

Marketta Virta, Jenni Suominen,
Ilona Engblom & Taina Huunonen

TULEVAISUUDEN OSAAJIA TEKEMÄSSÄ

Opas kesätyökampanjan toteuttamiseen



Marketta Virta, Jenni Suominen, Ilona Engblom &
Taina Huunonen

Tulevaisuuden osaajia tekemässä
– Opas kesätyökampanjan toteuttamiseen

Turun ammattikorkeakoulun oppimateriaaleja 129
Turun ammattikorkeakoulu
Turku 2019

Taitto ja kuvitus: Marketta Virta

ISBN 978-952-216-744-6 (pdf)

ISSN 1796-9972 (elektroninen)

<http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522167446.pdf>



KESÄDUSSAA SOMMARJOBBA



Sisällys

ESIPUHE	3
1 MIKÄ KESÄDUUNAA-KAMPANJA?	5
2 KESÄTYÖKAMPANJAN JÄRJESTÄMINEN	7
2.1 Kampanjan käynnistäminen	8
2.2 Piilotyöpaikat esiin	14
2.3 Tukea kesätyönhakuun	19
3 KAMPANJAN LOPUKSI	25
4 TYÖKALUPAKKI	26

ESIPUHE

Haluatko olla mukana ehkäisemässä nuorten syrjäytymistä? Huolestuttaako pula pätevistä työntekijöistä? Haluatko kaivaa yrityksistä piilotyöpaikat esiin?

Tämän oppaan avulla toteutat nuorten kesätyökampanjan, jonka tarkoituksena on löytää yrityksistä piilotyöpaikkoja ja auttaa näin yhä useampaa nuorta saamaan mahdollisuus kesätyöhön. Oppaaseen on kerätty Turun ammattikorkeakoulun ja Turun kaupungin toteuttaman Kesäduunipolku 2030 -hankkeen järjestämässä Kesäduunaa-kampanjassa kehitettyjä ja hyviksi koettuja toimintatapoja, joiden avulla kuka tahansa nuorten työllistymisestä kiinnostunut voi toteuttaa vastaavan kesätyökampanjan missä ja milloin vain.

Opas on tarkoitettu ensisijaisesti heille, joilla on tarve kehittää malli kesätyöteeman edistämiseksi omalla alueellaan, kuten kuntien nuorisopalveluiden toteuttajille. Oppaassa esitetyt toimintatavat sopivat niin eri oppilaitosten projekteiksi kuin laajemmaksi kunnan, kaupungin tai miksei myös yritystoimijoiden vetämäksi kesätyökampanjaksi.

Kesäduunaa-kampanjan ideana on rohkaista ja tukea nuoria kesätyön haussa ja saada yritykset mukaan tarjoamaan nuorille monipuolisia kesätyöpaikkoja. Kampanjan tavoitteena on työllistää mahdollisimman suuri joukko nuoria kesäksi etsimällä piilotyöpaikkoja ja kokoamalla tietoa yhteen paikkaan. Kampanjassa madalletaan yritysten kynnystä työllistää nuoria tarjoamalla apua ja tietoa. Yritykset voivat ilmoittaa ilmaiseksi avoimista kesätyöpaikoistaan kampanjan kautta.

Nuorelle kesätyöpaikan saaminen on tärkeää. Kesätyö, on se sitten mansikoiden myyntiä tai arkistojen järjestelyä, tuo nuorelle valtavasti kokemusta ja oppia, helpottaa tulevien töiden saamista ja opiskelupaikan valintaa ja vähentää syrjäytymisriskiä. Yrityksille nuoren palkkaaminen tuo näköalapaikan tuleviin osajiin. Viimeaikainen keskustelu osajapulasta puhuu myös kesätyöpaikkojen tärkeyden

puolesta. Nuoret eivät tiedä, millaisia työtehtäviä yrityksissä on ja mikä oma ala voisi olla, jolloin opiskelupaikan valinta on haastavaa. Kokemus eri töistä auttaa hahmottamaan omia vahvuuksia ja kiinnostuksen kohteita.

Hyödynnä opasta ja sen materiaaleja järjestääksesi oman kesätyökampanjan. Tärkeintä on, että jokainen nuori saisi mahdollisuuden oppia tärkeitä työelämätaitoja ja saisi tärkeän kokemuksen työnteosta, josta saa runsaasti eväitä tulevaisuuteen.

Lukuiloa!

1 MIKÄ KESÄDUUNAA-KAMPANJA?

Kesäduunaa-kampanjan tavoitteena on työllistää mahdollisimman suuri joukko nuoria kesäksi. Kampanjalla halutaan edistää erityisesti 15–18-vuotiaiden nuorten mahdollisuuksia saada tärkeää työkokemusta ja oppia työelämän perusteista, mutta tukea ja apua työnhakuun annetaan myös täysi-ikäisille nuorille.

Kampanjan aikana järjestetään erilaisia tilaisuuksia ja tapahtumia, joiden tarkoituksena on auttaa nuoria kesätyönhaussa. Työhaun osaamisen kasvattaminen kasvattaa nuorten työmarkkinakelpoisuutta ja auttaa vähentämään syrjäytymistä ja nuorisotyöttömyyttä lisäämällä muun muassa ihmissuhdetaitoja, viestintä- ja vuorovaikutustaitoja, itseluottamusta ja työnhakuun liittyvää aloitekykyä.

Kampanjan yhtenä tärkeänä osana on etsiä alueen yrityksistä kesätyöpaikkoja, jotka sopivat eri-ikäisille nuorille. Yrityksiä tuetaan kesätyöntekijöiden rekrytoimisessa

ja autetaan hyvien kesäsijaisten löytämisessä. Yrityksille annetaan apua myös kesätöihin liittyvissä kysymyksissä.

Kesäduunaa-kampanjan idea on alun perin lähtöisin Salosta, jossa Salon yrittäjät toteuttivat kampanjaa jo vuosina 2014–2015. Varsinais-Suomen Liitto toi kampanjan laajemmin Varsinais-Suomen alueelle kesällä 2016. Viimeisimpänä Kesäduunaa-kampanjan taustalla on ollut Euroopan sosiaalirahaston rahoittama Kesäduunipolku 2030 -hanke (vuosina 2017–2019). Hankkeen avulla Kesäduunaa-kampanjaa on pystytty kehittämään ja siitä on onnistuttu luomaan pysyvämpi kesätyöpolkumalli, mikä on auttanut eri-ikäisten nuorten työllistymistä Varsinais-Suomen alueella. Hanketta ja kampanjaa ovat toteuttaneet Turun ammattikorkeakoulu ja Turun kaupunki, yhteistyössä laajan sidosryhmäjoukon kanssa. Kampanja on helposti toistettavissa myös muualla Suomessa.

KESÄDUUNAA

S O M M A R J O B B A

Kesäduunaa-kampanjan tavoitteena on

1. edistää työelämäyhteyden syntymistä jo peruskoulun lopusta lähtien, vahvistaa nuorten asemaa työmarkkinoilla ja ehkäistä syrjäytymistä
2. edistää nuorten työllistymistä ohjaamalla ja kouluttamalla nuoria erityisesti työnhakutaidoissa
3. etsiä piilotyöpaikkoja, joiden kautta mahdollisimman suuri joukko eri-ikäisiä nuoria saa mahdollisuuden kesätyöhön
4. kannustaa yrityksiä palkkaamaan nuoria eripituisiin työelämäjaksoihin ja tarjota tietoa kesätyöteemaan liittyvissä kysymyksissä.

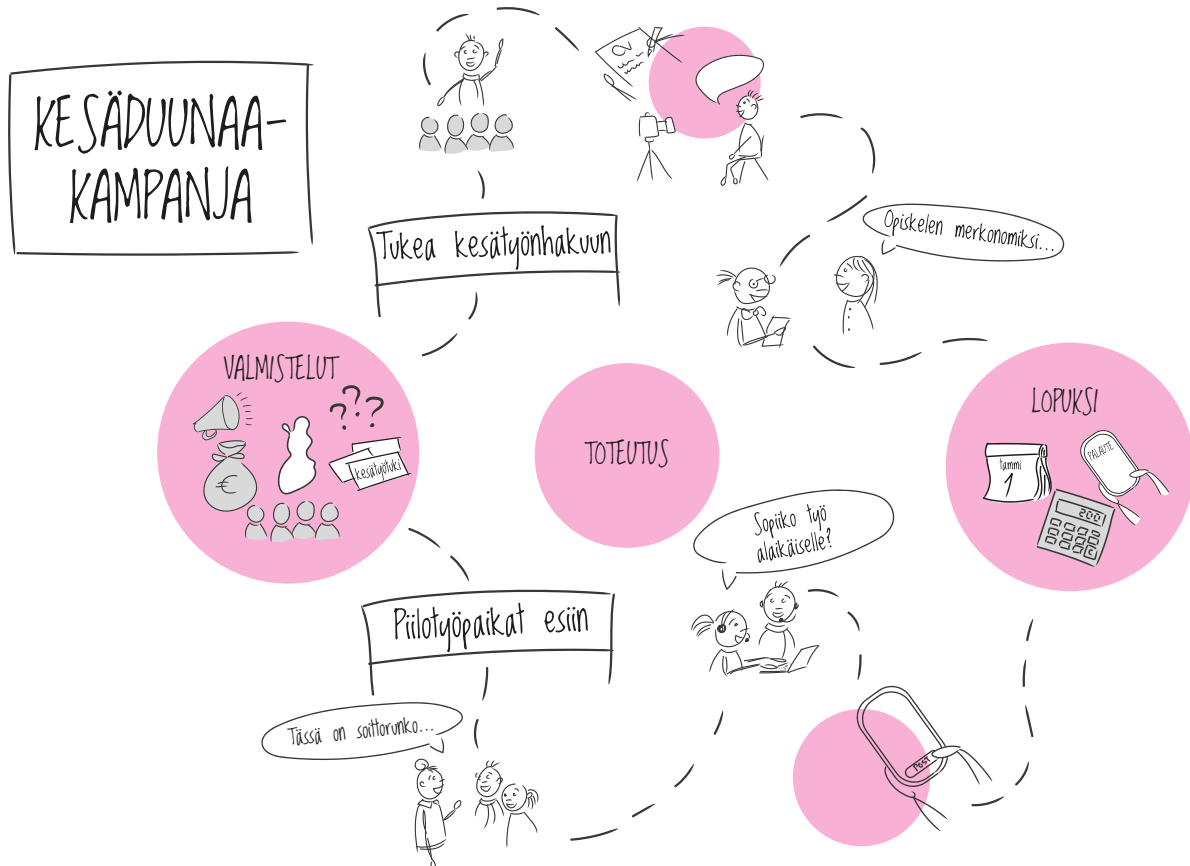
Kesäduunipolku 2030 -hankkeen tavoitteena oli vahvistaa nuorten työelämävalmiuksia. Hankkeessa edistettiin nuorten työelämäyhteyksien syntymistä jo peruskoulun lopusta lähtien ja näin ehkäistiin myös syrjäytymistä. Hankkeessa hyödynnettiin opi opettamalla -konseptia, jossa jo työelämää kokenut ammattikorkeakoulun tai toisen asteen opiskelija tuutoroi nuorempia opiskelijoita työhaussa ja antaa vertaistukea työnhakuun. Useimmat ammattikorkeakoulun opiskelijat ovat jo kokeneita työnhakijoita, joille on kertynyt paljon tietoa ja kokemusta työhausta ja työelämästä. Työhaun karikoissa kahlannut vanhempi opiskelija osaa paitsi kertoa nuorelle konkreettisesti työhausta myös kannustaa ja innostaa nuorta jatkamaan työnhakua mahdollisista haasteista huolimatta.

2 KESÄTYÖKAMPANJAN JÄRJESTÄMINEN

Hienoa, haluat edistää nuorten työllistymistä ja piilotyöpaikkojen löytymistä alueeltasi! Seuraavaksi on aika kääriä hihat ja ryhtyä hommiin.

Kesätyökampanja koostuu kahdesta eri polusta: yrityksille tehtävistä soitoista,

joilla etsitään piilotyöpaikkoja, ja nuorille järjestettävistä työnhaku- ja muista tapahtumista. Voit toteuttaa polut myös yksittäin, mutta sekä yritykset että nuoret saavat kampanjasta parhaimman hyödyn, mikäli polut toteutetaan rinnakkain.



Kesäduunaa-kampanjan kaksi polkua.

2.1 Kampanjan käynnistäminen

Rahahanat auki

Ennen kampanjan käynnistämistä on mietittävä, mistä järjestyy rahoitus kampanjalle. Kampanjan järjestämiseen ei tarvita suurta sakkia rahaa, mutta täysin ilmaiseksikaan sitä ei voi eikä kannata pyörittää. Kampanjan aikana rahaa kuluu muun muassa

- nettisivuihin, joihin työpaikka-ilmoitukset kerätään
- yritysten yhteystietolistoihin, mikäli ne ostetaan valmiina
- yrityssoittoihin (puhelimet + liittymät, maksetut yrityssoittolistat)
- painettuihin materiaaleihin (esitteet, roll upit ym.)
- tilavarauksiin, mikäli kampanja järjestää tapahtumia esimerkiksi erilaisten rekrytointimessujen yhteydessä.

Rahoituksen voi saada projektirahoituksena tai kunnalta. Myös yrityksiltä kannattaa tiedustella mahdollisuutta sponsorointiin.

Opiskelijat mukaan

Kampanjan järjestäminen on helppointa, mikäli sinulla on käytössäsi joukko opiskelijoita. Opiskelijat hoitavat yrityssoitot ja ovat mukana järjestämässä kampanjan tapahtumia, kuten kouluvierailuja. Opiskelijat voivat suorittaa kampanjan esimerkiksi projektina tai harjoitteluna tai vaikkapa osana jotakin opintojaksoa. Ota yhteyttä esimerkiksi paikalliseen ammattikouluun tai ammattikorkeakouluun.

Yrityssoitot sopivat mainiosti esimerkiksi markkinoinnin tai liiketalouden opiskelijoille, mutta myös muiden alojen opiskelijat hyötyvät Kesäduunaa-kampanjan tarjoamasta kokemuksesta. Esimerkiksi sosionomit tai lähihoitajaopiskelijat saavat kampanjan kautta tärkeää kokemusta eri ikäisten nuorten kohtaamisesta. Korkeakouluopiskelijoilla on varmasti jo monenlaista työkokemusta, joten heitä kannattaa hyödyntää kouluvierailuissa ja muissa tapahtumissa. Etenkin kokemattomat kesätyönhakijat hyötyvät vertaistuesta, jota he saavat jo kesätöitä hakeneilta.

Aluetuntemus peliin

Ennen kampanjan käynnistämistä on myös hyvä miettiä, millä alueella kampanja järjestetään. On tärkeää tuntea alueen tilanne: ketkä rekrytoivat tällä hetkellä, mitkä alat työllistävät aktiivisesti ja mitkä alat eivät. Yritysoittoja kannattaa ohjata niille aloille, jotka työllistävät ahkerasti.

Perehdy myös siihen, minkälaista liiketoimintaa alueella on. Esimerkiksi erilaiset majoitusliikkeet hyötyvät apukäsistä kesällä, ja puutarha-, siivous- ja muita ylläpitotöitä voivat mahdollisesti tehdä myös alaikäiset nuoret. Piilotyöpaikkoja saattaa hyvin siis olla esimerkiksi tällaisissa yrityksissä.

Perehdy myös kunnan tarjoamiin palveluihin. Monet kunnat tarjoavat nuorten palkkaamiseen tukea erilaisten kesätyöseteleiden muodossa. Näistä palveluista on hyvä viestiä yrityksille, sillä niistä on yrityksille usein taloudellista hyötyä. Kuntien lisäksi taloudellista tukea voivat tarjota myös jotkin muut toimijat. Selvitä myös tällaiset mahdollisuudet.



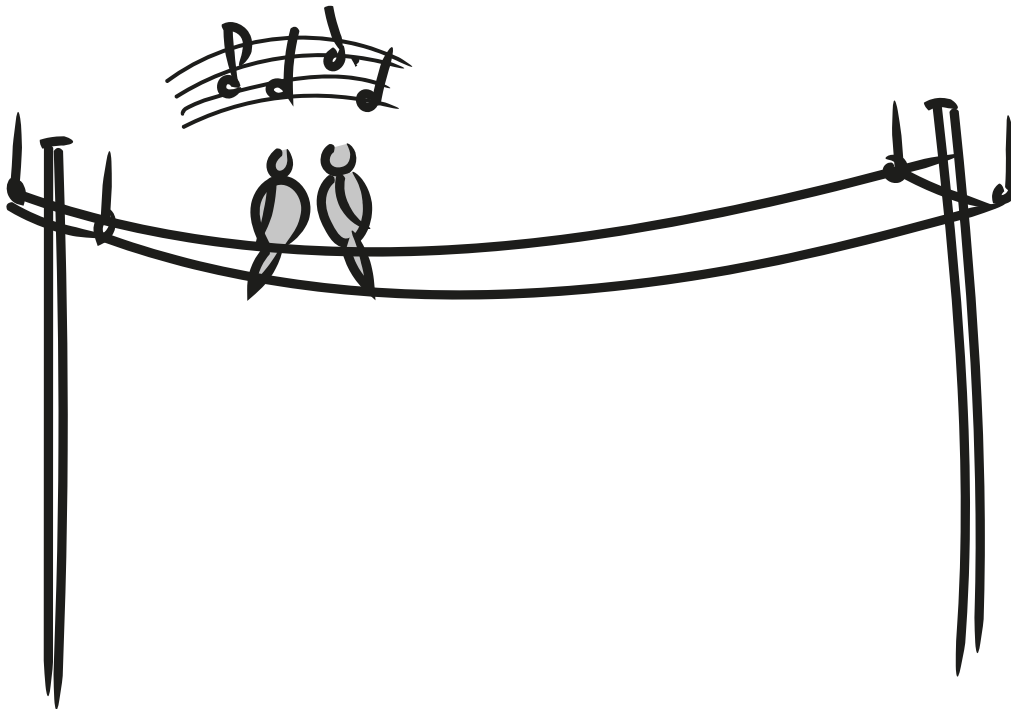
Kesätyösetelit ja muut työnantajille tarjottavat tuet

Yksi keino helpottaa nuoren kesätöihin pääsyä on tarjota työnantajalle taloudellista tukea nuoren palkkaamiseen. Esimerkiksi monissa kunnissa on käytössä erilaisia tukimuotoja, joilla työnantajalle korvataan osa nuoren palkkakustannuksista. Turussa on ollut käytössä 310 euron arvoinen kesätyöseteli, jonka avulla on pyritty madaltamaan työnantajan kynnystä palkata nuori. Turun kesätyösetelit ovat viime vuosina kasvattaneet suosiotaan, ja esimerkiksi vuonna 2019 kesätyösetelin avulla työllistyi yli 300 turkulaista nuorta. Turussa kesätyösetelit on jaettu niille nuorille, joilla on jo alustavasti sovittuna kesätyöpaikka, mutta myös toisenlaisia tapoja on käytössä. Kesätyöseteleitä voidaan esimerkiksi arpoa nuorille tai niitä voidaan jakaa koko ikäluokalle.

Puhelinlangat laulamaan

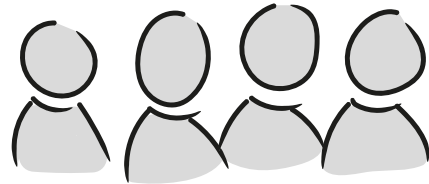
Yritysoittoja varten tarvitaan kattava ja laadukas lista yrityksistä. Kun olet selvittänyt oman alueesi profilin etukäteen ja tiedät, millä toimialoilla on tarvetta kesätyöntekijöille, on helppoa koostaa kesätyökampanjassa tarvittava yrityssoittolista.

Omien verkostojen lisäksi voit kysellä yhteystietoja paikallisilta yrittäjäjärjestöiltä. Yritysten yhteystietolistoja voi myös ostaa toimijoilta, jotka tarjoavat niin yrityksille kuin julkishallinnolle räätälöityä kontaktiapua.



Kampanjan järjestämiseen tarvittavat henkilöresurssit

- **Kampanjan koordinaattori:** Kampanjan koordinaattori on vastuussa koko kampanjan toteutuksesta.
- **Opiskelijat:** Kampanja on kätevinä toteuttaa, kun mukaan toimintaan saadaan toisen tai korkean-asteen opiskelijoita. Opiskelijat etsivät piilotyöpaikkoja soittamalla yrityksille ja/tai osallistuvat kampanjan kouluvierailujen ja tapahtumien järjestämiseen. Opiskelijoita on oltava mukana riittävästi. Soittoja varten on hyvä olla mukana useampi opiskelija, mutta jos soittajat ovat tehokkaita, niin muutamalla pääsee myös hyvään alkuun (esim. 3–10 opiskelijaa). Kouluvierailuja varten opiskelijamäärä kannattaa suhteuttaa osallistujien määrään, jolloin konkreettinen yhdessä tekeminen on mahdollista ja jokaisen osallistujan kysymyksiin ehditään vastata (esim. 5–10 opiskelijaa).
- **Opiskelijoiden ohjaaja:** Ohjaaja työskentelee yhdessä opiskelijoiden kanssa auttaen heitä tapahtumien järjestämisessä ja antamalla tukea yrityssoittojen tekemiseen.
- **Nettisivujen ja somekanavien ylläpitäjä:** Nettisivujen ja somekanavien ylläpitäjä päivittää kampanjaan ilmoitetut kesätyöpaikat nettisivuille ja jakaa niitä somekanavissa. Samoin työnhakutilaisuuksia ja muita tapahtumia kannattaa mainostaa niin nettisivuilla kuin sosiaalisessa mediassakin.



- **Lisätietosähköpostien lähettäjä/ kampanjan yhteyshenkilö:** Kampanjassa tarvitaan myös henkilöä, joka seuraa opiskelijoiden keräämiä soittolistoja ja lähettää lisätietosähköposteja työnantajille. Tämä henkilö voi olla sama, joka vastaa kesätyöpaikkojen lisäämisestä kampanjan nettisivuille. On tärkeää pitää tiivistä yhteyttä työnantajiin ja varmistaa, että määräaikaan mennessä saadaan riittävä määrä hakemuksia. Jos hakijoita ei ole tullut riittävästi, voidaan sopia mahdollisesta hakuajan jatkamisesta. Joskus hakemusten määrä voi yllättää ja tällöin hakuaikaa voidaan joutua lyhentämään.

Viestinnällä vaikutusta

Piilotyöpaikkoja on turha kerätä, jos niistä ei aktiivisesti viestitä työnhakijoille. Työpaikat on käteväntä kerätä yhteen paikkaan, esimerkiksi kampanjan nettisivuille, ja viestintää varten on hyvä ottaa kampanjan käyttöön muutama eri sosiaalisen median kanava.

Nettisivut saa pystyyn melko pienellä rahalla ja vaatimattomilla tietotekniikan taidoilla. Esimerkiksi WordPress-ohjelmistossa on valittavissa paljon erilaisia sivupohjia, jotka voivat toimia kesätyökampanjan sivupohjana. Yksilöidyn domainin eli verkkotunnuksen voi hankkia parilla kymmenellä eurolla. Mikäli oman nettisivun perustaminen ei tule kyseeseen, voit ehkä hyödyntää oman organisaatiosi nettisivuja. Tärkeintä on, että kesätyöpaikat on

listattu yhteen paikkaan, jotta työtä etsivät nuoret löytävät ne helposti.

Somessa nuoret tavoittaa ehkä parhaiten Instagramista, joka sopii kanavana hyvin työpaikkojen ja tilaisuuksien markkinointiin. Myös Facebook toimii yhä – sen kautta tavoittaa ainakin nuorten vanhemmat.

Kampanjan, kesätöiden ja tilaisuuksien mainostamisen lisäksi sosiaalisessa mediassa on oltava myös muuta sisältöä. Somekanavilla voi työpaikkojen lisäksi esimerkiksi jakaa vinkkejä kesätyönhakuun ja mainostaa erilaisia nuorille työnhakijoille sopivia tapahtumia. Facebookissa voi jakaa kesätyöaiheisia ja nuorten työllistymiseen liittyviä artikkeleja, Instagramissa aiheeseen sopivia kuvia napakoine kuvateksteineen.

Älä unohda jo olemassa olevia, muiden ylläpitämiä kanavia, joilla on jo valmiiksi seuraajia! Kartoita kaikki mahdolliset nuorten kanssa tekemisissä olevat toimijat, jotka voisivat jakaa kampanjaan ja sen tapahtumiin liittyviä sisältöjä omissa kanavissaan: oppilaitokset, kunnat, nuorisotyötä tekevät ja harrastusseurat. Merkitse myös aktiivisesti eri sidosryhmiä omiin julkaisuihisi.

Sosiaalisessa mediassa aktiivisuus on valttia, joten älä arastele postausten kanssa. Yhteistyö sopivien tahojen kanssa ja somesisältöjen ristiin jakaminen ja kommentointi lisää kampanjan näkyvyyttä ja tuo lisää seuraajia.

Kampanjan nettisivuille voi tehdä blogin, jossa kampanjaa toteuttavat opiskelijat kirjoittavat epäsäännöllisen säännöllisesti kokemuksiaan niin kampanjan pyörittämisestä kuin töiden hakemisestakin. Kirjoittajiksi voi pyytää myös vierailijoita yrityksistä. Blogi tekee nettisivuista elävät ja antaa – uutisten lisäksi – kävijälle syyn tulla takaisin sivuille. Blogikirjoituksista saa myös hyvää somekanavissa jaettavaa sisältöä.



2.2 Piilotyöpaikat esiin

Tässä luvussa esitellään polku, jossa etsitään piilotyöpaikkoja soittamalla yrityksiin. Soittojen tarkoituksena on herätellä työnantajia pohtimaan, olisiko heillä tarjota kesäksi työpaikkaa edes lyhyelle ajanjaksolle. Kesäduunaa-kampanja tuo yrityksille mahdollisuuden matalan

kynnyksen kesätyöpaikkailmoitteluun. Kampanjasta yritykset saavat myös tukea kohdennettuun markkinointiin. Työpaikka-ilmoitus on ilmainen eikä ilmoitusta välttämättä tarvitse tehdä itse, vaan se voidaan hoitaa myös puhelimen välityksellä.



Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty

Jotta yrityksille tehtävät soitot sujuvat suunnitelmien mukaan, soittorunko on valmisteltava hyvin. Soittorungon lisäksi on tehtävä ohjeistus yrityssoittojen tekemiseen, ja yrityksille soittavien opiskelijoiden voi olla hyvä harjoitella puhelinkeskustelua keskenään vielä ennen varsinaisia soittoja. Voit hyödyntää valmista soittorunkoa ja ohjeistusta, joka on tämän oppaan työkalupakissa sivulla 29.

Soittojen tiedot kannattaa niitä tehdessä tallentaa saman tien, jotta ei jää epäselväksi, mihin yrityksiin on soitettu ja mitä niistä on vastattu. Tätä varten tarvitaan puheluiden tallennuslomake. Kun lomakkeen tekee nettipohjaisena, esimerkiksi Google Formsilla, tiedot siirtyvät suoraan taulukkoon (Excel), josta niitä on helppo lukea ja suodattaa tarpeen mukaan. Malli soittojen tallennuslomakkeeksi on työkalupakissa sivulla 32.

Soittaja kirjaa puheluiden tallennuslomakkeelle seuraavat tiedot:

- yrityksen nimi
- yhteyshenkilön (puhelimeen vastanneen ihmisen) nimi

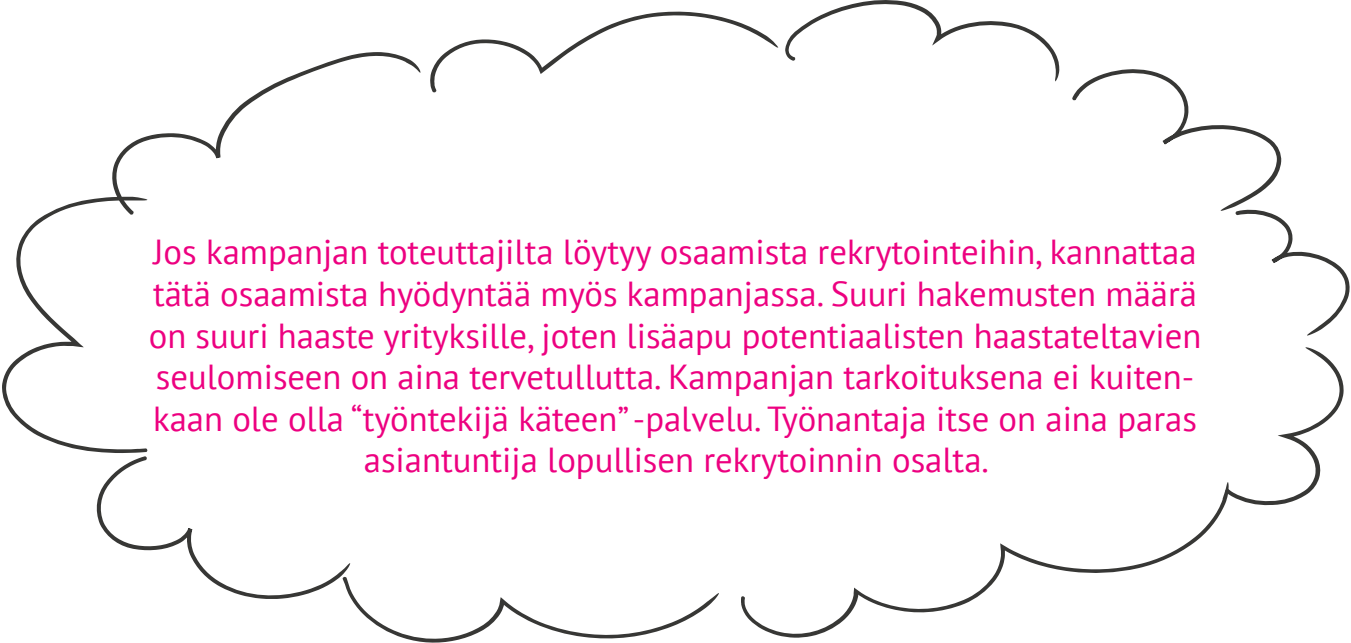
- puhelinnumero
- yhteyshenkilön sähköposti – erityisesti, jos kampanjasta luvataan lähettää lisätietoa
- onko yritys ollut aikaisemmin mukana kampanjassa
- kiinnostuiko yritys kampanjasta
- haluaako yritys lisätietoa (jolloin puhelun jälkeen lähetetään sähköposti, jossa olevasta linkistä yritys voi itse täyttää työpaikkailmoituslomakkeen) tai päättikö yritys suoraan osallistua, jolloin puhelun aikana on täytetty myös työpaikkailmoituslomake
- muuta lisätietoa puhelusta
- soittajan nimi.



Työpaikkailmoitukset on tallennettava lomakkeena, jota sekä työnantajan että yrityssoittajan on helppo käyttää. Lomakkeen voi tehdä esimerkiksi Lyytiin tai Google Formsiin. Työpaikkailmoituslomakkeen malli on työkalupakissa sivulla 34. Lomakkeen täytyy olla riittävän yksityiskohtainen, jotta sen perusteella syntyy hyvä kuva avoinna olevasta työpaikasta.

Työpaikkailmoituslomakkeelle on hyvä kerätä ainakin seuraavat tiedot:

- yrityksen nimi ja toimiala
- yhteyshenkilön tiedot
- työpaikan sijainti
- työn sisältö
- työn kesto
- sopiiko työ alle 18-vuotiaille
- mahdolliset muut lisätiedot
- halutaanko hakemukset puhelimitse vai sähköpostitse (vai yrityksen nettisivujen kautta)
- hakemusten viimeinen jättöpäivä.



Jos kampanjan toteuttajilta löytyy osaamista rekrytointeihin, kannattaa tätä osaamista hyödyntää myös kampanjassa. Suuri hakemusten määrä on suuri haaste yrityksille, joten lisäapu potentiaalisten haastateltavien seulomiseen on aina tervetullutta. Kampanjan tarkoituksena ei kuitenkaan ole olla "työntekijä käteen"-palvelu. Työnantaja itse on aina paras asiantuntija lopullisen rekrytoinnin osalta.

Soitot

Yrityssoittojen tavoitteena on saada työnantajat huomaamaan, että heillä voi olla tarvetta apukäsille kesäksi. Soittojen rakenne on yksinkertaisuudessaan seuraava:

- kerrotaan kampanjasta
- kysytään erityisesti piilotyöpaikkoja, ts. sellaisia työpaikkoja, joihin olisi tarvetta tekijälle kesäksi, mutta joita ei ole ilmoitettu missään tai ei ole ajateltu, että niihin voisi palkata kesätyöntekijän
- kysytään myös alle 18-vuotiaille sopivia työpaikkoja.



Jos yrityksen edustaja kiinnostuu kampanjasta, mutta ei heti voi tai halua ilmoittaa kesätyöpaikkoja kampanjan kautta, hänelle tarjotaan lisätietoja sähköpostitse. Kampanjan yhteyshenkilö käy tallennetut soittotiedot läpi mielellään kunkin soittopäivän jälkeen tai vähintään kahden soittopäivän välein ja lähettää lisätietosähköpostin kiinnostuneille. Malli sähköpostin rungoksi on työkalupakissa sivulla 37.

Yrityksille soittavan on oltava tarkkana tietoja tallentaessaan, jotta erityisesti yhteyshenkilön sähköpostiosoite, nimi ja yrityksen nimi tallentuvat oikein ja yritys saa haluamansa lisätiedot kampanjasta.

Työpaikkailmoitusten kirjaaminen

Jos yrityksen edustaja haluaa heti puhelun aikana tarjota kesätyöpaikkoja kampanjan kautta, työpaikkailmoituslomake voidaan täyttää hänen kanssaan yhdessä saman tien. Linkki lomakkeeseen on myös lisätietosähköpostissa, joka lähetetään kiinnostuneille yrityksille. Sen kautta yritys voi itse käydä ilmoittamassa avoimesta työpaikasta. Työpaikan tietoja lomakkeelle täytettäessä on oltava tarkkana, jotta yhteystiedot, erityisesti sähköpostiosoite, ja yrityksen ja yhteyshenkilön nimet tulevat oikein.

Kampanjasta joku – esimerkiksi sama henkilö, joka käy läpi soitettujen puhelujen tiedot ja lähettää lisätietosähköpostit kiinnostuneille yrityksille – seuraa lomakkeella ilmoitettuja työpaikka-ilmoituksia vähintään joka toinen päivä ja siirtää ilmoitukset kampanjan nettisivuille tai muuhun sopivaan paikkaan.

Kun ilmoitus on julkaistu, sen linkki lähetetään yrityksen yhteyshenkilölle, jotta tämä voi käydä tarkistamassa tiedot. Samassa sähköpostissa yritystä pyydetään ottamaan yhteyttä, jos avoinna olevat kesätyöpaikat on täytetty ennen ilmoituksessa mainittua viimeistä hakupäivää, jotta

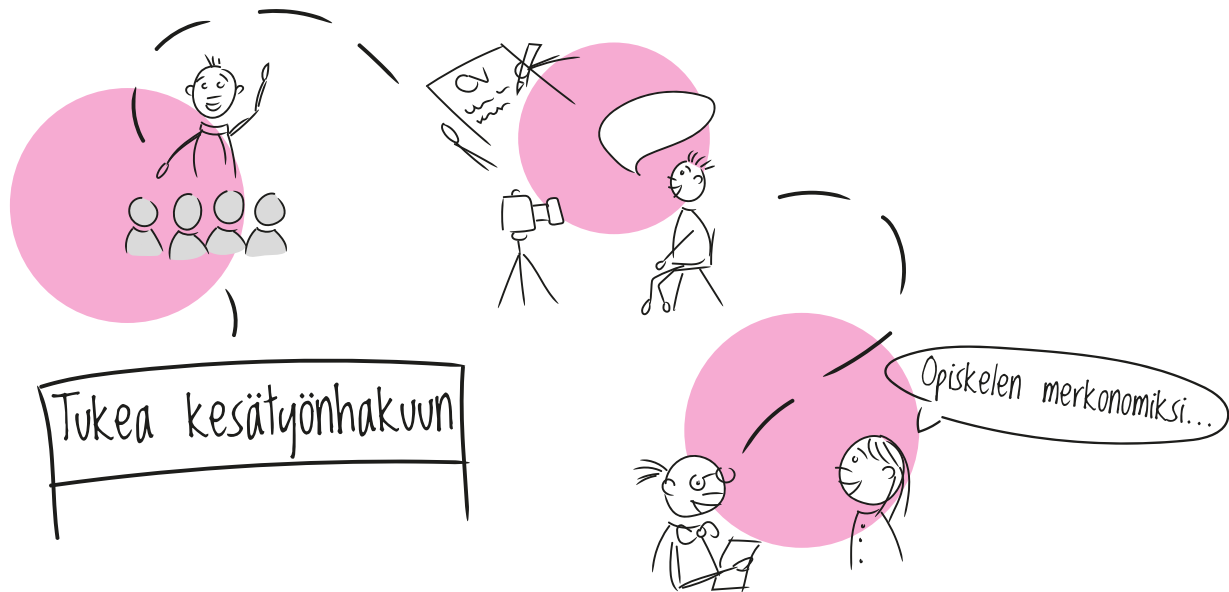
ilmoitus voidaan poistaa sivuilta. Jos yritys ei ota yhteyttä ennen hakuajan päättymistä, heiltä on kysyttävä, onko työpaikoille löytynyt tekijöitä vai halutaanko ilmoituksen voimassaoloa kampanjan sivuilla jatkaa.

Työpaikkailmoitusten keräämisen tarkoituksena on, että työnhakijat etsivät itse työpaikkoja kampanjan sivuilta, ottavat yhteyttä yrityksiin ja hakevat töitä. Tätä varten työpaikkoja on markkinoitava sekä kampanjan järjestämissä tilaisuuksissa että sosiaalisessa mediassa. Tähän sopivat esimerkiksi Facebook ja Instagram. Työpaikkoja voi mainostaa yleisesti (”Löydä unelmiesi kesätyö – käy katsomassa paikkatarjontaa!”) tai nostaa esille yksittäisiä työpaikkoja ja toimialoja.

2.3 Tukea kesätyönhakuun

Työnhaku on jännittävää. Nuorella saattaa olla siitä monia kysymyksiä: mistä töitä löytää, minkälainen työhakemuksen tai CV:n pitäisi olla tai miten työhaastatteluun pitäisi valmistua.

Tässä luvussa esitellään polku, jossa erilaisten nuorille järjestettävien tilaisuuksien avulla tuetaan ja rohkaistaan nuoria työhaussa.

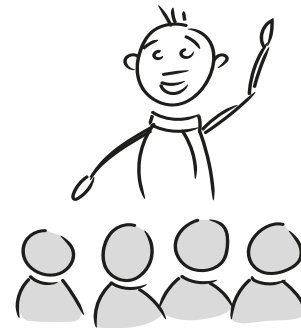


Työnhakutilaisuudet

Tärkeimpiä kampanjan nuorille tarjoamia palveluja ovat eri-ikäisille nuorille suunnatut, matalan kynnyksen maksuttomat työnhakutilaisuudet. Niissä nuori saa konkreettista apua työhakemuksen ja CV:n tekemiseen. On tärkeää saada tukea ja rohkaisua siihen, että jokaisella meistä on jotain osaamista ja vahvuuksia, joita hyödyntää työnhaussa. Tulevia työnhakutilanteita helpottaa, mikäli nuori saa etukäteen kokea, mitä itse työhaastattelu voi pitää sisällään ja miten siihen kannattaa valmistautua.

Tilaisuus voi olla kokonaan kampanjassa suunniteltu, järjestetty ja markkinoitu, mutta järjestelyiden suhteen voi myös tehdä yhteistyötä muiden tahojen kanssa. Yhteistyöllä kohderyhmien tavoittaminen helpottuu ja käytettävissä on resursseja enemmän.

Työnhakutilaisuuksien järjestelyssä on hyvä olla mukana opiskelijoita tai muita nuoria, koska vertaistuen merkitys on tärkeä. Se, että nuoret tekevät nuorille ja yhdessä nuorten kanssa, on keskeinen elementti vahvistettaessa nuoren osaamisen kokemusta. Nuorilla itsellään on paras kokemus siitä, millaisiin haasteisiin työnhaussa on mahdollista törmätä.

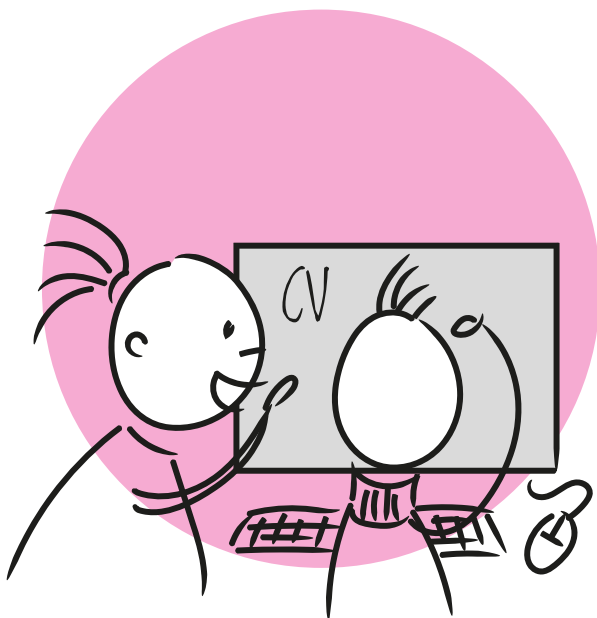


Seuraavaksi esitellään erilaisia työpajoja, joita tilaisuuksissa voi järjestää. Työpajoista nuori saa konkreettisen ja työnhaussa tarvittavan materiaalin heti mukaansa.

On aivan eri asia, tekeekö kesätyöhakemusta 15-vuotias ensikertalainen tai 22-vuotias nuori, jolle kokemusta on jo karttunut koulun ja aiempien kesätöiden kautta. Samat lainalaisuudet esimerkiksi CV:n sisällön suhteen eivät päde ja tällöin luovuus ja omien vahvuuksien tunnistaminen on avainsana. Tähän moni tarvitsee viereen kaverin, joka yhdessä pohtii ja pätkäilee nuoren kanssa asioita.

CV-klinikka

CV:n kirjoittaminen voi tuntua haasteelliselta, jos sitä ei ole milloinkaan harjoitellut. CV-klinikalla nuori saa neuvoja siihen, miten CV koostetaan ytimekkääksi ja ymmärrettäväksi. Tilaisuuden aikana nuorelle tarjotaan apua ja tukea oman CV:n tekemiseen. Klinikalta jokainen osallistuja voi lähteä mukanaan valmis CV, jolla kesätyönhaun voi aloittaa.



Muistilista CV-klinikan järjestämiseen

1. Järjestä CV-klinikka tilassa, jossa on tietokoneita, tai pyydä osallistujia ottamaan omat tietokoneensa mukaan.
2. Käy aluksi läpi työhakemuksen ja CV:n erot sekä CV:n merkitys kesätöiden hakemisessa.
3. Ota mukaan muutama mallipohja, jonka pohjalle CV:n voi rakentaa, tai pyydä osallistujia tuomaan mukanaan oma, valmis CV, jota he haluavat kehittää.
4. Jos osallistujajoukko on hyvin nuorta (alle 18-vuotiaita), kannattaa esitellä positiivista CV:tä, jonka ideana on pyrkiä korostamaan hakijan luonteenomaisia vahvuuksia aiemman osaamisen ja työkokemuksen sijaan. Esimerkki positiivisesta CV:stä on työkalupakissa.
5. Kerro valokuvien merkityksestä CV:ssä ja anna vinkkejä siihen, millainen kuva on sopiva.

Vaikka elämme kuvien aikaa, eivät CV:hen liitetyt kuvat aina ole tarkoitukseen sopivia. CV-klinikalla on hyvä tarjota mahdollisuus otattaa itsestään laadukas kuva liitettäväksi kirjalliseen CV:hen. Varmista siis, että CV-klinikan järjestäjien joukossa on myös kuvaustaitoisia opiskelijoita kameroineen.

Video-CV:t ovat kasvattaneet suosiotaan viime aikoina. CV-klinikan yhteyteen sopiikin mainiosti myös video-CV-työpaja. Työpajassa annetaan aluksi vinkkejä toimivan videoesittelyn tekemiseen. Vinkkien pohjalta osallistujat valmistelevat itselleen sopivan esittelytekstin. Video-CV:n kesto on keskimäärin 3 minuuttia, joten erityistä apua nuorille kannattaa antaa asioiden tiivistämisessä ja olennaisten asioiden kertomisessa.

Video-CV:t kuvataan ja videot lähetetään jälkeinpäin editoituna nuorille. CV-klinikan järjestäjillä pitää siis olla kuvaus- ja editointiosaamista, jotta lopputulokset ovat laadukkaita. Tilaisuuden kestosta riippuen nuoret voivat itse editoida omat videonsa paikan päällä. Samalla karttuu myös uudenlainen tekninen osaaminen.

Työhaastattelusimulaattori

Työhaastattelusimulaattorissa nuori pääsee harjoittelemaan työhaastattelutilannetta. Ideana on simuloida kuvitteellisessa tilanteessa joko yksilö- tai ryhmähaastattelu, johon työhaastattelun vetäjä on etukäteen valmistellut tyyppillisiä haastatteluissa esitettäviä kysymyksiä. Ryhmähaastattelu on kesätyörekrytoinnissa yleisesti käytetty toimintapa, mutta se voi olla ensikertalaiselle hämmentävä kokemus. Ryhmähaastattelun kokeminen ennen oikeaa tilannetta onkin monelle tärkeä ja positiivinen asia.

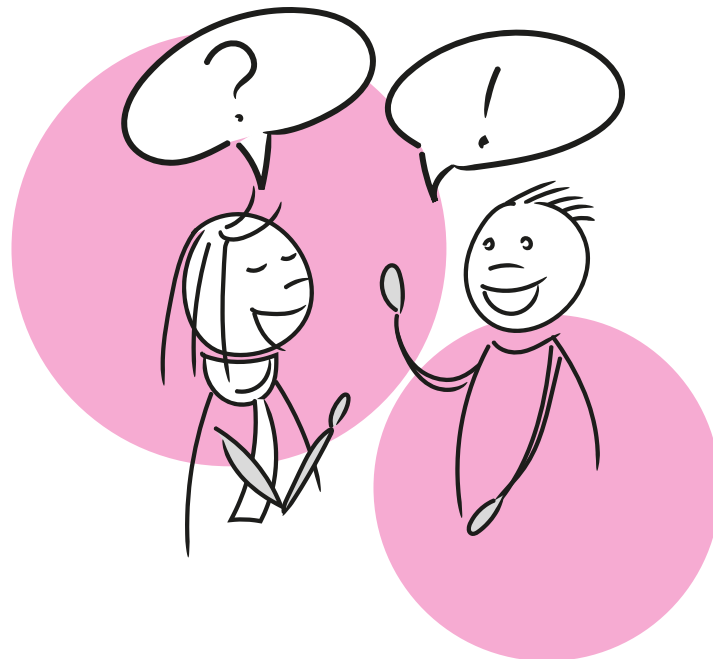
Simuloinnissa haastattelijat kommentoi ja keskustele osallistujien kanssa vastauksista. Vastauksia pyritään myös hiomaan yhdessä. Työhaastattelusimulaattorin toteuttamiseen voi pyytää mukaan esimerkiksi rekrytointialan ammattilaisia tai organisaatioiden HR-vastaavia. Alan ammattilaisten läsnäolo tekee haastattelutilanteesta todellisen tuntuisen, ja kysymykset ovat myös sellaisia, joita oikeassa haastattelutilanteessa kysytään.

Matchmaking – kesätyöntekijät ja yritykset tehokkaasti yhteen

Yksi Kesäduunaa-kampanjan kiitetyimmistä ja onnistuneimmista toimintatavoista ovat olleet matchmaking-tilaisuudet, joissa yritykset ja nuoret kesätyönhakijat kohtaavat rennoissa merkeissä ohjatuilla ”pikatreffeillä”. Kukin työnantaja haastattelee kutakin työnhakijaa enintään kolmen minuutin ajan, minkä jälkeen työnantajan haasteltavaksi tulee uusi työnhakija. Kun jokainen työnhakija on tavannut kunkin työnantajan, tilaisuus päättyy.

Tilaisuuden jälkeen – tai jo haastattelun aikana – työnantaja voi ilmoittaa hakijalle, mikäli haluaa kierroksen jälkeen jutella lisää. Työnantaja ja työnhakija voivat myös sopia myöhemmin toteutettavasta uudesta haastattelusta.

Matchmaking-tilaisuuden voi järjestää myös kohdennetusti, jolloin tilaisuuteen valitaan vain tietyn alan yrityksiä. Kohdennetussa tilaisuudessa sopivan työntekijän löytyminen on todennäköisempää kuin täysin avoimessa matchmaking-tilaisuudessa. Töitä hakevat nuoret ovat silloin jo lähtökohtaisesti sopivia työpaikoihin.



Muistilista matchmaking-tilaisuuden järjestämiseen

1. Ota yrityksiin yhteyttä hyvissä ajoin. Vaikka tilaisuuden tarkoituksena on helpottaa rekrytointia ja tavata potentiaalisia työnhakijoita rennoissa merkeissä, yrityksiä on usein vaikeampi saada paikalle kuin työnhakijoita. Soita suoraan yrityksiin ja jaa mainosta esim. yrittäjäjärjestöille tai muille tahoille, joilla on hyvät yritysverkostot.
2. Markkinoi tilaisuutta nuorille. Somen lisäksi tietoa kannattaa levittää esim. opinto-ohjaajien kautta suoraan kouluihin tai kuntien nuorisopalveluiden henkilöstölle.
3. Varaa riittävän iso tila, jossa on mukava kiertää työnantajien pisteiltä toiselle, ja mieti millaiset kalusteet tarvitset. Tarvitsetko pöytiä, joiden ääressä istutaan? Vai olisivatko pystypöydät kätevämpiä vuoronvaihdon kannalta?
4. Suunnittele etukäteen kierroksen kulku: Mihin suuntaan työnhakijat kulkevat? Miten kierroksen kulku merkitään? Onko tilassa lepopistettä, jossa voi odottaa seuraavaa vuoroa (mikäli aikaa jää)? Toimivin toteutustapa on ollut tunnin kestävä kierros, johon osallistuu 12 työnantajaa ja 12 työnhakijaa.
5. Varaa riittävästi henkilöresurssia (mielellään opiskelijoita) tilaisuuden järjestämiseen. Tilaisuuteen tarvitaan ainakin puheenjohtaja, joka ohjaa tilaisuuden kulkua, sekä muutamia muita henkilöitä avustamaan tilaisuuden järjestelyissä.
6. Ennen tilaisuutta lähetä yrityksille sähköposti, jossa kertaat vielä tilaisuuden tarkoituksen ja kulun.
7. Tee palautelomakkeet ja kerää tapahtuman jälkeen palautetta sekä työnantajilta että työnhakijoilta.
8. Mieti, onko tunnin kierroksia mahdollisuus järjestää useampia saman päivän aikana. Mukana voivat olla samat yritykset tai sitten kokonaan uudet.

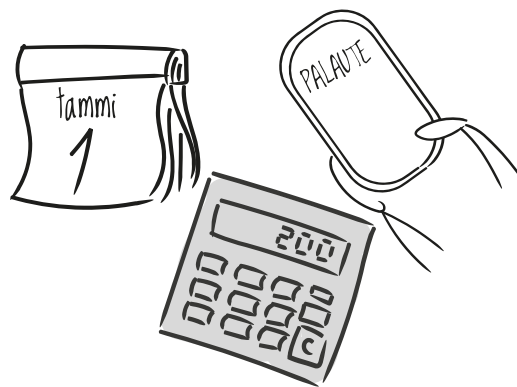
3 KAMPANJAN LOPUKSI

Kesätyökauden päätyttyä on vielä muutama asia hoidettavana ennen kuin kampanja voi vetäytyä syksyksi hiljaisempaan eloon. Myös syksyllä nuorille suunnatut työnhakutilaisuudet ovat ajankohtaisia, joten älä vetäydy täysin talviunille.

Kokoa niin soittokampanjasta kuin eri tilaisuuksistakin tiedot, miten moneen yritykseen on kampanjan kautta oltu yhteydessä ja moniko on ollut kiinnostunut. Tärkeää on myös koota tiedot siitä, moniko yritys on ilmoittanut kesätyöpai- kasta kampanjassa ja montako työpaikkaa yhteensä on kampanjan kautta ollut tarjolla.

Poista soittolistoilta yritykset, jotka ovat lopettaneet toimintansa, yhteyshenkilöt, jotka ovat vetäytyneet eläkkeelle ja puhelinnumerot, jotka eivät toimi. Näin seuraavan kevään soitot sujuvat taas askeleen paremmin. Aikatauluta myös valmiiksi seuraavan vuoden kampanjan suunnittelu ja toteutus, jotta tiedät, milloin on taas aika kääriä hihat.

Työpaikkoja ilmoittaneille yrityksille kannattaa tehdä palautekysely, joka lähetetään yhteyshenkilöille kesätyökauden jälkeen. Lisäksi jokaisesta työnhakutilaisuudesta on tarpeellista kerätä palaute osallistujilta, jotta tiedetään, miten konsepti toimi ja miten tilaisuuksia kannattaa kehittää. Samassa yhteydessä saat halutessasi tarpeellista ja kiinnostavaa tietoa vaikkapa nuorten kokemuk- sista työhausta ja töiden saamisesta sekä yritysten näkemyksistä nuorten palkkaamiseen.



4 TYÖKALUPAKKI

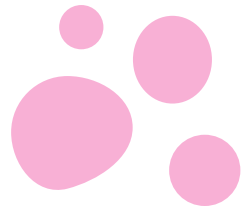
Kesätyökampanjassa hyödyksi olevaa materiaalia on kerätty työkalupakkiin osoitteeseen <https://kiertotalous2.turku.fi/kesaduunaa-tyokalupakki/>. Työkalupakissa on kesätyöntekijän palkkaamiseen liittyviä materiaaleja, kuten työsopimus- ja työtodistusohjeita, ohjeita alaikäisen työntekijän palkkaamiseen ja tietoa erilaisista kuntien tarjoamista avustuksista nuorten palkkaamiseen.

Työkalupakkiin on koottu myös kesätyön hakemiseen liittyviä materiaaleja, kuten vinkkejä myyvän työhakemuksen laatimiseen, positiivinen CV ja työhaastatteluvinkkejä.

Työkalupakissa on lisäksi kesätyökampanjan toteuttamisessa hyödyksi olevat materiaalit, jotka ovat myös tämän oppaan liitteenä:

1. kesätyökampanjan soittorunko
2. soittojen tallennuslomake
3. työpaikkailmoitusten tallennuslomake
4. lisätietosähköpostin malli.

Kesätyökampanjan soittorunko



Muokkaa mallia omaan kesätyökampanjaasi sopivaksi.

[Oma nimi xxxx-paikasta], hei! Soitan Kesäduunaa-kampanjasta, jota tehdään yhteistyössä mm. [yhteistyötahojen] kanssa. Olemme käynnistämässä kampanjaa ja kartoittamassa yrityksiä, jotka voisivat olla kiinnostuneita lähtemään mukaan.

Kuulostaako Kesäduunaa-kampanja teille tutulta?

Mikäli kampanja tuttu:

Hieno juttu/Kiva kuulla, voisin vielä lyhyesti kerrata, että tarkoituksena on tosiaan etsiä yrityksiä [kerro, miltä alueelta], jotka olisivat kiinnostuneita työllistämään mahdollisimman monta nuorta kesällä [vuosiluku]. Erityisesti kampanjalla halutaan lisätä alaikäisten mahdollisuuksia saada kesätyökokemusta. Tavoitteena olisi, että yritys työllistäisi nuoren vähintään 2 viikoksi tulevalle kesälle.

Mikäli kampanja ei tuttu:

Kesäduunaa-kampanjan tavoitteena on etsiä yrityksiä [kerro, miltä alueelta], jotka olisivat kiinnostuneita työllistämään mahdollisimman monta 15–29-vuotiasta nuorta kesällä [vuosiluku]. Erityisesti haluamme löytää työtehtäviä, jotka sopisivat alaikäisille, koska heille työllistyminen on erityisen vaikeaa. Tavoitteena olisi, että yritys työllistäisi nuoren vähintään 2 viikoksi tulevalle kesälle. Yritykset voivat maksuttomasti ilmoittaa kesätyöpai-kan kampanjaan ja kampanja hoitaa kohdennetun tiedottamisen joukolle aktiivisia nuoria yrityksen puolesta. Lisäksi kampanjan kautta tarjotaan apua ja tukea niin yrityksille kuin nuorille kesätöihin liittyvissä kysymyksissä.

Esittelyn jälkeen kysytään suoraan:

Me olemme nyt siis lähteneet kartoittamaan, että olisiko teillä mahdollisesti tarvetta palkata kesätyöntekijöitä tulevana kesänä.

Mikäli vastaus on kyllä:

Hieno juttu. Kampanjan kautta voi tosiaan suoraan maksuttomasti ilmoittaa kesätyöntekijätarpeesta ja avoimet kesätyöpaikat ilmoitetaan kampanjan nettisivuilla, jonne ohjaamme nuoria. Olisitteko kiinnostuneita täyttämään/Olisiko teillä mahdollisuutta täyttää tämä ilmoitus minun avustuksellani nyt heti?

Mikäli vastaus on kyllä: Täytetään yhdessä tarvittavat tiedot lomakkeelle, esim. Lyytiin.

[Tähän lomakkeen osoite]

Kun tiedot ovat lomakkeella:

Noin eli nyt kaikki kesätyöpaikkaa koskevat tiedot on syötetty järjestelmään, ja laitamme ilmoituksen avoimesta työpaikasta pian kampanjan nettisivuille esille. Kampanja on mukana monissa nuorille suunnatuissa tapahtumissa, joissa voimme mainostaa tehtäviä. Voitte jäädä nyt odottamaan yhteydenottoja nuorilta työhön liittyen.

Laitamme teille vielä vahvistussähköpostin tästä, jossa on lisätietoa itse kampanjasta ja lisäksi vielä kampanjan yhteyshenkilön yhteystiedot. Voitte olla häneen yhteydessä lisätietojen ja mahdollisten muutosten osalta.

Heräsikö teillä tässä kohtaa vielä jotain kysymyksiä?

Lopuksi:

Kiitos ajastanne ja mahtavaa, että lähditte mukaan kampanjaan. Mukavaa päivänjatkoa, hei!

Mikäli vastaus on ei/en osaa sanoa kesätyöntekijä tarpeeseen:

Kampanjan kautta on tosiaan mahdollista maksuttomasti ilmoittaa kesätyöntekijätarpeesta kampanjan nettisivuilla, jonne ohjaamme nuoria etsimään työpaikkoja ja autamme työn haussa. Sopsisiko, jos lähettäisin teille vielä sähköpostia, jossa tästä mahdollisuudesta on kerrottu enemmän ja mukana on myös ilmoittautumislinkki, johon tarvittavat tiedot työn osalta täytetään? Näin voitte käydä täyttämässä tiedot, kun teillä on paremmin aikaa.

Mikäli vastaus sähköpostin lähettämiseen on kyllä:

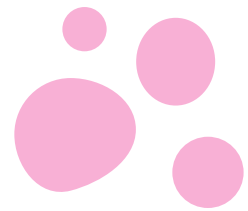
Kysy sähköpostiosoite.

Hieno juttu, laitamme teille vielä lisätietoa tästä tulemaan. Näin voitte tutustua kampanjaan ihan rauhassa ja mikäli kysymyksiä herää, niin voitte olla yhteydessä kampanjan yhteyshenkilöön, jonka tiedot ovat mukana sähköpostissa. Kiitos ajastanne tässä vaiheessa ja toivottavasti saamme teidät mukaan työllistämään nuoria tulevana kesänä.

Mikäli vastaus s-postin lähettämiseen on ei:

Selvä juttu/Ymmärrän hyvin. Kiitos kuitenkin ajastanne ja jos myöhemmin aihe kiinnostaa, niin kannattaa käydä kampanjan nettisivuilla [osoite]. Kiitos paljon, hei!

Soittojen tallennuslomake



Muokkaa mallia omaan kesätyökampanjaasi sopivaksi.

*Tähdellä *) merkityt kohdat ovat pakollisia*

1. Soittajan nimi (etunimi sukunimi) *

2. Yrityksen nimi *

3. Puhelinnumero

4. Yhteyshenkilön nimi *

5. Onko yritys ollut aiemmin mukana kampanjassa?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

Ei

2016

2017

2018

6. Kiinnostuiko yritys kampanjasta? *

Valitse vain yksi vaihtoehto.

Kiinnostui ja haluaa lisätietoja sähköpostitse

On mukana ja lomake täytettiin yhdessä

Ei tavoitettu kolmen soittoyrityksen jälkeen

Ei kiinnostunut

Muu:

7. Yhteyshenkilön sähköpostiosoite

8. Lisätietoja soitosta:

Työpaikkailmoitusten tallennuslomake



Muokkaa mallia omaan kesätyökampanjaasi sopivaksi

Kesäduunaa-kampanjassa haastetaan varsinaissuomalaiset yrittäjät työllistämään kesällä mahdollisimman suuri joukko 15–29-vuotiaita nuoria Varsinais-Suomessa, jotta nuoret saavat työkokemusta ja oppivat työelämän perusteita. Yritykset saavat tekemättömille töille tekijöitä vaivattomasti ja mahdollisesti tulevaisuudessa hyviä työntekijöitä.

Kesätyöjakso ajoittuu touko-elokuun väliselle ajalle. Tarkoituksena on työllistää työnhakija minimissään kaksi viikkoa.

Jos monipuolinen osaaminen ja oppimisen kokemusten tarjoaminen kiinnostavat, olet oikeassa paikassa!

Tutustu Kesäduunaa-kampanjaan: kesaduunaa.fi.

1. Yrityksen nimi*
2. Kesätyövastaava/yhteyshenkilö*
3. Matkapuhelinnumero*
4. Sähköposti*
5. Osoite*
6. Kunta*

[monivalinta, jossa kunnat on valmiiksi merkitty]

7. Toimiala*

[] Palvelu- ja kaupallinen ala

[] Teollisuus- ja varastoala

Kunnossapito

Huolto

Toimistotyö

Rakennusala

Kotityöt

Tietotekniikka

Piha- ja puutarha-ala

Maa- ja metsätaloustyöt

Muut

Jos kohta muu, mikä?

8. Työtehtävän kuvaus*

9. Työ sopii alaikäiselle*

Kyllä

Ei

10. Monelleko kesätyöntekijälle on tarvetta?*

11. Työjakson pituus*

12. Ajankohta*

Toukokuu

Kesäkuu

Heinäkuu

Elokuu

Muu

Jos kohta muu, mikä?

13. Miten haluatte hakijan ensisijaisesti hakevan kesätyötä (esim. sähköpostitse, puhelimitse)?*

14. Viimeinen työhakemuksen jättöpäivä*

15. Lisätietoja:

16. Avoimen kesätyöpaikan saa julkaista kesaduunaa.fi-sivulla?*

Kyllä

Ei

Hyväksyn tietosuojaselosteen ja tietojeni tallentamisen*

Lisätietosähköpostin malli



Muokkaa mallia omaan kesätyökampanjaasi sopivaksi.

Otsikko: Yrittäjä, lähde mukaan Kesäduunaa-kampanjaan!

Hei,

soittelimme teille aiemmin Turun ammattikorkeakoulusta liittyen Kesäduunaa-kampanjaan. Kiitos vielä ajastanne. Ohessa on lupaamaamme lisätietoa kampanjasta.

Kampanjan tavoitteena on työllistää kesällä 20xx mahdollisimman monta 15–29-vuotiaasta nuorta Varsinais-Suomessa. Erityisesti haluamme edistää kaikkein nuorimpien mahdollisuuksia kerryttää arvokasta kesätyökokemusta. Kampanjan kautta etsimme alueen yrityksistä kesätyöpaikkoja, jotka sopivat eri-ikäisille nuorille. Lisäksi kampanjan kautta tarjoamme tukea ja apua niin nuorille kuin yrityksillekin kesätöihin liittyvissä kysymyksissä.

Kesäduunaa-kampanjan kautta yritys voi siis maksutta ilmoittaa kesätyöntekijätarpeestaan. Me hoidamme tiedottamisen kampanjassa mukana oleville motivoituneille nuorille.

Vaivattomasti mukaan kampanjaan:

Kesätyöntekijätarpeesta voi ilmoittaa oheisen sähköisen linkin kautta: [linkki](#)

Kampanjaan mukaan ilmoitetut työpaikat kootaan Kesäduunaa-sivulle [[linkki](#)].

Kampanja markkinoi aktiivisesti työtehtäviä eri-ikäisille nuorille Varsinais-Suomessa.

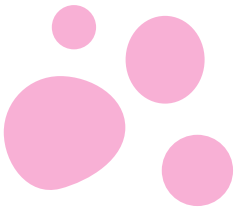
Nuori itse ottaa yhteyttä yrityksen yhteyshenkilöön ja sopii mahdollisesta työhaastattelusta ja jatkotoimenpiteistä yhdessä yrityksen kanssa.

Lisätietoa kampanjasta sekä muita hyödyllisiä materiaaleja aiheeseen liittyen löydät nettisivuiltamme: www.kesaduunaa.fi

Mikäli teille herää lisäkysymyksiä, voitte olla yhteydessä kampanjan yhteyshenkilöön:
NN
projektipäällikkö

Toivottavasti saamme teidät mukaan tarjoamaan mahdollisuuden nuorille työllistyä ja kartuttaa kokemusta kesällä 20xx!

Ystävällisin terveisin,
NN
Kesäduunaa-kampanja
www.kesaduunaa.fi



Kesätyö on ainutlaatuinen kokemus. Parhaimmassa tapauksessa se antaa nuorelle suunnan, mihin lähteä opiskelemaan, tai kokemuksen siitä, millaisessa työssä nuori voisi olla vahvimmillaan. Kesätyöt ovat hyvin kilpailtuja ja samaa työtä hakemassa on useampi saman henkinen nuori. Tätä varten moni nuori miettiikin, että miten minä erotun ja mitä kiinnostavaa osaamista minulla olisi tarjota. On tärkeää muistaa, että kesätyön hakeminen on omanlaisensa oppimisprosessi ja vain harjoittelemalla siinä voi kehittyä. Ei kuitenkaan ole pahitteeksi, jos siihen saa hiukan tukea. Tuki voi tulla kotoa, koulusta tai juuri kesätyöhön erikoistuneelta kampanjalta.

Tässä on pähkinänkuoressa Kesäduunipolku 2030 -hankkeessa kehitetty kesätyö-kampanjamalli, joka on toimivaksi ja kysytyksi todettu. Matka tähän on ollut moninainen, mutta mutkien kautta ja rohkeasti kokeilemalla on huomattu, että yhdessä tekemällä ja muilta oppimalla kesätöiden hakeminen on mukavaa ja motivoivaa. Kesätyö on sijoitus tulevaisuuteen – sijoitus, jota meidän kaikkien kannattaa edistää.

Oppaan kirjoittajat

