

Sisällysluettelo	Sivu 1
Tietoa hankkeesta	Sivu 2
Tutkimuksen esittely	Sivu 3
Tutkimusmenetelmän esittely	Sivu 3
<b>1.1. Yhteisö- ja verkostoitumispalvelut</b>	<b>Sivu 3</b>
1.1.1. Vertailutaulukko	Sivu 4
1.1.2. Vertailutaulukon kriteerien selitykset	Sivu 6
1.1.3. Yleistävä arviointi taulukon palveluista	Sivu 6
1.1.4. Palveluiden arviointi kuvitteellisilla ryhmillä	Sivu 11
1.1.5. Yhteenveto	Sivu 12
1.1.6. Lisätietoja tutkituista palveluista	Sivu 12
1.1.7. Lähteet	Sivu 12

## Tietoa hankkeesta

TAIKO - Työtaidot kuntoon ja kohti työelämää hanke on tarkoitettu työttömille ja työttömyysuhan alaisille henkilöille, jotka haluavat kehittää osaamistaan vastaamaan työelämän tarpeita ja tätä kautta parantaa työllistymismahdollisuuksiaan hankealueella. Hanke toimii yhdentoista kunnan alueella: Saarijärvi-Viitasaaren seutukunnalla: Kannonkoski, Karstula, Kinnula, Kivijärvi, Kyyjärvi, Pihtipudas, Saarijärvi ja Viitasaari. Äänekosken seutukunnalla: Konnevesi ja Äänekoski. Jyväskylän seutukunnalla: Laukaassa.

Hankkeen toimintalinjoja ovat Osaamo, Enopi, Kompetenssigalleria ja Oske. Osaamon tuella koostetaan osaamisen kehittäjäverkostoa hankealueelle, jossa osaamisen kehittäminen on suunnitelmallista ja palvelee alueen työllistymisen tavoitteita. Enopissa haetaan työkaluja oppimisedellytysten arviointiin ja oppimisen tukitoimiin. Kompetenssigallerian tarkoituksena on, että kokeillaan, miten ammatillista osaamista voidaan kuvata, dokumentoida ja markkinoida sähköisessä muodossa. Oske-toimintalinjalla pyritään kehittämään helposti saavutettavia, monipuolisia opetusmateriaaleja ja osaamisen itsearviointin työkaluja.

Toimintalinjojen yhteisenä tavoitteena on lisätä, virallistaa ja markkinoida yksittäisen ihmisen osaamista ja tukea urapolun kehittymistä. Hanke kuuluu ESR-ohjelmakauden 2014-2020 toimintalinjaan 3 ”Työllisyys ja työvoiman liikkuvuus”. Hankkeen tarkoituksena on edistää kohderyhmän osaamista alueen yritysten ja työpaikkojen tarpeisiin.

[Lue hankkeesta lisää täältä](#)

[Pohjoisen Keski-Suomen oppimiskeskus](#)

[Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus](#)

[Rakennerahastot.fi](#)

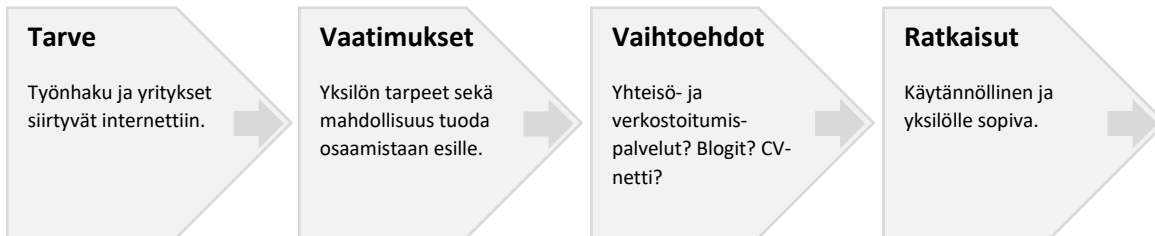


Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



## Tutkimuksen esittely

Tässä tutkimuksessa keskitytään tutkimaan internet-palveluita, kuten yhteisö- ja verkostoitumispalveluita, blogialustoja sekä varta vasten tehtyjä CV-sivustoja. Tarkoituksena on selvittää, kuinka näitä palveluita ja niiden ominaisuuksia voidaan hyödyntää työnhakijan ammattiosaamisen esittämiseen. Palveluiden valintaan vaikutti niiden suosio, käyttö yritysmaailmassa ja muut ominaisuudet, jotka voisivat olla avuksi työllistymisessä.



## Tutkimusmenetelmä

Huomasimme, että samasta aiheesta on tehty jo runsaasti hyviä tutkielmia esimerkiksi oppilaitosten lopputöiden muodossa [1]. Tämän vuoksi tutkimuksemme keskittyy tiivistämään jo tehtyjen tutkimusten tuloksia ja siltä pohjalta analysoimaan niitä.

Valittuja palveluita tutkitaan itsenäisinä, toisiinsa verraten ja käyttäjäryhmiin soveltaen. Kaikki alkaa taulukosta (1.1.1.), johon palvelut ovat asetettu vaakariville. Pystyriville on asetettu kriteerit (ks. 1.1.2.), joiden toteutumista sitten palveluittain ilmaistaan. Toisessa vaiheessa palveluita tarkastellaan yksityiskohtaisemmin ja arvioidaan niiden ydinominaisuuksia (1.1.3.).

Palveluiden määrän ja monimuotoisuuden vuoksi oli jo tutkimuksen alussa hyvin selvää, että ei ole olemassa one size fits all -palvelua. Tämän takia tutkimuksen kolmas tutkimuskulma (1.1.4), eli ihmisryhmittäin sovitettu ratkaisu, on tärkein; yksilöiden ja heidän tarpeidensa ollessa hyvin erilaisia, on tarpeellista ajatella heille tarjottavia vaihtoehtoja se huomioiden.

Tutkimuksen tarkoituksena on luoda näkemys, miten internetin palvelut toimivat osana työelämää erilaisten vaihtoehtojen, tutkimusmenetelmien ja näkökulmien avulla.

### 1.1. Yhteisö- ja verkostoitumispalvelut

Yhteisö- ja verkostoitumispalvelut ovat viime vuosien varrella kasvaneet maailmanlaajuisesti suosituimmiksi internet-palveluiksi, olihan vuonna 2015 sen käyttäjiä jo 2,14 biljoonaa [2]. Myös osa työnhakua ja siihen liittyvää verkostoitumista on siirtynyt näiden palveluiden puolelle. Tähän voi osittain syynä olla myös yritysten verkkopreesenssin laajentuminen.

Suuri käyttäjämäärä ja työmaailman preesenssi tekevät näistä palveluista toimivia alustoja työn hakemiseen, ammattiosaamisen esittämiseen ja eri alojen ammattilaisten väliseen viestintään. Mahdollisia vaihtoehtoja näihin tarpeisiin on yhtä paljon kuin vaatimuksiakin. Tässä osassa tutkitaan tarkemmin yhteisö- ja verkostoitumispalveluiden ominaisuuksia, hyötyjä, haittoja sekä puutteita.

### 1.1.1. Vertailutaulukko

	LinkedIn	Facebook	Twitter	Google+	Instagram	YouTube	Pinterest
<b>Osaamisen esittäminen tekstimuodossa</b>	Kyllä, täytettävän CV-tyylinen profiilin avulla ja/tai luoden esityksiä SlideSharessa.	Julkaisujen ja profiiliin lisättävien koulutus, työpaikka ynnä muiden tietosisoioiden avulla.	140 merkkiin rajattuihin twiitteihin ja osittain myös profiiliin esittelytekstiin.	Tekstiä saa luotua julkaisuihin tai kommentteihin. Sisältöä voi tuoda muista medioista jakamalla. Myös käyttäjäprofiiliin saa lisättyä omia tietoja.	Tekstiä voi luoda jakamalla kommentteja eri tahojen kanssa tai lisäämällä tietoja lisätyihin kuviin ja videoihin.	Osaamista voi näyttää esittelytekstinä kanavalla, videoiden kuvauksissa tai kommentteissa.	Omia taitoja ja mielenkiinnon kohteita voi jakaa pinssien avulla. Niistä voi koota aihealueita työnhakua varten.
<b>Mahdollisuus lisätä kuvia ja/tai videoita</b>	Kyllä, Professional Portfolion, profiilikuvan ja SlideSharen avulla. Premium-palvelussa myös kansikuva profiiliin.	Kuvia ja videoita voi lisätä tietokoneelta tai jakamalla muista palveluista. Myös profiilikuva ja kansikuva ovat vaihdettavissa.	Twiittiin voi ladata kuvan tietokoneelta tai toisesta palvelusta jaettuna. Myös profiilikuvan ja kansikuvan lisääminen onnistuu.	Kuvia ja videoita voi julkaista tietokoneelta, mobiililaitteesta tai toisesta palvelusta jaettuna. Profiilikuva ja kansikuva on lisättävissä.	Kuvia ja videoita voi ladata tietokoneelta ja mobiililaitteelta. Profiilikuva on lisättävissä.	Palveluun voi lisätä videoita. Kuva on mahdollista lisätä ainoastaan profiilikuvaan ja kansikuvaan. Tämän lisäksi voi luoda kanavalle esittelyvideon.	Kuvia ja videoita voi ladata tietokoneelta mobiililaitteista. Muiden käyttäjien sivuja/pinnejä voi liittää omalle taululle. Profiilikuva on vaihdettavissa.
<b>Suomenkielisyys</b>	Ei Suomen kieltä. Arviota sen tulemisesta ei ole.	On automaattisesti Suomen kielellä.	On automaattisesti Suomen kielellä.	On automaattisesti Suomen kielellä.	On automaattisesti Suomen kielellä.	On automaattisesti Suomen kielellä.	On automaattisesti Suomen kielellä.
<b>Käyttäjän aktiivisuudesta riippuvainen</b>	Vaatii päivittämistä, kontaktien luomista ja sisällön jakamista, että pysyy näkyvillä.	Sisällön jakamisen ja päivityksien lisääminen useasti ei ole pakollista, mutta hyödyn saamiseksi kannattaa olla aktiivinen.	Voi vaatia päivittäistä sisällön päivittämistä.	Sisältöä ei tarvitse päivittää palvelun usein.	Sisältöä ei tarvitse päivittää palveluun kovin tiheään tahtiin, mutta se helpottaa näkyvillä pysymistä.	Sisältöä ei tarvitse lisätä palveluun kuin tarpeen mukaan, jos käyttää sitä erityisesti video-CV:n jakamiseen.	Sisältöä ei tarvitse päivittää palveluun tiheään tahtiin, mutta se helpottaa näkyvillä pysymistä.
<b>Helppo yhteydenotto henkilöön (ks. ilmainen käyttö/tarkastelu)</b>	Riippuu profiilin näkyvyysasetuksista, onko yhteystietoja asetettu julkiseksi.	Riippuu profiilin näkyvyysasetuksista, onko yhteystietoja asetettu julkiseksi.	Riippuu profiilin näkyvyysasetuksista, onko yhteystietoja asetettu julkiseksi.	Riippuu profiilin näkyvyysasetuksista, onko yhteystietoja asetettu julkiseksi.	Riippuu profiilin näkyvyysasetuksista, onko yhteystietoja asetettu julkiseksi.	Riippuu profiilin näkyvyysasetuksista, onko yhteystietoja asetettu julkiseksi.	Riippuu profiilin näkyvyysasetuksista, onko yhteystietoja asetettu julkiseksi.
<b>Työnantajien presenssi</b>	Suomalaisista yrityksistä 50% [3] käyttää LinkedIniä.	Nykyään suomalaisista yrityksistä 61% [3] käyttää palvelua.	Suomalaisista yrityksistä 41% [3] käyttää Twitteriä.	Suomalaisista yrityksistä vain noin 15% [3] on palvelussa mukana.	Suomalaisista yrityksistä vain noin 13% [3] on palvelussa mukana.	Suomalaisista yrityksistä 59% [3] käyttää YouTubea.	Suomalaisista yrityksistä vain noin 15% [3] on palvelussa mukana.
<b>Helppokäyttöisyys</b>	Suomen kielen puuttumisen lisäksi ohjeita ja tietoja palvelusta vaikea saada sen hajanaisuuden vuoksi.	Suomen kieli ja laajat ohjeet on saatavilla. Palvelun ulkoasu on yksinkertainen ja toimiva.	Suomen kieli saatavilla, mutta kaikkia ohjeita ei ole käännetty. Muuten palvelu on ulkoasultaan yksinkertainen ja toimiva.	Suomen kieli ja laajat ohjeet on saatavilla. Palvelun ulkoasu on yksinkertainen ja toimiva.	Suomen kieli ja laajat ohjeet on saatavilla. Palvelun ulkoasu on yksinkertainen ja toimiva.	Videoiden luominen ja editointi on ainakin pyritty tekemään yksinkertaiseksi ja helpoksi.	Vaatii visuaalista otetta, että CV:stä tulisi hyödyllinen ja näyttävä.

<b>Sisällön viesti palvelusta (esimerkiksi toisiin medioihin)</b>	Sisältöä voi jakaa eri palveluiden kesken molempiin suuntiin. Tämä helpottaa tilannetta, missä käyttäjällä on useampi palvelu käytössä.	Sisältöä voi jakaa eri palveluiden kesken molempiin suuntiin. Tämä helpottaa tilannetta, missä käyttäjällä on useampi palvelu käytössä.	Sisältöä voi jakaa eri palveluiden kesken molempiin suuntiin. Tämä helpottaa tilannetta, missä käyttäjällä on useampi palvelu käytössä.	Palvelusta voi jakaa Facebookiin, Twitteriin tai muualle URL-linkin avulla, mutta palveluun ei voi jakaa sisältöä muista sosiaalisen median palveluista, URL-linkkejä lukuun ottamatta.	Kuvia ja videoita saa jaettua LinkedIniin ja Facebookiin. Viimeiseksi mainittuun palveluun voi liittää Instagram-profiilin ja jakaa sisältöä suoraan Facebookiin.	Palveluun ladatut videot voi jakaa yleisimpiin palveluihin.	Pinssejä voi jakaa muille käyttäjille esimerkiksi LinkedIniin ja Facebookiin. Selaimiin on saatavissa Pinterest-nappi, jolla voi "pinnata" sisältöä ja jakaa niitä muihin palveluihin.
<b>Ilmainen käyttö/tarkastelu</b>	Ilmainen, mutta maksullinen Premium-palvelu tuo joitain ominaisuuksia mitkä ovat muissa ilmaisia. Työnhakijalle tarkoitettu versio siitä on 29.95 \$/kk. Tarkastelu riippuu näkvyysasetuksista.	Sisällön tarkastelu on ilmaista, mutta ilmoitus kirjautumisesta ilmestyy pienen käytön jälkeen.	Sisällön tarkastelu on ilmaista, mutta käyttäminen vaatii kirjautumisen palveluun.	Sisällön tarkastelu on ilmaista, mutta käyttäminen vaatii kirjautumisen palveluun.	Sisällön tarkastelu on ilmaista, mutta käyttäminen vaatii kirjautumisen palveluun.	Sisällön tarkastelu on ilmaista, mutta käyttäminen vaatii kirjautumisen palveluun.	Ilmainen. Sivusto kuitenkin vaatii kirjautumaan sisään pienen käytön jälkeen.
<b>Personointi</b>	Ulkoasu ei ole kovin muokattavissa, paitsi Premium-versiossa saa kansikuvan asetettua.	Profiilikuvan ja kansikuvan voi vaihtaa.	Ulkoasua voi jonkin verran muokata: Profiilin värityksiä, kansikuvaa ja profiilikuvaa voi vaihtaa.	Kansikuvan ja profiilikuvan voi vaihtaa.	Profiilikuvan voi vaihtaa.	Kansikuva ja kanavakuva vaihdettavissa. Lisäksi pystyy myös lisäämään esittelyvideon ja kommenttipalstan kanavaan.	Profiilikuvan voi vaihtaa.
<b>Yksityisyys</b>	Kaikki tiedot näkyvät oletuksena julkisesti, mutta yksittäisiä profiilin osia voi piilottaa kokonaan, tai niiltä, jotka eivät ole kirjautuneena palveluun.	Yksittäisiä julkaisuja ja tietoja voi määrittää näkymään julkisena, tietyille ryhmälle.	Twiiit näkyvät joko julkisesti kaikille tai vain seuraajille.	Kaikki muu tieto on käyttäjän piilotettavissa, paitsi nimi, profiilikuva ja kansikuva ja esittelyteksti.	Julkaisut ovat oletuksena kaikille julkisia, mutta ne voi piilottaa muilta ulkopuolisilta. Lisäksi Instagram Direct -sovelluksella voidaan lähettää muille käyttäjille yksityisesti kuvia, videoita.	Profiilia ei voi piilottaa, mutta videot voi asettaa yksityiseksi, julkiseksi tai vain linkin saaneille saataviksi.	Pinssejä voi piilottaa laittamalla ne salaisiin tauluihin ("secret boards"). Pinssit voi myös piilottaa hakukoneilta.
	<b>LinkedIn</b>	<b>Facebook</b>	<b>Twitter</b>	<b>Google+</b>	<b>Instagram</b>	<b>YouTube</b>	<b>Pinterest</b>

### 1.1.2. Vertailutaulukon kriteerien selitykset

Alhaalla olevassa taulukossa selitetään, mitä valituilla kriteereillä on tarkoitettu.

Kriteeri	Selitys
Osaamisen esittäminen tekstimuodossa	Pystyykö palveluun lisäämään tekstinä tietoja, joista mahdollinen työnantaja olisi kiinnostunut. CV:n tapaan joissain palveluissa pystyy täyttämään esimerkiksi työpaikan ja koulutuksen. Kriteerissä otetaan huomioon myös kaikki muu tekstimuotoinen sisällöntuotto, joilla henkilö voi esitellä itseään.
Mahdollisuus lisätä kuvia ja/tai videoita	Mediatiedostoja voi lisätä tietokoneelta tai jakaa sisältöä muista palveluista. Tämä on tärkeä osa osaamisen näyttämistä varsinkin niissä tapauksissa, missä teksti ei pysty kuvaamaan kokonaisuutta tarpeeksi hyvin.
Suomenkielisyy	Mahdollisuus käyttää palvelua ja sen toiminnallisuuksia omalla äidinkielellään on tärkeä ominaisuus vähemmän kielillä osaaville ihmisille.
Käyttäjän aktiivisuudesta riippuvainen	Osa palveluista vaatii tiheämpää sisällön tuottamista kuin toiset palvelut. Se, että onko se hyvä asia, riippuu paljon käyttäjästä ja hänen päämääristä palveluiden käytössä.
Helppo yhteydenotto henkilöön	Kuinka helposti henkilöön voidaan ottaa yhteyttä, riippumatta siitä onko yhteyttä ottava osapuoli itse palveluun rekisteröityneenä tai ovatko yhteystiedot julkisia.
Työnantajien preesenssi	Työnantajien läsnäolo palveluissa yleensä edistää kyseisten palveluiden käyttöä työhaussa. Moniin yrityksiin saa esimerkiksi yhteyden suoraan palveluissa ja monet julkaisevat siellä myös työpaikkailmoituksia.
Helppokäyttöisyys	Tietotekniikkataitojen vähäisyys voi tehdä joistakin palveluista vaikeampia käyttää ja hyödyntää täysin.
Sisällön vienti ja tuonti palvelusta (esim. toisiin medioihin)	Visuaalisen sisällön jakaminen vaivattomasti kahden palvelun välillä, kuten LinkedInin ja Facebookin, sisäänrakennetun toiminnallisuuden/ominaisuuden avulla voi parantaa omaa verkostoitumista työelämässä.
Ilmainen käyttö/tarkastelu	Palvelun liittyvät mahdolliset kustannukset ovat usein tärkeä osa valintaa. Lisäksi jos käyttäjän tuottama sisältö palveluissa on piilotettu ei-sisään-kirjautuneelta, monet mahdolliset työnantajat eivät välttämättä pääse niitä tarkastelemaan. Onhan myös mahdollista olettaa, että jokainen työnantaja olisi jokaisessa palvelussa mukana.
Personointi	Palvelun käyttöliittymää ja/tai ulkoasua voi muokata. Tätä ominaisuutta voidaan hyödyntää joukosta erottumiseen.
Yksityisyys	Kuinka paljon palvelussa pystyy määrittämään muille näkyviä tietoja tietojen näkymistä muille. Aihe on kuitenkin ristiriitainen, sillä julkinen näkyvyys kaikille puolestaan voi tuoda ongelmia yksityisyyden suhteen.

### 1.1.3. Yleistävä arviointi taulukon palveluista

Tässä taulukossa arvioidaan palveluita itsenäisenä vertailematta niitä keskenään ja tutkitaan, mitkä ominaisuudet tekevät niistä toimivan työosaamisen esittämistä varten.

Palvelu	Tiivistelmä
LinkedIn	<p><b>Työmaailmaan keskittynyt palvelu</b></p> <p>Yksi erityisen hyvä puoli LinkedInissä on sen keskittyminen juuri työelämään. Tämä ainakin varmistaa, ettei palvelun ympärillä toimi sellaisia ominaisuuksia, millä ei työnhaun tai ammattiverkostoitumisen kanssa ole mitään tekemistä. Toisaalta henkilökotaisten tietojen leviäminen ei-toivotuille tahoille ei ole suotavaa, koska se mahdollisesti vaikeuttaa työpaikan saantia.</p> <p><b>CV-tyylinen profiili</b></p> <p>Osaamisen ja saavutusten esittämiseen CV-tyylinen ulkoasu profiilissa on todella toimiva ratkaisu. Siinä eri osiot tietoineen ovat aseteltu käyttäjän määrittämään järjestykseen. Lisäksi muut profiilitiedot voi täydentää seuraaviin osioihin: Työkokemus, Koulutus, Taidot, Yleiskuvaus, Projektit, Kielitaito, Julkaisut, Organisaatiot, Kunniainninnat ja palkinnot, Koetulokset, Kurssit, Patentit, Sertifioinnit, Vapaaehtoistyö/aatteellinen toiminta.</p> <p><b>Suomalaisten käyttäjien määrä</b></p> <p>Vuoden 2016 aikoihin suomalaisia käyttäjiä oli jo noin 850 000<sup>[5]</sup> kappaletta. Tämä helpottaa jo paljon Suomessa sijaitsevien kontaktien luontia. Mikäli LinkedIn olisi myös suomenkielinen, saattaisi suomalaisia käyttäjiä olla huomattavastikin enemmän.</p> <p><b>Mahdollisuus lisätä kuvia ja videoita</b></p> <p>Tärkein kuva missä tahansa sosiaalisen median palvelussa on varmasti profiilikuva. Mutta tämän lisäksi käyttäjä voi lisätä LinkedIniin kuvia ja videoita yhteenvedo-, kokemus- ja koulutusosioihin käyttämällä Professional Portfolio-ominaisuutta. Entisten projektien, työnäytteiden ym. kuvien asettelu sopiviin osioihinsa tuo tekstin rinnalle tärkeän, visuaalisen näkymän käyttäjän taidoista. Vaikka kuvat saa ladattua palveluun suoraan tietokoneelta, videot pitää sijaita kolmannen osapuolen palvelussa, kuten YouTube, Vimeo, Hulu, Ustream, Brightcove.</p> <p><b>Suosituksien saanti verkostolta</b></p> <p>LinkedIn-profiiliin voi saada suosituksia oman verkoston henkilöiltä. Ominaisuus toimii siten, että on käyttäjän määrittelemä lista hänen erilaisista taidoistaan, joita verkosto pystyy sitten pisteyttämään oman mielensä mukaan. Yksittäinen verkoston jäsen voi valita myös useamman taidon, minkä tietää suosittelavalla olevan.</p> <p><b>SlideShare</b></p> <p>SlideShare on LinkedInin omistama esitystenjakopalvelu, mihin LinkedInin tai varta vasten SlideShareen rekisteröityneet voivat jakaa Powerpoint-, PDF-, Keynote- tai OpenDocument-formaateissa olevia esityksiä. Sen lisäksi, että sitä voi käyttää hyvin tehokkaana oppimisyökaluna, on silläkin oma osansa työosaamisen näyttämässä; omaan alaan liittyvien esitysten luonti voi tuoda arvokasta tietoa muille ja mahdollisen työnantajan silmiin se osoittaa tietämystä ja mielenkiintoa alaa kohtaan.</p>

### Suomenkielisyyden puuttu

Kuten aikaisemmin mainittiinkin, suomen kielen puute rajoittaa monien suomalaisten liittymistä LinkedIniin. Ongelma on siinä mielessä kaksipiippuinen, kun suomalaisia ei rekisteröidy palveluun tarpeeksi monta, LinkedIn ei välttämättä pidä tarpeellisenä tai tuottavana tehdä palvelusta suomenkielistä. Palvelun suomenkielisyyden saattaisi tuoda huomattavasti lisää käyttäjiä verrattuna nykytilanteeseen.

### Vaatii aktiivisuutta

Monille ongelmaksi voi muodostua aktiivisuus ja jatkuva verkostojen laajentaminen LinkedInissä. Siinä pitää olla aktiivinen sisällöntuotun ja verkostoitumisen suhteen, joka auttaa pysymään näkyvillä palvelun verkostoissa.

### Osa ominaisuuksista maksullisia

Esimerkiksi profiilin kansikuva, vierailijoiden seuranta ja parempi näkyvyys hakutuloksissa ovat maksullisissa LinkedIn Premiumissa. Vaikka vahvistettu näkyvyys ja statistiikka eivät niin tarpeeseen tuliskaan, olisi hyvä, jos edes InMail-viestit olisivat ilmaisia myös ilmaiskäyttäjälle. InMail mahdollistaa yksityisviestien lähettämisen oman verkoston ulkopuolella oleville. Vieläkin enemmän ihmetystä aiheuttaa, että jopa maksullisena versiona lähetettävien viestien määrä on rajattu ja niitä täytyy ostaa lisää tarpeen mukaan.

### Vieläkin hieman kapea skaala käyttäjien ammateissa?

Vaikka LinkedIn leviää Suomessa kaiken aikaa, on suomalaiskäyttäjien edustamien toimialojen skaala aika pieni. Kolme yleisintä alaa suomalaisten käyttäjien keskuudessa ovat IT-, tutkimus- ja telekommunikaatioalat [4]. Muiden yleisten ammattien tekijöitä on vielä vähän palvelussa mukana. Työnhakijalla voi olla hankalaa verkostoitua oman alan ammattipiireihin palvelun kautta.

---

**Avainominaisuudet:** CV-tyylisyys, Tehty työmaailmaan

Facebook

### Suomenkielinen palvelu

Palvelu toimii suomenkielellä ja sillä on sosiaalisista medioista ehkä kattavimmat suomenkieliset ohjeet.

### Korkea käyttäjämäärä

Facebook on tällä hetkellä Suomen suosituin yhteisö- ja verkostoitumispalvelu, jonka käyttäjiä on noin 74,5 % (elokuu 2015 - elokuu 2016, [11]) suomalaisista. Käyttäjiin sisältyy myös 61% [3] sosiaalista mediaa markkinoinnissaan hyödyntävistä suomalaista yrityksistä. Nämä seikat tekevät Facebookista hyvän alustan työelämään liittyvässä verkostoitumisessa. Vaikka monet yritykset jakavat avoimia työpaikkojaan palvelussa, on ilmoituksista suurin osa kuitenkin työnhakuun liittyvissä ”ryhmissä”.

### Sisältöjen katseleminen

Sisältöä voi selata ilmaiseksi eikä palveluun välttämättä tarvitse rekisteröityä käyttäjäksi. Sisällön näkyvyys riippuu kuitenkin käyttäjän yksityisyysasetuksista. Yhteydenotto palvelussa ei onnistu ilman sisäänkirjautumista, joten ainoaksi toivoksi jää, että käyttäjä on jättänyt yhteystietojansa julkiseksi. Palvelua voi käyttää tietokoneen lisäksi myös mobiililaitteiden selaimissa tai ladattavana sovelluksena.

### Sisällön luonti monipuolista

Palveluun saa lisättyä ja jaettua mediaa, kuten kuvia, videoita ja linkkejä ulkopuolisille sivustoille. Tekstin osalta, Facebookista saa monipuolisemman ja hieman LinkedInin tuntuisen lisäämällä itsestään tietoja niille tarkoitettuihin osioihin. Työmaailmaan näistä osioista sopivat erityisesti esittelyteksti, työ- ja koulutushistoria, yhteystiedot ja linkit toisiin sosiaalisiin medioihin sekä kotisivuihin. Tietenkin seinälle tehtäviä julkaisuja kannattaa hyödyntää esimerkiksi jakamalla omaan ammattiin liittyvää mielenkiintoista sisältöä verkosta.

### Muiden ominaisuuksien hyödyntäminen

Julkaisuissa kannattaa hyödyntää niin kutsuttuja ”hashtageja”, jotka ovat käytössä nykyään melkein kaikissa yhteisö- ja verkostoitumispalveluissa. Hashtagit toimivat ikään kuin aihetunnisteina julkaisuille. Jos esimerkiksi puuseppä jakaisi palvelussa kuvia omista tuotoksistaan, hän voisi laittaa hashtagiksi vaikka #puutyö tai #ammattiosaaminen. Kun joku kirjoittaa Facebookin hakukenttään aihetunnisteen, hän saa listan kaikista julkaisuista (julkaisijan yksityisyysasetuksista riippuen) missä aihetunnistetta on käytetty.

### Ulkoasun muokattavuus

Ulkoasua voi muuttaa vain profiilikuvan ja kansikuvan osalta. Monipuolisemman hyödyn palvelusta saisi, jos profiilin osioiden sijainnit olisivat vapaammin sijoiteltavissa. Jos esimerkkinä ottaa käyttäjän, joka haluaa esitellä ammatillista osaamistaan, olisi järkevää sijoittaa tarkemmat tiedot työ- ja koulutushistoriasta hyvin näkyville. Tällä hetkellä kyseisiä tietoja voi selata tarkemmin vain ”Tietoja”-osiossa. Profiilin etusivusta isoimman tilan vie julkaisuille tarkoitettu seinä, kuvat ja kaverilista.

### Yksityiselämä vs. työelämä

Hyvin harvat tekevät Facebookiin käyttäjätiliä pelkästään työnhakua ja ammatillista verkostoitumista varten. Myöskään ne, joilla on jo ennestään käyttäjätili, eivät halua pyhittää profiiliaan vain töihin liittyviin asioihin. Ongelmaksi muodostuukin, että mitä käyttäjä omasta henkilökohtaisesta elämästään haluaa tai kannattaa paljastaa mahdolliselle työnantajalle.

### Aktiivisuus

Käyttäjältä vaaditaan jonkin verran aktiivisuutta ja perehtymistä ominaisuuksien hyödyntämiseen ja oman näkyvyyden parantamiseen. Tietenkin aktiivisuus lisää myös mahdollisten työnantajien mielenkiintoa.

---

**Avainominaisuudet:** Monipuolinen sisältö, Suosio yksityisten ja yritysten keskuudessa, Työnantajien preesenssi

Twitter	<p><b>Sisältöjen katseleminen</b> Twitteriin kirjoitettuja viestejä, eli ”twiittejä”, voi katsella vapaasti, mutta niiden näkyvyys riippuu kuitenkin tilin asetuksista (ks. Yksityisyys). Kuten lähes kaikista sosiaalisen median palveluista, palvelusta on saatavilla mobiiliversiolle sopiva internet-sivu ja ladattava sovellus puhelimen sovelluskaupasta.</p> <p><b>Twitter käytössä</b> Twiittejä voidaan kohdentaa aihetunnisteilla, eli hashtagilla. Palvelussa olevan sisältömäärän vuoksi on hyvä opetella käyttämään aihetunnisteita mahdollisimman tehokkaasti ja twiitin sisältöön osuvaksi. Uudelleentwiittaus mahdollistaa esimerkiksi omaan ammattialaan tai yleiseen mielenkiinnon kohteeseen liittyvien twiittien jakamisen oman verkoston henkilöiltä. Twiitteihin pystyy lisäämään myös kuvia ja videoita, mitä kannattaa hyödyntää ammattiosaamisensa esittämisessä. Tämä tulee tarpeeseen erityisesti Twitterin kaltaisessa palvelussa, missä tekstin avulla pystyy ilmaisemaan loppujen lopuksi hyvin vähän. Palveluun luodut twiitit voidaan jakaa eteenpäin esimerkiksi Facebookiin.</p> <p><b>Yksityisyys</b> Tuotettu sisältö on pääsääntöisesti julkista, mikä tarkoittaa, että kaikki Twitter-viestit ovat muiden käyttäjien katsottavissa ja jaettavissa. Käyttäjätilin voi muuttaa myös yksityiseksi, mutta yleisesti kannattaa tili pitää julkisena työnhaun ja verkostoitumisen kautta saamisen hyödyn vuoksi. Twitter antaa kuitenkin mahdolliseen jakaa twiitit vain käyttäjän omille seuraajille.</p> <p><b>Muita ominaisuuksia ammatti-Twitteriin</b> Nykyään Twitterin omalla sovelluksella voi kuvata 160 sekunnin pituisia videoita ja editoida niitä ennen julkaisemista. [9]</p> <p><b>Suomenkielinen palvelu, silti hiljainen käyttäjäryhmä</b> Twitter ja sen ohje on pääosin käännetty suomeksi. Twitter ei ole Suomessa kovin suosittu palvelu, sillä vielä helmikuussa 2014 käyttäjistä vain 5 prosenttia oli Suomesta [6]. Kaiken lisäksi palvelun maailmanlaajuinen suosio on koko ajan vähenemässä [7].</p> <p><b>Aktiivisuus</b> Jokainen yksilönä harkitsee oman tavan ja laajuuden, jolla haluaa toimia palvelussa.</p> <p><b>Rajoitukset</b> Viestikentän ja profiilitestin koko on rajoitettu 140 merkkiin.</p> <hr/> <p><b>Avainominaisuudet:</b> Twiittien kohdennus hashtagilla, Kuvien ja videoiden lisääminen, Yksinkertainen viestintätyökaluna</p>
Google+	<p><b>Monta hyödyllistä palvelua samoilla tunnuksilla</b> Googlen käyttäjäksi rekisteröityessä saa samalla käyttäjätunnuksella käyttöön kaikki Googlen palvelut. Näihin kuuluvat mm. Gmail-sähköposti, Drive-pilvitalennus, Youtube-videopalvelu ja kalenteri. Tämä tuo mukanaan paljon hyödyllisiä ominaisuuksia samoilla tunnuksilla, mikä on käyttäjälle suuri apu. Esimerkiksi jos lähettää sähköpostia Gmailin kautta, voidaan liitteet ottaa Google Drivestä.</p> <p><b>Tekstin, kuvan ja videon jakaminen</b> Palveluun voidaan lisätä kuvia tietokoneelta tai linkkien avulla muualta internetistä. Jostain syystä videot pitää kuitenkin lisätä linkkien avulla Youtubesta tai muista videopalvelusta. Syynä saattaa olla, että Google haluaa pitää omistamansa YouTuben ainoana vaihtoehtona videoiden lisäämiseen.</p> <p><b>Kokoelmat</b> Kokoelmat ovat aihepiireittäin kansioituja julkaisuja, joita kuka tahansa käyttäjä voi luoda rajattomasti. Tätä ominaisuutta voidaan hyödyntää käyttämällä sitä LinkedInin osioiden tavoin: yksi kokoelma työnäytekuville, yksi kokoelma kirjoituksia esimerkiksi työkokemuksesta jne. Jokainen kokoelma voidaan määritellä näkymään julkiseksi, omalle ”piirille” tai yksityiseksi.</p> <p><b>Sisällön jakaminen palvelusta</b> Palvelussa tuotettua sisältöä saa jaettua eteenpäin Facebookiin, Twitteriin tai jakamalla suoraa linkkiä missä tahansa. Valitettavasti Google ei ole tehnyt mahdolliseksi jakaa muiden sosiaalisten medioiden sisältöä palveluun. Poikkeuksena tietenkin, jos lähettää URL-linkin esimerkiksi Twitteriin lisätystä twiittauksesta.</p> <p><b>Suomenkielisyys</b> Google+, kuten kaikki muutkin Googlen palvelut, ovat saatavilla kokonaan suomenkielisinä.</p> <p><b>Käyttö suomalaisessa työmaailmassa</b> Käyttö suomalaisten yritysten kesken on noin 15 prosenttia. Vaikka lukuja siitä, kuinka monet käyttävät palvelua työnhakuun ja/tai osaamisen esittämiseen ei ole, on varmaan ihan turvallista väittää niiden lukujen olevan aika pienet. Ominaisuuksiltaan Google+ voisi olla hyvinkin toimiva ja yksinkertainen vaihtoehto työelämän sosiaalisessa mediassa.</p> <hr/> <p><b>Avainominaisuudet:</b> Monta hyödyllistä palvelua samoilla tunnuksilla, ”Kokoelmat”.</p>
Instagram	<p><b>Palvelun kieli</b> Suomenkielinen versio saatavilla ohjeineen.</p> <p><b>Käyttäjäryhmän laajuus</b> Suomessa vain 13 prosenttia yrityksistä on aktiivisina käyttäjinä palvelussa. [3]</p> <p><b>Yksityisyys</b> Instagram-tili on pääsääntöisesti aina julkinen. Sen voi muuttaa yksityiseksi, jolloin vain hyväksytyt seuraajat näkevät sisällön. Seuraajalistasi jakamiseen ja sisällön katsomiseen tarvitsee aina lähettää seuraamispyyntö. Jos jakaa kuvia tai videoita muihin yhteisöpalveluihin, niin sisällön näkyvyys riippuu Instagram-tiliä määrittetyistä julkisuusasetuksista.</p>



	<p><b>Sisältöjen katseleminen</b> Luotuja sisältöjä voi katsella tunnuksitta selaimella tai mobiililaitteilla. Omien kuvien, videoiden lisäämiseen ja pinnaukseen pitää olla kirjautuneena palveluun.</p> <p><b>Median julkaiseminen ja jakaminen</b> Palvelu tarjoaa alustan kertoa itsestään ja harrastuksista kuvilla, joka voi herättää mielenkiinnon työntekijöitä hakevien tahojen joukossa. Palveluun ladatut kuvat ja videot, pisimmillään 60 sekuntia [10], saa jaettava esimerkiksi LinkedIniin tai Facebookiin. On myös mahdollista linkittää Instagram-tili Facebook-profiiliin. Näin saa jaettava helposti esimerkiksi kuvattun videon suoraan Facebookiin.</p> <p><b>Instagram Direct</b> On Facebookin omistama Instagramin sovellus, jolla voidaan yksityisesti lähettää kuvia ja videoita, enintään 15 käyttäjälle, suora-viestinä. Viestin lähettäjän ja vastaanottajan seuraajat näkevät viestin sisällön reaaliaikaisesti. Tätä voisi käyttää hyödyksi esimerkiksi yrityksien ja työnhakijoiden välisessä tietojen jakamisessa, kuten työnäytteiden tai CV:n lähettämisessä mahdolliselle työnantajille. Sovelluksen voi ladata Android ja iPhone-puhelimeen sovelluskaupan kautta.</p> <p><b>Aktiivisuus</b> Palveluun ei tarvitse lisätä sisältöä usein, jos sitä käyttää vain työnhakutarkoituksissa.</p> <p><b>Muokattavuus</b> Palvelun ulkoasua ei voi muuttaa paljoa, lukuun ottamatta profiilikuvaa ja omia tietoja esittelytekstiin.</p> <p><b>Rajoitteet</b> Profiiliin esittelytekstiin voi kirjoittaa 150 merkkiä ja kuvatekstiin voi kirjoittaa 2200 merkkiä.</p> <hr/> <p><b>Avainominaisuudet:</b> Yksinkertaisuus, visuaalinen sisällöntuotto.</p>
YouTube	<p><b>Palvelun kieli</b> Kuten suurin osa Googlen suosituimmista palveluista, myös YouTube on myös suomenkielinen.</p> <p><b>Ammattikäyttäjryhmän laajuus</b> Koska palvelu on lähes standardi internetin videosuoratoistossa, ei tule yllätyksenä, että Suomessakin sosiaalista mediaa käyttävistä yrityksistä 59 prosenttia ovat palvelussa mukana. On siis hyvin todennäköistä, että tuleva työnantaja on jo käyttänyt palvelua. Tämä edistää helppokäyttöisyyttä työnantajan osalta, sillä epäselkeys palvelussa voisi käännäyttää monet pois.</p> <p><b>Sisältöjen katseleminen eri laittein</b> Videota voi katsoa tietokoneen lisäksi erilaisilla mobiililaitteilla, kuten tableteilla ja älypuhelimilla. Jo pelkästään mobiililaitteet käsittävät keskimäärin miljardi katselukertaa päivässä [8] sisältäen mobiiliselaimen, ja puhelinsovelluksien käytön. Vaikkei mahdollinen työnantaja välttämättä löytäisikään työntekijää mobiili-YouTubea selailemalla, ei voida kuitenkaan kiistää, etteikö YouTubea, tai minkään toisenkaan sosiaalisen median, mobiilikäyttö olisi tärkeä osa palvelun käyttäjäliikennettä. Palvelu osaa automaattisesti optimoida videon laadun käyttäjän internetyhteyden nopeuden mukaan.</p> <p><b>Median julkaiseminen ja jakaminen</b> YouTube on loistava ratkaisu Video-CV:n luomiseen. Tietenkin loppukäyttäjältä odotetaan taitoja kuvata ja mahdollisesti editoida videoita. Vaikka monet taidokkaammat saattavat käyttää tietokoneissaan ja mobiililaitteissaan olevia editointiohjelmiä, vaihtoehtona on käyttää YouTubea omaa Video Editoria, jolla pystyy leikkaamaan ja koostamaan videonpätkistä kokonaisuuksia sekä lisäämään musiikkia ja videotehosteita. Jos työnhakija haluaa ladata useamman videon, kannattaa hyödyntää YouTubea soittolistoja. Soittolistojen avulla tietyn aiheen videot voidaan luokitella omaan ryhmäänsä ja niitä voidaan toistaa peräkkäin. Ominaisuus on kätevä, jos henkilöllä on esimerkiksi useampia CV-videoita, työosaamisen videoita yms. Palveluun ladatut videot voidaan jälkikäteen jakaa esimerkiksi LinkedIniin tai Facebookiin.</p> <p><b>Kanavan muokattavuus</b> Käyttäjä voi muokata kanavaa ainakin riittävästi. Ehkä oleellisempia ovat kanavaan laitettavat käyttäjätiedot, kuten esittelyteksti, sähköpostiosoite, sosiaalisen median linkit ja muut verkkosivuosoitteet. Kanavalle voi luoda esittelyvideon, joka on erittäin kätevä tapa perehdyttää mahdollisia työnantajia siihen, mistä käyttäjässä ja hänen tarkoituksissaan on kyse. Lisäksi saa asetettua keskusteluvälilehden, johon sisään kirjautuneet katsojat voivat kommentoida kanavaa yleisesti ja olla yhteydessä käyttäjään.</p> <p><b>Aktiivisuus</b> YouTube ei vaadi käyttäjältä kovin paljoa aktiivisuutta, sillä se ei ole niinkään verkostoitumiseen, kuin sisällön tuottamiseen, tarkoitettu palvelu.</p> <p><b>Yksityisyys</b> Videot ovat oletuksena julkisia, mutta ne saa muutettua yksityisiksi tai piilotetuiksi. Piilotetun videon voi katsoa vain linkin saaneet henkilöt. Viimeiseksi mainitussa ominaisuudessa, mistä on hyötyä esimerkiksi tilanteessa, missä työnhakijalla on monta CV:tä useaa työpaikkaa varten ja ne halutaan näyttää vain asiaankuuluville henkilöille.</p> <p><b>Rajoitukset</b> YouTubeen ladattavan videon pituusraja on oletuksena 15 minuuttia, mutta tilin vahvistamisen jälkeen voi lisätä pidempiä videoita pysyen kuitenkin 128 GB tiedostokoon ja 12 tunnin keston rajoissa. Kanavaselityksen teksti on rajoitettu 1000 merkkiin.</p> <hr/> <p><b>Avainominaisuudet:</b> Videoiden lataaminen ja tarkastelu, Palvelun suosio</p>

Pinterest

### **Käyttö Suomessa**

Suomessa 15 prosenttia [3] yrityksistä ovat mukana palvelussa. Palvelun vahvuuksina ovat visuaalinen sisältö ja jakaminen. Pinterestin käyttäjien kokonaismäärä Suomessa on vähän yli 100 000 [7].

### **Sisältöjen katseleminen**

Yleisesti käytetyillä selaimilla, kuten Mozilla Firefox, voi katsella pinssejä. Käyttäjä voi myöskin ladata ilmaisen Pinterest-sovelluksen mobiililaitteelle. Sisältöä voi tutkia vain vähän aikaa, kun palvelu vaatii kirjaustumista palveluun.

### **Median julkaiseminen ja jakaminen**

Sivuston "taululle" voi lisätä pinnejä eli visuaalisia kirjanmerkkejä, jotka sisältävät mediaa, kuten kuvia ja videoita. Pinssejä voidaan liittää omalle taululle tai jakaa omille seuraajille tai muille käyttäjille. Myös muiden käyttäjien pinssejä/tauluja voi jakaa omassa taulussa. Pinterestiin voi tuoda sisältöä muista internetin palveluista tai viedä pinssejä muualle internetiin.

### **Kieli- ja ohjetuki**

Saatavilla on suomenkielinen versio, mutta kaikkia ohjeita ei ole käännetty alkuperäisestä kielestä.

### **Yksityisyys**

Palveluun ladattu sisältö on julkista, mutta niitä ei pysty kuitenkaan tarkastelemaan ilman sisään kirjautumista. Palveluun voi kirjautua myös Facebook-tunnuksilla, mikä helpottaa käyttöönottoa Facebookin käyttäjille. Oman profiilin saa asetettua yksityiseksi ja taulussa olevia pinssejä pystyy piilottamaan salaisiin tauluihin muiden käyttäjien nähtäviltä. Tämän lisäksi sisällön näkyvyyttä pystyy rajoittamaan erilaisiin yhteisöpalveluiden, kuten Facebookiin ja Twitteriin, suuntaan. Pinterest-tilin jokainen käyttäjä saa määrittellä sisältöjen näkyvyyden tarpeen mukaan, mutta näkyvyyteen pyrkiessä on oleellista pitää ainakin oleellisimmat sisällöt julkisena.

### **Aktiivisuus**

Jokainen yksilönä harkitsee oman tavan ja laajuuden, jolla haluaa toimia palvelussa.

### **Muokattavuus**

Palvelun ulkoasu on heikosti muokattavissa, profiilikuvaa ja esittelytekstiä lukuun ottamatta.

### **Rajoitukset**

Pinssiin voi kirjoittaa 500 merkkiä ja niitä voi kirjoittaa enimmillään 200 000 yhteen käyttäjätiliin. Tunnin aikana voi seurata enintään 300 ihmisen sisältöä ja pinssien tykkääminen 100 000:n saakka. Taulujen lisäämisen yläraja on 500 kappaletta. [12]

---

**Avainominaisuudet:** Visuaalisuus, Portfolio-tyylisyys

#### 1.1.4. Palveluiden arviointi kuvitteellisilla ryhmillä

Tähän taulukkoon on luotu ja selitetty kuvitteellisia ihmisryhmiä, jotka voisivat mahdollisesti käyttää sosiaalista mediaa työnhakuun liittyvissä asioissa. Jokaiselle ryhmälle arvioidaan tutkituista palveluista toimivien ratkaisujen ja muutaman vaihtoehdon. Ehdotukset perusteluineen ovat suuntaa antavia ja ne risteävät keskenään moneenkin käyttäjäryhmään sopivaksi.

Ryhmä ja sen kuvaus	Ehdotettu palvelu, vaihtoehdot ja perusteet
<b>Työelämän alussa olevat</b> Tähän ryhmään kuuluvat henkilöt, joilla ei ole pitkää työhistoriaa. He voivat olla esimerkiksi vielä alaikäisiä nuoria etsimässä kesätyöpaikkaa tai nuoria aikuisia hakemassa ensimmäistä kunnollista työpaikkaa. Ryhmän tarpeissa ei oteta huomioon kielitaitoa tai tietotekniikan osaamisen tasoa.	<b>Ehdotettu palvelu, vaihtoehdot ja perusteet</b> <b>Ehdotettu palvelu: Facebook</b> Facebook toimii tehokkaimpana ratkaisuna tälle ryhmälle, koska se on Suomen suosituin sosiaalisen median sivusto, jossa on mukana myös valtaosa sosiaalista mediaa toiminnassaan käyttävistä yrityksistä. Tämän lisäksi palvelussa on paljon työnhakuun liittyviä ryhmiä ja sivustoja. Facebook tarjoaa kaikki oleelliset työkalut osaamisen esittämiseen kirjallisesti sekä visuaalisesti. Kaiken lisäksi palvelusta on tehty todella helppokäyttöinen. <b>Muita vaihtoehtoja: LinkedIn, YouTube</b> LinkedIn tarjoaa Facebookiakin monipuolisemman ja käyttötarkoitukseen sopivamman alustan, mutta monet palvelun tarjoamat mahdollisuudet voivat olla kyseiselle ryhmälle hieman yliammuttuja. YouTube taas toimii loistavana vaihtoehtona, jos haluaa julkaista ja jakaa video-CV:n.
<b>Kauemmin työelämässä olleet</b> Ihmiset, joilla on taustalla pidempi työhistoria tai ura. Heidän tarpeisiinsa voi kuulua uusien työpaikkojen löytäminen ja verkostoituminen entisten ja nykyisten työntekijien/kollegoiden kanssa. Ryhmän tarpeissa ei oteta huomioon kielitaitoa tai tietotekniikan osaamisen tasoa.	<b>Ehdotettu palvelu: LinkedIn</b> Ihmisille, joilla on jo pitkä työhistoria, voi olla tarvetta verkostoitua uusien ja vanhojen työntekijien/kollegoiden kanssa. LinkedIn tarjoaa sitä varten kaikki olennaiset toiminnallisuudet. Kauemmin työelämässä olleilla on myös todennäköisesti enemmän historiaa eri työpaikoista ja saavutuksista. Kyseiset tiedot saa näyttävästi nähtävillä palvelun CV-tyyliseen profiiliin. Hyödyntämällä LinkedInin SlideSharea ja Professional Portfoliota käyttäjä saa mahdollisuuden esittää myös visuaalisesti taitojensa kuvien, videoiden ja esitysten avulla. <b>Muita vaihtoehtoja: Facebook, YouTube</b> Kuten edellisessäkin ryhmän kanssa, myös kauemmin työelämässä olleille Facebook on toimiva ratkaisu yksinkertaisuutensa ja käyttäjämäärän laajuuden vuoksi. Palveluun voi lisätä yleiset tarpeelliset tiedot, kuvia sekä videoita. YouTubea voi käyttää video-CV:n luomiseen.
<b>Heikompi kielitaito ja/tai heikompi tietotekniikan osaaminen</b> Ryhmällä on kielitaidon puutteiden vuoksi tarve suomenkieliselle palvelulle, mitä on helppo oppia käyttämään, eikä se vaadi ainakaan liikaa tietoteknisen terminologian osaamista.	<b>Ehdotettu palvelu: Facebook</b> Tälle ryhmälle Facebook toimii parhaiten helppokäyttöisyyden, suomenkielisyyden ja silti monipuolisuutensa vuoksi. Palvelun käyttöönotto ei vaadi paljoa ponnistelua ja käytöstä on tehty hyvin loogista ja selkeää sekä ominaisuuksien, että käyttöliittymän osalta. <b>Muita vaihtoehtoja: Twitter, Google+, YouTube</b> Suomenkielisyyden ja teknisen käytettävyyden vuoksi Twitter, Google+ tai YouTube ovat varteenotettavia palveluita niille, joiden kieli- ja/tai tietotekninen osaaminen on pienempää. Etuna on, että kyseiset palvelut eivät vaadi paljoa käyttöönoton tai käytön oppimisen suhteen. Näissä palveluissa on kuitenkin omat syynsä, miksi ne eivät välttämättä ensisijaisiksi vaihtoehdoksi sovi. Esimerkiksi Twitterissä sisällöntuottoon tehdyt rajoitukset (merkkirajoitukset yms.) voivat vaatia paljon suunnittelua hyödyn maksimoimiseen. YouTubea ei ole itse palvelussa mitään monimutkaista, mutta hyödyllisen ja laadukkaan video-CV:n tekeminen vaatii kuitenkin suunnittelua ja toimivaa toteutusta myös teknilliseltä tasolta.
<b>Hyvä kielitaito ja/tai tietotekniikkaa paremmin osaavat</b> Tähän ryhmään kuuluvat ihmiset, joille englannin kielen ja tietotekniikan osaaminen ei tuota ongelmia.	<b>Ehdotettu palvelu: LinkedIn</b> Mahdollisuuksiensa ja suomen kielen puutteen vuoksi LinkedIn on toimivien tälle ryhmälle. Yleisesti tietotekniikkaa hallitsevat osaavat hyödyntää palveluita äärimmilleen, joten LinkedInin laajat ominaisuudet voisivat tulla suureksi tarpeeseen. <b>Muita vaihtoehtoja: Google+, Facebook, Twitter, YouTube</b> Kuten muidenkin käyttäjäryhmien osalta, Google+, Facebook ja YouTube toimivat hyvinä yleiskäytännöllisinä palveluina. Etuna näissä kolmessa on erityisesti käytännölliset ominaisuudet ja käyttäjämäärä.
<b>Visuaalisten alojen tekijät</b> Tähän ryhmään kuuluvat ihmiset, jotka pyrkivät taiteellisuutta vaativille aloille. Tämän vuoksi kirjallinen taidon näyttämiseen ei ole pääosassa. Ryhmän tarpeissa ei oteta huomioon kielitaitoa tai tietotekniikan osaamisen tasoa.	<b>Ehdotettu palvelu: Pinterest</b> Palveluratkaisua mietittäessä visuaalisten alojen ihmisille tärkein ominaisuus on tietenkin mahdollisuudet näyttää visuaalista osaamistaan. <b>Muita vaihtoehtoja: YouTube, Instagram, LinkedIn</b> Myös YouTube, Instagram ja LinkedIn ovat hyviä vaihtoehtoja visuaalisten alojen parissa työskenteleville. YouTube tarjoaa alustan video-CV:n julkaisuun ja Instagram ominaisuuksiltaan lähes samanvertaisen vaihtoehdon Pinterestille. LinkedInin hyödyt tulevat kuitenkin esiin, kun kyseessä on työ- ja koulutushistorian esittely kirjallisesta muodosta. Jos visuaalisen alan henkilö ottaisi LinkedInin käyttöön, hänen kannattaisi ehdottomasti tutustua LinkedInin Professional Portfolion ja SlideSharen käyttöön.

### 1.1.5. Yhteenveto

Kuten alussa mainittiin, ei ole vain yhtä oikeaa ratkaisua, kun puhutaan yhteisöpalveluiden hyödyntämisestä työelämässä. Käy ilmi, että ne samat palvelut, joita monet käyttävät päivittäin antamaan viihdettä ja hyötyä elämäänsä, voivat oikein käytettyinä olla erittäin tehokkaita työelämän apuvälineitä. Vaikka normaali käyttäjä hyödyntää palveluiden ominaisuuksia yleensä vain pintapuolisesti, pienellä kaivamisella selviää, että ne antavat enemmänkin mahdollisuuksia kuin rajoituksia. Ominaisuudet tietenkin vaihtelevat palveluittain, mutta loppujen lopuksi palvelun valinta on kokonaan käyttäjän omista mieltymyksistä ja tarpeista kiinni.

Teknologian kehittyessä kasvavaa vauhtia, uudet palvelut ja niiden mukanaan tuomat ominaisuudet mahdollistavat yhä helppokäyttöisempiä ja monipuolisempia tapoja käyttää internetiä hyödyksi työelämässä. Ajan kanssa on hyvin uskottavaa, että yhä enemmän työnhakuun liittyviä asioita hoidetaan sosiaalisessa mediassa. Loppujen lopuksi suurin ongelma on se, kuinka saada kaikki pysymään kehityksen perässä. Pitäisikö peruskouluissa opettaa syvemmin internetin hyötykäytöstä? Pitäisikö vanhemmille työikäisille järjestää enemmän kursseja aiheesta? Jos ja kun internet ja sen palvelut ottavat yhä suuremman roolin ihmisten elämää, tulee sen tapahtua mahdollisimman pienillä sivuvaikutuksilla ja ongelmilla. Sen ratkaisemiseen koulutuksella ja perehdyttämisellä on tärkein osa.

### 1.1.6. Lisätietoja tutkituista palveluista ja niiden ominaisuuksista

LinkedIn	<a href="https://www.linkedin.com/help/linkedin">https://www.linkedin.com/help/linkedin</a>
SlideShare	<a href="https://www.linkedin.com/help/slideshare">https://www.linkedin.com/help/slideshare</a>
Professional Portfolio	<a href="https://www.linkedin.com/portfolio">https://www.linkedin.com/portfolio</a>
Facebook	<a href="https://fi-fi.facebook.com/help/?ref=pf">https://fi-fi.facebook.com/help/?ref=pf</a>
Twitter	<a href="https://support.twitter.com/">https://support.twitter.com/</a>
Google+	<a href="https://support.google.com/plus#topic=6320376">https://support.google.com/plus#topic=6320376</a>
Instagram	<a href="https://help.instagram.com/">https://help.instagram.com/</a>
YouTube	<a href="https://www.youtube.com/yt/about/fi/">https://www.youtube.com/yt/about/fi/</a>
Pinterest	<a href="https://help.pinterest.com/fi?utm_campaign=signup_page&amp;utm_source=web">https://help.pinterest.com/fi?utm_campaign=signup_page&amp;utm_source=web</a>

### 1.1.7. Lähteet

[1] Theseus	Tulokset hakusanalle "työnhaku" <a href="https://www.theseus.fi/search?order=DESC&amp;rpp=10&amp;sort_by=0&amp;page=2&amp;query=ty%C3%B6nhaku&amp;etal=0">https://www.theseus.fi/search?order=DESC&amp;rpp=10&amp;sort_by=0&amp;page=2&amp;query=ty%C3%B6nhaku&amp;etal=0</a>
[2] Statista	Number of social network users worldwide from 2010 to 2020 (in billions) <a href="http://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/">http://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/</a>
[3] Kubo	Facebook käytetyin, LinkedIn tehokkain sosiaalisen median kanava yritysten sisältömarkkinoinnissa <a href="http://www.kubo.fi/facebook-kaytetyn-linkedin-tehokkain-sosiaalisen-median-kanava-yritysten-sisaltomarkkinoinnissa/">http://www.kubo.fi/facebook-kaytetyn-linkedin-tehokkain-sosiaalisen-median-kanava-yritysten-sisaltomarkkinoinnissa/</a>
[4] Somehow	LinkedIn-tilastot ja infograafi toukokuulta 2015 <a href="http://www.somehow.fi/linkedin-tilastot-ja-infograafi-toukokuulta-2015/">http://www.somehow.fi/linkedin-tilastot-ja-infograafi-toukokuulta-2015/</a>
[5] SlideShare	LinkedIn työhaussa -pikaopas <a href="http://www.slideshare.net/tomlaine/linkedin-tyohaussa-pikaopas">http://www.slideshare.net/tomlaine/linkedin-tyohaussa-pikaopas</a>
[6] SocialTimes	Just 5% use Twitter in Finland <a href="http://www.adweek.com/socialtimes/finland-social-networks/501510">http://www.adweek.com/socialtimes/finland-social-networks/501510</a>
[7] CNN	Twitter is losing customers and its stock is falling <a href="http://money.cnn.com/2016/02/10/technology/twitter-stock-users/">http://money.cnn.com/2016/02/10/technology/twitter-stock-users/</a>
[8] DMR	By the numbers: 135 amazing YouTube statistics <a href="http://expandedramblings.com/index.php/youtube-statistics/">http://expandedramblings.com/index.php/youtube-statistics/</a>
[9] Twitter ohjekeskus	Sharing and watching videos on Twitter <a href="https://support.twitter.com/articles/20172128#">https://support.twitter.com/articles/20172128#</a>
[10] Instagram blog	Longer video in Instagram <a href="http://blog.instagram.com/post/141905496242/160329-video">http://blog.instagram.com/post/141905496242/160329-video</a>
[11] Statcounter Global Stats	Top 7 Social Media Sites in Finland from Aug 2015 to Aug 2016 <a href="http://gs.statcounter.com/#all-social-media-FI-monthly-201508-201608-bar">http://gs.statcounter.com/#all-social-media-FI-monthly-201508-201608-bar</a>
[12] Marc's Blog	5 Pinterest limits <a href="http://marcguberti.com/2014/03/5-pinterest-limits/">http://marcguberti.com/2014/03/5-pinterest-limits/</a>