmille suorahakutoimistoille viikoittaista raportointia tehdystä työstä. Raportoinnin lisäksi suorahakutoimistot esittelevät prosessin eri vaiheissa asiakkailleen ehdokaslistoja.

Harva kuitenkaan esittelee avoimesti tekemistään esimerkiksi reaaliaikaisella seurannalla, mikä on mahdollista uusimpien järjestelmien avulla.

Aito läpinäkyvyys suorahaussa tarkoittaa avointa kommunikointia suorahakutoimiston ja toimeksiantajan välillä. Se tarkoittaa myös sitä, että toimeksiantaja tuntee palvelun tuottavan tiimin. Tulevaisuudessa yrityksellä on mahdollista seurata reaaliajassa suorahakutoimiston tekemää työtä ja ehdokkaiden etenemistä prosessissa.



# 08 SUORAHAAUN LASKUTUS JA HINTA

---

Mitä suorahaku maksaa?

---

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

- Aloitusmaksu.
- Toimeksiantaja on hyväksynyt 3–5 ehdokasta konsultin esittelyiden perusteella ja haluaa jatkaa näiden ehdokkaiden kanssa haastatteluihin.
- Ehdokas on allekirjoittanut työsopimuksen.

Suorahakutoimistot hinnoittelevat palvelunsa tyypillisesti sen perusteella, onko kyseessä toimihenkilöhaku, vaativa asiantuntijahaku, keskijohdon haku vai johtoryhmätasoisien henkilön haku. Eritasoisten hakujen hinnat vaihtelevat 14 000 eurosta aina 100 000 euroon per haku. Lisäksi hinnoittelussa on suuria eroja suorahakutoimistojen välillä. Markkinoilla on myös edullisempia toimijoita, mutta tällöin palvelu jää puutteelliseksi ja onnistumisen todennäköisyys on pienempi.

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

---

Huom! Asiakkaana kannattaa kiinnittää huomiota siihen, miten vaativa rekrytointi on kyseessä. Kärjistäen voisi todeta, että enemmän laskuttavalla toimistolla on enemmän resursseja käytettävissä asiakkaan tarpeen täyttämiseksi (ts. varmista, onko halpa myös hyvä).



# 09 TAKUU

---

Suurta vaihtelua toimistojen välillä

---

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

## **TAKUUAIKA**

Takuuehdoissa on suuria 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, jos rekrytoitu henkilö joudutaan irtisanomaan siitä syystä, ettei hän ole menestynyt tehtävässään.

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

---

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



# 10 SUORAHAKU EHDOKKAAN NÄKÖKULMASTA

---

Hakija vai ehdokas?

---



Suorahakupuhelu tulee ehdokkaalle useimmiten yllätyksenä. Vaikka osa ehdokkaista on tottunut saamaan säännöllisesti suorahakupuheluita, niin monelle ehdokkaalle puhelu on ensimmäinen. Tällöin suhtautuminen suorahakutoimiston yhteydenottoon vaihtelee.

Moni on kiinnostunut siitä, miksi juuri hänelle soitettiin. Usein halutaan 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 suorahakupuhelu 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 aina luottamuksella suositella konsultille henkilöitä omasta verkostostasi.
- 6) Suorahakutoiminta perustuu luottamukseen. Edellytä konsultilta, rekrytoivalta yritykseltä ja itseltäsi luottamuksellisuutta läpi koko suorahakuprosessin. Valitettavan usein alalla asiakkaat ja konsultit ovat selvittäneet omista verkostoistaan lisätietoja ehdokkaista kysymättä ehdokkaalta tähän lupaa. Luonnollisesti seuraus on ehdokkaan nykyisen työsuhteen vaarantuminen, mikäli paljastuu, että hän on mukana suorahakuprosessissa

Huom! Suorahaussa puhutaan ehdokkaista, ei hakijoista. Suorahakuprosessissa kyseessä on kahden kauppa toimeksiantajayrityksen ja ehdokkaiden välillä. Kun ilmoitushakurekrytoinneissa hakijoilta kysytään: "Miksi olisit paras kyseessä olevaan tehtävään?", painotetaan suorahakurekrytoinneissa sitä, miksi kyseessä oleva tehtävä ja yritys olisi paras ehdokkaalle.



# 1 1 SYITÄ EPÄONNISTUNEELLE SUORAHHAULLE

---

Tunnista riskit

---

- Toimeksiannon tai tehtävän profilointi on tehty huolimattomasti. → Suorahakutoimiston ja toimeksiantajan välillä ei ole yhteistä näkemystä haettavasta henkilöstä.
- Longlistia 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. → Suorahakuyrityksen ehdokastietokanta vanhenee muutamassa vuodessa ja käytännössä ajantasaisen ehdokaskannan ylläpitäminen on melkein mahdotonta. Lähimenneisyydessä tehdyt samankaltaiset haut tukevat kuitenkin usein toisiaan.
- Puutteellinen viestintä. → Riittämätön kommunikointi toimeksiantajan kanssa voi aiheuttaa väärinkäsityksiä ja näkemuseroja siitä, mitä ollaan hakemassa. Ehdokkaiden suuntaan puutteellinen kommunikointi kostautuu toimeksiannossa menetettyinä, turhautuneina ehdokkaina. Samalla ehdokkaat pettyvät myös rekrytoivaan organisaatioon.



# 12 SANASTO

---

Suorahaussa käytetty terminologia ei ole yleisesti tunnettua. Seuraavassa on avattu keskeisimpiä suorahaussa käytettyjä termejä.

### **EHDOKASHALLINTAJÄRJESTELMÄ**

Suorahakutoimiston tärkein työkalu, jonka avulla hallinnoidaan toimeksiantoja ja ehdokkaita suorahakuprosessissa. Perinteisiä työkaluja edustavat esim. Filefinder ja Invenias. Uusien työkalujen osalta on kuitenkin 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, shortlistilta 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. Löydät lisätietoja osoitteesta [www.henkiloarviointi.fi](http://www.henkiloarviointi.fi).



## LONGLIST

Longlist eli niin sanottu pitkälista, on researcherin ja suoramakukonsultin 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 yritysen lista. Off-limits-listalla voivat olla esimerkiksi yhteistyökumppaneilla työskentelevät ehdokkaat, joita ei haluta kontaktoida, ettei yhteistyö vaarantuisi.

## PROFIILI

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

## RESEARCH

Research on työtä, jota tehdään ehdokkaiden löytämiseksi suoramakutoimeksiintoon. Researcher etsii yhteistyössä suoramakukonsultin kanssa ehdokkaita julkisista lähteistä, joista esimerkkeinä mainittakoon LinkedIn, yritysten kotisivut, Fonectan kohdistamiskone, Monsterin cv-pankki ja erilaiset seminaarien osallistujalistat.



## SHORTLIST

Lyhyt lista ehdokkaista, jotka suora hakukonsultin arvion mukaan täyttävät toimeksiantajan kanssa määritellyn ehdokasprofiilin kriteerit. Shortlist on tyypillisesti lista, jossa on esitelty 5–8 kriteerit täyttävää ehdokasta. Listan pituus vaihtelee suora hakuyrityksen ja kyseessä olevan toimeksiannon mukaan.

## TAKUUAIKA

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





# EEZY PERSONNELIN SUORAHAKU

---

Eezy Personnel on vuonna 1985 perustettu, vaativiin henkilövalintoihin, suoraohakuun, 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 suoraohaku- ja henkilöarviointiosaaminen sekä uusien teknologioiden hyödyntäminen
- Toimintamme on läpinäkyvää ja asiakkaillemme on mahdollisuus seurata palvelumme laatua ja toimeksiannon etenemistä reaaliajassa.
- Myönnämme palvelullemme vähintään 12 kuukauden mutkattoman takuun.



# Eezy Personnel – parasta osaamista tärkeisiin valintoihin