



Sotehy-yrittäjyyden työkirja

Tueksesi yrittäjäosaamisen ja palvelujen kehittämisessä



Sotehy-yrittäjyyden työkirja

Tueksesi yrittäjäosaamisen ja palvelujen kehittämisessä

Julkaisija:

Jyväskylän ammattikorkeakoulu ja Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

Kustantaja:

Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Toimittaja:

Anu Raulo

Sisällöntuotanto:

Harri Mustonen, Anu Raulo, Erica Svärd ja Ulla Teppo, Jyväskylän ammattikorkeakoulu
sekä Jari Handelberg ja Jari Karjalainen, Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

Kuvitus ja taitto:

Nina Mäkeläinen, Grano Oy

Paino:

Grano Oy
Jyväskylä 2020

ISBN 978-951-830-598-2 (Painettu)

ISBN 978-951-830-599-9 (PDF)



Sisällysluettelo

Johdanto	5
----------------	---

Osa 1 TOIMINTAYMPÄRISTÖN MUUTOS.....	6
Työkalu 1 Auttaa ja estää	9
Työkalu 2 Toiminnan tavoitteet	10

Osa 2 OMAN OSAAMISEN KEHITTÄMINEN.....	12
Työkalu 1 Minä osaan	15
Työkalu 2 Minä opin.....	16
Työkalu 3 Koska osaan, voin luvata	17

Osa 3 PALVELUJEN KEHITTÄMINEN.....	20
Työkalu 1 Merkitys asiakkaalle.....	22
Työkalu 2 Palvelukonseptin testaus.....	24
Työkalu 3 Palvelu liiketoimintana	26

Osa 4 ASIAKKUUDET JA MARKKINOINTI	30
Työkalu 1 Tavoitteet asiakkaiden hankinnassa.....	33
Työkalu 2 Markkinointi tekoina.....	34

Osa 5 MYYNTI JA KANNATTAVUUS	36
Työkalu 1 Hinnoittelun rautalankamalli	39
Työkalu 2 Myynnin muistilista	40

Osa 6 OMAN TYÖN JOHTAMINEN	42
Työkalu 1 Kalenterin käytön abc	44
Työkalu 2 Huolihetki	45

Osa 7 VERKOSTOJEN HYÖDYNTÄMINEN	48
Työkalu 1 Verkostokartta	51
Työkalu 2 Verkoston kehittäminen	52

Lisää tietoa ja tukea yrittämiseen.....	54
Lähteet.....	55



Yrittäjämäiseen toimintaan liittyy vapaus valita. Saat itse päättää, millaisia palveluja tuotat, miten ne hinnoittelet ja kenelle niitä tarjoat. Varsinkin yrittäjyyden alussa tehtävien valintojen määrä voi tuntua äärettömältä. Tämä työkirja on tarkoitettu näiden ajatusten jäsentämiseen, siihen, että kuka tahansa voi pohtia yrittäjyyteen liittyviä teemoja ja kirjata ylös niihin liittyviä ajatuksiaan, on yrittäjyyden suhteen sitten enemmän tai vähemmän vakavissaan. Työkirja on suunnattu ensisijaisesti sosiaali-, terveys- ja hyvinvointialan (sotehy) ammattilaisille ja opiskelijoille, jotka ovat kiinnostuneet tuottamaan palveluja yrittäjämäisesti esimerkiksi muun työn ohella. Se sopii kuitenkin yhtä hyvin kelle tahansa matalan kynnyksen yrittäjyyttä harkitsevalle tai vaikka jo kevytyrittäjänä toimivalle.

Työkirja on jaettu seitsemään teemaan: toimintaympäristön muutos, oman osaamisen kehittäminen, palvelujen kehittäminen, asiakkuudet ja markkinointi, myynti ja kannattavuus, oman työn johtaminen ja verkostojen hyödyntäminen. Jokaiseen osioon liittyy pieni alustus ja muutama työkalu tai vinkkilista, joiden avulla pääset pohtimaan teemaa oman toimintasi näkökulmasta. Hyödynnä tyhjiä sivuja ajatustesi ylös kirjaamiseen. Tervetuloa käyttämään työkirjaa!



Sotehy-yrittäjyyden työkirja on laadittu osana KEMUSOTE-projektia. Projektin yhtenä tavoitteena on osaamisen ja muutoskyvykkyyden kehittäminen yrittäjämäisessä työskentelyssä sekä valmiuksien antaminen uudenlaisten palvelujen kehittämiseen erityisesti sotehy-alalla. Käytännössä järjestämme avoimia työpajoja yrittäjämäisen työskentelyn teemoista vuosina 2021-2022. Työpajoissa ohjaamme osallistujia keskustelemaan teemaan liittyvistä kysymyksistä. Työkirja tukee myös työpajoihin osallistuneita asian edistämässä työpajan jälkeen itsenäisesti.

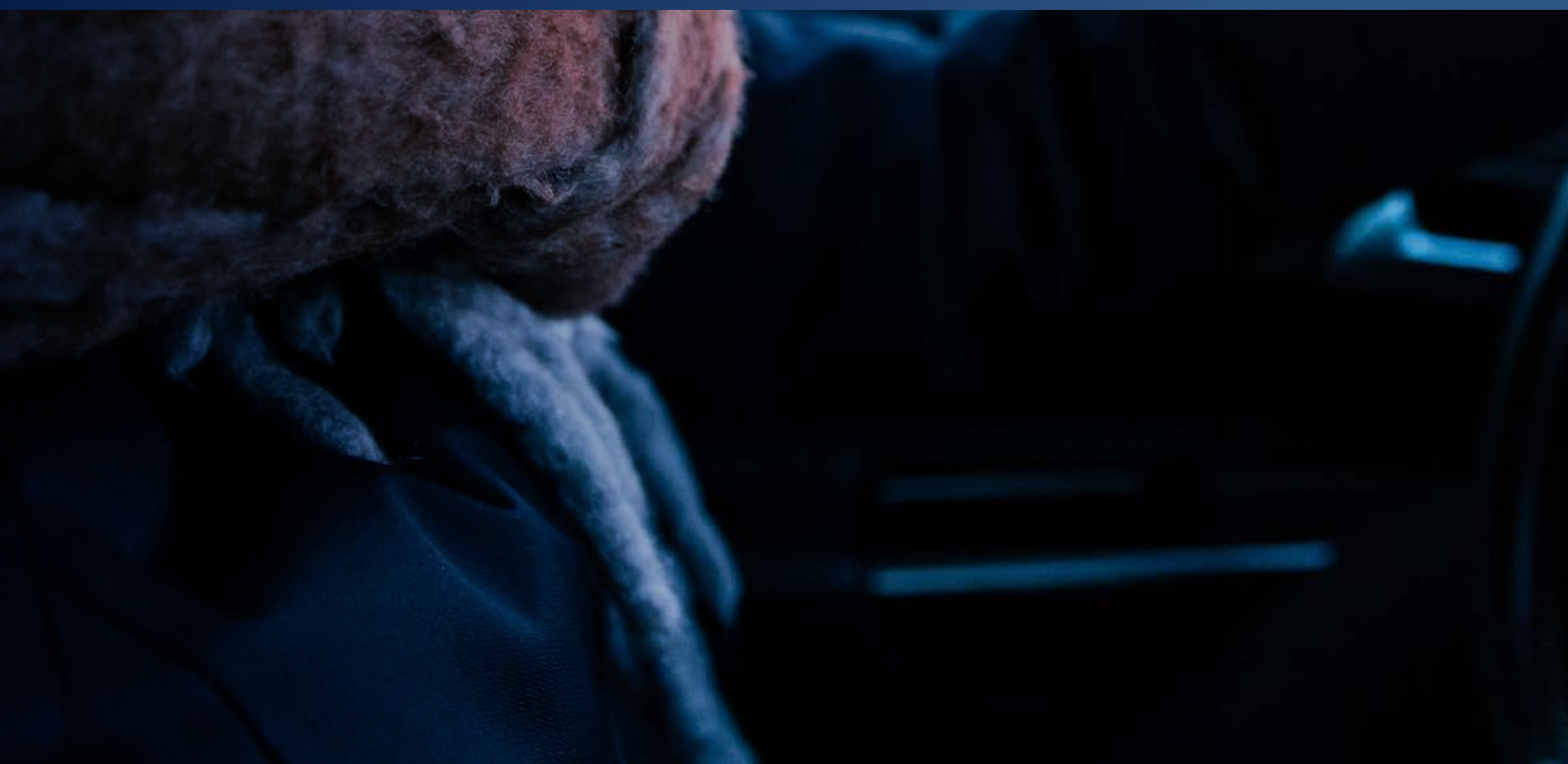
Lisää tietoa työpajoista löydät KEMUSOTE-sivuilta: www.jamk.fi/kemusote

KEMUSOTE - Kevytyrittäjyys ja muutoskyvykkyys sote-alan toimintaedellytysten sekä työhyvinvoinnin edistäjänä -projekti toimii ajalla 1.3.2020-28.2.2023. Se saa rahoitusta Sosiaali- ja terveysministeriöltä Euroopan sosiaalirahastosta (ESR).





Osa 1 | TOIMINTAYMPÄRISTÖN MUUTOS



Sote alan muutos

Terhi Tevameri on kansallinen terveys-, sosiaali- ja hyvinvointialan koordinaattori, joka työskentelee Varsinais-Suomen TE-toimistossa. Hän toivoo sote-uudistuksen tukevan uudenlaisia työnteon tapoja sote-alalla.



Sosiaali- ja terveydenhuollon palvelujen johtamisen tukena käytetään tietoa muun muassa asiakkaiden hyvinvoinnista, toimenpiteiden vaikuttavuudesta sekä palvelujen käytöstä ja kustannuksista. Sote-alalla, kuten muillakin toimialoilla, tullaan siirtymään yhä enemmän datavetoiseen talouteen, jossa hyödynnetään ja jalostetaan saatavilla olevaa tietoa eri toimialoilla. Tätä tukevat teknologioiden mukanaan tuomat mahdollisuudet kuten tekoäly tai etäratkaisut sekä uudistettu lainsäädäntö.

Sote-ala on jo pidempään korostunut alana, jossa on pula osaavista ja ammattitaitoisista työntekijöistä. Väestörakenne muuttuu siten, että vanhempien ikäluokkien osuus ja hoivan tarve lisääntyy ja vastaavasti työikäisen väestön osuus pienenee, joka voi johtaa pulaan työvoimasta. Poikkeusolot ja, koronapandemia, on lisännyt joidenkin tiettyjen sote-palvelujen tarvetta nopeasti sekä synnyttänyt uudenlaisia palvelutarpeita, esimerkiksi sosiaalipalveluissa. Koronan aikana kertyy myös hoitovelkaa, jonka korjaaminen lisää entisestään alan kuormitusta ja näkyy pidemmällä aikavälillä myös palvelutarpeen kasautumisena esim. syöpähoidoissa ja hammashoidossa. Samalla on korostunut tyytymättömyys sote-alalla työskentelyyn. Viimeaikaisten kyselyjen mukaan moni terveydenhuollon ammattilainen on ilmoittanut olevansa lähtöaikeissa alalta.

Runsaasti mahdollisuuksia uudelle liiketoiminnalle

Uusia liiketoimintamahdollisuuksia on syntynyt kaikille sote-toimialoille, mutta erityisesti korostuu hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen ja yksilöllistetty terveys, eli yksilöllisten terveystietojen tarkka tuntemus ja hyödyntäminen. Sairauden hoitamiseen ei enää ole varaa, suuntana on terveyden edistäminen. Väestökehityksen myötä toimintakyvyn ylläpitämiseen tähtäävät palvelut, kuten hoivapalvelut, ovat jatkossa erityisen tärkeitä. Digitaaliset palvelut ja teknologiset ratkaisut ovat sote-alalla tulevaisuudessa merkittävässä roolissa palvelujen tuottamisessa ja resurssien kohdentamisessa.

Se, millä tavalla nämä tulevaisuuden skenaariot vaikuttavat käytännön työssä eri kokoihin ja erilaisiin yrityksiin on eroa. On kuitenkin hyvä, jos yrityksissä seurataan ennakoiden koko toimialan kehitystä ja mietitään sen mahdollisia vaikutuksia oman yritystoiminnan kannalta.

Alan kehittyminen tarvitsee kannustimia

Sotehy-alalle tulisi luoda kehitysmuuntoinen ympäristö, jossa on mahdollisuus tuottaa asiakas- ja työntekijälähtöisiä arjen innovaatioita. Tämä edellyttää uudenlaista toiminta- ja johtamiskulttuuria sekä uusia kannusteita. Toimintaympäristöä tulee ohjata suuntaan, jossa julkiset toimijat, kolmas sektori ja yritystoiminta tekevät tiiviimmin yhteistyötä. Palvelujen tuottamisen suunnittelussa tulee kuulla myös asiakkaita ja huomioida heidän tarpeensa. Toimivat peruspalvelut ovat jatkossakin kaiken lähtökohta.

TOIMINTAYMPÄRISTÖN MUUTOS

Asiat ympärillämme muuttuvat jatkuvasti, kuten väestörakenne, asenneilmapiiri, kulutustottumukset tai lainsäädäntö. Jokaisen sote-ammattilaisen kannattaa olla kiinnostunut siitä, mihin suuntaan omaan toimintaympäristöön liittyvät ilmiöt ovat liikkeessä. Tässä osiossa saat vinkkejä huomioiden tekemiseen ja ennakointiin, sekä tuon tiedon hyödyntämiseen omassa liiketoiminnassa kuten palvelujen kehittämisessä.

Yhä useammat jokapäiväiseen elämäämme kytkeytyvät muutokset ovat maailmanlaajuisia ilmiöitä. Tällöin puhutaan megatrendeistä. Sosiaali- ja terveysministeriö määritteli 2018 tehdyssä tulevaisuuskatsauksessaan sosiaali- ja terveyspolitiikkaan vaikuttavan erityisesti kolme megatrendiä: muuttuva väestörakenne ja globalisaatio, työn murros ja teknologinen kehitys sekä osallistuva yksilö¹. Tasapuolisen palvelutarjonnan haastaa eriarvoisuuden lisääntyminen sosioekonomisten ryhmien sekä maantieteellisten sijaintien välillä. Ikääntyvän väestön osuus kasvaa edelleen, joten tarvitsemme yhä enemmän ratkaisuja, joilla tuemme ikääntyvien hyvinvointia, asumista ja toimeliaisuutta.

Monella toimialalla on käynnissä toimialamurros eli disruptio. Se tarkoittaa tilannetta, jossa työn muoto, sisältö, merkitys, työnjako ja työnantaja-työntekijäsuhde muuttuvat. Samaa tapahtuu myös sosiaali- ja terveysalalla, jossa rinnakkaiset työsuhteet ja itsensä työllistäminen yleistyvät. Teknologian kehitys on monen toimialamurroksen mahdollistaja. Uusien mahdollisuuksien havainnointi ja uuden oppiminen ovatkin muutосkyvykkyyden tärkeimpiä tekijöitä.

Ihmisen toiminnan ja tarpeiden ymmärtäminen sekä yksilön näkeminen osallistuvana toimijana ovat soite-alan isoimpia tulevaisuuden haasteita. Monet etsivät entistä aktiivisemmin mahdollisuuksia osallistua ja vaikuttaa, ja kehittyvät teknologiat tarjoavatkin siihen uusia ratkaisuja. Miten hyödynnämme jokaisen voimavarat, ovat he sitten asiakkaita, omaisia tai työntekijöitä? Miten ja mistä asioista meidän tulee käydä vuoropuhelua, jotta esimerkiksi sote-palveluista saadaan tarkoituksenmukaisia ja kustannustehokkaita?

Tulevaisuuden työelämässä tarvitaan ylipäänsä analyyttistä ajattelua, ongelmanratkaisukykyä, luovuutta, monipuolisia vuorovaikutustaitoja, sosiaalista pääomaa, osaamisen laatua sekä monialaista verkostoitumista ja moniammatillisuutta.

Muutos on aina myös mahdollisuus. Mieti, mitkä muutokset veivät omaa ajatustasi palvelujen tuottamisesta eteenpäin ja miten voit niitä toiminnassasi hyödyntää. Seuraavien työkalujen avulla voit päästä tässä pohdinnassa hyvin liikkeelle.

¹ SOSIAALI- JA Terveysministeriö. Eheä yhteiskunta ja kestävä hyvinvointi - Sosiaali- ja terveysministeriön tulevaisuuskatsaus. Helsinki: Valtioneuvoston julkaisusarja 22/2018. s. 10–11. Viitattu 10.10.2020. http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160904/22_TUKA_STM_WEB.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Työkalu 1 | Auttaa ja estää

Sote-alan toimintaympäristössä on lukematon määrä ilmiöitä, mutta vain osalla näistä muutosvoimista on merkitystä omalle liiketoiminnallesi. Käytä tätä työkalua² kirjataksesi ylös mitä nämä palvelutuotantosi kannalta merkittävät ilmiöt ovat, ja mikä on niiden painoarvo.

1. Tunnista toimintaympäristöstäsi tärkeimmät piirteet, jotka vaikuttavat yritystoimintaasi tai -ideaasi. Mieti trendejä ja tekijöitä, jotka liittyvät osaamisiin, yleiseen taloustilanteeseen, lainsäädäntöön, asiakkaisiin, teknologiaan, tietoturvaan yms.
2. Kirjaa toimintaasi edistäviä tekijöitä vihreään sarakkeeseen esim. väestön ikääntyminen, joka lisää hoivan tarvetta.
3. Kirjaa toimintaasi hankaloittavia tekijöitä punaiseen sarakkeeseen esim. palvelutarjonnan keskittymisen suurille toimijoille.
4. Arvioi jokaisen tekijän tärkeyttä. Väritä arviotasi vastaava määrä ruutuja (1-5).
5. Tarkastele kuvaa ja mieti:
 - a. Miten voin muuttaa yritystoimintaani tai -ideaani siten että edistävät tekijät korostuvat ja estävät tekijät vähenevät?
 - b. Voinko vaikuttaa toimintaympäristöön, niin että edistävät tekijät vahvistuvat tai estävät tekijät heikkenevät?

Toimintaa edistäviä tekijöitä	Oma yritystoiminta	Toimintaa estäviä tekijöitä																				
<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>												<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>										
<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>												<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>										
<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>												<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>										
<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>												<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>										
<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>												<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>										

² Mukailtu: MECHANISMS, MAKE ENERGY CHANGE HAPPEN TOOLKIT. Toimintaympäristön mahdollisuudet ja esteet. Viitattu 13.10.2020. <http://mechanisms.energychange.info/fi/tools/157>

Työkalu 2 | Toiminnan tavoitteet

Yrittäjämäinen palvelujen tuotanto sujuu paremmin ollessaan tavoitteellista toimintaa. Tavoitteita määriteltessä tulee pohtia trendejä, liiketoimintamahdollisuuksia ja esimerkiksi sitä, minkä arvojen mukaisesti haluat tuottaa palveluja. Käytä seuraavia kysymyksiä³, kun kirkastat oman palvelutuotantosi visiota.

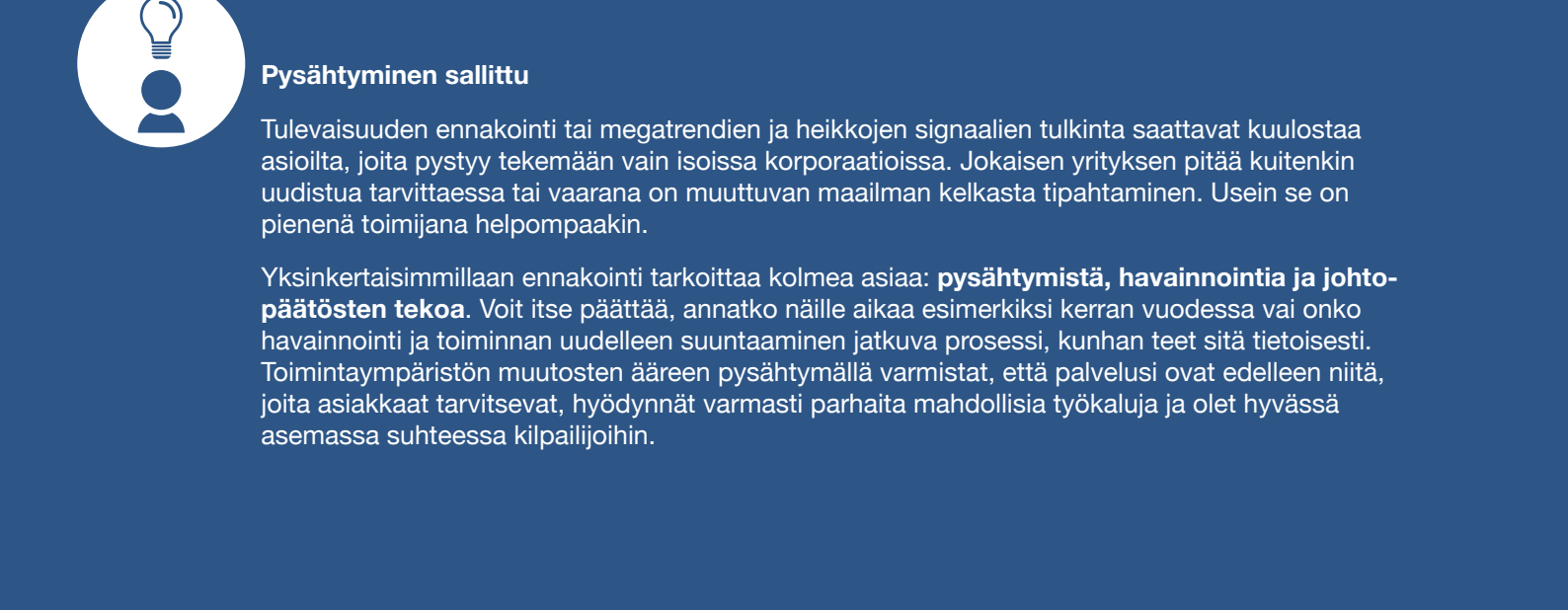
1. Mitkä toimintaympäristön muutokset koet yritystoimintasi kannalta tärkeimmiksi?

2. Minkä arvojen mukaisesti haluat toimia työssäsi?

3. Ketkä ovat kohderyhmääsi? Kenen tulisi kuulla tavoitteistasi?

4. Mitä palvelutarpeita olet havainnut työssäsi tai asiakkaiden arjessa?

5. Miten tiivistät visiosi yhteen virkkeeseen?



Pysähtyminen sallittu

Tulevaisuuden ennakointi tai megatrendien ja heikkojen signaalien tulkinta saattavat kuulostaa asioilta, joita pystyy tekemään vain isoissa korporaatioissa. Jokaisen yrityksen pitää kuitenkin uudistua tarvittaessa tai vaarana on muuttuvan maailman keltasta tipahtaminen. Usein se on pienenä toimijana helpompakin.

Yksinkertaisimmillaan ennakointi tarkoittaa kolmea asiaa: **pysähtymistä, havainnointia ja johtopäätösten tekoa**. Voit itse päättää, annatko näille aikaa esimerkiksi kerran vuodessa vai onko havainnointi ja toiminnan uudelleen suuntaaminen jatkuva prosessi, kunhan teet sitä tietoisesti. Toimintaympäristön muutosten ääreen pysähtymällä varmistat, että palvelusi ovat edelleen niitä, joita asiakkaat tarvitsevat, hyödynnät varmasti parhaita mahdollisia työkaluja ja olet hyvässä asemassa suhteessa kilpailijoihin.



Osa 2 | OMAN OSAAMISEN KEHITTÄMINEN



Usko omiin vahvuuksiin

Eeva Aittakumpu on 22 –vuotias nuori yrittäjä, joka tarjoaa koti- ja hoivapalveluita Oulaisten alueella. Muuttaessaan uutena asukkaana pienelle paikkakunnalle, Eeva huomasi, että yksityisiä palveluntarjoajia on paikkakunnalla vähän. Tästä lähti ajatus, että hänenkin palveluilleen voisi olla alueella kysyntää.



mukanas.fi

Aluksi kuvittelin, että etenkin sote-alalla toimiessa paperityöt ja lupa-asiat osaavat olla haastavia. Olin kuitenkin kuvitellut ne todellisuutta haasteellisemmiksi. Olen koulutukseltani lähihoitaja. Minulla ei ole varsinaista koulutusta yrittäjyyteen, joten omat osaamisvajeeni liittyivät yrittäjyyden teemoihin. Esimerkiksi taloushallinnosta ja kirjanpidosta minulla ei ollut kokemusta. Hankin tietenkin avuksi osaavan kirjanpitäjän, mutta jonkinlainen ymmärrys taloudesta on pitänyt muodostaa. Aluksi epävarmuutta loi myös kokemattomuus myynnistä ja markkinoinnista. Oli vaikea arvioida saako toimilla riittäviä tuloksia.

Osaaminen kehittyy olemalla aktiivinen

Yritystoiminnan alkuvaiheessa luin paljon kirjallisuutta, etsin tietoa netistä ja osallistuin erilaisiin koulutuksiin. Verkostot ovat olleet erittäin tärkeitä. Erilaiset yrittäjäryhmät, Facebook-ryhmät ja yhteisöt ovat olleet siis suurena apuna. Oma osaamistani pidän yllä verkostoitumalla lisää ja osallistumalla esimerkiksi yrittäjäjärjestön tilaisuuksiin.

Koen vahvuudekseni sosiaaliset taitoni. Asiakassuhteita syntyy ihan arkisissakin tilanteissa keskusteluiden kautta. Koen myös ammatillisen osaamiseni ja ylpeyden sitä kohtaan vahvuutenani. Minulle on tärkeää, että asiakkaat kokevat saavansa hyvää palvelua ja, että omaan työhön voi olla tyytyväinen.

Vinkkejä yrittäjyyttä harkitsevalle

Kun koet, että oma ammatillinen osaaminen on riittävällä tasolla, lähde rohkeasti kokeilemaan ja etsi sinua auttavia ihmisiä. Kehotan etsimään lisää tietoa sote-alan yrittäjyydestä. Tietoa löytyy kyllä monipuolisesti, mutta sen etsimiseen on käytettävä vain aikaa.

OMAN OSAAMISEN KEHITTÄMINEN

Yrittäjänä olet itse vastuussa oman osaamisesi kehittämisestä ja tulevaisuuden sote-alalla sinulla on hyvä olla monipuolista osaamista⁴. Kaikessa ei tarvitse olla huippuammattilainen, mutta tietynlainen ymmärrys eri osa-alueista auttaa. Ensisijaisen tärkeää on ymmärtää, että oman osaamisen kehittämiseen sekä tietojen ja taitojen päivittämiseen tulee varata aikaa. Sotehy-alalla toimivan yrittäjän tulisi hallita esimerkiksi digiosaamiseen liittyen erilaiset potilastietojärjestelmät ja kyberturvallisuus sekä erilaisia teknologisia ratkaisuja. Yrittäjälle myös muut työelämätaidot kuin ammatillinen osaaminen ovat tärkeässä roolissa. Esimerkiksi markkinointi- ja johtamisosaaminen korostuvat asiakastyön rinnalla.

Osaaminen on asian hallitsemista, joka mahdollistaa tekemisen. Osaaminen on siis tiedostamista, mitä, miksi ja miten jokin asia on. Oman osaamisen tunnistaminen voi olla vaikeaa, sillä olemme usein melko vaatimattomia ja tämän myötä myös osaamisen sanoittaminen voi olla hankalaa. Oman osaamisen ääneen sanominen ei kuitenkaan ole rehentelyä vaan tärkeä työkalu yrittäjälle. Asiakkaan näkökulmasta, osaamisensa selkeästi sanoittava yrittäjä on osaava ja luotettava. Mikäli oma osaaminen tuntuu haastavalta sanoittaa paperille, voit hyödyntää ystäviäsi, perhettäsi ja kollegoitasi ja kysyä heidän mielipidettään osaamisestasi.

Yrittäjän kannattaa tarkastella omaa osaamista säännöllisesti, sillä oman osaamisen päivittäminen on yrittäjälle paras vakuutus työelämässä. Kun kasvatat yrittäjänä taitojasi ja valmiuksiasi, hyötyy siitä niin yritystoimintasi kuin asiakkaasi. Osaava ja ajassa kiinni oleva yritys on tehokas ja tuottava. Yksilölle osaamisen kehittäminen voi olla ammattitaidon päivittämistä, syventämistä tai kokonaan uuden osaamisen hankkimista.

Tunnistetuista osaamisista on helpompi johtaa palveluideoita ja -tuotteita. Lähde liikkeelle kuvailemalla, vaikka ystävällesi, kuka olet, mitä osaat ja millaisia palveluita voit tarjota. Saat mielenkiinnon aina herätettyä omalla persoonallisuudellasi ja osaamisellasi. Mieti, mitä asiakkaan haasteita voit osaamisellasi ratkaista. Siitä muodostuu arvolutaus, joka sisältyy tuottamaasi palveluun.

⁴ OPETUSHALLITUS, OSAAMISEN ENNAKOINTIFOORUMI. Opetushallituksen ennakointituloksia osaamistarpeista sosiaali-, terveys- ja hyvinvointialalla. Viitattu 1.12.2020. https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/er7_osaamiskortti_0.pdf

Työkalu 1 | Minä osa

Oman osaamisen tunnistamista voi helpottaa nelikenttämenetelmällä, jossa jaotellaan oman toiminnan sisäisiä ja ulkoisia asioita. Sisäisiä asioita ovat omat vahvuudet ja heikkoudet. Ulkoisia asioita ovat toimintaympäristön mahdollisuudet ja uhat. Jaottelun avulla voit hahmottaa toimintasuunnitelmaa omalle yrittäjyydelle ja sen kehittämisen painopisteitä.

Mieti seuraavia kysymyksiä:

Vahvuudet	Heikkoudet
Missä olet erityisen hyvä? Mitä taitojasi haluat käyttää? Milloin olet parhaimmillasi?	Missä et ole erityisen hyvä? Minkä tekemisestä et pidä? Mitä tekemistä haluaisit siirtää muualle?
Mahdollisuudet	Uhat
Mitkä asiat auttavat sinua eteenpäin? Mitä kontakteja / verkostoja sinulla on? Miten voisit kehittää itseäsi? Mitä lisäarvoa voit tuottaa muille?	Mitkä ulkoiset tekijät estävät sinua? Aiheuttaako toimintaympäristön muutos sinulle osaamisvajetta? Onko ympärilläsi olevien asenne rajoittavaa tai negatiivista?

Työkalu 2 | Minä opin

Edellisen työkalun avulla sait jo käsitystä siitä, millaista osaamista sinun tulisi kehittää, jotta pääset liike-toiminnassa paremmin eteenpäin. Nyt voit tehdä konkreettisemmän osaamisen kehittämissuunnitelman käyttämällä seuraavaa työpohjaa. Listaa vasemmalle allekkain aiheet, joissa haluat kehittää osaamistasi. Yritä kuvata, mikä on tavoitteesi (esim. hallita somemarkkinointi). Tee sen jälkeen kehittämissuunnitelma aikajanelle eli kirjaa niitä tekemisiä, joilla saat hankituksi kyseisen osaamisen eli pääset tavoitteeseesi (esim. verkkokurssi Facebook-markkinoinnista).

[illegible]

Työkalu 3 | Koska osaan, voin luvata

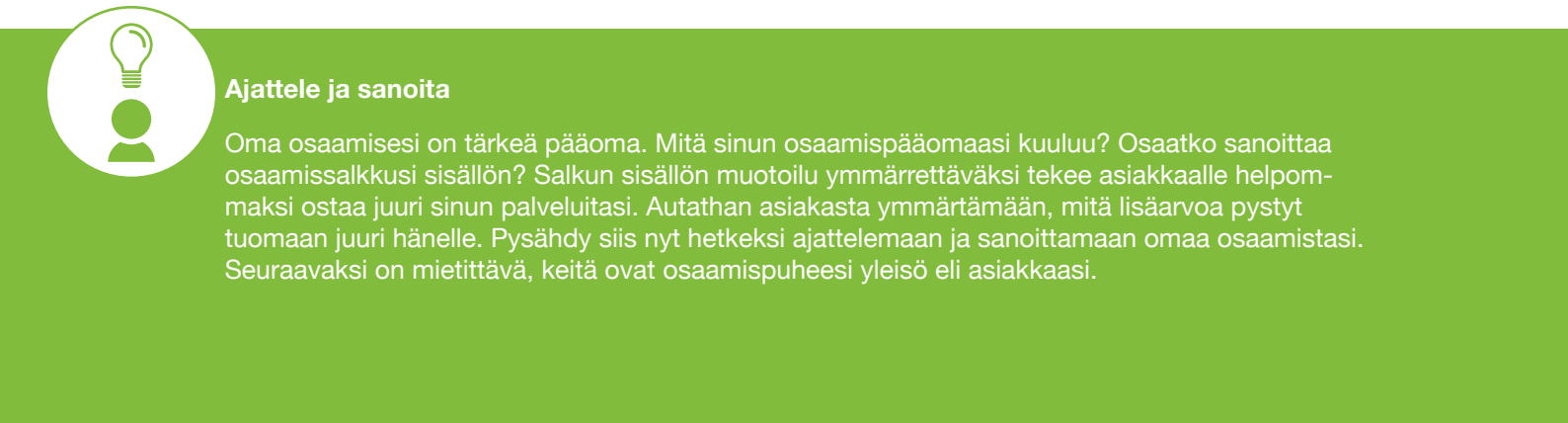
Kannattaa harjoitella kertomaan omasta osaamisestaan. Hahmottele tämän työkalun avulla osaamisesi ja tarjontasi ydinasiat. Voit sen jälkeen vapaalla tyylillä sisällyttää niitä niin sanottuun hissipuheeseesi. Kuvittele, että sinun pitää vakuuttaa tällä lyhyellä puheella potentiaalinen asiakkaasi omasta osaamisestasi ja tuottamasi palvelun hyödyistä.

1. Mitä tarjoan?

2. Kenelle tarjoan?

3. Miksi teen tätä?

4. Mitä hyötyä asiakkaalle on palvelustani? Mikä on palveluni arvolutaus?

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Oma osaamisesi on tärkeä pääoma. Mitä sinun osaamis pääomaasi kuuluu? Osaatko sanoittaa osaamissalkkusi sisällön? Salkun sisällön muotoilu ymmärrettäväksi tekee asiakkaalle helpommaksi ostaa juuri sinun palveluitasi. Autathan asiakasta ymmärtämään, mitä lisäarvoa pystyt tuomaan juuri hänelle. Pysähdy siis nyt hetkeksi ajattelemaan ja sanoittamaan omaa osaamistasi. Seuraavaksi on mietittävä, keitä ovat osaamispuheesi yleisö eli asiakkaasi.



Osa 3 | PALVELUJEN KEHITTÄMINEN



Yrittäjän tulee tuntea oma palvelunsa



Terveystenhoitaja Laura Merivirta tarjoaa yksilöllisiä neuvolapalveluita koko perheelle. Päätoimisena yrittäjänä hän on toiminut vuodesta 2013 asti. Neuvola Nupun palveluita ovat raskausajan palvelut, lapsiperheiden palvelut ja yksityinen lastenneuvola.

neuvolanuppu.fi

Palveluntarjoajana tulee itse tietää mistä osista palvelusi koostuu. Tämän myötä sinun tulee myös osata kertoa palvelustasi asiakkaalle, napakasti yhdellä tai kahdella lauseella. Palveluiden hinnoittelussa on tärkeää pitää balanssi ja huomioida jokainen hinnoiteltava palvelu erikseen. Mikäli kilpailua on vähemmän ja sinulla on joku selkeä erityisosaaminen, pystyt todennäköisesti myös hinnoittelemaan palvelusi korkeammalle. Jos taas kilpailu on alueellisesti kovaa samankaltaisissa palveluissa, on markkinahinta muodostunut hyvinkin vakioksi ja usein sitä joutuu myös myötäilemään.

Palvelut syntyvät usein asiakkaan tarpeesta

Itse olen kehittänyt palvelujani eteenpäin palautteiden myötä, sillä kehitysehdotukset tulevat pääsääntöisesti asiakkailtani. Olen huomannut, että tehdyn työn myötä syntyy myös uusia palveluita. Olen erikoistunut työskentelemään esimerkiksi ujojen lasten kanssa, sillä huomasin tällä kohderyhmällä olevan palvelulleni tarvetta. Olen myös karsinut joitakin palvelujani ajan saatossa ja tämä mahdollisuus on myös hyvä pitää mielessä.

Verkosto tärkeässä roolissa

Yrittäjän tulee kestää tietynlaista epävarmuutta. Vaikka yksin omaa yritystoimintaa pyörittäisikin, kannattaa ympärille kasata vankka tiimi. Verkosto on siis erittäin tärkeässä roolissa, vaikkakin sen kerääminen on aluksi hidasta työtä. Verkostoitumiseen tarvittava tietynlainen ”small talk” on tuntunut itselleni vieraalta, mutta olen kuitenkin löytänyt oikeanlaisia ihmisiä ympärilleni esimerkiksi Tehyn yrittäjäjärjestöstä ja muusta järjestötoiminnasta.

Aloittavana yrittäjänä lähtisin liikkeelle hakemalla tietoa yrityksen perustamisesta. Jouduin itse hakemaan ja tulkitsemaan uutta tietoa eri tietolähteistä, mutta onneksi tietoa on tänä päivänä paremmin tarjolla. Muiden sotehy-yrittäjien tietoa kannattaa hyödyntää, sillä heillä on kokemusta alasta ja sen vaatimuksista. Suoritin itse myös yrittäjyyskurssin ja myöhemmin Yrittäjän ammattitutkinnon, joista on ollut minulle todellista hyötyä.

PALVELUJEN KEHITTÄMINEN

Liiketoiminta on menestyksestä silloin, kun pystyt tuottamaan asiakkaalle hänen haluamiaan palveluja kustannustehokkaasti. Kevytyrittäjälle tai ansaintalähteitä yhdistävälle voi riittää jo yksi timanttinen tuote, josta saa sopivasti lisäansioita. Miten menestystuote tai -palvelu sitten syntyy?

Tuotteistamisessa hyviä lähtökohtia ovat esimerkiksi:

- » omat erityisosaamiset ja ammatilliset vahvuudet
- » markkinoilla havaittu puute tai yhteiskunnallisten muutosten luoma tarve
- » asiakkaiden arjen haasteet ja kuluttajakäyttäytyminen

Tuote- ja palvelukehityksessä suositaan jatkuvan parantamisen mallia. Se tarkoittaa, että uutta palvelua kehitettäessä edetään alun selvitystyön jälkeen useampien palvelukonseptien ideointiin, kehitetään niitä eteenpäin testausten ja asiakkaan kanssa käytävän vuoropuhelun avulla ja valitaan toteutettavaksi parhain vaihtoehto. Markkinoilla olevan palvelun onnistumista seurataan tietoisesti ja ollaan valmiita tekemään siihen parannuksia asiakkailta ja työntekijöiltä saatujen havaintojen perusteella jatkuvasti.

Palvelujen kehittämisen yhteydessä puhutaan yhä enemmän asiakaslähtöisyydestä tai -keskeisyydestä. Syynä asiakasnäkökulman korostumiseen on muun muassa se, että tarjonnan monipuolistuessa ne palvelut, jotka on tehty puhtaasti tuottajan prosesseja silmällä pitäen ja asiakkaan sivuuttaen, eivät yksinkertaisesti enää pärjää kilpailussa. Palveluja kehitettäessä tulee kuitenkin pyrkiä sopivaan tasapainoon asiakasarvon ja liiketoiminta-arvon välillä. Pelkästään asiakkaan näkökulmasta tehty palvelu luultavimmin osoittautuu taloudellisesti kestävämmäksi toteuttaa. Tuntemalla asiakkaasi hyvin, et sisällytä palveluusi turhia osasia. Palvelun osa voi olla turha, vaikka itse arvostaisit sitä. Jos asiakkaat eivät koe sitä osaa itselleen merkitykselliseksi, eivät he ole siitä innostuneet maksamaan.

Työkalu 1 | Merkitys asiakkaalle

Tätä työkalua⁵ käyttämällä voit hahmottaa asiakkaan arjesta ja pyrkimyksistä tekijöitä, joiden perusteella voit suunnitella palvelustasi hänelle merkityksellisen eli varmistaa palvelun asiakasarvon. Ennen työkalun käyttöä voit miettiä, mitkä ovat ne asiakasryhmät, joille haluat palveluasi tuottaa. Käy sitten läpi työkalun kysymykset jokaisen asiakasryhmän kohdalla erikseen.

Työkalulla hahmotellaan ensin asiakasryhmän ”tyypillisen” edustajan arkea, päivittäisiä rutiineja ja tehtäviä. Sen jälkeen mietitään, mitä asiakas pyrkii saavuttamaan arjessaan, esim. nopea töihin paluu leikkauksen jälkeen, työn ja perheen yhteensovittaminen, kotiaskareista selviytyminen, tms. Lopuksi kirjataan niitä tekijöitä, jotka estävät asiakasta pääsemästä edellä kirjattuihin tavoitteisiin.

Oikealle hahmotellaan omaa palvelutarjontaa ja sen asiakkaalle tuottamaa arvoa. Jos parantelet työkalun avulla olemassa olevaa palvelua, voit arvioida, miten se vastaa asiakkaan tarpeisiin ja onko siinä esimerkiksi jotain asiakkaan kannalta turhaa. Palvelusi pitää olla sellainen, että se kiinnittyy asiakkaan todellisuuteen. Toki palvelun ei tarvitse ratkaista kaikkia asiakkaan arjen haasteita.

Entä jos asiakkaasi on toinen yritys tai julkinen organisaatio? Mieti silloin, mitä yritys tavoittelee tai mitä heidän toimintansa haasteita voit palvelullasi ratkaista.

⁵ Mukailtu Value Proposition Canvasista: OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y., BERNARDA, G. & SMITH, A. 2014. Value Proposition Design. John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey.



Asiakkaan arki

Päivittäiset rutiinit/tehtävät?
Mikä on hänelle välttämätöntä?
Milloin hän kokee onnistuneensa?



Tarjontasi

Mistä osaamisesta ja osista
palvelusi koostuu?

Arjen saavutukset

Mikä helpottaisi arjen tehtäviä?
Mikä säästö tekisi onnelliseksi?
Mikä saa hänet näyttämään hyvältä?

Tarjoamasi hyöty

Miten palvelusi voi helpottaa arkea?
... auttaa tavoitteiden saavuttamisessa?
... pystyy ilahduttamaan asiakasta?

Arjen haasteet

Mikä estää onnistumasta?
Mikä tuottaa mielipahaa?
Missä tulee usein virheitä?

Ratkaisut haasteisiin

Miten palvelusi edistää onnistumista?
... säästää häntä joltain?
... vähentää yleisiä virheitä?

Työkalu 2 | Palvelukonseptin testaus

Tätä pohjaa voit käyttää, kun testaat palveluasi määrittelemäsi asiakasryhmän edustajille. Testaaminen on tärkeää niin uudelle kuin paranneltavalle palvelulle. Palvelua toteuttaessasi saat jatkuvaa palautetta onnistuneista ja parannettavista tekijöistä, mutta joskus on paikallaan tehdä havainnointia enemmän ajatuksella ja pyytää asiakkaalta kehittämisideoita.

Työkalun yläosaan vasemmalle kuvataan palvelu, jota haluat kehittää, mitä se sisältää. Sen viereen asiakasryhmää, jolle palvelua testataan. Näiden alapuolelle voi kuvata kokeilun käytännön toteutuksen. Joskus riittää, että testaat nopeasti vain jotain osaa palvelusta, kertomalla uudesta toteutusideasta

MITÄ?	KENELLE?
Idea/konsepti, jota testataan	Asiakas/ryhmä
MITEN?	MIKSI?
Kokeilu käytännössä	Kysymykset, jotka halutaan selvittää

Palvelun eri vaiheet asiakkaalle



Asiakkaan tunneskaalan vaihtelu palvelun aikana



asiakkaallesi ja kysymällä hänen mielipidettään siitä. Tärkeintä on ehkä kuitenkin se, että olet etukäteen miettinyt, mihin kysymyksiin haet testauksella vastauksia. Kokeilun aikana tehdyt huomiot, asiakkaan kommentit ja syntyneet ideat on hyvä kirjata heti ylös.

Työkalun alaosassa on jana, jolle voit kuvata eli eri vaiheet, joita asiakas käy läpi palvelun aikana eli niin sanotun palvelupolun. Voit havainnoida asiakkaan käyttäytymistä palvelutilanteessa tai haastatella häntä palvelun aikana tai jälkeen ja yrittää selvittää, kokeeko hän jonkin tietyn kohdan palvelussasi hankalaksi tai epämiellyttäväksi. Voit silloin kehittää siihen kohtaan palvelua paremman ratkaisun.

OPIT KOKEILUSTA

Kehittämisideat ja havainnot



Työkalu 3 | Palvelu liiketoimintana

Ennen kuin palvelua aletaan tuottaa, voi olla mielekästä avata itselleen vähän tarkemmin sitä, mitä kaikkea sen tuottaminen vaatii. Vastaamalla tämän työpohjan⁶ kysymyksiin hahmotat palvelusi ja ehkä koko kevytyrittämisesi liiketoimintamallia. Aloita täyttäminen vasemmalta, jossa on asiakasryhmääsi ja tämän ryhmän tavoittamista koskevia kysymyksiä. Siirry sen jälkeen pohtimaan oikean palstan kysymyksiä palvelusi tuottamiseen tarvittavista panostuksista, teosta, verkostosta ja lopulta toteutuksen kuluista.

Asiakas Kenelle palvelulla tuotetaan arvoa?	
Asiakassuhde Minkälaiseen asiakassuhteeseen palvelu perustuu tai mitä se vahvistaa?	
Arvolupaus Mitä arvoa asiakkaalle luodaan palvelulla ja miten?	
Jakelukanava Mikä on asiakkaalle sopiva ja kustannus- tehokas tapa tavoittaa asiakkaat?	
Tulovirrat Mistä asiakas on valmis maksamaan ja miten? Mikä on tulovirran tyyppi?	

⁶ Mukailtu Business Model Canvasista: OSTERWALDER, A. & PIGNEUR, Y. 2010. Business Model Generation. John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey.

Resurssit

Mitä resursseja palvelun toteuttaminen (arvolupaus, asiakassuhde, jakelukanava) vaatii?

Ydintoiminnot

Mitä ydintoimintoja palvelun toteuttaminen (arvolupaus, asiakassuhde, jakelukanava) vaatii?

Kumppanit

Mitä kumppanuuksia palvelun toteuttaminen (arvolupaus, asiakassuhde, jakelukanava) vaatii?

Kulurakenne

Mitä ovat palvelun tuottamisen merkittävimmät kulut? Mitä resurssit tai prosessit ovat kalleimpia?

This image shows a full page of blank, lined paper. It features approximately 20 evenly spaced horizontal grey lines across its entire width, providing a template for handwriting practice or general note-taking. The paper itself is white, and there are no margins, text, or other markings present.

Merkityksellisyys korostuu entisestään

Tuotteiden ja palvelujen kuluttamisessa on nähtävissä kehityssuunta, jossa kulutus muuttuu yhä tiedostavammaksi. Jos ja kun kuluttajalla on vaihtoehtoja, joista valita, suositaan yhä useammin sellaisia vaihtoehtoja, joissa yhdistyy monia merkitysnäköaloja. Täydellisessä palvelussa yhdistyvät hyödyt asiakkaalle, palvelua tarjoavalle yritykselle, yrityksen työntekijöille, yhteiskunnalle ja globaalille kehitykselle.⁷ Jos pystyt sisällyttämään tarjontaasi mahdollisimman monta näitä keskeisyyden elementtejä, erotut muusta tarjonnasta positiivisesti.

7 Lähde: Salonen, A. (2015). Merkitysnäköaloja avaavat eettiset innovaatiot. Teoksessa Pasi Lankinen, Melissa Rask ja Carina Savander-Ranne (toim.) Suomi nousuun insinööriosaamisella. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu, 39-41.)



Osa 4 | ASIAKKUUDET JA MARKKINOINTI



Asiakkaiden hankinta on aluksi kovaa työtä



Faisa Egge on kokkolalaisen Amanihoiva Kotihoito Oy:n perustaja. Hän aloitti yrittäjänä valmistuttuaan terveydenhoitajaksi vuonna 2012. Yritys tarjoaa kotihoitoa, henkilökohtaista apua ja kotipalveluja ikääntyneille, vammaisille ja muille apua tarvitseville.

amanihoiva.fi

Yrittäjyyden alussa minun piti tehdä paljon työtä asiakkaiden hankkimiseksi. Pitää tehdä itseään ja palvelujaan tunnetuksi alueella. Kävin esittäytymässä erilaisten yhdistysten tilaisuuksissa ja jakelin mainoksia asuinalueille, joilla tiesin asuvan kohderyhmääni: ikääntyneitä ja vammaisia. Kaikkiaan tavoitin alussa varmaan 500-800 henkilöä ja siihen kului aikaa useita kuukausia.

Asiakashankinnassa etenin yrityksen ja erehdyksen kautta. Sain esimerkiksi yritykselleni hyvin media-näkyvyyttä, mutta se ei tuonut asiakkaita toivomallani tavalla. Ensimmäiset asiakkaat tulivat kaupungin kautta. Lopulta vierailut yhdistyksissäkin alkoivat tuottaa tulosta. Nykyisin olemme jo tilanteessa, jossa meidän ei tarvitse erityisesti markkinoida palvelujamme.

Hyvin tehty työ on markkinointia

Koen että tarjoamamme palvelut täydentävät julkisia terveystalouksia. Pääosin asiakkaamme käyttävätkin kaupungin maksusitoumusta eli valitsevat meidät kaupungin palveluntarjoajien listalta. Miksi valinta osuu listalta juuri meihin, voi johtua työn laadusta. Voisi sanoa, että hyvin tehty työ on ainoaa markkinointia, mitä teemme tällä hetkellä. Tyytyväiset asiakkaat ovat mainoksiamme. Jos kysyn uudelta asiakkaalta, mistä hän kuuli meistä, yleisimmin vastaus on paikallislehdestä tai tutulta.

Suunnittelu ja avun hankkiminen kannattaa

Vaikka yrittämisessä on omat haasteensa, on tärkeää, ettei luovuta helpolla. On saatavissa paljon neuvoa, apua ja opastusta. Kaikkea ei tarvitse osata tehdä itse. Yrittämisen alkuvaiheessa kävin yritysneuvojalla, jossa jouduin tekemään liiketoimintasuunnitelman. Suunnitelmasta oli hyötyä myös asiakkaiden hankinnassa, koska määrittelin siinä kohderyhmäni ja palveluni. Yrittäjäksi hyppäämisen riskiä pienenensi saamani starttiraha.

ASIAKKUUDET JA MARKKINOINTI

Asiakkaat ovat yritykselle elinehto. Ilman asiakkaita ei synny liiketoimintaa. Mistä aloittava yrittäjä löytää ensimmäiset asiakkaansa ja miten hän onnistuu siinä? Usein ensimmäiset asiakkaat löytyvät lähipiiristä, omasta verkostosta. Jotta voit löytää ensimmäisen asiakkaan, sinun tulee viestiä tuotteestasi tai palvelustasi, eli markkinoida. Jos kukaan ei tiedä tekemisistäsi, sinun pitää levittää tätä tietoa. Mieluiten innostavasti ja paljon!

Ensimmäisten asiakastöiden jälkeen pääset liikkeelle. Keskustelut asiakkaiden kanssa ovat yksi tärkein keino kehittää omaa toimintaasi. Kysy heiltä palautetta, parannusehdotuksia ja lupaa hyödyntää heidän kommenttejaan markkinoinnissasi. Palveluntarjoajana sinun täytyy rakentaa luottamusta asiakkaisiisi, jolloin suositteluja kannattaa hankkia jo ihan yrittäjyyden alussa. Kun palvelusi on helppo ostaa, pystyt todistamaan osaamisesi ja viestit siitä aktiivisesti alueellasi, löydät kyllä uusia asiakkaita.

On tärkeää ymmärtää, että asiakassuhteita on erilaisia. Joissakin tapauksissa myyt palveluasi suoraan asiakkaallesi ja toisissa ostaja onkin jokin muu taho kuin palvelun käyttäjä itse. Epäsuoran asiakkuuden kohdalla täytyy muistaa olla kiinnostunut niin palvelun ostajan kuin niin sanotun loppuasiakkaan tyytyväisyydestä.

Sotehy-alan asiakkuuksiin kuuluvat suorien asiakkaiden lisäksi palveluseteliasiakkaat, ostopalvelujen kautta tulevat asiakkaat sekä KELA-korvauksen piirissä olevat asiakkaat. Palvelusetelillä tuotetaan palveluita esimerkiksi kunnalle. Kunta valitsee tiettyjen kriteereiden perusteella palvelutuottajat ja Aluehallintovirasto valvoo yrittäjän toimintaa ns. luvanvaraisissa palveluissa, ja ilmoituksenvaraisia palveluntuottajia valvoo kunta. Hakeutumalla palvelusetelituottajaksi, KELA-palvelutuottajaksi tai osallistumalla kilpailutukseen ostopalveluissa, muodostat suoraan itsellesi asiakkuudet tiettyihin sote-palveluihin. Loppujen lopuksi asiakas on kuitenkin itse se, joka valitsee palveluntuottajan vaihtoehtoista. Sinun tehtäväsi on silloin tehdä työsi näkyväksi henkilöbrändäyksen ja markkinoinnin avulla. Yhteistyö esimerkiksi kunnan palveluohjaajien kanssa on tärkeää, sillä he ovat keskeisessä roolissa myönnettäessä palveluja asiakkaille.

Digitalisaation myötä asiakkaat ostavat yhä enemmän tuotteita verkon välityksellä. Verkossa voidaan myös vertailla hintoja ja katsella vaihtoehtoja monipuolisesti. Kuluttaja pystyy siis nykypäivänä toimimaan hyvinkin itsenäisesti. Jotta tiedät, missä kanavissa sinun on tehokkainta markkinoida, sinun tulee ensin tuntea asiakkaasi. Kun tiedät, missä kanavissa asiakkaat liikkuvat, markkinointisi helpottuu.

Yrittäjänä olet usein vastuussa asiakkuuden hoitamisesta kokonaisuudessaan. Se pitää sisällään myös paljon muuta kuin laskutettavan työtehtävän toteuttamisen. Yrittäjänä työ pitää sisällään muun muassa tuotteen tai palvelun myynnin ja markkinoinnin, tarjousten lähettämisen, sopimusasiat sekä laskutuksen. Siksi asenteen ja hinnan tulee olla kohdallaan. Nykypäivänä myös tietoturva on asiakkaille ja yrityksille tärkeä asia, kun järjestelmät ovat menneet verkkoon. Myös kevytyrittäjän tulee kiinnittää huomiota asiakastietojen oikeanlaiseen hallinnoimiseen.

Työkalu 1 | Tavoitteet asiakkaiden hankinnassa

Asiakashankinta ja markkinointi kannattaa aloittaa määrittelemällä selkeät konkreettiset tavoitteet ja aika-
taulu. Listaa seuraavien kysymyksien alle konkreettisia asioita.

1. Missä tilanteessa haluat olla 5 vuoden päästä? Millaisia asiakkaita haluat?
Miten suuren määrän?
2. Millaisia toimenpiteitä sinun pitää tehdä esim. seuraavan vuoden sisällä, että saavutat
tavoitteen?
3. Kirjaa seuraava askel, jonka otat tavoitteesi saavuttamiseksi. Väräa konkreettisille teoille
tiläa kalenteristasi.

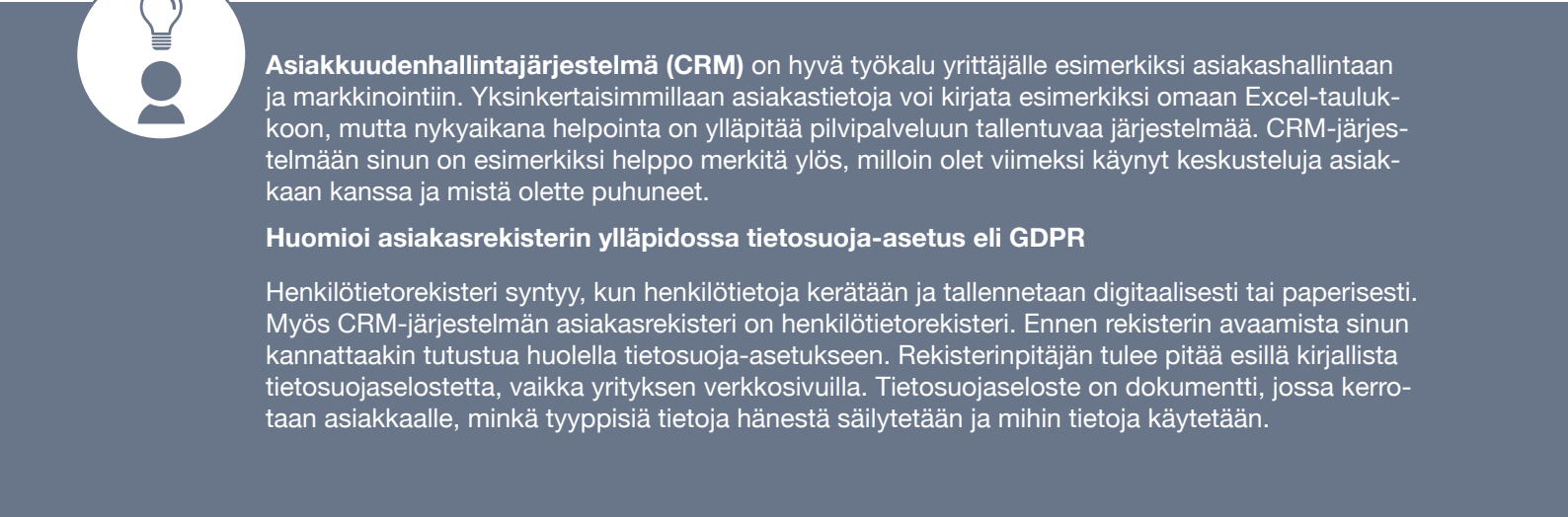
Työkalu 2 | Markkinointi tekoina

Markkinoinnin kannattaa olla suunnitelmallista, koska silloin se rasittaa arkea vähemmän. Voit myös tehdä markkinoinnin sisältöjä ennalta siihen varaamanasi aikana ja esimerkiksi ajastaa tekemääsi someviestintää. Markkinointia, kuten kaikkea yritystoimintaan liittyvää, kannattaa ajatella konkreettisina tekoina, niin sitä on helpompi myös toteuttaa.

1. Listaa ensin mitä markkinointiin liittyvää haluat kokeilla tai toteuttaa (esim. näkyminen tilaisuuksissa, palautteen kysyminen, suosittelijoiden aktivoiminen, aktiivisuus sosiaalisessa mediassa, bloggaaminen, lehtimainonta, näkyvyys paikallismedioissa, jne.)

2. Mitä markkinointitekoja tämä käytännössä vaatii ja paljonko työ vaatii aikaa?

3. Siirrä työt kalenteriisi.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Huomioi asiakasrekisterin ylläpidossa tietosuoja-asetus eli GDPR

Henkilötietorekisteri syntyy, kun henkilötietoja kerätään ja tallennetaan digitaalisesti tai paperisesti. Myös CRM-järjestelmän asiakasrekisteri on henkilötietorekisteri. Ennen rekisterin avaamista sinun kannattaakin tutustua huolella tietosuojasetukseen. Rekisterinpitäjän tulee pitää esillä kirjallista tietosuojaselostetta, vaikka yrityksen verkkosivuilla. Tietosuojaseloste on dokumentti, jossa kerrotaan asiakkaalle, minkä tyyppisiä tietoja hänestä säilytetään ja mihin tietoja käytetään.



Osa 5 | MYYNTI JA KANNATTAVUUS



Myynti on tarpeisiin vastaamista

Heli Peltola on mikkeliiläisen Geriwell Oy:n toimitusjohtaja. Yritys tarjoaa monipuolisia kotiin vietäviä palveluja: kotisairaanhoidon, hoiva- ja perhepalveluita, omaishoitoa, kotipalveluita ja kotikuntoutusta sekä lastensuojelun palveluja.

geriwell.fi



Myynti on vähän kylmä sana. Yleensä sosiaali- ja terveysalalla ei edes puhuta myynnistä, vaan palvelujen tuottamisesta. Myynti on yritykselle elinehto, mutta se on paketoitu tarpeeksi; on ihmisiä, jotka tarvitsevat apua ja joille tarjoamme palveluja. Emme ajattele missään kohtaa, mitä me myymme, vaan mitä palveluja yrityksemme tuottaa. Pitäisiköhän meidän puhuakin enemmän myynnistä – toisiko se paremmin esiin sen, että meidän on oltava kannattavia ja saada voittoa voidaksemme toimia ja kehittyä.

Myynnin keinot vaihtelevat kohderyhmän mukaan

Aluksi voi joutua tekemään paljon työtä ja käyttämään myyntiin paljon aikaa. Eniten ratkaisee se, kenelle palveluja myy. Vanhusten omaisille myydään huolettomuutta omien läheisten pärjäämisestä, itsemak-savalle asiakkaalle taas on tärkeää, mitä hän eurollaan saa. Kannattaa opetella laskemaan asiakkaalle auki, mitä palvelu hänelle vuositason maksaisi, jos hän saa ostaa sen ilman arvonlisäveroa ja saa lisäksi kotitalousvähennyksen.

Mikäli asiakkaana on muu kuin loppukäyttäjä tai omainen, on vaihtoehtona oikeastaan vain palveluseteli-tuottajaksi hakeutuminen. Kun kaikki tarvittavat luvat ovat kunnossa, on hakeutuminen helppoa ja toimin-tamalli selkeä.

Palvelujen hinnat on mietittävä huolella

Tärkeintä on hinnoitella itsensä oikein. Laske ensin, paljonko pitää jäädä säästöön, jos sairastut, ha-luat pitää lomaa tai kehittää yritystäsi. Mikä on se tuotteen hinta, jolla yrityksesi pysyy pystyssä ottaen huomioon esimerkiksi yrittäjän eläkevakuutuksen tai kevytyrittäjän maksaman provision. Kannattaa myös tarkistaa kilpailijoiden hinnat ja alueen hintataso.

Usein asiakas ostaa laatua, jolloin hinta ei ole euron päälle. Pitää myydä myös se ajatus, että asiakas saa aina saman tutun ihmisen, joka tulee hänen avukseen sovittuna aikana ja vain tehdystä työajasta makse-taan. Ne valit painavat paljon enemmän kuin muutama euro.

On tietysti oma valinta aloittaa myynti halvalla hinnalla, mutta sitä on vaikea myöhemmin nostaa. Yrittäjää uhkaa myös uupuminen, jos alhaista hintaa pyritään korvaamaan liian suurella työmäärällä.

MYynti JA KANNATTAVUUS

Myynti on yrittäjän yksi tärkeimmistä, ellei tärkein taito. Myynnissä taustatyö kannattaa tehdä kunnolla ja oma asiakaskunta kannattaa tuntea hyvin. Myynti on ongelmanratkaisua, auttamista ja asiakkaan palvelemista. Asiakkaan tarpeita kartoitat helpoiten kysymällä tarkentavia kysymyksiä. Erilaiset myyntitekniikat toimivat eri tilanteissa, mutta tärkeintä on löytää itselle miellyttävin ja tuottavin tyyli. Ole siis rohkeasti oma itsesi!

Sotehy-alalla puhutaan enemmän palvelujen tarjoamisesta kuin myyntityöstä. Asiakkaan tarpeiden kuunteleminen ja tarkoituksenmukaisen palvelun tarjoaminen ovatkin keskeinen osa myyntityötä. Etenkin yksityisyrittäjälle lähes kaikki toiminta on sidoksissa myyntiin.

Yrittäjän on tärkeää pitää yhteyttä asiakkaisiin. Jos tilaajana ja maksajana on jokin muu taho, luonnollisesti myös heihin. Sen lisäksi, että fyysinen näkyminen ja läsnäolo asiakkaiden keskuudessa on tärkeää, digitaalisissa kanavissa näkyminen ja yhteydenpito asiakkaisiin korostuvat nykyään entistä enemmän.

Maailma muuttuu yhä digitaalisemmaksi ja ihmiset käyttävät enemmän digitaalisia tietolähteitä etsiessään ja ostaessaan palveluita ja tuotteita. Kuluttajien ja yritysten ostokäyttäytyminen on siis muuttunut valtavasti. Valtaosa aloittaa tiedon hakemisen hakukoneista ja ostopäätökseen käytetään keskimäärin noin 15:tä eri tietolähdettä. Tämän vuoksi myyjän rooli nykypäivänä painottuukin enemmän siihen, että keskusteluita käydään asiakkaiden kanssa, jotka ovat jo hyvin tietoisia tarjoamastasi tuotteesta tai palvelusta.

Parhaimmillaan digitaalinen markkinointi sulautetaan yhteen aktiivisen myynnin kanssa. Hyvin toteutettu digitaalinen markkinointi tuo uusia, kiinnostuneita asiakkaita ja lisää asiakaskäyntien määrää sekä kasvattaa yrityksen myyntiä.

Yritystoiminnassa tulee tähdätä siihen, että yrityksen toiminta on taloudellisesti kannattavaa. Alussa toiminnan kannattavuus voi olla heikompaa, ennen kuin asiakaskunta vakiintuu. Muista, että se on täysin normaalia. Alkuvaiheessa joutuu laittamaan enemmän aikaa ja energiaa toiminnan vakiinnuttamiseksi. Kannattavan yritystoiminnan yksi merkittävin osa on hinnoittelu. Hinta on asetettava niin, että yritys saavuttaa taloudelliset tavoitteensa ja pärjää kilpailussa. Tuotteen tai palvelun myyntihintaa voidaan ajatella;

- » **markkinoiden kannalta = kuinka paljon asiakkaat ovat valmiita tuotteesta maksamaan**
- » **kustannusten kannalta = mikä tuotteen myyntihinnan on oltava, jotta tietyllä myyntimäärällä saadaan kustannukset katettua ja jää tavoiteltu voitto.**

Nämä kaksi näkökulmaa hinnoitteluun eivät ole toisistaan erillisiä, vaan ne tulisi ottaa huomioon samanaikaisesti. Yrityksen ei välttämättä kannata siis tarjota tuotetta, jos siitä saatava hinta ei riitä kattamaan kustannuksia ja tuota tavoiteltua voittoa. Liian korkeat hinnat taas voivat johtaa siihen, ettei kauppa käy. Kun palvelun hinnoittelusta tehdään läpinäkyvää, on sinulla valmiit perustelut asiakkaallesi, mistä osista kyseinen hinta muodostuu.

Silloin kun hinnoiteltava tuote ei olennaisesti poikkea muista markkinoilla olevista vastaavista tuotteista, on hinnan oltava lähellä muiden samankaltaisten tuotteiden hintaa. Mitä erilaisemmasta ja omaleimaisemmasta tuotteesta on kyse, sitä enemmän yrityksellä on liikkumavaraa tuotteen hinnoittelussa. Palaa osioon kolme, työkaluun yksi ja mieti, miten iso merkitys palvelullasi on asiakkaallesi.

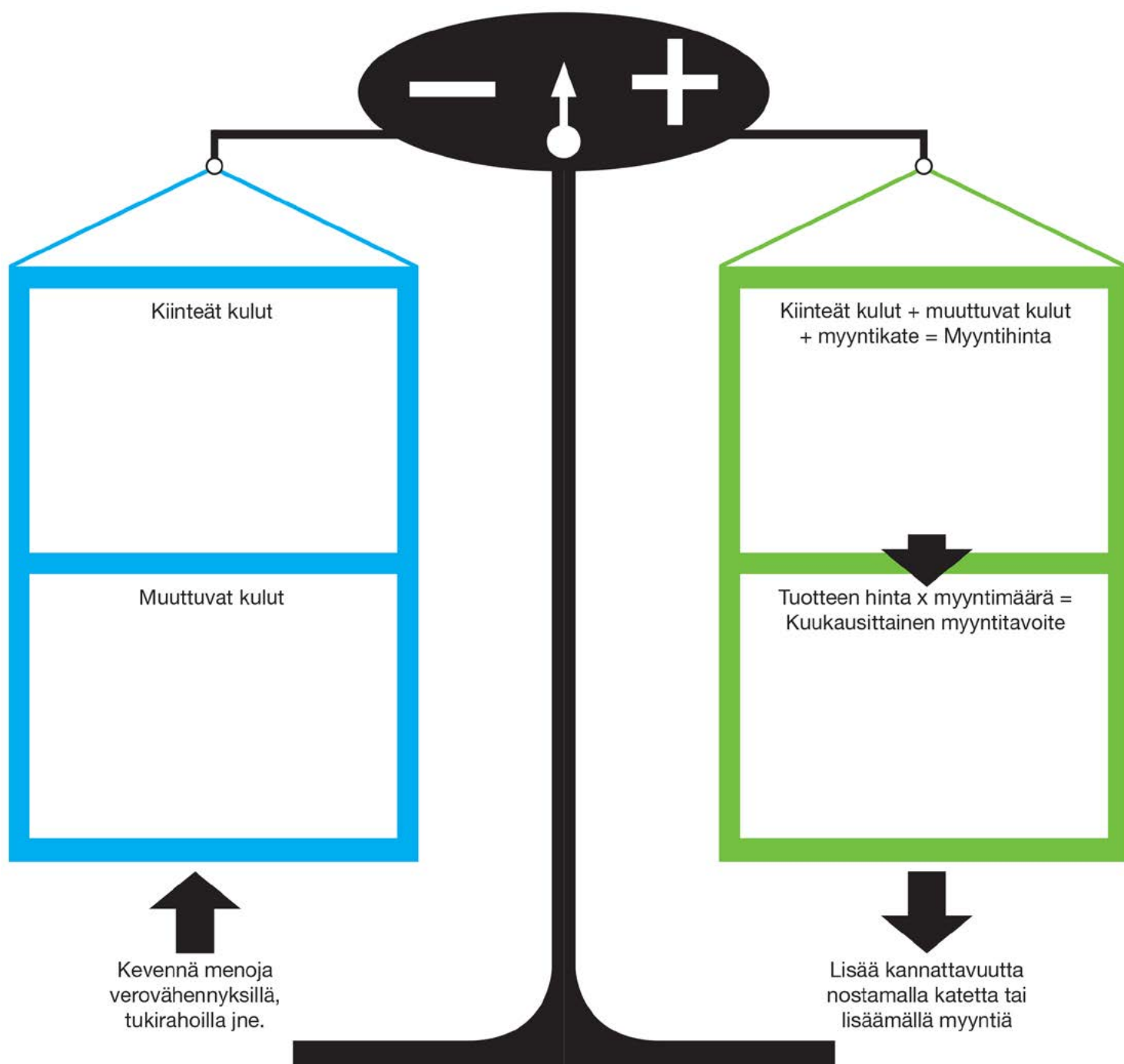
On myös tärkeää ymmärtää, että esimerkiksi huolimattomat alennukset alentavat huomaamatta myyntikatetta ja saattavat romahduttaa kannattavuutta. Aloittavan yrittäjän kannattaakin siis olla varovainen hinnanalennusten kanssa. Vaihtoehtoisesti voit tarjota alennusten tilalle lisäpalveluita eli tehdä lisämyyntiä. Lisämyynti voi olla esimerkiksi lisäpalvelu, jonka asiakas voi ostaa lisähintaa vastaan. Aluksi voitkin suunnitella 1-2 lisäpalvelua, joita voit helposti tarjota asiakkaillesi.

Työkalu 1 | Hinnoittelun rautalankamalli

Yksinkertaisuudessaan tarjoamasi palvelun myyntihinta koostuu kiinteistä kuluista, muuttuvista kuluista ja myyntikatteesta. Eli **kiinteät kulut + muuttuvat kulut + myyntikate/voittotavoite = myyntihinta**.

Mitä ovat kiinteät kulut? Kiinteät kulut ovat kuluja, jotka pysyvät samana, vaikka yrityksesi myynti kasvaisi. Tyypillisiä kiinteitä kuluja on siis esimerkiksi vuokrat, vakuutusmaksut, puhelinlasku ja niin edelleen. Kiinteät kustannuksetkin muuttuvat ajoittain, mutta muutos ei johdu tuotannon määrän muutoksesta. Usein sanotaankin, että tärkeintä on kattaa yrityksen kiinteät kulut. Kiinteät kulut kun muodostuvat, vaikka myyntiä ei yritykselle yhtään tulisikaan.

Mitä ovat muuttuvat kulut? Muuttuvat kulut vaihtelevat yrityksesi tuotannon ja myynnin määrän mukaan. Mitä enemmän myyt palveluasi, sitä enemmän sinun tulee ostaa myös esimerkiksi tarvikkeita. Ja mikäli myyntisi vähenee, myös tarvikkeisiin investoiminen pienenee. Palveluyrityksissä kuitenkin muuttuvien kulujen määrä on usein vähäisempi, kuin esimerkiksi tuotteita tarjoavilla yrityksillä.



Työkalu 2 | Myynnin muistilista

Jos maksavia asiakkaita ei löydy, syy on usein puuttuva suunnitelma tai sen noudattamatta jättäminen. Tämän työkalun avulla pääset myyntityössä alkuun ja sitä myötä kohti kannattavaa toimintaa.

Kirjaa ensin ylös, millainen potentiaalinen asiakkaasi on, eli kenelle olet myymässä tuotetta tai palvelua.

Kirjaa sen jälkeen ylös omat myyntivalttisi, miksi asiakkaan kannattaa hankkia palvelu juuri sinulta, ei joltain muulta toimijalta.

On hyödyllistä myös pohtia, mihin määrään myyntiä olet tyytyväinen. Aseta myynnillesi konkreettinen tavoite. Mieti, kuinka paljon sinun tulee myydä palveluasi, jotta toimintasi on kannattavaa.

Toimintasuunnitelma on lista teoista, jota myynti on käytännössä. Kirjaa ylös asioita kuten, miten otat yhteyttä asiakkaisiin, missä kanavissa lähestyt asiakkaitasi ja milloin.

Asiakkaani

Omat vahvuuteni

Asettamani tavoitteet

Toimintasuunnitelma



Ennakoiva ja tavoitteellinen myyntityö

Asiakashankinnassa ja myynnissä tulee katsoa tulevaan. Käytännössä se tarkoittaa sitä, että sinulla tulisi olla aina tuleville kuukausille tiedossa työkeikkoja. Näin asiakashankintaa ei tarvitse aloittaa aina nollasta. Mikäli asiakashankinta aloitetaan aina uudelleen vasta vanhojen asiakastöiden valmistuessa, tekee se aina loven yrityksen tuloihin. Uudet asiakastyöt kun konkretisoituvat mahdollisesti vasta 1-3 kuukauden kuluttua. Siksi myyntityön tulee olla jatkuvaa. On erittäin tärkeää muistaa seurata kalenteria 2-3 kuukauden päähän. Mikäli kalenterissa on vielä paljon tyhjiä kohtia tulevina kuukausina, pysytyt niihin vielä tässä vaiheessa reagoimaan.



Osa 6 | OMAN TYÖN JOHTAMINEN



Tasapainoon kahden työn ja muun elämän kanssa



Joona Rontu on sosionomi (AMK) ja ratkaisukeskeinen lyhytterapeutti, joka tuottaa lyhytterapian palveluja päivätyönsä ohella kevytyrittäjänä. Ilta-työtä hän tekee kotona antamalla keskusteluapua asiakkailleen puhelimitse.

lyhytterapeuttijoonarontu.com

Aloitin sivutoimisen yrittäjyyden keväällä 2019, koska halusin ylläpitää hankkimaani lyhytterapeutin osaamista ja se ei suoraan onnistunut silloisessa päivätyössäni sosiaaliohjaajana. En tuota palveluja rahan takia, vaan tarkoituksena on lisätä kokemustani ja ylläpitää osaamistani. Pitkän tähtäimen suunnitelmissa siintävät psykoterapeutin opinnot.

Tarvitaan määrittelyä ja selkeitä tavoitteita

Aiemmassa työssäni työllisyydenhoidossa olin tutustunut erilaisiin yrittämisen tapoihin. Valitsin kevytyrittäjyyden, koska se tuntui helpoimmalta vaihtoehdolta. Alkuvaiheessa piti tehdä kuitenkin paljon suunnittelua: mikä on se palvelu, jota myyn, miten esittelen sen verkkosivuillani, miten hoidan talouspuolen ja niin edelleen. Tein selvitystä, onko puhelimitse annettavalle lyhytterapiapalvelulle edes kysyntää. Onneksi pystyin kysymään moneen asiaan neuvoa ja mielipiteitä lähipiiriltäni. Olen saanut apua esimerkiksi markkinointiin liittyvissä asioissa.

Sivutoiminen yrittäjyyteni on hiljalleen löytänyt sopivan muotonsa. Aluksi asiakkaita oli harvakseltaan, mutta reilun vuoden jälkeen tuli hetki, jolloin piti alkaa rajata sivutyön määrää. Toisaalta ajatus sopii lyhytterapiaan. Jo opinnoissa kehoitettiin keskittymään pieneen asiakasryhmään kerralla. Olen määritellyt, että viikkooni mahtuu päivätyöiden jälkeen noin kuusi puhelinaikaa. Käytän sähköistä ajanvarausjärjestelmää, jossa asiakkaat varaavat itse omat puhelinaikansa. Näin en joudu hoitamaan puhelimitse ajanvarauksia ollenkaan. Avaan järjestelmään uusia aikoja varattavaksi 1-2 kuukauden välein.

Tunne omat rajasi

Tasapainon löytäminen päivä- ja sivutyön sekä muun elämän välillä on tärkeää. Mielestäni päivässä pitää olla hetkiä, jolloin tekee ihan jotain muuta kuin työtä. Itse palaudun käymällä lenkillä koiran kanssa ja laittamalla ruokaa. Vaikka teen sivutyötä rakkaudesta lajiin, haluan, että muullekin elämälle, kuten vapaaehtoistyölle ja harrastuksille, jää aikaa.

Varsinkin jos tekee työtä yksin, olisi hyvä varmistaa, että on joku, joka ymmärtää, mitä teet työksesi ja kykenee tarjoamaan tukea. Lyhytterapiaopinnoissa muodostui verkosto, jossa olemme jakaneet kokemuksia ja vertaistukea työhön liittyen.

OMAN TYÖN JOHTAMINEN

Myös yksinyrittämiseen liittyy johtamista. Oman työn johtaminen on joukko keinoja, jotka auttavat suuntaamaan toimintaa asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi. Käytännössä se on tehtävien ja työajan järjestelyä. Joillekin organisointi tulee luonnostaan, mutta kaikkien on mahdollista kehittyä itsensä johtamisessa.

Opi erottamaan työstä erilaiset tehtävät ja yritä hahmottaa, vaikka kokemuksen kautta, niiden toteuttamisen vaatima aika. Tästä on apua myös palvelujen hinnoittelussa ja toiminnan kannattavuuden varmistamisessa. Tekemistä tuntuu helposti olevan enemmän kuin mihin aika riittää, mutta voi miettiä, mitkä tehtävistä ovat tärkeämpiä kuin toiset ja mitkä pitää oikeasti hoitaa kiireellisesti. Tällä jaottelulla on mahdollista välttää stressiä.

Kalenteri on yksinkertainen apuväline oman työn johtamiseen. Jos esimerkiksi suunnittelet sivutoimista palvelujen tuottamista, kalenterin avulla voit hahmottaa ajan, jonka voit päivittäin tai viikoittain käyttää yrittäjyyteen. Myöhemmin voit yhdistää kalenterin käytön sähköiseen ajanvarausjärjestelmään.

Yrittäjämäinen toiminta tuo monia vapauksia, mutta myös vastuun tehtävien järjestämisestä siten, ettei työhyvinvointisi kärsi. Varsinkin monia ansaintälähteitä yhdistävällä, voi olla kiusaus täyttää vapaa-aika yritystoiminnalla, mutta palautumisellekin kannattaa varata vuorokaudesta tunteja. Kannattaa opetella sanomaan ei, vaikka palveluillesi on kysyntää. Lopultahan työkyvyn varmistaminen on pienyrittäjän tärkein tuotantotekijä.

Asiantuntijat näkevät kalenteroinnin parempana välineenä oman työn johtamisessa kuin perinteisen ranskalaisilla viivoilla tehdyn tehtävälisan.⁸ Kun lista laaditaan kalenteriin, henkilö joutuu miettimään esimerkiksi, paljonko aikaa tehtävän suorittamiseen pitää varata ja milloin sen tekemiseen on aikaa. Lista muuttuu siis kalenterissa heti konkreettisemmaksi.

Kun laitat sähköiseen kalenteriin esimerkiksi kolme asiaa, niin hyvin pian huomaat, että joku asia on tärkein ja se pitää tehdä ensin. Listojen pitäminen on mielekästä, mutta kalenterointi on vielä järkevämpää.

Työkalu 1 | Kalenterin käytön abc

- 
1. valitse itsellesi mieluisin kalenteri, jota haluat käyttää
 2. määrittele kalenteristasi ajankohdat, jotka voit käyttää sivutoimiseen yrittäjyyteen
 - a. mieti onko aikaa tarpeeksi,
 - b. voitko jättää joitain muuta tekemistä pois,
 - c. onko palautumiseen tarpeeksi aikaa
 3. Tee lista tehtävistä joita kevytyrittämiseesi liittyy tällä hetkellä.
 4. Siirrä tehtävät kalenteriisi. Varaa niille aikaa ja järjestä ne sen mukaan mitkä tehtävistä ovat kiireellisimpiä ja tärkeimpiä yrittäjyyden edistämiseksi
 5. Tee tehtävien suunnittelusta ja kalenteriin viemisestä säännöllistä

⁸ Lähde: Sammalisto, Sampo 2014a: Viisas pääsee vähemmällä – 52 niksia tehokkaampaan ja onnellisempaan elämään. Helsinki, Helsingin seudun kauppakamari Oy ja tekijä.

Työkalu 2 | Huolihetki

Jos tekemättömät työt alkavat pyöriä mielessä niin että illalla on vaikea rauhoittua tai heräilet yöllä poh-timaan niitä, kannattaa kokeilla huolihetkeä⁹. Sen ideana on rajata huolehtiminen tiettyyn kellonaikaan päivässä, esimerkiksi työskentelyn loppuun tai ennen nukkumaanmenoa.

1. Määrittele, milloin on sinulle sopiva aika käsitellä huolia (15–30 min riittää).
2. Kirjoita vuorokauden aikana mieleen nousevia huolia ja ongelmia listaksi tähän työpohjaan tai vihkoon ilman, että jätät pohtimaan niitä siinä hetkessä.
3. Käy läpi huolihetken aikana listaamasi asiat hyödyntäen alla olevia kysymyksiä.
4. Jos samat asiat vielä kiusaavat sinua, muistuta itseäsi, että olet käsitellyt ne huolihetkessä.



Kysy itseltäsi:

- Mitä tapahtuu, jos asia ei ratkea kunnolla?
- Mitä merkitystä seurauksella on minulle?
- Miten voin itse edistää ongelman ratkaisua? Kalenteroi tehtävät.
- Keneltä voisin pyytää apua? Kysy sitä.
- Onko asiassa jotain, mihin et pysty vaikuttamaan? Hyväksy asia ja yritä sietää se.

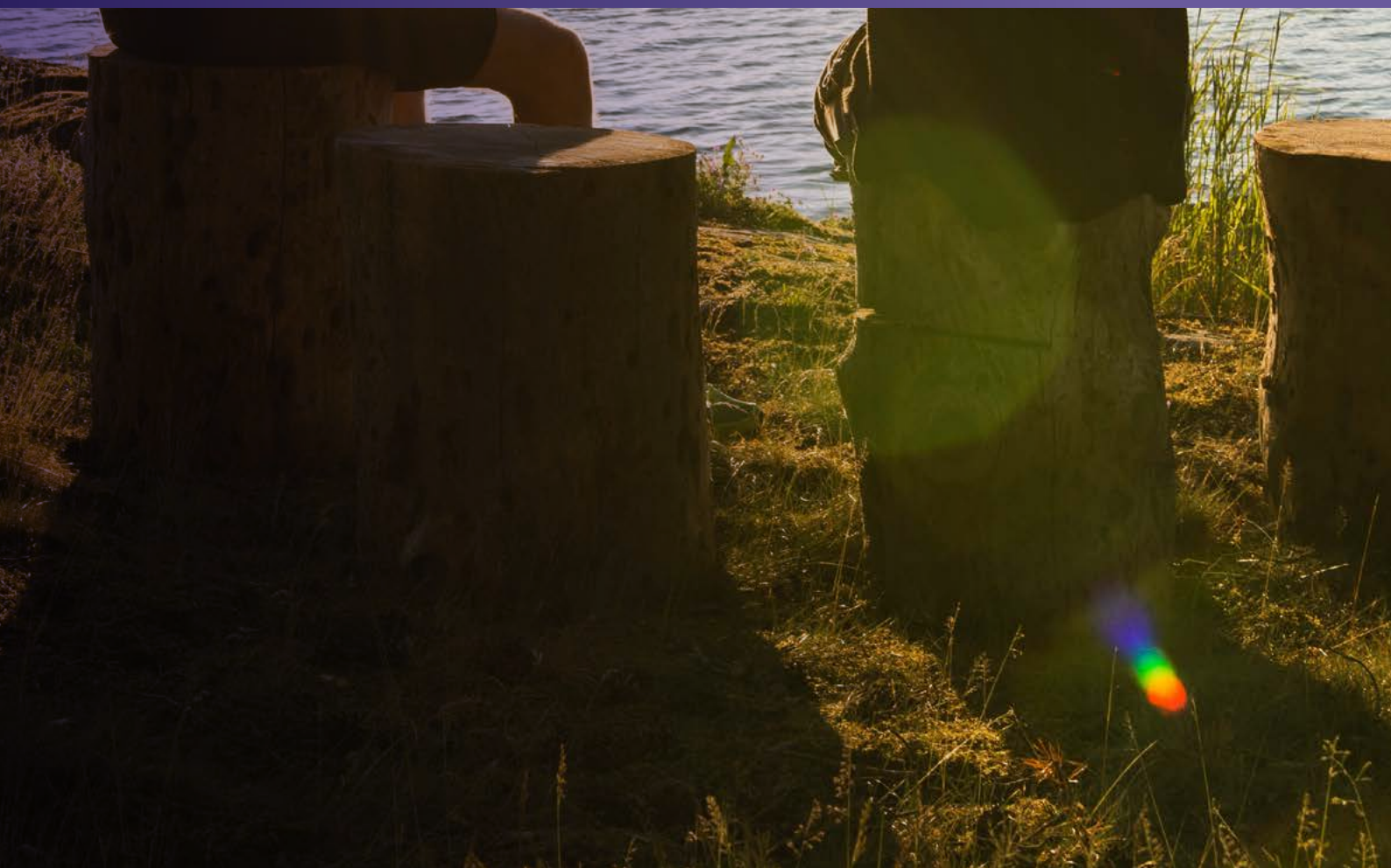
This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



Oman osaamisen johtamista on se, että osaa erottaa tehtävien keskeltä sen, mikä ei luultavasti onnistu omin voimin erityisen hyvin. Voit silloin miettiä, olisiko aiheeseen mahdollista perehtyä paremmin esimerkiksi opiskelemalla asiaa. Toisaalta työstä ei tarvitse selvittää yksin edes yksinyrittäjänä. Avun pyytämistä ei kannata ujoitella. Jokainen yrittäjä on joskus ollut aloittava yrittäjä. Mieti, voitko toteuttaa jotakin tehtäviä yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa ja mihin tehtäviin kannattaisi pyytää apua. Jo keskustelu toisten yrittäjien kanssa voi ratkaista paljon.



Osa 7 | VERKOSTOJEN HYÖDYNTÄMINEN



Myös yksinyrittäjä hyötyy työyhteisöstä



Hieroja Titta Karjalainen on koulutettu hieroja Espoon Kivenlahdesta, yrittäjänä hän aloitti vuonna 2015. Palveluvalikoimaan kuuluu urheiluhieronta, kinesioteippaus, dry needling eli kuivaneulaus ja kuumakivihieronta.

akupunktioklinikka.com

Teen töitä toiminimellä, sillä tällä alalla ei ole vaihtoehtoja, on oltava yrittäjä. Hierontayritys on kuitenkin melko yksinkertainen perustaa ja kirjanpitolikin on selkeää. Hieronta-alalla on yleistä, että joku yrittäjä hallinnoi useamman hierojan yhteistä toimitilaa, ja muut yrittäjät ovat ikään kuin alihankkijoina. Toimintamalli on samanlainen kuin vaikkapa monissa parturi-kampaamoissa. Hieroja saa tietyn provisiopalkan tekemästään työstä ja oheismyynnistä. Yleensä myös hierontapöydät, pyyhkeet, voiteet ja muut tarvikkeet kuuluvat sopimukseen. Eli toimintamalli on verraten yksinkertaisen, teet hierojana vain työsi. Moni hieroja työskenteleekin mieluummin näin, koska vastuuta on vähemmän. Toki silloinkin asiakkaista tulee pitää huolta ja on hyvä osata myös myydä. Ollut aiemmin ollut hierojana parissa tällaisessa hierontayrityksessä, mutta nyt olen vuokrannut oman tilan ja teen töitä yhteisössä, jossa on myös monia muita hyvinvointialan yrittäjiä.

Erilaiset verkostot tukevat eri tavoin

Työyhteisö ja ammatilliset verkostot ovat minulle tärkeitä. Toisilta hierojilta saa sekä henkistä tukea että käytännön neuvoja. Jos on ollut joku erityisen haastava asiakas, voi mieltään purkaa kollegoille. Jos taas asiakkaalla on jokin vaiva tai oire, johon ei oikein tunnu pääsevän käsiksi, voi asiasta konsultoida muita hierojia. Käyn itsekin asiakkaana tutuilla hierojilla ja pidän heihin yhteyttä myös koulutettujen hierojien Facebook-ryhmässä ja messengerin kautta, nyt olen saanut neuvoja esimerkiksi siitä, miten korona-aikana toimitaan.

Tämä työyhteisö hyödyttää toimintaani myös siten, että asiakkaat ovat käyneet vaikkapa akupunktiossa ja huomanneet, että täällä on hierontaakin ja tulleet sitten minun luokseni. Ja jos asiakkailta jää välejä, voin mennä kahville ja juttelemaan niitä näitä muiden yrittäjien kanssa. Sekin on syy, miksi en halua toimia ihan yksin.

Verkoston tarve riippuu tietysti alasta, mutta myös yksilöistä. Joku toinen voi kaivata enemmän tukea ja neuvoja, itse olen vähän sosiaalinen erakko. Asiakkaiden kanssa on päivittäin melko paljon sosiaalista kanssakäymistä, joten sen vastapainoksi haluaa myös omaa rauhaa.

VERKOSTOJEN HYÖDYNTÄMINEN

Verkostoituminen on yrittäjälle hyvin tärkeää. Sen tehtävänä on auttaa löytämään yhteistyökumppaneita ja tavoittamaan uusia asiakkaita. Verkostoitumisesta muiden yrittäjien kanssa voi olla paljon hyötyä. Toisen yrittäjän kanssa pystyt jakamaan ajatuksia ja huolia, joita muiden kuin yrittäjien saattaa olla vaikea ymmärtää. Verkostoituminen siis tukee sekä liiketoimintaasi että hyvinvointiasi! Erilaisten verkostojen merkitys liiketoiminnassa kasvaa koko ajan. Siksi sinun on tärkeää panostaa hyvän ja toimivan verkoston luomiseen ja ylläpitoon. Verkostot eivät synny itsestään, vaan niiden luominen ja kehittäminen vaativat aikaa ja työtä.

Tulevaisuudessa sote-alalla toimintaympäristön muutos vaatii, että on oltava monen eri osa-alueen osaa- ja tähän tukena on laaja verkosto. Mitä pienemmästä toimijasta on kyse, sitä tärkeämpää on verkostoituminen. Verkostoitumista tulee olla yli toimiala- ja sektorirajojen ja julkinen taho on yksi tärkeimmistä yhteistyökumppaneista. Verkoston kautta pystyt paremmin löytämään ratkaisuja niihin asioihin, jotka eivät ehkä ole sinun ominta osaamisaluetta.

Etenkin yksinyrittäjälle verkostoituminen on erinomainen työkalu, josta voi hyötyä paljon. Verkostojen avulla voit esimerkiksi:

- » luoda uusia liiketoimintamahdollisuuksia
- » kasvattaa yrityksesi myyntiä ja tehostaa sen toimintaa
- » ratkaista liiketoimintaan liittyviä ongelmia
- » laajentaa asiakaskuntaa ja markkina-alueita
- » saada kustannussäästöjä
- » saada uusia oivalluksia ja ideoita
- » hyödyntää muiden osaamista
- » saada tukea oman hyvinvointisi edistämiseen
- » helpottaa työn ja muun elämän yhteensovittamista ¹⁰

Myös vertaistuki pienyrittäjälle on erittäin tärkeää. Vertaistukea voit löytää omasta lähipiiristäsi, mutta kannattaa miettiä myös esimerkiksi yrityskummin hankkimista. Yrityskummi on henkilö, jolla on enemmän kokemusta yritystoiminnasta ja jolta saat hyviä vinkkejä oman toiminnan aloittamiseen ja kehittämiseen.

Sote- ja hyvinvointialan yrittäjälle yksi hyvä vaihtoehto voi olla toimia osuuskunnassa. Osuuskuntamallissa lähtökohtaisesti yrittäjät tai kolmannen sektorin toimijat yhteistyössä palvelujen tuottamisesta vastaavan tahon, esimerkiksi kunnan kanssa, tuottavat paikallisesti asiakkaalle palvelut. Yrittäjälle osuuskunnassa toimiminen mahdollistaa mm. suurempien palvelukokonaisuuksien tuottamiseen osallistumisen, alan kehittymisessä mukana pysymisen, markkinointiedun yhteisen brändin ja toimintatavan alla sekä uusien palvelukonseptien, kuten digitaalisten palvelujen, kehittämisen.

¹⁰ AIRILA, A & BERGBOM, B. 2017. Verkostot pienyrittäjän tukena. Työterveyslaitos, Helsinki. s. 6. Viitattu 6.11.2020.
<http://urn.fi/URN:ISBN 978-952-261-751-4> (PDF)

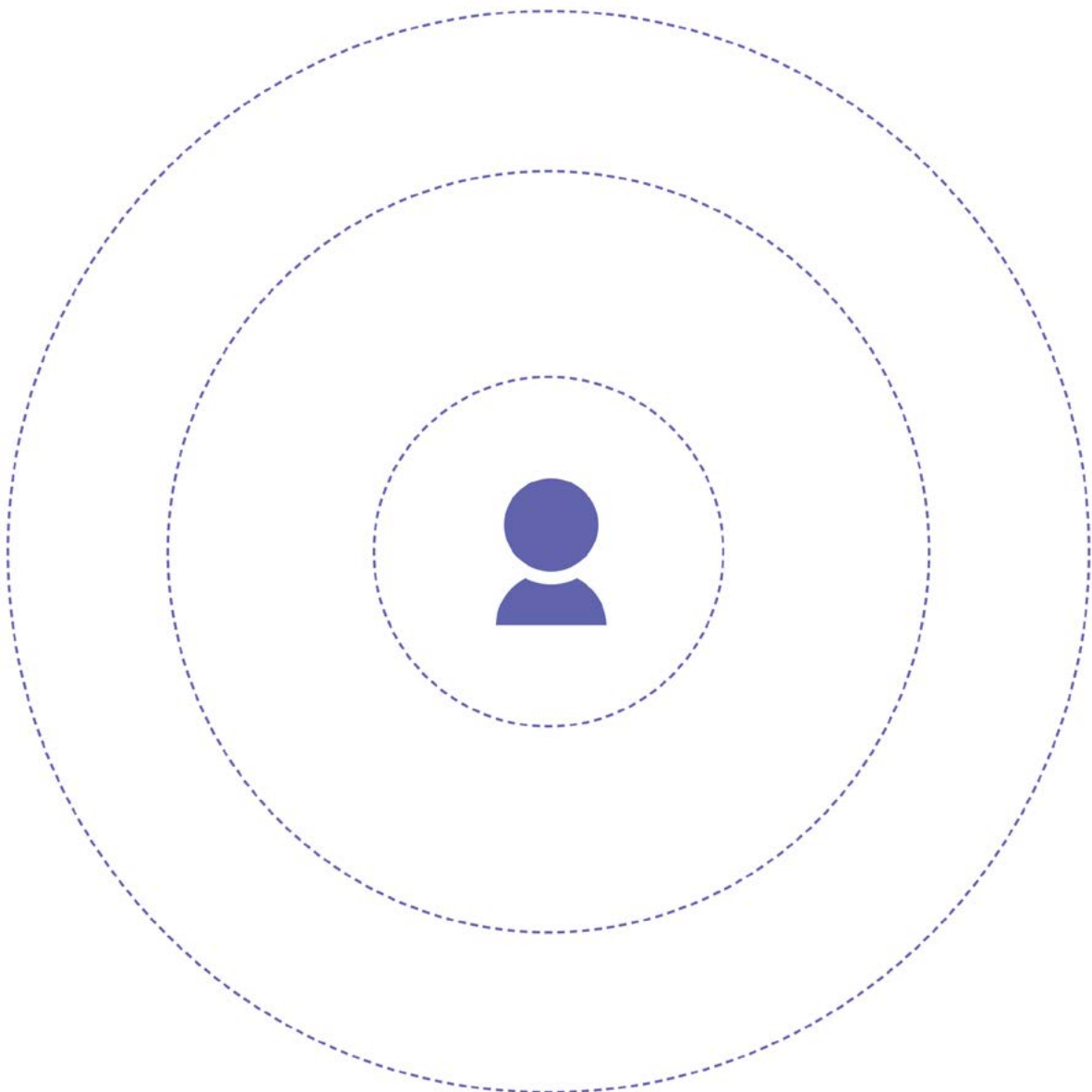
Työkalu 1 | Verkostokartta

Tätä työkalua voit käyttää havainnollistamaan vuorovaikutusta ja ihmisten välisiä suhteita. Verkostokartan voi laatia useasta näkökulmasta, mutta tee se tällä kertaa palvelutuotannon näkökulmasta. Piirtämällä konkretisoi ja jäsennät kuvaa verkostosuhteistasi, niistä ihmisistä, joiden kanssa teet yhteistyötä. Aikaperspektiiviksi voit asettaa esim. viimeisen vuoden tai puoli vuotta. Verkostokartan laatiminen voi yllättää.

1. Olet itse kartan keskellä. Piirrä lähimmäksi itseäsi ne ihmiset ja yhteistyöryhmät, joiden kanssa olet tekemisissä usein ja jotka tunnet parhaiten.
2. Piirrä kauemmaksi etäisemmät ihmiset ja verkostot.
3. Verkostokartan luonnos syntyy melko nopeasti. Voit jättää kartan joksikin aikaa lepäämään ja täydentää kuvaa sitä mukaa, kuin asioita muistuu mieleen.
4. Kun kartta on valmis, pohdi, ovatko verkostosuhteesi riittävän monipuolisia palvelujen tuottamisen kannalta? Lisää karttaasi, vaikka toisella värillä, puuttuvia tahoja ja ideoita toimista, joilla aiot rakentaa uusia suhteita.

Pohdi edelleen piirtämääsi verkostokarttaa seuraavien kysymysten avulla:

- Miten luonnehtisit verkostojasi – sen toimijoita ja toimintoja?
- Minkälaisia rooleja sinulla on näissä verkostoissa?
- Mitkä yhteydet toimivat ja miksi?
- Mitkä yhteydet eivät toimi, miksi eivät?
- Ovatko verkostojeni tarjoamat voimavarat käytössäni?
- Miten voisin kehittää verkostosuhteitani?



Työkalu 2 | Verkoston kehittäminen

Verkostokartasta voit johtaa suunnitelman verkoston kehittämiseksi. Kirjoita tavoitteesi työpohjaan ja seuraa myös niiden toteutumista. Ajattele asiaa mahdollisimman konkreettisella tasolla. Esimerkiksi onko sinulla jo verkostoitumisen tukimateriaaleja, kuten käyntikortteja, kotisivut tai esitteitä palveluistasi?

Tavoitteet verkoston kehittämiselle	3 kk	6 kk	9 kk	12 kk

MUISTIINPANOJA

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Verkostot tarvitsevat kausihuoltoa

Verkostosuhteet ovat kuin mitä tahansa ihmissuhteita, nekin tarvitsevat aika ajoin huomiota. Ajattele että pidät huolta verkostoistasi, olemalla siellä aktiivinen toimija sellaisena kuin olet. Aktiivisuutta voi toteuttaa nykyään helposti sosiaalisessa mediassa, muista kuitenkin, että kasvokkain käytävät keskustelut jäävät mieleen paremmin. Kestävän verkostotoiminnan perustana on vastavuoroisuus. Tarkista säännöllisesti, että kumpikin osapuoli hyötty yhteistyöstä ja verkostosi kehittyy haluamaasi suuntaan.

Lisää tietoa ja tukea yrittämiseen

Hyödyllisiä tahoja ja linkkejä kenen puoleen voit kääntyä

ELY-keskukset – Alueelliset Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskukset tarjoavat tietoa yrityksiin sekä maaseutu- ja kalatalouselinkeinoin liittyvistä tehtävistä ja palveluista ja mm. yrityksen perustamisneuvontaa.

Kela – Yrittäjä voi asioida Kelan kanssa useassa eri roolissa: Henkilöasiakkaana, työnantaja-asiakkaana ja jopa yhteistyökumppanina toimiessaan palveluntuottajana toiselle yritykselle.

Laskutuspalvelut – Tutustu erilaisiin laskutuspalveluihin tuottaviin yrityksiin ja heidän palveluihinsa. Osa laskutuspalveluista tarjoaa palveluja myös kevytyrittäjille, joilla on y-tunnus.

OmaYritys-Suomi – Työ- ja elinkeinoministeriön verkkopalvelu, josta saat tietoa ja työkaluja liiketoiminnan suunnitteluun ja yrityksen perustamiseen liittyen.

Pellervo - Osuustoimintakeskus – Tietoa osuuskuntayrittäjyydestä: Pellervon asiantuntijat auttavat osuuskunnan perustamiseen ja luottamushallintoon liittyvissä asioissa.

Sitra – Julkaisee kiinnostavia trendikatsauksia, joihin tutustumalla voit ennakoida maailman muuttumista.

Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö – Tietoa sote-alan uudistumisesta verkkosivuilta tai seuraamalla STM:n somekanavia.

Sotenavigaattori – SoteNavi-sivustoille on koottu monipuolisesti tietoa sote-alan rakenneuudistuksen mukanaan tuomista toimialan muutoksista. Voit navigoida sivuilla sote-yrittäjyyden ja palvelujen kehittämisen teemoissa.

Suomen Yrittäjät – Jos yritykselläsi on y-tunnus, voit liittyä Suomen Yrittäjiin. Liittymällä yrittäjäjärjestöön pääset verkostoitumaan ja saat etuja kuten ilmaisia koulutuksia.

Suomi.fi/yritykselle -verkkopalvelu – Koottuna yhteen paljon yrityksille tarkoitettua tietoa ja palveluja.

TE-palvelut – Julkiset työ- ja elinkeinopalvelut tarjoavat yrittäjälle/työnantajalle yrittäjyyden aloitukseen ja yrittäjänä toimimiseen tietoa ja palveluja.

Työ- ja elinkeinoministeriö – Julkaisee toimialakatsauksia ja alueellisia raportteja, joista voi seurata muutoksia tietyllä toimialalla.

Uusyrityskeskukset – Uusyrityskeskukset auttavat yrittäjäksi haluavia kaikkialla Suomessa tarjoamalla mm. maksutonta yritysneuvontaa.

Verohallinto – Verohallinnolta saat tärkeitä ohjeita yrityksen perustamiseen ja veroasioiden hoitamiseen.

Yrittäjäopisto – Valtakunnallinen koulutus- ja asiantuntijaorganisaatio, joka tarjoaa monia hyödyllisiä kursseja yrittäjäosaamisen kehittämiseen.

Yrityskummit – Kokeneista yrittäjistä ja liike-elämän asiantuntijoista koostuva valtakunnallinen verkosto, joka tarjoaa maksutta apua mikro- ja pienyritysten haasteiden ratkaisemiseksi. Voit hakea itsellesi yrityskummitäyttämällä verkkosivuilta löytyvän hakulomakkeen. Sotehy-alan yrittäjähdistyksiä

Sotehy-alan yrittäjähdistyksiä

Tutustu alasi yrittäjähdistykseen ja siihen mitä tukea ja verkostoa ne voisivat tarjota sinulle.

Erikoishammasteknikkoliitto ry

Hyvinvointiala HALI ry

Lääkäripalveluyritykset ry

Näkeminen ja silmäterveys NÄE ry

Sairaanhoitajayrittäjät ry

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry

Suomen Kuntoutusyrittäjät ry

SuPerin yrittäjäjäsenyy

Terveys- ja Sosiaalialan Yrittäjät TESO ry

Uusi työ ry (The New Work Association)

Lähteet

AIRILA, A & BERGBOM, B. 2017. Verkostot pienyrittäjän tukena. Työterveyslaitos, Helsinki. s. 6. Viitattu 6.11.2020. <http://urn.fi/URN:ISBN 978-952-261-751-4> (PDF)

MECHANISMS, MAKE ENERGY CHANGE HAPPEN TOOLKIT. Toimintaympäristön mahdollisuudet ja esteet. Viitattu 13.10.2020. <http://mechanisms.energychange.info/fi/tools/157>

MIELENTERVEYSTALO. Huolihetki-harjoitus. Viitattu 18.9.2020.

https://www.mielenterveystalo.fi/aikuiset/itsehoito-ja-oppaat/itsehoito/ahdistuksen_omahoito/Documents/Huolihetki.pdf

OSTERWALDER, A. & PIGNEUR, Y. 2010. Business Model Generation. John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey.

OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y., BERNARDA, G. & SMITH, A. 2014. Value Proposition Design. John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey.

OPETUSHALLITUS, OSAAMISEN ENNAKOINTIFOORUMI. Opetushallituksen ennakointituloksia osaa-mistarpeista sosiaali-, terveys- ja hyvinvointialalla. Viitattu 1.12.2020. https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/er7_osaamiskortti_0.pdf

SALONEN, A. 2015. Merkitysnäköaloja avaavat eettiset innovaatiot. Teoksessa Lankinen P., Rask, M. & Savander-Ranne, C. (toim.) Suomi nousuun insinööriosamisella. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 39–41.

SAMMALISTO, S. 2019. Viisas pääsee vähemmällä 2.0. Kauppakamari.

SITRA. Vision tekijän checklist. Viitattu 23.11.2020. <https://www.sitra.fi/caset/vision-tekijan-checklist/>

SOSIAALI- JA TERVEYSMINISTERIÖ. Eheä yhteiskunta ja kestävä hyvinvointi - Sosiaali- ja terveysministeriön tulevaisuuskatsaus. Helsinki: Valtioneuvoston julkaisusarja 22/2018. s. 10–11. Viitattu 10.10.2020. http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160904/22_TUKA_STM_WEB.pdf?sequence=4&isAllowed=y



kemuSOTE