

Henkilöstön kokemukset työnantajamielikuvasta strategian toimeenpanon tukena – case Elenia

4.6.2026

Miten työntekijöiden kokemukset työnantajamielikuvasta tukevat strategian toteutumista käytännössä?

Työpaikat energia-alalla, kuten sähköverkkoyhtiö Eleniassa, mielletään usein ensisijaisesti teknisiä taitoja vaativiksi. Kuitenkin yhteistyö Elenian kanssa sekä opinnäytetyön (Simola, 2026) tulokset osoittivat, että menestyminen organisaatiossa edellytti paljon muutakin: viestintätaitoja, tiimityöskentelyä, strategista ymmärrystä sekä kykyä soveltaa osaamista monipuolisesti.

Tässä artikkelissa keskitytään erityisesti siihen, miten Elenian henkilöstö koki työnantajamielikuvan ja miten työtekijäkokemukset liittyivät organisaation uuden strategian toimeenpanoon. Työnantajamielikuvan tutkiminen oli keskeinen tavoite. Se tarjoaa arvokasta tietoa siitä, miten henkilöstön näkemykset ja osallistaminen voivat vahvistaa strategian toteutumista arjessa.

Artikkeli pohjautuu Simolan (2026) opinnäytetyöhön Elenia Oy:n työnantajamielikuva henkilöstön kokemana: henkilöstökyselyyn perustuva analyysi työnantajamielikuvan vahvuuksista, haasteista ja kehittämistarpeista. Opinnäytetyössä tarkasteltiin muun muassa henkilöstön arjen kokemuksia, työnantajamielikuvan vahvuuksia

ja kehittämistarpeita sekä sitä, miten nämä kokemukset kytkeytyivät organisaation strategian toimeenpanoon. Kyselyyn vastasi 124 Elenian työntekijää, eli noin 36,5 % koko henkilöstöstä.

Tarkastelu keskittyy siihen, miten kokemukset työnantajamielikuvasta kertovat strategian toteutumisesta ja miten ne voivat ohjata organisaation kehittämistä. Strategian ymmärtäminen ja jalkautuminen koko organisaatiossa ovat keskeisiä asioita. Strategia ei ole pelkkä suunnitelma, vaan dynaaminen toimintamalli, joka ohjaa arjen päätöksiä ja varmistaa vision toteutumisen (Nevalainen-Sumkin & Tuomi, 2025, s. 32–33).

Henkilöstön kokemukset työnantajamielikuvasta strategian toteutumisen tulkkina

Tutkimuksen havainto oli, että työnantajamielikuva ei ollut sivutuote organisaation toiminnasta, vaan sillä on merkitystä strategian toimeenpanossa. Henkilöstön arjen kokemukset, kuten työtehtävien merkityksellisyys, tiimien hyvä yhteistyö ja selkeä viestintä, kertoivat, miten strategia toteutui käytännössä.

Kokemukset myös paljastivat, missä strategian toimeenpano kohtasi haasteita. Jos työntekijät kokivat esimerkiksi, että osaamisen monipuolisuutta ei tunnistettu tai että kulttuurin yhtenäisyys puuttui, strategian tavoitteet eivät välttämättä toteutuneet suunnitellulla tavalla. Näin henkilöstöstä tulee tärkeä strategian toimeenpanon kumppani, ei pelkkä kohderyhmä.

Opinnäytetyön ohjaajan näkökulmasta tutkimus antaa hyvin viitteitä siitä, miten tietoa työtekijäkokemuksesta voidaan hyödyntää strategian toimeenpanon tukena. Työelämässä strategiaa tarkastellaan usein suunnitelmien ja mittarien kautta, mutta tämän työn vahvuus on siinä, että se tuo esiin arjen kokemusten merkityksen strategian toteutumisessa. Työntekijäkokemus toimii linkkinä strategian ja yrityskulttuurin välillä.

Henkilöstön kokemukset korostavat osaamisen monipuolisuutta strategian näkökulmasta

Opinnäytetyön tulokset korostivat, että Eleniassa tarvitaan monipuolista osaamista, joka ei rajoitu pelkkään sähköosaamiseen. Strategian kannalta keskeisiä ovat esimerkiksi tiimityöskentelyn sujuvuus, viestintätaidot ja kyky soveltaa teknistä osaamista laajemmin organisaation tarpeisiin. Työnantajabrändi nähdään strategisena prosessina, jonka tavoitteena on rakentaa johdonmukainen ja houkutteleva työnantajalupaus sekä varmistaa, että työntekijäkokemus tukee organisaation tavoitteita ja vision mukaista kehitystä (Backhaus & Tikoo, 2004, s. 501–517). Kun organisaatio huomioi nämä näkökulmat, voidaan kehittää henkilöstön sitoutumista ja organisaation vetovoimaa. Perehdytyksen vahvistaminen, kulttuurin yhtenäisyyden tukeminen ja osaamisen näkyväksi tekeminen eivät ainoastaan paranna arjen sujuvuutta, vaan tukevat myös strategian tavoitteiden toteutumista.

Henkilöstön kokemukset avaavat kehittämispolkuja ja vahvistavat työnantajabrändiä

Henkilöstön kokemukset tarjosivat suoria kehittämispolkuja ja kertoivat, missä toiminnoissa voitiin parantaa työntekijöiden kokemusta samalla, kun vahvistettiin organisaation strategista kyvykkyyttä. Tiimityön ja työilmapiirin jatkuva vahvistaminen, perehdytyksen ja osaamisen kehittäminen, organisaatiokulttuurin yhtenäisyyden edistäminen sekä viestinnän ja rekrytointiprosessien kehittäminen tukevat strategian toimeenpanoa, vahvistavat työnantajabrändiä ja lisäävät henkilöstön sitoutumista. Henkilöstön ääni yhdistää organisaation strategisen suunnan ja käytännön kehittämisen, jolloin strategia näkyy todellisessa työarjessa.

Työntekijät toimivat organisaation arvojen, brändin ja lupauksien välittäjinä päivittäisessä työssään, ja heidän sitoutumisensa brändilupauksiin vahvistaa niiden uskottavuutta sekä organisaation vastuullista imagoa (Liewendahl ym., 2025, s.10–11). Osallistaminen ei rajoitu pelkkään tiedon välittämiseen, vaan siihen kuuluu myös mahdollisuus vaikuttaa siihen, miten strategiset lupaukset konkretisoituvat arjessa.

Johtopäätökset: työnantajamielikuva strategian toimeenpanon mahdollistajana

Monipuolinen osaaminen ja hyvä tiimityö näkyvät strategiassa käytännössä. Henkilöstön kokema työnantajamielikuva ei ole vain mielikuva, vaan se mahdollistaa osaltaan strategian toimeenpanon. Kuuntelemalla henkilöstöä Elenia voi vahvistaa strategian toteutumista, tukea sitoutumista ja kehittää työnantajabrändiä. Tutkimusten mukaan erityisesti sisäiset työnantajabrändäyksen käytännöt, kuten viestintä, kehitysmahdollisuudet ja työyhteisön toimivuus, vahvistavat työnantajakuvaa ja tukevat strategian onnistunutta toteutumista (Kalinska-Kula & Staniec, 2021, s. 13–17). Samalla syntyy organisaatio, jossa strategia ei jää abstraktiksi suunnitelmaksi, vaan näkyy arjessa ja tukee pitkän aikavälin tavoitteita.

Keskeinen havainto on se, että työnantajamielikuvaa ei voida kehittää irrallisena kokonaisuutena, vaan sen tulee kytkeytyä tiiviisti organisaation strategiaan, johtamiseen ja päivittäiseen työn arkeen. Tämä korostaa esihenkilötyön ja viestinnän merkitystä strategian toimeenpanossa.

Ohjaajan näkökulmasta tämä opinnäytetyö on hyvä esimerkki työelämälähtöisestä kehittämisestä, jossa tutkimustieto tuottaa suoraan hyödynnettävää tietoa organisaatiolle. Vastaavanlaiset tutkimukset tarjoavat yrityksille konkreettisia keinoja ymmärtää henkilöstön kokemuksia ja hyödyntää niitä strategisessa kehittämisessä.

Henkilöstön kokemuksiin perustuva työnantajamielikuva tarjoaa organisaatiolle konkreettisen keinon ymmärtää ja kehittää strategiansa toteutumista arjen tasolla. Organisaatioiden kannattaa kerätä ja hyödyntää henkilöstön kokemuksia systemaattisesti osana strategista johtamista, jotta ne voivat paremmin tunnistaa strategiansa toteutumisen vahvuudet ja kehittämiskohteet.

Rosa-Li Simola
Tradenomi (AMK), liiketalous
SEAMK

Sami Kautto
Lehtori, KM, AmO
SEAMK

Sami Kautto opettaa johtamista, henkilöstöjohtamista ja esihenkilötyötä Seinäjoen ammattikorkeakoulussa.

Artikkeli perustuu Seinäjoen ammattikorkeakoulussa tehtyyn opinnäytetyöhön:

Simola. R. (2026). *Elenia Oy:n työnantajamielikuva henkilöstön kokemana: Henkilöstökyselyyn perustuva analyysi työnantajamielikuvan vahvuuksista, haasteista ja kehittämistarpeista.* [Opinnäytetyö (AMK), Seinäjoen ammattikorkeakoulu]. Theseus. https://www.theseus.fi/handle/10024/915688

Muut lähteet

Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International, 9(*4/5), 501–517. https://doi.org/10.1108/13620430410550754

Kalinska-Kula, M., & Staniec, I. (2021). Employer branding and organizational attractiveness: Current employees' perspective. *European Research Studies Journal, XXIV*(1),13–17. https://ersj.eu/journal/1982

Liewendahl, H., Sarasvuo, S., Heinonen, K., Grönroos, C., & Stigzelius, T. (26.3.2025). Employee alignment with conscientious brand promises: Exploring participatory mechanisms of brand promise co-creation. *Journal of Brand Management, 32*, 545–561. https://link.springer.com/article/10.1057/s41262-025-00401-3

Nevalainen-Sumkin, T., & Tuomi, L. (2025). *Strategia arjessa: Oivalluksia organisaation uudistajalle.* Alma.