



## SELKOKIELINEN OHJEISTUS – PIKAVIESTIMET



## Sisällysluettelo

SELKOKIELINEN OHJEISTUS – PIKAVIESTIMET .....	3
Yleistä pikaviestimistä .....	3
Pikaviestinten tarkempi esittely .....	3
SKYPE .....	3
TWITTER .....	4
FACEBOOK .....	5
WHATSAPP .....	6
INSTAGRAM .....	7
SNAPCHAT .....	7
LINKEDIN .....	9
SOMEN HYÖDYNTÄMINEN TYÖNHAUSSA .....	9
SOME-rekrytointi .....	10

# SELKOKIELINEN OHJEISTUS – PIKAVIESTIMET

## Yleistä pikaviestimistä

Pikaviestimillä tarkoitetaan tässä ohjelmia, joilla henkilö voi keskustella yhden tai useamman muun henkilön kanssa käyttämällä tekstipohjaista reaaliaikaista keskustelua (usein käytetään nimitystä chat), puhe tai videoyhteyttä.

Lähde: <https://sites.google.com/site/sosastu/sosiaalinen-media---pikaviestimet>

Pikaviestimet ovat käteviä silloin, kun halutaan tietää nopeasti vastaanottajan kanta johonkin asiaan. Sähköpostitse on helpompi sopia pidemmällä aikavälillä asioita tai kysyä asioita, jotka haluaa löytää helposti toistekin.

- Pikaviestimillä voi nk. tsättäillä eli puhua ihmisten kanssa reaaliajassa. Usein "puhuminen" tarkoittaa kirjoitettuja viestejä eri ihmisiltä, mutta voi myös tarkoittaa mikrofonin kautta käytyä keskustelua johon voi myös liittää videokuvaa.
- On paljon erilaisia chat-ohjelmia ja tapoja, esim. skype, messenger, chat
- Otetaan käyttöön tekemällä tunnukset.
- Pikaviestimiä voi hyödyntää, jos tarvitsee ilmoittaa tai kysyä jotain.
- Niillä on helppo pitää yhteyksiä muuhun maailmaan, eikä se maksa niin paljon kuin puhelinsoitto.
- Käyttöönottoa varten tarvitaan osoite, josta sovellus voidaan ladata.

Lähde: <https://peda.net/joensuu/yp/tuupovaaran-koulu/yl%C3%A4koulu/tvt/verkkoty%C3%B6skentely/rr>

## Pikaviestinten tarkempi esittely

### SKYPE

**Skype** on alun perin Niklas Zennströmin kehittämä kaupallinen VoIP-palvelu sekä pikaviestintä-ohjelma. Vuodesta 2011 lähtien Skype on ollut Microsoftin tuote.

Skypen käyttäjät voivat ilmaiseksi Skypen avulla keskustella keskenään ja soittaa toisilleen video- tai äänipuheluita Internetissä. Skype tarjoaa myös mahdollisuuden soittaa ja lähettää tekstiviestejä tavallisiin puhelimiin, mutta näistä peritään maksu. Toiminnot vastaavat niitä, joita monet muutkin verkkopuheluohjelmat tarjoavat.

Skype-ohjelmassa ryhmäpuhelun avulla mukana voi olla jopa 20 samanaikaista keskustelijaa (maksullinen, ilmaisversiossa keskustelijoita voi olla enintään kymmenen). Lisäksi käyttäjät pysyvät lähettämään toisilleen pikaviestejä ja tiedostoja. Videopuheluominaisuus tuli Skypen versiossa 2.0.

Skypeä ei kuitenkaan ole pakko käyttää (video)puheluihin, sillä myös tekstimuotoinen viestittely (chat) kaksin tai ryhmässä (max. 50 käyttäjää) on suosittua. Usein Skypen väitetään/luullaan olevan vain puheluita varten, vaikka monet käyttävät puheluominaisuuksia vain hyvin harvoin. Puheluissa on myös mahdollista lähettää kuvaa omasta näytöstään toiselle (streamaus). Skype-puhelujen tietoliikenne kulkee salattuna, joten kolmansien osapuolien ei ole helppo sala-kuunnella puheluja. Toisin kuin monet muut VoIP-ohjelmat, Skype on teknisesti vertaisverkko-ohjelma.

Lähde: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Skype>

### **Kuinka otan Skypen käyttöön? Otavan opiston oppimateriaali You tube -video (kesto 1:45)**

[https://www.youtube.com/watch?v=xqMBWi\\_lbxY](https://www.youtube.com/watch?v=xqMBWi_lbxY)

### **Pikaohje Skypen käyttöön (tiedosto)**

<https://docs.google.com/document/d/1nhKXdh4odxnMH8bflG5MBuw0nD6tEdfUC3EpfxCJV0M/edit?pref=2&pli=1>

<https://support.skype.com/fi/howto/windows-desktop/#VD10>

## **TWITTER**

Twitter on viestipalvelu, jossa käyttäjät voivat lähettää maksimissaan 140 merkin mittaisia viestejä julkisesti kaikille tai yksityisesti toisille käyttäjille. Twitterin ideana on jakaa lyhyitä ja ytimekkäitä päivityksiä, twittejä (engl. *tweets*) ja näin luoda keskustelua eri aiheista. Palvelun käyttö internetissä on maksutonta.

Twitter perustuu siis keskustelun käyntiin eri aihealueista, joita käyttäjät voivat seurata aihealueilla (engl. *hashtag*, eli risuaita #) merkittävien ainesanojen avulla. Yhden twiitin merkkimäärä on rajoitettu 140:een, jotta viestien sisältö pysyy tiiviinä. Siksi Twitterissä usein linkitetään julkaisuja muihin sivustoihin, kuten blogiin, jossa keskustelua voidaan jatkaa monisanaisemmin.

Lähteet: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Twitter> ja <http://someco.fi/blogi/mika-ihmeen-twitter/>

### **Twitter-tilin perustaminen (nettisivut)**

<http://www.meidännuoret.fi/twitter-tilin-perustaminen/>

### **Twitter –opas aloittelijoille (hyvä!) (nettisivut & diaesitys)**

<http://jml.kapsi.fi/jussi/2009/08/07/twitter-opas-vasta-alkajille/>

### **Ohje Twitterin käyttöön otosta ja käytöstä (nettisivut & diaesitys)**

<https://storify.com/PauliinaMakela/twitteriin>

### **Laura neuvoo: Twitterin käyttö aloittelijoille You Tube -video (kesto 5:56)**

enemmän nuorille suunnattu: vaatii perusymmärryksen älykännykän käytöstä ja somesta

<https://www.youtube.com/watch?v=Oi1s8GoODM4>

### **Pieni Twitter –opas (nettisivut)**

<http://www.kokonaisvaltainenkirjoittaminen.fi/2014/01/30/pieni-twitter-opas/>

### **Ota twiittaus haltuun – 10 vinkkiä aloittelijoille ja konkareille (nettisivut)**

[http://yle.fi/uutiset/ota\\_twiittaus\\_haltuun\\_-\\_10\\_vinkkia\\_aloittelijoille\\_ja\\_konkareille/6440163](http://yle.fi/uutiset/ota_twiittaus_haltuun_-_10_vinkkia_aloittelijoille_ja_konkareille/6440163)

## FACEBOOK

**Facebook** on Internetissä toimiva yhteisöpalvelu. Sivusto tarjoaa käyttäjille mahdollisuuden kuvallisen käyttäjäprofiilin luomiseen sekä yhteydenpitoon ystäviensä kanssa. Facebookissa on myös mahdollista liittyä erilaisiin yhteisöihin ja saada tietoa tulevista tapahtumista.

Facebookissa ihmiset esiintyvät lähtökohtaisesti oikealla nimellään. Käyttö alkaa lähettämällä kuva itsestään ja ajan myötä keräämällä lista kavereista. Kuvaa ei ole pakko lisätä. Jokaisen kaverin täytyy hyväksyä lähetetty kaveripyyntö, minkä jälkeen molemmat osapuolet ilmestyvät toistensa listalle.

Sivusto tarjoaa useita tapoja kertoa kuulumisistaan ja kokemuksistaan. Jokaisella on oma *aikajana*, johon kaverit voivat kirjoittaa viestejä ja jossa voi kertoa omia tapahtumia *status*- eli *tilapäivityksissä*.

Facebookin etusivu näyttää *uutisvirran*, joka toimii yhteenvetona uusimmista tapahtumista. Käytössä on myös yksinkertainen chat, jossa voi keskustella reaaliaikaisesti.

Käyttäjällä voi olla Facebookin rajattoman tallennuskapasiteetin ansiosta loputtomasti kuvia itsestään tai muista tapahtumista. Kuvia voi jaotella teeman mukaan erilaisiin albumeihin ja lisätä niihin tägeja, jotka kertovat, keitä niissä esiintyy. Kuvia on mahdollista myös kommentoida. Henkilö voi hallita julkaisemiensa kuvien tai tietojen näkyvyyttä. Eri osa-alueita voi rajoittaa näkymään vain läheisille kavereille, kaikille kavereille, kavereiden kavereille tai kaikille.

Kuka tahansa Facebook-tilin käyttäjä voi perustaa oman Facebook-ryhmän. Ryhmän jäsenet voivat lähettää toisilleen internet-sisältöä, kuten linkkejä, mediasisältöä, kysymyksiä, tapahtumia, editoitavia dokumentteja ja kommentteja jotka kohdistuvat kyseisiin sisältöihin.

Facebook-ryhmiä perustetaan ja niitä käytetään monenlaiseen netin kautta tehtävään yhteydenpitoon, esim. keskusteluihin, tapahtumien mainostamiseen, informaation levittämiseen tai esim. jonkin yhden asian liikkeen tai harrastus- tai kaveripiirin luomiseen. Monesti ryhmiin liitytään myös sen kummemmin pohtimatta mitä siellä aikoo tehdä, jolloin ne ikään kuin toimivat kannanottona, muistuttaen Facebookissa esiintyvää "peukuttamista" eli "tykkäämistä".

Facebook-ryhmät toimivat yleensä samanhenkisten ihmisten kohtaamispaikkoina internetissä. Facebook-ryhmiä käyttävät usein esimerkiksi kerhot, yhdistykset, yritykset ym. Niissä vierailee tyypillisesti mm. erilaisten kerhojen, intressiryhmien ja yhdistysten jäsenet, kauppiaiden asiakkaat, yritysten työntekijät sekä ketkä hyvänsä facebookin käyttäjät.

Facebook-ryhmillä on kolme eri yksityisyyskategoriaa (yksityisyysasetusta):

- "Avoin" ("Open") - Ryhmä ja sen jäsenet sekä sivujen sisältö ovat avoimesti näkyvissä kaikille internetin käyttäjille.

Ainoa rajoitus on, ettei sisältöä voi muuttaa ennen kuin liittyy ryhmän jäseneksi.

- "Suljettu" ("Closed") - Ryhmä ja sen jäsenet näkyvät avoimesti kaikille internetin käyttäjille, mutta heidän kommenttinsa eivät näy ennen kuin liittyy ryhmään.

- "Salainen" ("Secret") - Facebook-ryhmä ei ole julkisesti nähtävillä. Siihen pääsee vain siitä kautta, että joku ryhmän jäsenistä kutsuu uuden jäsenen facebookin kautta liittymään ryhmään.

Lähde: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Facebook>

### **Ohjeet Facebookin käytöstä Some tutuksi –blogissa marraskuu 2015**

<http://sometu.blogspot.fi/2011/10/facebookin-kaytto.html>

### **Hervannan kirjaston Facebook –opas helmikuu 2012**

<http://docplayer.fi/114887-Facebook-kurssi-aloittelijoille.html>

## **WHATSAPP**

WhatsApp on monialustainen pikaviestisovellus, jonka avulla voit lähettää ilmaisia viestejä. Koska WhatsApp käyttää liittymäsi samaa datapakettia, jota käytät sähköpostiin ja nettiselailuun, viestien lähettäminen kavereillesi ei maksa mitään. Perusviestinnän lisäksi WhatsApp-käyttäjät voivat luoda ryhmiä, lähettää toisilleen kuvia, videoita ja ääntä rajoittamattomasti.

Lähde: <https://www.whatsapp.com/?l=fi>

Rekisteröitymisen vaativa sovellus on helppokäyttöinen, koska se osaa käyttää laitteen osoitekirjaa ja hakea sieltä ihmiset, joilla WhatsApp on käytössä. Viestien lisäksi palvelun kautta voi lähettää myös puhetta, kuvia ja videoita.

Lähde: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2012/11/23/parhaat-pikaviestipalvelut-tappavat-tekstiviestit>

WhatsAppissa pystyy tarkasti seuraamaan, miten viestittely onnistuu. Näin ei tarvitse miettiä, lähtikö viesti tai onko vastaanottaja jo lukenut sen. Tämän voi tarkistaa katsomalla lähettämäsi viestiä vähän tarkemmin. Viestin oikeassa alalaidassa näkyy kellonaika ja sen vieressä koulukirjoista tuttuja väkäksiä. Yksi valkoinen väkänen tarkoittaa, että viesti on lähetetty. Kaksi valkoista taas sitä, että viesti on saavuttanut vastaanottajan. Kaksi sinistä väkystä osoittaa, että vastaanottaja on myös lukenut viestin. Viestiä vasemmalle pyyhkäisemällä avautuu vielä tarkempi näkymä, josta selviävät tarkat kellonajatkin toimittamiselle ja lukemiselle. Turha siis enää valehdella, ettet ollut huomannut jonkun viestiä. Jäät siitä kiinni.

Lähde <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/02/09/nain-raataloit-whatsappista-itsellesi-paremmann>

WhatsApp ei ole vain kirjoittamista varten. Sillä voi Skypen ja Messengerin tavoin soittaa ilmaisia puheluja käyttäjien kesken. Ilmaisuus edellyttää tietysti rajatonta datakäyttöä puhelinliittymässä tai wlan-yhteyden käyttöä. Soittaminen onnistuu yksinkertaisesti avaamalla keskusteluikkuna halutun ihmisen kanssa ja napauttamalla puhelinluurin kuvaa sovelluksen yläkulmasta. Vastaaminen puolestaan tapahtuu napauttamalla ja vetämällä vihreää painiketta ruudulla, pu-naisesta puolestaan kieltäydytään puhelusta.

Lähde: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/02/09/nain-raataloit-whatsappista-itsellesi-paremmann>

## INSTAGRAM

Instagram on ilmainen kuvien jakopalvelu ja sosiaalinen verkosto. Palvelun avulla käyttäjät voivat jakaa kuvia ja lyhyitä videoita (60 sekuntia), sekä kommentoida toistensa jakamaa sisältöä. Kuvia ja videoita voi muokata erilaisilla filttereillä. Palvelun käyttö mobiililaitteilla edellyttää sovelluksen latausta.

Lähde: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Instagram>

**Lyhyt ohjeistus Instagramiin kirjautumisesta, You tube –video (kesto 1:40)**

<https://www.youtube.com/watch?v=0YAC6KobbnM>

**Instagramin perusteet, Kuulun blogi** <http://www.kuulu.fi/blogi/instagram-perusteet/>

## SNAPCHAT

Snapchatin avulla voi jakaa arjen mukavia hetkiä "snapeina" eli kuvina, viesteinä sekä lyhyinä videoina. **Snapchat eroaa muista chatpalveluista niin, ettei lähetettyjä kuvia ja videoita voi katsoa kuin korkeintaan 10 sekuntia** — paitsi että kuvan voi tietenkin tallentaa ottamalla näytönkaappauksen tai ottamalla kuvan laitteen näytöstä. Snapchat on mobiilisovellus ja sen voi ladata ilmaiseksi Android- ja iOS-laitteille. Sovellus on vielä suhteellisen uusi ja kaikkein paras tapa tutustua siihen on itse applikaation lataaminen ja kokeileminen. Rekisteröityäksesi sinun ei tarvitse kuin syöttää sähköpostiosoitteesi, syntymäpäiväsi sekä valitsemasi salasanan. Rekisteröitymisen jälkeen sinun täytyy valita itsellesi käyttäjänimi.

Lähde: <http://www.kuulu.fi/blogi/mika-on-snapchat/>

Käyttäjä voi ottaa kuvia ja videota, lisätä niihin tekstiä ja "leimoja" eli erilaisia kuvakkeita sekä lähettää niitä joko palvelun muille käyttäjille tai julkiseen "My storyyn" (suom. Minun tarinani). Siihen lisätyt snapit ovat käyttäjää seuraavien muiden Snapchatin käyttäjien nähtävissä seuraavien 24 tunnin ajan. Snapchatin käyttäjät voivat itse seurata, kuinka monta katsojaa heidän omilla My Story -snapeillaan on. Otettuja kuvia tai videoita kutsutaan "snapeiksi" tai yhä useammin "snäpeiksi".

Lähde: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Snapchat>

Käyttäjä voi määrittää ajan, kuinka kauan snapit näkyvät vastaanottajan laitteessa (1–10 sekuntia). Määritetyn ajan jälkeen snapit poistetaan vastaanottajan Snapchat-sovelluksesta ja Snapchatin palvelimilta. Käyttäjä voi halutessaan tallentaa ottamansa kuvat ja videot omassa laitteessa olevaan galleriaan. Kuitenkin vastaanottajat voivat halutessaan tallentaa saamansa snapit ottamalla niistä ruutukaappauksen tai käyttämällä tarkoitukseen sopivaa ruudunkaappaussovellusta.

Suomalaisia Snapchat -käyttäjiä voi hakea Snappaajat.fi sivuston kautta. Sinne jokainen Snapchat käyttäjä voi luoda oman profiilin.

Lähde <https://fi.wikipedia.org/wiki/Snapchat>

**Snapchat Memoriesin** avulla Snapchatissa on mahdollista käyttää jo aiemmin otettuja kuvia ja videoita omassa tarinoissa. Tämä on vastoin kaikkea mitä Snapchat on aiemmin ollut, mutta toisaalta saattaa houkuttaa suurempia massoja käyttämään sovellusta. Snäpin valtaisa suosio on johtunut nimenomaan sen aitoudesta ja reaaliaikaisuudesta – juuri siitä, että kukaan ei ole pystynyt pilaamaan snäppien rosoisuutta ja vaikutelmaa suunnittelemattomuudesta, mikä tietenkin

Lähde: <http://www.kuulu.fi/blogi>

**Snapchat tutorial suomeksi P-K:n ammattiopisto, Joensuu Palvelut You tube -video (kesto 8:13)**

rauhallinen opastus

<https://www.youtube.com/watch?v=f0s-m3xW7A8>

**Laura neuvoo: Snapchatin käyttö aloittelijoille You tube –video (kesto 8:27)**

puhuu nopeatempoisesti

<https://www.youtube.com/watch?v=RX0u9QBy0wM>

**Snapchatin perusteet, digimarkkinointitoimisto Kuulun blogi <http://www.kuulu.fi/blogi/mika-on-snapchat/>**

**Salama-ikoni** — Voit laittaa salamavalon päälle tai pois päältä.

**Kameran kääntö -ikoni** — Voit valita, käytätkö takana vai edessä olevaa kameraa.

**Punainen ruutu** — Tämä ruutu muuttuu punaiseksi, kun olet saanut uuden snapin ystävältäsi

**Ympyrä** — Pidä pohjassa ottaaksesi lyhyen videopätkän ja napauta ottaaksesi kuvan.

**Valikko** — Täältä näet viimeisimmät päivitykset

Kuvan tai videon ottamisen jälkeen voit lisätä siihen erilaisia elementtejä.

**Punainen nuoli**

**Violetti nuoli**

**Sininen nuoli**

**Punareunainen nuoli**

**Violettireunainen nuoli**

**Sinireunainen nuoli**

**Punainen laatikko**

**Violetti laatikko**

**Sininen laatikko**

**Punareunainen laatikko**

**Violettireunainen laatikko**

**Sinireunainen laatikko**

**Kaksi punareunaista nuolta ristikkäin**

**Kaksi violettireunaista nuolta ristikkäin**

**Kaksi sinireunaista nuolta ristikkäin**

— Olet lähettänyt käyttäjälle kuvan.

— Olet lähettänyt käyttäjälle lyhyen videon.

— Olet lähettänyt käyttäjälle viestin.

— Käyttäjä on avannut lähettämäsi kuvan.

— Käyttäjä on avannut lähettämäsi lyhyen videon.

— Käyttäjä on avannut lähettämäsi viestin

— Sinulle on uusi kuva käyttäjältä.

— Sinulle on uusi video käyttäjältä.

— Sinulle on uusi viesti käyttäjältä.

— Käyttäjä on katsonut lähettämäsi kuvan.

— Käyttäjä on katsonut lähettämäsi lyhyen videon.

— Käyttäjä on katsonut lähettämäsi viestin.

— Käyttäjä on ottanut lähettämästäsi kuvasta näytönkaappauksen.

— Käyttäjä on ottanut lähettämästäsi videosta näytönkaappauksen

— Käyttäjä on ottanut lähettämästäsi viestistä näytönkaappauksen.

Lähde: <http://www.kuulu.fi/blogi/mika-on-snapchat/>



## EXTRAA MIELENKIINNON VUOKSI

### LINKEDIN

LinkedIn on tärkeä työnhakukanava. Pasanen neuvoo verkostoitumaan oman alan ihmisten kanssa esimerkiksi ryhmissä (Groups). Osallistu ryhmissä keskusteluihin tai aloita niitä. Ryhmät voivat olla joko avoimia tai suljettuja: toisiin pääsee liittymään heti, ja toisissa ryhmissä ylläpitäjä päättää, ketkä pääsevät mukaan. Jos ryhmä on tarkoitettu esimerkiksi mainosalan ammattilaisille, ylläpitäjä saattaa tarkistaa koulutuksesi ja työpaikkasi ennen hyväksymistä.

Profiiliin kannattaa kirjoittaa oma työhistoria mahdollisimman tarkasti auki. Pelkkä työnimike ei riitä, vaan työpaikan kuvauksesta pitäisi selvitä tehtävät, vastualueet ja saavutukset. Käytä profiilissasi mahdollisimman paljon vahvuuksiasi ja osaamistasi kuvaavia sanoja – siten henkilöitä etsivät työnantajat löytävät sinut helpommin etsiessään työntekijöitä suoraan LinkedInistä.

Tiivistelmä eli summary on myös tärkeä täyttää. Kirjoita siihen lyhyt kuvaus itsestäsi, kiinnostuksen kohteistasi ja osaamisalueistasi.

Lähde: <http://www.uranus.fi/tyonhaku/tyonhaku/twitter-aktiivisuudella-toihin/#.V4dEkaKcyTs>

## SOMEN HYÖDYNTÄMINEN TYÖNHAUSSA

**Twitter-aktiivisuudella töihin** <http://www.uranus.fi/tyonhaku/tyonhaku/twitter-aktiivisuudella-toihin/#.V4dEkaKcyTs>

Jotta työnhakukampanja johtaisi palkkaukseen, oikeiden ihmisten täytyy löytää se. Tässä omien verkostojen hyödyntäminen on tehokasta – tunnethan jo todennäköisesti alasi ihmisiä, vähintäänkin opiskelukavereiden muodossa. Sekä vanhat että uudet verkostot tavoittaa helposti sosiaalisessa mediassa: Facebookissa voit levittää sanaa ystäville, LinkedInissä löydät samasta alasta kiinnostuneet ammattilaiset ja Twitterissä voit laajentaa näkyvyyttäsi esimerkiksi erilaisten hashtagien avulla. Karppasella ja Ervastilla oli kampanjoilleen omat hashtagit, #eetulleduuni ja #somekemisti, joiden avulla he levittivät tietoa työhausta. Kampanjoilla töitä etsivät usein markkinoinnin, myynnin tai viestinnän osaajat, joiden alalla ihmiset ovat valmiiksi aktiivisia verkossa. Onko julkinen some-työnhaku muilla aloilla turhaa?

Ervastin mielestä ei. Muutkin kuin viestinnän osaajat pyörivät netissä. Tärkeintä on, että oikeat ihmiset löytävät sivuillesi. Se onnistuu esimerkiksi sopivilla aihevalinnoilla blogissa, sekä saman alan ihmisten tavoittamisella sosiaalisessa mediassa.

Karppanen huomauttaa, että julkisen työhaun ansiosta on mahdollista työllistyä yritykseen, joka ei edes ollut rekrytoimassa ketään. Jos oikea ihminen osuu kohdalle, hänet kannattaa palkata joka tapauksessa. Karppanen uskookin, että työnhakukampanjat yleistyvät tulevaisuudessa. Lähde: <http://www.uranus.fi/tyonhaku/tyonhaku/tyonhakukampanja-netissa-tehokas-tapa-etsia-toita/#.V4dRYaKcyTs>

Perinteisen työhakemuksen yhteystietoihin voit lisätä some-profiilisi. Voit myös liittää sähköpostin allekirjoitukseen omat some-profiilisi halutessasi.

Kannattaa kuitenkin muistaa mitä postaat nettiin julkisesti nähtäväksi - nyrkkisääntö on:

### **Älä laita julkisesti jakeluun mitään, mitä et halua äitisi tai työnantajasi näkevän!**

Käyttäessäsi somea työnhakusi tukena, pidä mielessä seuraavat asiat:

- Pidä tietosi ajan tasalla.
- Pidä nettiprofiilisi siistinä.
- Muista yksityisyysasetuksesi.
- Ole aktiivinen ja verkostoidu.
- Seuraa työpaikkailmoituksia.
- Esittele osaamistasi.

Lähde: <https://www.jobitti.fi/blog/sosiaalinen-media-tyonhaussa>

## **SOME-rekrytointi**

Laineen mielestä some-rekrytoinnilla on perinteisiin työnvälityskanaviin nähden ylivoimainen etu: sitä kautta työnantaja voi löytää haluamaansa tehtävään parhaan osaajan, ei vain parasta työnhakijaa.

Siksi hän kehottaa työntekijöitä verkostoitumaan ja jakamaan tietoa ammatillisesta osaamisestaan sosiaalisessa mediassa. Myös niitä, jotka eivät edes etsi uutta työpaikkaa.

Nurkan takaa saattaa löytyä vielä parempi.

Sosiaalista mediaa hyödyntävä rekrytointi yleistyy. Esimerkiksi tieto- ja viestintäalalla moni työpaikka liikkuu jo LinkedInin, Facebookin, Twitterin ja muiden some-kanavien kautta. Toisaalta useat muut sektorit ottavat kentällä vasta ensi askeliaan. EK:n viime vuonna toteuttaman jäsenkyselyn mukaan alle viidennes yrityksistä oli käyttänyt rekrytoinnissa sosiaalista mediaa.

Tärkeimmässä some-työnhakukanavassa LinkedInissä ilmoittelu kasvaa joka tapauksessa hurjaa vauhtia: kun runsaat kaksi vuotta sitten palvelussa oli suomalaisia työpaikkailmoituksia keskimäärin 200, nyt niitä on päivittäin 1 800–1 900. Mukana on jo perusduunariipaikkokin.

Samaan aikaan korostuvat verkostot ja suoraohaut.

”Suomessa rekrytoidaan tänä päivänä valtavasti suhteilla. Se on tärkeämpää kuin koskaan aiemmin”, Laine sanoo.

Yksityisistä työpaikoista jo noin 70–80 prosenttia täytetään eri arvioiden mukaan ilman julkista hakua. Ja näiden niin sanottujen piilotyöpaikkojen täyttämässä käytetään usein hyväksi myös sosiaalista mediaa.

Työnantajille sosiaalinen media on rekrytointikanavana Laineen mielestä houkuttava monesta syystä.

Ensinnä suorahaku esimerkiksi LinkedInin kautta on ainakin välillä nopeampaa ja suoraviivaisempaa kuin julkinen haku.

”Jos Helsingissä laittaa ilmoituksen johonkin vähän yleisempään osaamisalueeseen, tulee tuhat hakemusta”, Laine sanoo.

Sellaisen määrän käsittely vaatii työnantajalta paljon resursseja. Siis rahaa. Laine sanoo yritysten säästävän some-opeilla valtavasti.

On myös tapauksia, jolloin organisaatio ei halua julkisesti mainostaa hakevansa uutta työvoimaa. Vaikka yrityksessä olisi vasta irtisanottu työntekijöitä yt-neuvotteluissa, uutta väkeä saataan hakea varovaisesti juuri sosiaalista mediaa hyödyntäen.

Tällaisia yrityksiä on Laineen mukaan ”valtava määrä”.

Mutta erityisen houkuttava potentiaali on some-lähettilään mielestä se, että asiantuntijuutta korostavasta verkostoitumispalvelusta löytyvät parhaat osaajat. Rekrytoiva työnantaja voi bongata somen kautta alan osaajia – niitäkin, jotka eivät juuri silloin etsi töitä aktiivisesti.

Työnhakijalle sosiaalinen media on mahdollisuus erottautumiseen, asiantuntijuuden korostamiseen ja näkyvyyden rakentamiseen.

Piilotyöpaikkoja työnhakijan on silti usein vaikea löytää.

Piilotöitä kyllä liikkuu esimerkiksi LinkedInin työnhakuryhmissä. Useista ryhmistä on kuitenkin hiljattain tullut piilotettuja LinkedInin tekemien palvelumuutosten vuoksi, ja jäseneksi pääsee vain kutsusta.

Suomalaisia työnhakuryhmiä ovat esimerkiksi Talent Pool Finland, Uratärpit ja Ejobs.

Oman alan osaamisryhmiin kannattaa Laineen mukaan joka tapauksessa yrittää aktiivisesti haakeutua.

Some-kouluttajalla on myös muita neuvoja piilotyöpaikkojen etsijöille:

Ota aktiivisesti suoraan yhteyttä firmoihin – joko rekrytointihenkilöihin tai oman osaamisalueen vastuuihmiin.

Etsi muitakin omaan osaamiseen liittyviä asiantuntijayhteisöjä ja käy keskusteluja eri kanavissa. Bloggaa.

Verkostoidu – joko kasvotusten tapahtumissa tai verkossa.

Laineella on silti lohdullista sanottavaa myös niille, joille some työnhaussa tuntuu vieraalta.

”Perinteiset toimintatavat ja digitaaliset palvelut eivät sulje toisiaan pois”, hän sanoo. Työpaikkojen sanomalehti-ilmoittelu ei katoa, sillä vain on nyt erilainen tehtävä kuin aiemmin – se on yritykselle myös brändi- ja imagomainontaa. Perinteiset työhaastattelut säilyvät. Rekrytointimessujakin tarvitaan.

Lähde: <http://www.hs.fi/raha/a1467775198642>

[KN 8.8.2016](#)