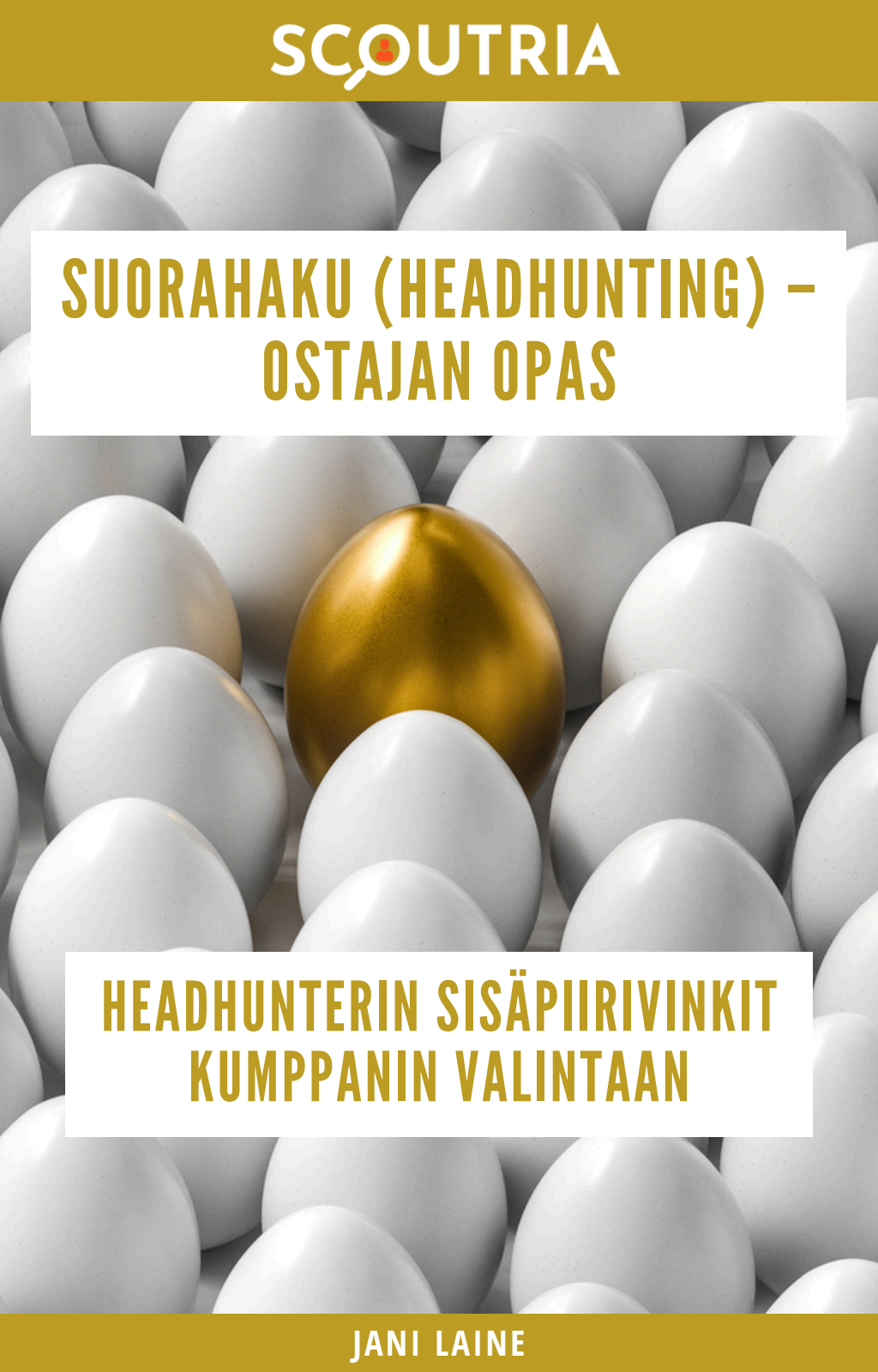


The background of the entire page is a close-up photograph of many white, glossy eggs. In the center, one egg is a vibrant gold color, standing out from the rest.

SUORAHAKU (HEADHUNTING) – OSTAJAN OPAS

HEADHUNTERIN SISÄPIIRIVINKIT KUMPPANIN VALINTAAN

SISÄLLYSLUETTELO

	4
<u>Miksi tämä opas?</u>	5
<u>Suorahaku eli headhunting – mitä se on?</u>	10
<u>Off limits eli rajoitukset</u>	12
<u>Kokemus ja erikoisosaaminen</u>	14
<u>Ehdokaskartoitus (research).</u>	16
<u>Ehdokkaiden kontaktointi</u>	18
<u>Läpinäkyvyys</u>	20
<u>Tietosuoja (GDPR) ja eettisyys</u>	22
<u>Ehdokkaiden arviointi</u>	24
<u>Hinta ja veloitusmalli</u>	26
<u>Takuu</u>	28
<u>Ehdokaskokemus ja työnantajamielikuva</u>	30
<u>Huomioi myös nämä – olipa kumppanisi kuka hyvänsä</u>	32
<u>Scoutria lyhyesti</u>	

KIITOS!

Kiitos, kun latsit tämän oppaan.

Uskon, että se oli kannattava päätös ja toivon, että saat useita hyviä ideoita oikean suolahakukumppanin valintaan.

Mikäli koet oppaan hyödylliseksi, niin laitathan hyvän kiertämään – vinkkaa tai jaa se myös kavereillesikin!

MIKSI TÄMÄ OPAS?

Kaikki tietävät, että suorahaku eli headhunting on tehokkain tapa tavoittaa erityisesti passiiviset huippuosaajat, jotka eivät reagoi työpaikkamainontaan. Harva kuitenkaan tietää, mihin tulisi erityisesti kiinnittää huomiota valitessaan kumppania suorahakuun – joka johtaa usein virherekrytointeihin sekä ajan ja rahan menetyksiin.

Tämä opas perustuu yli 15 vuoden kokemukseen rekrytointi- ja suorahakualalta. Se on tarkoitettu juuri sinulle, joka harkitset suorahakupalvelun ostamista. Käyn suoraan ja läpinäkyvästi läpi, mihin kannattaa erityisesti kiinnittää huomiota, kun olet ostamassa suorahakua – olipa kumppanisi lopulta kuka hyvänsä.

Nämä peruseriaatteet auttavat sinua arvioimaan palvelua riippumatta siitä, oletko ostamassa suorahakua itsenäisenä suorahakuprosessina tai julkisen työpaikkailmoituksen tukena (jolloin kyseessä on yhdistelmähaku). Oppaan tavoitteena on antaa sinulle konkreettiset työkalut onnistuneen ja laadukkaan kumppanuuden valintaan.

Tsemppiä rekrytointiin ja suorahakuun!



Jani Laine

Senior Researcher & Founder

 jani.laine@scoutria.com

 www.linkedin.com/in/janilaine/



SUORAHAKU ELI HEADHUNTING– MITÄ SE ON?



SUORAHAKU ELI HEADHUNTING- MITÄ SE ON?

Yksinkertaisesti sanottuna: suorahaku (eli headhunting) on proaktiivista rekrytointia. Siinä missä perinteisessä rekrytointissa julkaistaan työpaikkailmoitus ja jäädään odottamaan sopivia hakemuksia, suorahaussa asetelma käännetään toisinpäin. Suorahakukonsultti eli headhunter kartoittaa osaajamarkkinan aktiivisesti, tunnistaa tehtävään parhaiten sopivat henkilöt ja kontaktoi heidät henkilökohtaisesti.

Suorahaun suurin vahvuus piilee siinä, että sen avulla tavoitetaan myös niin sanotut passiiviset ehdokkaat. Nämä ovat niitä alansa huippuosaajia, jotka ovat tyytyväisiä nykyiseen työhönsä eivätkä yleensä reagoi työpaikkailmoituksiin. Valtaosa heistä on kuitenkin kiinnostunut keskustelemaan uusista uramahdollisuuksista, kun oikea tilaisuus tarjoillaan suoraan heidän eteensä.

SUORAREKRYTOINTI EI OLE SUORAHAKUA

Suorahaku ja suorarekrytointi menevät termeinä helposti sekaisin. Asiakkaat käyttävätkin niitä usein toistensa synonyymeinä, vaikka ne tarkoittavat täysin eri asioita.

Suorekrytointi tarkoittaa vain sitä, että työnha-
kija palkataan suoraan asiakasyrityksen palkkalis-
toille (eikä esim. henkilöstövuokrayrityksen palk-
kalistoille).

Suurin ero on kuitenkin toimintatavassa. Suora-
rekrytointi saatetaan toteuttaa pelkästään työ-
paikkailmoitusta käyttäen ja hakemuksia passiivi-
sesti odottaen. Suorahaussa puolestaan ei julkais-
ta työpaikkailmoitusta eikä odotella hakemuksia,
vaan osajia etsitään proaktiivisesti eri tiedon-
lähteistä ja heitä lähestytään henkilökohtaisesti.

SUORAHAKUPALVELUISSA ON ISOJA EROJA

Pelkästään Suomessa on pitkälti yli toistasataa
rekrytointi- ja suorahakuyritystä. Moni asiakas voi
kokea suorahakupalveluiden kilpailuttamisen pai-
najaiseksi, koska ne kaikki kuulostavat lähes sa-
mankaltaisilta. On kuitenkin iso virhe luulla, että
ainoa erottava tekijä on pelkkä hintalappu.

Tämän oppaan tavoitteena on auttaa sinua oival-
tamaan, mihin kannattaa erityisesti kiinnittää
huomiota, jotta voit tehdä fiksumpia kumppani-
valintoja ja onnistua suorahaussa todennäköisem-
min.

MINKÄLAISIIN REKRYTOINTITARPEISIIN SUORAHAKU SOPII?

Suorahaku ei ole automaattinen ratkaisu jokaiseen avoimeen työpaikkaan, mutta tietyissä tilanteissa se on ylivoimaisesti tehokkain – ja joskus jopa ainoa – työkalu.

Suorahaku on parhaimmillaan silloin, kun:

-  **Etsit kapean alan erityisosaajaa:** Kun tehtävä vaatii niin spesifiä asiantuntijuutta, että potentiaalisia kandidaatteja on olemassa vain kourallinen.
-  **Rekrytoit johtotason tekijää:** Ylimmän johdon ja liiketoimintakriittisten avainhenkilöiden haut vaativat lähes poikkeuksetta hienovaraisen lähestymistavan, passiivisten ehdokkaiden etsintää ja syvällistä ymmärrystä markkinasta.
-  **Perinteiset rekrytointikanavat on jo koluttu:** Olette kokeilleet avointa hakua ja kampanjointia työpaikkailmoituksella, mutta vaatimustasoa vastaavia hakijoita ei yksinkertaisesti löydy.
-  **Haku on luottamuksellinen:** Joskus uuden henkilön etsimisestä ei voida kertoa julkisesti – syynä voi olla esimerkiksi käynnissä oleva organisaatiomuutos tai se, että nykyinen työntekijä hoitaa vielä tehtävää.

Toisin sanoen, kun etsit neulaa heinäsuovasta – tai osaajaa, joka ei edes tiedä kaipaavansa uusia haasteita – suorahaku on oikea valinta.

**MIHIN KANNATTAA
ERITYISESTI KIINNITTÄÄ
HUOMIOTA, KUN VALITSET
KUMPPANIA SUORAHAKUUN?**



OFF LIMITS ELI RAJOITUKSET

Off limits eli rajoitukset on yksi kriittisimmistä asioista, joka tulee selvittää ostaessasi suorahakua. Parhaastakaan kumppanista ei nimittäin ole hyötyä, jos hänen kätensä ovat sidotut, eikä hän voi kartoittaa ja kontaktoida osajia juuri sinua kiinnostavista kohdeyrityksistä.

MITÄ OFF LIMITS TARKOITTAÄ?

Off limits tarkoittaa suorahakuyrityksen sitoumusta olla kalastelematta työntekijöitä esimerkiksi omilta asiakasyrityksiltään tai muilta yhteistyökumppaneilta. Kyse on eettisestä ja sopimuksellisesta säännöstä: eettisesti toimiva headhunter ei voi houkutella työntekijöitä pois asiakkaalta, jolle se tekee tai on hiljattain tehnyt toimeksiantoja.

MIHIN OFF LIMITS VAIKUTTAA?

Rajoitus vaikuttaa suoraan siihen, kuinka laajasta markkinasta kumppanisi voi ehdokkaita etsiä. Jos suorahakutoimisto tekee runsaasti yhteistyötä alasi muiden yritysten kanssa, nämä organisaatiot saattavat olla kokonaan rajattu suorahakuprosessin ulkopuolelle. Pahimmassa tapauksessa kumppanisi ei pääse käsiksi juuri niihin kilpailijoihin tai muihin sinua kiinnostaviin yrityksiin, joista tärkeimmät osaajat voisivat löytyä.

MITÄ SUUREMPI SUORAHAKUYRITYS, SITÄ PIDEMPI OFF LIMIT -LISTA!

Suuri ja tunnettu suorahakutoimisto voi tuntua varmalta valinnalta, mutta sillä on myös kääntöpuolensa: mitä enemmän suorahakuyrityksellä on asiakkaita toimialallasi, sitä pidempi ja rajoittavampi sen off limit -lista on. Pienempi tai erikoistuneempi kumppani saattaa tarjota huomattavasti laajemman liikkumavaran kohdemarkkinassa.

MITEN TOIMIT OSTAJANA?

- **Selvitä kumppanin off limitit ajoissa:** Pyydä suorahakukumppanilta rehellinen arvio heidän rajoituksistaan ennen lopullista ostopäätöstä.
- **Kerro omat off limitisi:** Tuo myös omat rajoituksesi avoimesti esiin. Onko olemassa kumppaniyrityksiä, asiakkaita tai tärkeitä verkostoja, joista et halua ehdokkaita lähestyttävän?



KOKEMUS JA ERIKOISOSAAMINEN

“Oletteko tehneet viime aikoina vastaavanlaisia hakuja?”

Asiakkaat kysyvät tätä usein tarjousvaiheessa. Tässä logiikka on ilmeisesti se, että tällöin toimeksianto olisi jo tutumpi headhunterille ja samoja ehdokkaita pystyttäisiin hyödyntämään myös tulevassa toimeksiannossa.

Totuus on kuitenkin se, että kokemus täysin identtisistä toimeksiannoista ei ole välttämätöntä! Eikä toisessa samankaltaisessa toimeksiannossa mukana olleita kandidaatteja välttämättä pystytä hyödyntämään lainkaan, koska he eivät ehkä ole kiinnostuneita muista toimeksiannoista.

Tärkeintä on varmistaa, että kumppanilta löytyy riittävän monipuolista kokemusta sekä erikoisosaamista itse suorahakuprosessista. Kun prosessi on viritetty tehokkaaksi, se tuottaa onnistuneen lopputuloksen – olipa haettava titteli mikä hyvänsä.

Varmista, että kumppanisi vahva kokemus ja erikoisosaaminen näkyy erityisesti näissä asioissa, koska ne ovat suorahaun kivijalkoja:

- **Huolellinen ehdokaskartoitus:** Kumppanin on osattava löytää juuri oikeat osaajat kartoittamalla koko osaajamarkkina kattavasti ja ennen kaikkea laadukkaasti.
- **Potentiaalin tunnistaminen rivien välistä:** Asiantunteva headhunter pystyy tunnistamaan oikeat osaajat löytämiensä tietojen perusteella, vaikka nämä tiedot olisivat usein hyvinkin vajaita. Huippuosaaajan LinkedIn-profiili tai CV ei aina kerro koko totuutta, koska valtaosa niistä ei sisällä relevantteja tietoja.
- **Ehdokkaiden kontaktointi:** Kumppanin täytyy tietää tarkalleen, miten vaikeasti tavoitettavat osaajat saadaan kiinni ja kuinka heidän kiinnostuksensa avointa tehtävää kohtaan saadaan parhaiten herätettyä. Kumppanin on myös panostettava positiiviseen ehdokaskokemukseen, sillä hän edustaa sinun työnantaja-brändiä ehdokkaiden suuntaan.





EHDOKASKARTOITUS (RESEARCH)



Datan lähde: LinkedIn

Ehdokaskartoitus eli research on koko suorahaun kivijalka, koska ehdokaslistan (long list) laatu ja kattavuus määrittävät pitkälti sen, millaisia ehdokkaita prosessin lopussa on valittavana.

Kuten ehkä jo tiedätkin, valtaosa osaajista ei reagoi työpaikkailmoituksiin, koska he eivät etsi aktiivisesti uutta työpaikkaa.

Juuri tämän vuoksi on kriittisen tärkeää, että ostajana kiinnität huomiota ehdokaskartoituksen painoarvoon, syvyysasteeseen sekä siihen, kuka kartoituksen konkreettisesti tekee ja millainen kokemus hänellä on.

Parhaat suorahakuyritykset panostavat juuri ehdokaskartoituksen laatuun ja antavat sille suuren painoarvon suorahakuprosessissa, koska sen avulla löydetään oikeat osaajat.

Eri suorahakuyritysten tavoissa toteuttaa ehdokaskartoitus on suuria eroja.

Tässä on kolme tyypillistä esimerkkiä siitä, mitä ehdokaskartoitus voi käytännössä pitää sisällään:

- **Kartoitetaan vain oma rajallinen CV-pankki:** Haku rajoitetaan ainoastaan suorahakuyrityksen aiemmin kertyneeseen CV-tietokantaan – joka on aina rajallinen.
- **Kartoitetaan vain oma CV-pankki ja rajallinen verkosto:** Mukaan otetaan oman CV-tietokannan lisäksi headhunterin välitön tuttavapiiri – joka on sekin aina rajallinen.
- **Kartoitetaan koko osaajamarkkina puhtaalta pöydältä:** Markkina käydään läpi järjestelmällisesti soveltuvia tiedonlähteitä käyttäen, jotta löydetään juuri kyseiseen tehtävään sopivat parhaat tekijät.

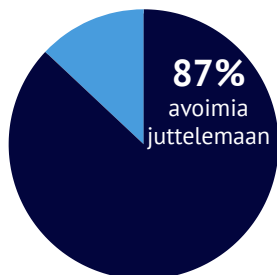
Mitä arvelet, mikä näistä on tehokkain tapa löytää parhaat kandidaatit?

Jos suorahaku rajoittuu vain vanhoihin CV-pankkeihin tai tuttujen verkostoihin, kyseessä on harvoin aito ja kattava suorahaku.

Varmista siis aina kumppaniltasi, miten syvälle markkinaa heidän ehdokaskartoituksensa todella ulottuu ja kuka työn todellisuudessa tekee.



EHDOKKAIDEN KONTAKTOINTI



Datan lähde: LinkedIn

Kun sopivat kandidaatit on ehdokaskartoituksen avulla tunnistettu ehdokaslistalle eli long listille, alkaa prosessin herkin vaihe: ensikontakti.

Parhaat osaajat ovat usein jo varattu, eivätkä he etsi aktiivisesti uutta työpaikkaa tai reagoi työpaikkailmoituksiin.

Valtaosa heistä on kuitenkin kiinnostunut keskustelemaan uudesta uramahdollisuudesta, kun heidät kontaktoidaan henkilökohtaisesti ja ammattimaisesti.

Juuri tämän takia on tärkeää, että valitsemasi kumppani osaa hoitaa kontaktointivaiheen ammattimaisesti ja ehdokkaita kunnioittaen.

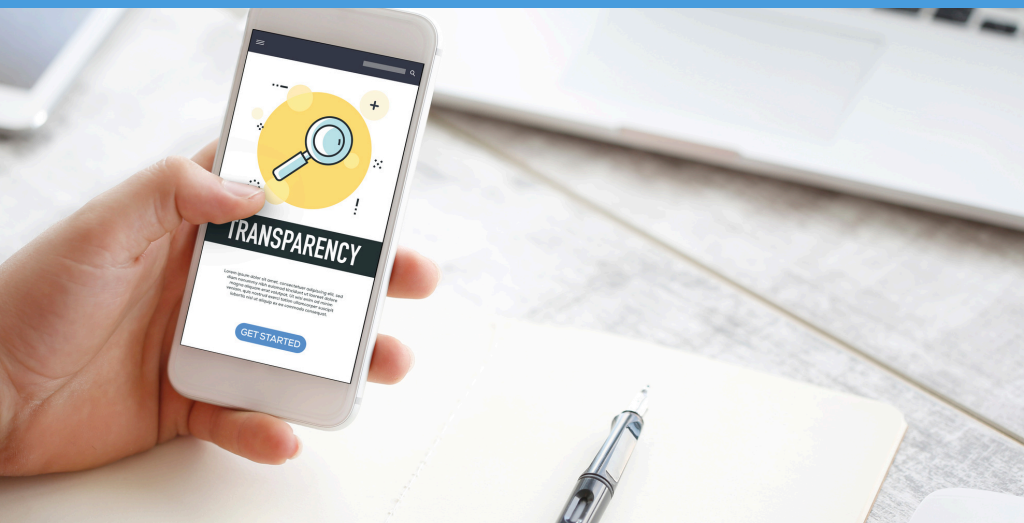


Kiinnitä kumppania valitessasi huomiota näihin kolmeen kontaktoinnin kulmakiveen:

- **Ammattimaisuus:** Headhunter toimii työnantajabrändisi käyntikorttina. Kontaktoinnin tulee olla henkilökohtaista, hyvin taustoitettua ja kohdennettua. Geneeriset massaviestit antavat amatöörimäisen kuvan ja heikentävät vastausprosenttia heti kättelyssä.
- **Monikanavaisuus:** Osaajia ei tavoiteta vain yhtä kanavaa käyttämällä, kuten esimerkiksi spämmäämällä LinkedIn Inmaileja. Tuloksellinen kontaktointi hyödyntää joustavasti eri reittejä – kuten puhelinta, sähköpostia ja sosiaalisen median verkostoja – ehdokkaan profiiliin ja kontekstin mukaan.
- **Ehdokasystävällisyys:** Kynnyksen keskustelulle tulee olla mahdollisimman matala. Ehdokkaalle viestitään arvostavasti, selkeästi ja joustavasti, jotta mielenkiinto uutta uramahdollisuutta kohtaan herää ilman turhaa painostusta.

Laadukas kontaktointi jättää aina positiivisen mielikuvan organisaatiostasi – riippumatta siitä, johtaako yksittäinen keskustelu lopulta rekrytointiin vai ei.

Oikean kumppanin valintaan kannattaa panostaa, koska juuri hän omalla toiminnallaan joko vahvistaa tai heikentää työnantajabrändiäsi.



LÄPINÄKYVYYS

Jokainen suoramarkkinointi mainostaa olevansa läpinäkyvä, mutta valtaosa ei kuitenkaan kerro esimerkiksi hintojaan avoimesti kotisivuillaan – mikä on aika ristiriitaista, eikö totta?

Aito läpinäkyvyys erottaa laadukkaan suoramarkkinointikumppanin heikommasta. Et ole ostamassa "mustaa laatikkoa", jonka sisälle et näe, vaan kumppanuutta, jossa sinulla on täysi näkyvyys ja mahdollisuus vaikuttaa prosessin kulkuun.

Aidosti läpinäkyvä kumppani kertoo listahintansa jo kotisivuillaan, eikä vedä hintaa hatusta riippuen asiakkaan maksukyvystä. Tämä sama läpinäkyvyys tulee tietysti jatkua läpi koko suoramarkkinointiprosessin.

Miksi läpinäkyvyys on sitten niin tärkeää suorahaussa? Koska se tuo sinulle turvaa, sillä vain tällöin voit varmistua siitä, että saat oikeasti vastinetta rahoillesi.



Ostajana sinun kannattaa varmistaa erityisesti nämä kolme asiaa:

- **Pääsetkö vaikuttamaan suorahakuprosessin eri vaiheisiin?** Todellinen kumppanuus on yhteistyötä, eikä suorahakuyrityksen sooloilua. Sinulla pitäisi olla mahdollisuus vaikuttaa suorahakuprosessin eri vaiheissa tapahtuviin asioihin, jotta voit varmistaa itsesi kannalta parhaan mahdollisen lopputuloksen.
- **Pääsetkö valitsemaan kontaktoitavat henkilöt?** Sinulla pitäisi olla mahdollisuus käydä kartoitetut henkilöt läpi ja hyväksyä lähestyttävät kandidaatit ennen kontaktoinnin aloittamista. Tämä estää virheet ja pitää huolen siitä, että haku kohdistuu täsmälleen haluamiisi osajiin.
- **Saatko dataa kriittisistä vaiheista?** Kumppanin tulee tarjota säännöllistä ja selkeää dataa sekä ehdokaskartoituksen (research) tuloksista että kontaktointivaiheen edistymisestä. Tietoisuus siitä, kuinka monta henkilöä on kartoitettu, kuinka monta tavoiteltu ja miten he ovat reagoineet – sekä syyt mahdollisiin kieläytymisiin – antaa arvokasta tilannekuvaa myös organisaatiosi työnantajamielikuvasta ja alasi markkinatilanteesta.

Ennen kuin teet lopullista ostopäätöstä, varmista että suorahakuyritys aidosti panostaa läpinäkyvyyteen suorahakuprosessin kaikissa vaiheissa.



TIETOSUOJA (GDPR) JA EETTISYYS

HR-päätäjille tietosuoja ja eettiset toimintatavat eivät ole vain "kiva lisä", vaan ehdoton vaatimus. Suorahaussa käsitellään jatkuvasti luottamuksellista tietoa sekä ehdokkaista että rekrytoivasta organisaatiosta, joten kompromisseille ei ole sijaa.

Tietosuojaan liittyvä lainsäädäntö koskee luonnollisesti kaikkia suorahakuyrityksiä, mutta sen tulkinnassa ja erityisesti eettisissä käytännöissä voi olla eroja.

Älä siis oletta, että kaikki suorahakuyritykset ovat tässä suhteessa samanlaisia, vaan selvitä tämäkin näkökulma jo ennakkoon ennen kuin teet lopullista ostopäätöstä.

Parhaat suorahakuyritykset noudattavat paitsi lainsäädäntöä, myös huomioivat eettiset periaatteet sekä asiakkaiden että ehdokkaiden suuntaan.



Luotettavan kumppanin tulee pystyä osoittamaan aukottomasti:

- **Henkilötietojen lainmukainen käsittely:** Miten ehdokkaiden henkilötietoja kerätään, käsitellään, säilytetään ja suojataan suorahaun eri vaiheissa GDPR-asetuksen mukaisesti?
- **Ehdokkaiden tiedottaminen:** Missä vaiheessa ja miten ehdokkaalle kerrotaan hänen tietojensa käsittelystä ja rekisteröinnistä?
- **Luottamuksellisuus ja hienotunteisuus:** Miten varmistetaan, että ehdokkaan nykyinen työsuhde ei vaarannu ja prosessi viedään läpi hienotunteisesti kaikkien osapuolten kannalta?

Tietosuojarike tai epäeettinen toiminta suora-
hakuprosessissa heijastuu aina suoraan ostavan
yrityksen työnantajamielikuvaan ja brändiin.

Varmista siis aina kumppanisi tietosuojaj- ja
eettiset käytännöt ennen yhteistyön aloittamista.



EHDOKKAIDEN ARVIOINTI

Lupaava ansioluettelo tai vakuuttava ensivaikutelma on vasta alkua. Olemme kaikki luultavasti joskus istuneet haastattelussa hurmaantumassa karismaattisesta ehdokkaasta, jolla on vastaus valmiina kaikkeen – vain huomataksemme koeajalla, että todellinen suorituskky arjessa jääkin puolitiehen. Haastattelutilanteessa on helppo antaa "hyvän tyypin" sokaista.

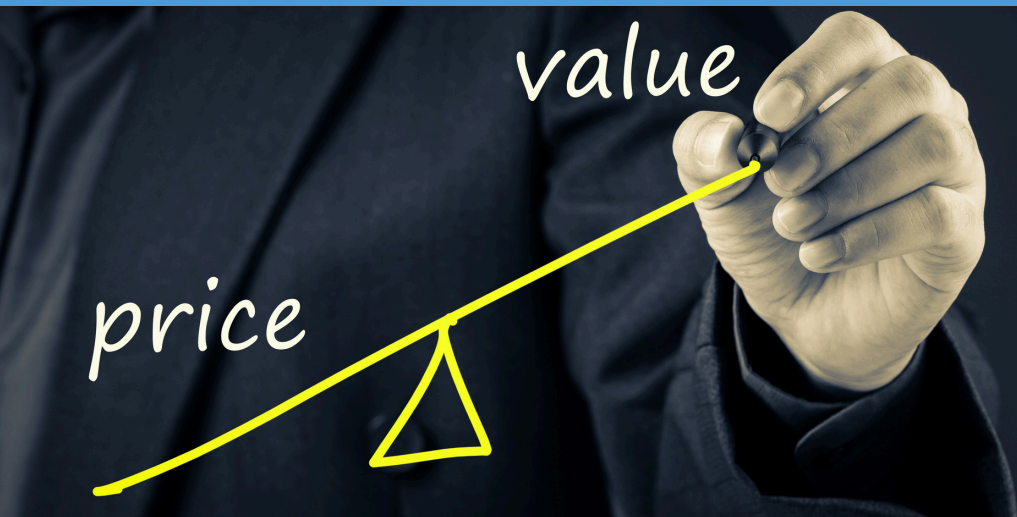
Siksi suorahaussa on tärkeää arvioida, että täyttääkö ehdokas tehtävän vaatimukset ja sopiiko hän organisaatiosi kulttuuriin ja tiimidynamiikkaan.

Laadukas suorahakukumppani ei koskaan nojaa pelkkään mututuntumaan. Sen sijaan kumppanisi tulisi käyttää validoituja, objektiivisia ja monipuolisia arviointimenetelmiä. Ostajana sinun kannattaa kartoittaa, miten ehdokkaita arvioidaan suorahakuprosessin aikana.

Varmista, että kumppanisi todentaa ehdokkaiden soveltuvuuden ja osaamisen järjestelmällisesti esimerkiksi seuraavilla keinoilla:

- **Kompetenssipohjaiset haastattelut:** Arvioi daanko ehdokkaan todellista osaamista ja toimintatapoja konkreettisten esimerkkien ja aiempien näyttöjen kautta? Pisteytetäänkö ehdokkaiden vastaukset siten, että ne ovat myös vertailukelpoisia muiden ehdokkaiden vastauksiin?
- **Soveltuvuusarvioinnit:** Käytetäänkö päätöksenteon tukena validoituja soveltuvuusarviointeja, joilla kartoitetaan syvällisemmin muun muassa ehdokkaan työskentelytyyliä, kuormituksensietokykyä ja motivaatiotekijöitä? Toteuttaako soveltuvuusarvioinnit puolueeton, ulkopuolinen kumppani vai headhunter itse (miten jälkimmäisessä tilanteessa varmistutaan, ettei tule eturistiriitatilanteita)?
- **Suosittelijatarkastukset:** Tehdäänkö suosittelijatarkastukset perusteellisesti ja laadukkaasti oikeille referensseille, jotta saat riippumattoman vahvistuksen ehdokkaan aiemmasta suoriutumisesta ja yhteistyökyvystä?

Perusteellinen arviointi minimoi virherekrytoinnin riskin ja antaa selkeän tilannekuvan siitä, mitä ehdokas tuo mukanaan organisaatioosi ja missä asioissa hän mahdollisesti tarvitsee tukea.



HINTA JA VELOITUSMALLI

Suorahaun hinta voi vaihdella joistakin tuhansista jopa kymmeniin tuhansiin euroihin. Yksi asia on kuitenkin varmaa: hinta ei yksinään ole tae laadusta – olipa se hyvin matala tai korkea.

Korkea hintalappu ei automaattisesti takaa syvällistä otetta, eikä halpa hinta tuo säästöä, jos suorahaku epäonnistuu ja prosessi joudutaan aloittamaan alusta.

On suuri virhe kuvitella, että kaikki suorahaut ovat sisällöltään samanlaisia ja valita kumppani pelkän edullisen hintalapun perusteella. Valistunut ostaja sen sijaan vertailee ensin palveluiden sisältöjen kattavuutta ja vasta sen jälkeen hintoja.

Kumppanin veloitusmallilla on vaikutusta koko suorahakuprosessin toteutustapaan. Yleensä veloitus on joko kiinteä summa tai prosenttiosuus tai kerroin palkkasummasta. Näiden lisäksi suorahaussa käytetään tyypillisesti kahta eri veloitusmallia, joilla kummallakin on omat hyvät ja huonot puolensa.

TULOSPERUSTEINEN PALKKIOMALLI (SUCCESS FEE)

- **Miten toimii:** Palkkio maksetaan kokonaan tai suurimmaksi osaksi vasta silloin, kun ehdokas allekirjoittaa työsopimuksen.
- **Hyvät puolet:** Ostajalle matalampi kynnys ja pienempi taloudellinen riski prosessin alussa.
- **Huonot puolet:** Vaarana on pintapuolinen haku ja sitoutumisen puute. Jos tehtävä osoittautuu odotettua haastavammaksi, headhunterin motivaatio saattaa laskea nopeasti, sillä palkkion saaminen on epätodennäköistä.

VAIHEITTAINEN PALKKIOMALLI (RETAINER):

- **Miten toimii:** Palkkio laskutetaan 2–3 erässä prosessin etenemisen mukaan (esimerkiksi aloituksessa, ehdokkaiden esittelyssä ja valintavaiheessa).
- **Hyvät puolet:** Sitouttaa kumppanin tekemään perusteellisen ehdokaskartoituksen ja omistautumaan toimeksiannolle loppuun asti.
- **Huonot puolet:** Edellyttää ostajalta taloudellista panostusta ja luottamusta kumppaniin jo ennen lopullisen valinnan varmistumista.

Vaiheittainen palkkiomalli (retainer) on yleisin veloitusmalli laadukkaassa suorahaussa. Valitse veloitusmalli sen mukaan, kuinka kriittinen ja haastava tehtävä on kyseessä – ja kuinka syvälistä sitoutumista odotat kumppaniltasi.



TAKUU

Rekrytointiin liittyy aina inhimillinen tekijä, eikä sataprosenttista varmuutta ole olemassa – siksi suorahaun takuu on ostajan tärkein turvaverkko.

On kuitenkin tärkeää ymmärtää, mitä takuu itse asiassa koskee. Yksikään suorahakuyritys ei voi antaa takuuta esimerkiksi sille, että haluamasi ehdokas ottaa työpaikan vastaan, koska tämä on aina kandidaatin henkilökohtainen päätös.

Suorahaussa takuun tehtävä on varmistaa, että kumppanisi on tukenasi silloin, jos palkkaamasi henkilö ei syystä tai toisesta sovikaan tehtävään tai päättää koeajalla siirtyä muualle. Tällöin kumppani etsii uutta henkilöä kyseiseen positioon.

Takuun tehtävänä on tuoda mielenrauhaa. Takuuehdoissa on kuitenkin isoja eroja – siksi on tärkeää lukea ne huolellisesti läpi.



Kun arvioit kumppanin tarjoamaa takuuta, tarkista aina nämä kolme asiaa:

- **Takuuajan pituus:** Kuinka pitkä takuu aika on? Tyypillisesti takuu kattaa koeajan (esim. 6 kuukautta), mutta vaativimmissa johto- ja avainhenkilöhauissa se voi olla pidempikin.
- **Takuun kattavuus ja ehdot:** Päteekö takuu sekä silloin, kun ehdokas irtisanoutuu itse, että silloin, kun työnantaja joutuu purkamaan työsuhteen koeajalla?
- **Käytännön toimintatapa:** Miten uusi haku toteutetaan käytännössä? Tehdäänkö korvaava haku kokonaan ilman uutta palkkiota vai alennetulla hinnalla? Sitoutuuko kumppani edelleen samaan laatuun ja resurssointiin kuin alkuperäisessä haussa?

Reilu ja selkeä takuuehto kertoo kumppanin luottamuksesta omaan tekemiseensä ja halusta kantaa vastuuta rekrytoinnin lopullisesta onnistumisesta.



EHDOKASKOKEMUS JA TYÖNANTAJAMIELIKUVA

Kumppanisi on suorahakuprosessin aikana yrityksesi tärkein käyntikortti ulospäin. Jokainen kohtaaminen – olipa kyseessä ensimmäinen InMail-viesti, puhelinkeskustelu tai haastattelu – rakentaa tai murentaa mielikuvaa yrityksestäsi työnantajana.

Juuri tämän takia oikean kumppanin vertailuun ja valintaan kannattaa käyttää riittävästi aikaa. Tarkastele kumppanin suorahakupalvelua ehdokkaan näkökulmasta: mahdollistaako se positiivisen ehdokaskokemuksen syntymisen?

Harva tietää, kuinka suuri vaikutus esimerkiksi palkkiomallilla on ehdokaskokemukseen. Vaihteittainen palkkiomalli (retainer) mahdollistaa paremmin positiivisen ehdokaskokemuksen tuottamisen kuin vaikkapa tulospäristeinen palkkiomalli (success fee).



Ehdokasystävällinen prosessi on strateginen kilpailuetu, joka varmistaa, että alansa huiput haluavat työskennellä juuri teillä nyt ja tulevaisuudessa. Laadukas ehdokaskokemus muodostuu ennen kaikkea näistä tekijöistä:

- **Avoimuus ja arvostus:** Ehdokkaan aikaa ja panostusta kunnioitetaan koko prosessin ajan. Prosessin kulusta, aikataulusta ja odotuksista viestitään kirkkaasti ja viipymättä.
- **Ammattimainen vuorovaikutus:** Jokainen kohtaaminen vahvistaa mielikuvaa laadukkaasta ja ihmisiään arvostavasta organisaatiosta – myös silloin, kun ehdokas ei tule valituksi.
- **Rakentava palaute:** Niille ehdokkaille, jotka jäävät valinnan ulkopuolelle, annetaan aito ja arvostava palaute. Tänäkin kieltäytynyt tai rannalle jäänyt osaaja voi olla tulevaisuudessa asiakkaasi, kumppanisi tai seuraava huippuvahvistuksesi.

Muista, että huono ehdokaskokemus leviää nopeasti verkostoissa ja voi vahingoittaa työnantaja-mielikuvaasi pitkäksi aikaa.

Varmista siis, että valitsemasi kumppani suhtautuu työnantajabrändisi edustamiseen sen vaatimalla vakavuudella.



HUOMIOI MYÖS NÄMÄ – OLIPA KUMPPANISI KUKA HYVÄNSÄ

Toimiva suorahaku on tiivistä yhteispeliä ostajan ja kumppanin välillä. Vaikka ulkoistat suorahaun asiantuntijalle, onnistunut lopputulos edellyttää panostusta myös omalta organisaatioltasi.

Kiinnitä huomiota erityisesti näihin kokonaisuuksiin – valitsetpa kumppaniksi kenet hyvänsä:

- **Oma aikainvestointi ja aikataulu:** Suorahaku kestää tyypillisesti joitakin viikkoja. Varaa kalenteristasi riittävästi aikaa alkubriiffaukseen, säännöllisiin tilannekatsauksiin sekä ehdokkaiden haastatteluihin. Rekrytointiprosessin viivästyminen ostajan aikatauluhaasteiden vuoksi on yksi yleisimmistä syistä parhaiden ehdokkaiden menettämiseen.



- **Selkeä roolijako:** Kumppanin tehtävä on tehdä perusteellinen taustatyö ja syöttää kiekko lapaasi – eli tuoda parhaat mahdolliset ehdokkaat ulottuville. Sinun ja organisaatiosi tehtävä on tehdä maali: vakuuttaa ehdokas yrityksestänne, syventää sitoutumista ja saatata rekrytointi maaliin yhdessä ehdokkaan kanssa.
- **Päätöksentekokyky ja nopeus:** Suorahaun suurin pullonkaula on usein asiakkaan oma sisäinen päätöksenteko. Parhaat ehdokkaat ovat kysyttyjä markkinalla, joten jos haastattelukierrosten välillä kuluu viikkoja, riski ehdokkaan menettämiseen kasvaa merkittävästi.
- **Kaksisuuntainen palaute lennosta:** Täsmällinen palaute on suorahakukumppanille arvokasta. Se auttaa hienosäätämään ehdokaskartoitusta ja profiilia reaaliajassa, jos ensimmäiset kandidaatit eivät täysin osuneet maaliin.
- **Perehdytys ja sitouttaminen (onboarding):** Onnistunut suorahaku ei pääty työsopimuksen allekirjoittamiseen. Kallis ja vaativasti etsitty avainhenkilö tarvitsee laadukkaan perehdytyksen ja kirkkaan aloitussuunnitelman, jotta investointi kantaa hedelmää pitkällä aikavälillä.

Onnistunut suorahaku on aina kahden kauppa, jossa saumaton yhteistyö ja molemminpuolinen sitoutuminen ratkaisevat lopputuloksen. Muista, että kumppanisi voi kantaa vastuunsa vain niistä asioista, joihin hän kykenee vaikuttamaan. Sinun tulee tehdä samoin.

SCOUTRIA LYHYESTI



2020

Vuonna 2020 perustettu
luotettava kotimainen
rekrytointiyritys.



25 v.+

Yhteensä yli 25 vuoden
kokemus rekrytointi- ja
suorahakualta.



1500+

Kokemusta yli 1500
toimeksiannosta kaikille
organisaatiotasolle.



90%+

Toistuvasti rekrytoivista
asiakkaistamme reilusti yli
90% tilaa meiltä uudelleen.



TOIMIHENKILÖIDEN MODERNIA REKRYTOINTIA JA SUORAHAKUA YLIVOIMAISELLA LAATU-HINTASUHTEELLA – SUORITTAVASTA TASOSTA AINA JOHTORYHMÄÄN SAAKKA.

Scoutria on vuonna 2020 perustettu luotettava kotimainen rekrytointiyritys, joka on erikoistunut toimihenkilöiden moderniin rekrytointiin ja suoraan hakuun. Teemme rekrytointia ja suorahakua kaiken kokoisille yrityksille, kaikilla toimialoilla ja organisaatiotasolla – läpinäkyvästi, ehdokasystävällisesti, paikkariippumattomasti ja kustannustehokkaasti.

MIKSI ASIAKKAAMME VALITSEVAT SCOUTRIAN REKRYTOINTIKUMPPANIKSI?

- **Lähes 30 vuoden kokemus** – löydämme oikeat osaajat
- **Paras laatu-hinta-suhde** – saat laadukasta rekrytointi- ja suoraan hakupalvelua, erittäin kohtuullisella investoinnilla
- **Läpinäkyvyys tuo turvaa** – hinnoittelumme ja prosessimme ovat läpinäkyviä, jotta tiedät saavasi rahoillesi vastinetta
- **Sitoudumme toimeksiantoosi** – rekrytointitarpeesi saa täyden huomiomme, emmekä luovuta haasteiden edessä
- **Takuu tuo mielenrauhaa** – kaikki rekrytointipalvelumme sisältävät takuun

SCOUTRIAN REKRYTOINTI- JA SUORAHAKUPALVELUT

- [Ilmoitushaku](#) – tavoita parhaat aktiiviset työnhakijat
- [Suorakontaktointi](#) – tavoita passiivisia ehdokkaita oman työpaikkailmoituksesi rinnalla (tai ilman sitä)
- [Yhdistelmähaku](#) – tavoita parhaita aktiivisia ja passiivisia ehdokkaita
- [Suorahaku](#) – tavoita parhaita osaajia ilman julkista mainontaa

Tutustu palveluihimme tarkemmin [kotisivuillamme](#), josta löydät läpinäkyvästi myös listahintamme.

PALAUTTEITA SCOUTRIAN PALVELUISTA

"Tämä oli ehdottomasti tehokkain suorahakuprosessi, jota olemme ikinä käyttäneet!" (Asiakas)

"Olen kaiken kaikkiaan todella tyytyväinen rekrytointipalveluunne, toteutusnopeuteen, läpinäkyvyyteen ja rekrytointiprosessin tuloksiin. Esittelitte useita hyviä ehdokkaita ja saimme palkattua kokeneen, loistavan ammattilaisen tiiminvetäjäksi!" (Asiakas)

"Tykkään teidän suoraviivaisesta suorahakukonseptista! Saimme ulkoistettua juuri ne vaikeimmat ja raskaimmat työvaiheet ammattilaiselle ja pystyimme pitämään langat paremmin omissa käsissämme. Ketterä prosessi on ehdokkaillekin mukavampi, koska heille ei tule samalla tavalla tuplatyötä kuin perinteisessä suorahakuprosessissa." (Asiakas)

"Paras suorahakuprosessi, jossa olen ollut tähän mennessä mukana! Viestintä toimi hyvin ja prosessi oli kaikin puolin miellyttävä ja ketterä." (Ehdokas)

ESIMERKKEJÄ TEKEMISTÄMME TOIMEKSIANNOISTA

Tässä joitakin esimerkkejä toimeksiannoista, joita olemme toteuttaneet eri toimialoille. Löydät lisää esimerkkejä [kotisivuiltamme](#).

- Sales Director
- Head of Customer Success
- Business Director
- Marketing Director
- MarTech Team Lead
- Sales Manager
- Key Account Manager
- Chief Financial Officer, CFO
- HR Manager
- Finance Manager
- Business Controller
- HSEQ Manager
- Supply Chain Manager
- Category Manager

HARKITSETKO REKRYTOINTIA TAI SUORAHAKUA? VARAA ILMAINEN KONSULTAATIO!

Kerromme mielellämme miten voisit löytää oikeat osaajat juuri sinun rekrytointitarpeeseesi perinteistä suorahakua kustannus-tehokkaammin.



Jani Laine

Senior Researcher & Founder

jani.laine@scoutria.com
www.linkedin.com/in/janilaine/

**Varaa Teams
(30 min)**



Rami Inkilä

Senior Recruiter & Partner

rami.inkila@scoutria.com
www.linkedin.com/in/ramiinkila/

**Varaa Teams
(30 min)**

KIITOS!

Kiitos, kun latsit tämän oppaan ja luit loppuun saakka.

Toivon, että sait useita hyviä ideoita oikean suorahakukumppanin valintaan.

Mikäli koit oppaan hyödylliseksi, niin laitathan hyvän kiertämään – vinkkaa tai jaa se myös kavereillesikin!

**HALUAISITKO HYÖDYLLISIÄ SISÄLTÖJÄMME
SUORAAN SÄHKÖPOSTIISI? TILAA ILMAINEN
UUTISKIRJEEMME!**

Lupaamme, että emme luovuta tietojasi muille,
emme lähetä sähköpostia liian usein.

Tilaa uutiskirje