

Opinnäytetyö (AMK )

Liiketalouden koulutusohjelma

2019

Jenni Helenius

# YRITYKSEN PERUSTAMINEN JA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

– Virtuaaliassistentin palvelut

Jenni Helenius

# YRITYKSEN PERUSTAMINEN JA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

## Virtuaaliassistentin palvelut

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen, jonka aiheena oli laatia liiketoimintasuunnitelma kirjoittajalle itselleen, mahdollisen oman yrityksen perustamista varten tulevaisuudessa. Liikeideana on virtuaaliassistentin palveluja tarjoava yritys eli täysin etänä tehtävät assistentin työtehtävät eri yrityksiin. Idea tähän yritykseen on tullut vuosien varrella ollessani töissä eri yrityksissä assistentin työtehtävissä. Olen huomannut, että assistentin työtehtävät ovat muuttuneet viime vuosien aikana ja työn voi tehdä myös etänä. Kaikki yritykset eivät myöskään tarvitse assistentin palveluita enää kokopäiväisesti, ainakaan vuoden ympäri ja yritykset voisivat hyötyä assistentin palkkaamisesta vain tietyn tuntimäärin viikottain, johon liikeideani perustuu.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää mitä kaikkea tulee ottaa huomioon perustettaessa omaa yritystä ja tehtäessä sille liiketoimintasuunnitelmaa. Teoriaosassa tutkin miten yritys perustetaan ja liiketoimintasuunnitelma tehdään ja oppimani perusteella tein itselleni liiketoimintasuunnitelman mahdollista omaa yritystä varten. Liiketoimintasuunnitelma itsessään on tärkeä työkalu ja runko aloittavalle yritykselle, jota myös tulee muokata yritystoiminnan edetessä ja kasvaessa. Tässä liiketoimintasuunnitelmassa hahmotellaan liiketoiminta osiin, suunnitellaan myyntiä ja markkinointia, arvioidaan riskejä, kannattavuutta ja menestymisen mahdollisuuksia. Etsin tietoa liiketoimintasuunnitelman tekoon internetistä, lehdistä, kirjoista, tutkimuksista ja alan julkaisuista.

Liiketoimintasuunnitelma oli mielenkiintoista tehdä ja totesin alalla olevan vielä tilaa uudelle virtuaaliassistentin palveluita tarjoavalle yritykselle. Yrityksen aloittamiskulut ovat todella minimaaliset, koska minulta löytyy jo suurin osa tarvittavista työkaluista. Yrityksen perustaminen olisi itselle myös riskitöntä, sillä perustaisin sen alkuun vain nykyisen palkkatyöni ohelle, mutta huolellisella myynti- ja markkinointityöllä, yrityksestä olisi myös kokopäiväiseksi.

## ASIASANAT:

Yrityksen perustaminen, liiketoimintasuunnitelma, markkinointisuunnitelma, liikeidea, yrittäjä, riskit,

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Bachelor's program in Business Administration

2019 | 39 pages, 2 pages in appendices

Jenni Helenius

# STARTING A BUSINESS AND MAKING A BUSINESS PLAN

## Virtual Assistant services

This is a functional thesis and aim was to create a business plan for myself and my possible company in the future. My business idea is to offer virtual assistant services to companies done fully remotely. I have gotten this business idea during the past years when I have worked in different companies as Office Manager and Executive Assistant. During my work experience I have noticed assistant work has changed and the needs for assistant services. Companies don't need full day assistants anymore and could benefit more of buying assistant services virtually.

The purpose of this business plan was to learn all the steps starting a business and making a business plan. Theory part of this thesis looks into these steps and based on that I made a business plan for my own possible company for the future. Business plan itself is important and helpful tool for every company but specially for start-up companies and it should be updated during the life cycle and possible growth of the company. This business plan outlines business to steps, plans sales and marketing, evaluates risks, profitability and assess can this business be successful overall. I searched information for starting a business and making a business plan online, from magazines, books and Industry publications.

Process of this thesis was really interesting and based on my evaluation there is still room for one more virtual assistant services company. Opening costs of this company are minimal and starting this business would also be quite risk free for myself as I would only start it as part time next to my current day job. But with careful and dedicated marketing and sales work this could really be a full day job and Enterprise for myself.

## KEYWORDS:

Business plan, marketing plan, business idea, entrepreneur, business, risks,

# SISÄLTÖ

<b>1. JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2. YRITYKSEN PERUSTAMINEN JA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA</b>	<b>7</b>
2.1. Tiivistelmä	10
2.2. Liikeidea	10
2.3. Yritys	12
2.4. Visio	16
2.5. Markkinointisuunnitelma	17
2.5.1. Markkinat ja asiakkaat	17
2.5.2. Kilpailijat ja riskit	17
2.5.3. Markkinointi	19
2.6. Rahoitus ja laskelmat	20
2.6.1. Rahoituksen suunnittelu	20
2.6.2. Laskelmat	22
<b>3. VIRTUAALIASSISTENTTI</b>	<b>24</b>
3.1. Miksi palkata virtuaaliassistentti	24
3.2. Miksi oma yritys	25
<b>4. VIRTUAALIASSISTENTIN PALVELUITA TARJOAVAN YRITYKSEN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA</b>	<b>27</b>
4.1. Tiivistelmä	27
4.2. Liikeidea	28
4.3. Yritys	31
4.4. Visio	31
4.5. Markkinointisuunnitelma	32
4.5.1. Markkinat ja asiakkaat	32
4.5.2. Kilpailijat ja riskit (SWOT)	33
4.5.3. Markkinointi	35
4.6. Rahoitus ja laskelmat	36
4.6.1. Rahoituksen suunnittelu	36
4.6.2. Laskelmat	37
<b>5. PÄÄTELMÄ</b>	<b>38</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>39</b>
<b>LIITTEET</b>	
Liite 1. Rahoituslaskelma	
Liite 2. Kannattavuuslaskelma	

# 1. JOHDANTO

Olen jo pitkään haaveillut oman yrityksen perustamisesta, mutta haave on aina jäänyt vain unelmoinnin tasolle, sillä vaikka minulla on monta ideaa yrityksen perustamiseen tälläkin hetkellä, niin minulta on aina puuttunut tieto ja omalla tapaa myös rohkeus lähteä yrittäjän tielle. Yrittäjäyys vaatii tietynlaista riskinottoa ja rohkeutta ja tietoa siitä mitä kaikkea yrittäjäyys vaatii. Yrittäjän tulot ovat epävarmat varsinkin alkuvaiheessa ja siihen pitää varautua, että palkkatuloa ei voi nostaa kuukausiin tai jopa vuosiin. Siitä huolimatta yrittäjäyys on kiinnostanut minua tai kenties jopa juuri siitä syystä, että se on omalla tapaa jännittävää ja epävarmaa.

Melko usein yrittäjäyys lähtee omilta vanhemmilta, jotka ovat kenties yrittäjiä itse. Omat vanhempani ovat kuitenkin aina olleet työelämässä työntekijöinä ja uskovat itse luotettavan ja tasaisen palkkatulon voimaan, jossa ei tarvitse ottaa riskejä, koska siihen he ovat tottuneet. Olen kuitenkin ehkä aina ollut se perheeni ”musta lammas”, joka on aina valinnut oman tiensä ja eroan siinä mielessä muista perheenjäsenistäni aikalailla. Nyt aikuisiällä vanhempani ovat kuitenkin rohkaisseet minua yrittäjäyden tielle, koska ovat huomanneet, että se kiinnostaa minua eniten.

Mietin pitkään mikä voisi olla opinnäytetyöni aihe ja monen mutkan kautta päädyin vaihtamaan aihetta itsestäni riippumattomista syistä jopa pari kertaa. Lopulta äitini ja siskoni ehdottivat, että mietin opinnäytetyötä itseni kannalta ja teen itselleni hyödyllisen opinnäytetyön ja tämän keskustelun jälkeen opinnäytetyöni aiheeksi valikoitui mahdollisesti tulevan, oman yritykseni perustamisen suunnittelu ja sen liiketoimintasuunnitelman tekeminen.

Olen haaveillut aina pystyväni tekemään töitä mistä ja milloin tahansa. Vaikka monet yritykset ymmärtävät etätyön tärkeyden nykypäivän työntekijöille ja osoittavat näin luotettavan työntekijöihinsä antamalla heille mahdollisuuden tehdä työnsä myös etänä, valitettavasti liian moni yritys ei kuitenkaan edelleenkään usko etätyöhön tai ainakaan anna mahdollisuutta etätyöhön pysyvästi vaan toivovat työntekijöiden tekevän osan viikosta aina yrityksen toimitiloissa. Itse olen halunnut tehdä etätöitä jo pidemmän aikaa, osin haaveistani olla aina lämpimässä maassa ympäri vuoden ja osin siitä syystä, että olen aina halunnut olla itse itseni pomo ja päättää itse missä ja milloin teen töitä. Ymmärrän, että tämä saattaa olla itselle todella epävarmaa ja jopa kannattamatonta liiketoimintaa, mutta siitä huolimatta olen päättänyt yrittää ja ainakin arvioida tämän opinnäytetyön avulla voisiko tästä olla kannattavaksi liiketoiminnaksi.

Liiketoimintasuunnitelma on jokaisen yrityksen perusta ja tärkeä työkalu, sillä sen kanssa voi suunnitella yrityksen toimikuvaa, miten yritys tulee toimimaan ja missä markkinoilla. Liiketoimintasuunnitelmaan tulee miettiä tulevaa myynti- ja markkinointitaktiikkaa ja siten miten ja mistä löytää asiakkaita yritykselleen. Liiketoimintasuunnitelmassa arvioidaan yrityksen toimintaa ja voiko sillä menestyä. Lyhyesti liiketoimintasuunnitelma arvioi kannattaako yritys perustaa. Liiketoimintasuunnitelmaa tulee myös päivittää yrityksen elinkaaren aikana ja siihen voi ja tulee tehdä tarvittavia muutoksia.

Koen, että tekemästäni opinnäytetyöstä ja liiketoimintasuunnitelmasta on minulle todella paljon hyötyä, sillä pohdin tässä opinnäytetyössä paljon yrittäjyyttä yleisesti, mikä yritysmuoto yritysideaani sopii ja miten minun tulee valmistautua yrittäjyyteen. Tämän opinnäytetyön iälkeen ymmärrän, että voin valita yrittäjyyden kokoaikaisesti tai osa-aikaisesti ja minulla on aina mahdollisuus myös palata takaisin palkkatyöhön eli minulla ei ole mitään menetettävää.

## 2.YRITYKSEN PERUSTAMINEN JA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Yrityksen perustajan tulee todella haluta toimia yrittäjänä. Yrittäjäksi ryhtyminen on tietoinen valinta ja päätöstä yrittäjäksi lähtemiseen tulee todella punnita ja harkita tarkoin. ”Yritystoiminnan aloittaminen ja yrityksen menestyksekkäs hoitaminen perustuu hyvään ja toimivaan liikeideaan. Liikeidea on kuvaus yrityksen tavasta menestyä ja ansaita rahaa valitulla toimialalla” (Holopainen 2018, s. 12). Kaikista ihmisistä ei ole yrittäjiksi yrittäjyyden taloudellisen epävarmuuden takia. Palkkatulo ja menestys ei ole milloinkaan varmaa eikä varsinkaan yrittäjyyden alussa. Jos hyvältä kuulostava yritysidea kuitenkin löytyy, yrittäjyys voi olla vaihtoehto palkkalistoilla olemiselle.

Yrittäjä on usein luonteeltaan tietynlainen, kuten rohkea ja itseensä uskova. Yrittäjäksi ryhtyvän tulee tuntea itsensä hyvin ja arvioida oma luonne ja osaaminen puolueettomasti ennen yrittäjäksi ryhtymistä. Yrittäjälle sopivia luonteenpiirteitä voi tutkia esimerkiksi netistä ja pyytää myös lähipiiriä arvioimaan omaa sopivuutta alalla mahdollisimman realistisesti.

Yrityksen perustaminen kiinnostaa itseensä uskovia ja osaavia ihmisiä, jotka haluavat ottaa tulevaisuuden omiin käsiinsä ja uskaltavat ottaa riskejä. Yrittäjiä on monenlaisia. On kuitenkin olemassa joitain ominaisuuksia ja luonteenpiirteitä, jotka helpottavat yrittäjänä menestymistä. Yrittäjäominaisuuksia kannattaa myös pohtia suhteessa yrityksen perustamisideaan. Yrittäjältä vaaditaan erilaisia ominaisuuksia ja kykyjä sen mukaan, minkä alan piirissä hän toimii (Meretniemi & Ylönen 2008, s.10).

Jos ja kun yritysidea löytyy ja se vaikuttaa siltä, että sillä voisi menestyä, yritysidea tulee testata kaikin mahdollisin tavoin. Vaikka idea itsensä tai läheisten mielestä vaikuttaa hyvältä ja kaikki vakuuttavat ostavansa tulevan yrittäjän palveluita, kannattaa idea testata kuitenkin ulkopuolisilla ja selvittää miten idea oikeasti toimii.

Liikeidean ennakkoon testaamisen pitäisi olla itsestään selvää, mutta silti todella moni aloitteleva yrittäjä jättää kyseisen vaiheen väliin. Tämä voi johtua esimerkiksi siitä, että halutaan tehdä rahaa mahdollisimman nopeasti, jokin asia kuulostaa tai vaikuttaa mukavalta työltä tai ihminen saa paljon kehuja jonkin asian tekemisestä ja uskoo siksi, että sen tiimoilta kannattaa perustaa yritys. Vaikka mikään näistä ei itsessään ole huono syy perustaa yritystä, mikään ei

myöskään takaa sitä, että idea olisi elinkelpoinen (9 pointtia oman yritystoiminnan käynnistämisestä).

Omaa yritystä perustavan tulee hankkia mahdollisimman paljon tietoa alastaan ja tutkia markkinoita ja millainen kilpailu valitulla alalla on. Pelkkä hyvältä kuulostava liikeidea ei riitä vaan yrittäjän on oltava kärsivällinen ja uskottava siihen, että tulee menestymään, mutta menestyminen vaatii paljon työtä ja suunnittelua, myös ajallisesti. ”Yritystä perustaessa tulisi välttää hätäisiä ratkaisuja, hankkia mahdollisimman paljon tietoa, kehittää tuotteita ja palveluja sekä tutkia markkinoita” (Meretniemi&Ylönen 2008, 8).

Yrityksen perustajan tulee miettiä liikeidean lisäksi sitä mitä myy, miten myy ja kenelle myy ja paljonko alalla on jo kilpailua ennestään ja miten hänen tuote tai palvelu erottuu kilpailijoista ja olisi parempi kuin muut. Tuotteen tai palvelun tulee aina tyydyttää asiakkaan tarpeita ja jos alalla ei ole kilpailua, yrittäjän kannattaa miettiä onko alalla silloin tarpeeksi kysyntääkään. Kuten Holopainen (2018) kertoo:

Asiakas ostaa tuotteita tai palveluita tyydyttääkseen tarpeitaan. Mikä on se tarve, jonka sinun tuotteesi tai tuottamasi palvelu tyydyttää? Uusia tarpeita syntyy jatkuvasti, mutta uusien käyttötottumusten omaksuminen voi viedä pitkänkin ajan. Toisaalta samaa tarvetta voidaan tyydyttää useilla eri tuotteilla tai palveluilla. Näin ollen tulevan yrityksesi kilpailijoita eivät ole vain samaa tai samantapaista tuotetta tarjoavat yritykset vaan myös ne yritykset, joiden tuotteet tai palvelut tyydyttävät samaa tarvetta tai tarvealuetta kuin oma tuotteesi tai tuottamasi palvelu.

Yrityksen perustaminen on pitkä prosessi ja siinä tulee huomioida monia eri seikkoja ennen kuin siihen ryhtyy. Kaikista ihmisistä ei ole yrittäjiksi ja kaikista ideoista ei ole yrityksiksi. Siksi omaa yritysidea tulisi testata jo ennakkoon jos vain mahdollista ja etsiä mahdollisia asiakkaita jo ennen kuin yritykseen sijoittaa omia rahojaan ja työtuntejaan. Siksi liikeidean tulee olla toimiva. Liikeidea tulee tarkastella kriittisesti ja realistisesti ja jos mahdollista myös ulkopuolisen silmin. Liikeidea tulee pohtia miten se sopii jo olemassa oleville markkinoille ja miten sen tulee pärjäämään kilpailijoita vastaan. Näin yrittäjä välttyy turhilta epäonnistumisilta.

Ottamalla vastaan ennakkotilauksia tai ainakin keräämällä palveluiden ostamisesta kiinnostuneiden ihmisten yhteystietoja, tiedät varmemmin, kuinka kannattava perustamasi yritys todella olisi. Ennakkotilauksia hankitaan levittämällä sanaa yritysideaasi. Voit tehdä sen useilla eri tavoilla, kuten sosiaalisen median kautta, ostamalla mainoksia, hyödyntämällä lehtiä tai omia verkkosivujasi (9 pointtia oman yritystoiminnan käynnistämisestä).

Jotta yritystoiminta lähtee käyntiin, tarvitsee yritys asiakkaita ja siksi asiakkaita on todella tärkeää löytää jo heti yritystoiminnan alkaessa tai mieluummin ennen yritystoiminnan käynnistämistä. Myymällä yrityksen palveluita tai tuotteita ennakoon, se on myös loistava tapa testata omaa liikeideaa.

Jos perustat esimerkiksi kivijalkaliikettä, myy palvelujasi etukäteen ja ota tilauksia ennakoon. Mikäli ideasi ei mene käytäntöön, palautat rahat asiakkaille. Kahvila voi tarjota kahvikortteja tai vaikka lounaspaketteja ennakoon ja eri kokoisina. Jos myyt tiettyä tuotetta, pyydä asiakkaita ostamaan se hieman halvemmalla etukäteen, koska tuotteen toimituksessa kestää hieman normaalia kauemmin. Mitä tahansa aiotkin myydä, tällä tavalla näet osviittaa siitä, onko realistista saada tarpeeksi kauppaa aikaan (Liikeidean kehittäminen ja testaaminen).

Jotta yritystoiminta lähtee kunnolla käyntiin, tarvitsee yrittäjä itselleen liiketoimintasuunnitelman. Liiketoimintasuunnitelma auttaa yrittäjää itseään, sillä se on yrityksen perusta ja opas siihen miten yritys tulee toimimaan, mutta liiketoimintasuunnitelma on myös pakollinen haettaessa esimerkiksi rahoitusta tai tukia omalle liiketoiminnalle. Liiketoimintasuunnitelmaa tulee päivittää yrityksen kasvaessa ja liiketoiminnan mahdollisesti muuttuessa. Hesso (2015) muistuttaa että ”Hyvin tehtynä liiketoimintasuunnitelmasta selviää se, mitä mahdollisuuksia ja toisaalta uhkia tulevalle yritystoiminnalle on odotettavissa. Hyvin tehty liiketoimintasuunnitelma on tekijänsä näkemys siitä, miten tulevaisuudessa päihitetään kilpailijat ja luodaan asiakkaalle lisäarvoa tavalla, joka on vaikeasti kopioitavissa.” Hesso kirjoittaa myös, että liiketoimintasuunnitelman tavoite on saada laatijansa arvioimaan kriittisesti liiketoimintansa menestymisen mahdollisuuksia, jossa menestyminen tarkoittaa tuloksellista yritystoimintaa pitkällä aikavälillä. Jos yritys pärjää kilpailussa ja tuo lisäarvoa asiakkailleen, se toimii tuloksekkaasti.

Liiketoimintasuunnitelmaan löytää monia hyviä pohjia ohjeineen netistä, joita noudattamalla voi tehdä itselleen toimivan liiketoimintasuunnitelman. Liiketoimintasuunnitelmalle ei ole tarkkoja sääntöjä millainen sen pitää olla tai mitä sen täytyy pitää sisällään, mutta liiketoimintasuunnitelma voi koostua esimerkiksi tiivistelmästä, liikeideasta, yritystiedoista, visiosta, markkinointisuunnitelmasta ja tarvittavista rahoituslaskelmista. Selvitin mitä nämä liiketoimintasuunnitelman osat pitävät sisällään, jotta osasin niiden pohjalta lähteä rakentamaan myös itselleni liiketoimintasuunnitelman.

## 2.1. Tiivistelmä

Tiivistelmässä voi esitellä lyhyesti ja ytimekkäästi itsensä ja työkokemuksensa ja -osaamisensa. Tiivistelmä kertoo yrityksestä ja yrityksen liiketoimintasuunnitelman kiteytettynä. Tiivistelmä kannattaa kirjoittaa valmiin liiketoimintasuunnitelman jälkeen, kun oma yritystoiminta on selkeänä suunnitelmana päässä ja tuleva yrittää tietää yrityksensä vision.

Liiketoimintasuunnitelmasi pähkinänkuoressa: tehtävä, visio ja tarkoitus. Yksitai kaksisivuinen yhteenveto, jonka kirjoittaminen on monesti helpompaa, kun muut [vaiheet] on suoritettu. Muista unelmoida hieman, pohdi tulevaisuutta ja ajattele isosti (Kahdeksan kohdan liiketoimintasuunnitelma, vaihe 1).

## 2.2. Liikeidea

Liikeidea kertoo lyhyesti ja tiivistetysti yrityksen liikeidean ja sen tulee vastata kysymyksiin mitä myyt, kenelle myyt ja miten myyt. Liikeidean tulee kertoa miten yritys tulee hankkimaan rahaa ja miten se tulee menestymään. Meretniemi & Ylönen (2008) kirjoittavat ettei liikeidean tarvitse olla loistava vaan riittää, että liikeidea toimii ja yritys menestyy.

Liikeidea vaikuttaa ratkaisevasti yrityksen menestymiseen. Se määrittelee, miten yrityksestä voidaan saada kannattava. Se on myös yrityksen toiminnan suunnittelun apuväline. Hyvin rakennettuna se ohjaa yrityksen toimintaa. Liikeidean ei tarvitse olla loistava, omaperäinen tai ainutlaatuinen. Riittää, että se toimii ja yritys menestyy.

Hesso (2015) toteaa liiketoimintasuunnitelman venyvän helposti pitkäksi, jopa monikymmensivuseksi kertomukseksi siitä, mistä liiketoiminta koostuu ja miten yritys tulee menestymään. Siksi liikeidean tulee kiteyttää pidempikin liiketoimintasuunnitelma muutama lauseeseen ja kertoa välittömästi esimerkiksi rahoittajalle, mitä liiketoimintasuunnitelma tulee käsittelemään.

”Mahdollisuus hankkia tuloja perustuu kysyntään eli asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden tyydyttämiseen ja ongelmien ratkaisemiseen” (Meretniemi & Ylönen 2008, s. 26). Liikeidean tulee kertoa mitä tuotetta tai palvelua yritys myy ja mitä hyötyä ne asiakkaalle tuovat ja vastaako ne asiakkaan tarpeita.

Liikeideasta tulee tulla ilmi kenelle tuotetta tai palvelua myydään ja millaisia tulevat asiakkaat ovat ja miksi he ostaisivat juuri tätä tuotetta tai palvelua.

Yrittäjän täytyy pohtia, ketkä ovat yrityksen tärkeimmät asiakkaat ja asiakasryhmät. Sen jälkeen tulisi miettiä, minkälaisia yrityksen asiakkaat ovat, missä he sijaitsevat, mitkä heidän tarpeensa ovat ja miten heidät tavoittaa. Aloittavan yrittäjän on suositeltavaa kiinnittää huomiota myös siihen, miten asiakkaat suhtautuvat jo markkinoilla oleviin tuotteisiin (Meretniemi & Ylönen 2008, s. 27).

Liikeideasta tulee myös käydä ilmi yrityksen toimintatapa eli miten tuotetta tai palvelua myydään asiakkaille ja miten se erottuu kilpailijoistaan. Myös tuotteen tai palvelun myyntiä ja markkinointia tulee miettiä ja miten se hoidetaan. ”Yritysten tuotteet ja palvelut kilpailevat asiakkaiden suosiosta. Yleisellä tasolla erottautuminen voi tapahtua kolmella tavalla: tuotteen, tehokkuuden tai palvelun kautta” (Lindberg, 2016, 19). ”Yrityksen toimintatavan tulee sopia yrityksen tuotteisiin tai palveluihin sekä kaavailuille markkinoille. Samoin tulee huolehtia siitä, että tapa toimittaa tuotteet ja palvelut asiakkaille vastaa laadultaan ja tasoltaan suunniteltua imagoa. Asiakkaat odottavat erityyppisiltä yrityksiltä erilaista palvelua, tuotevalikoimaa ja hintatasoa” (Meretniemi & Ylönen, 2008 28).

Yrityksen tulee päättää itselleen ansaintamalli, johon tuotteiden ja palveluiden hinnoittelu perustuu. Ansaintamalli kertoo miten yritys saa tuottoja ja miten yrityksen toiminta tulee kannattavaksi. Bergström & Leppänen (2009) kirjoittavat, että ansaintamalleja on erilaisia ja olennaista on löytää yritykselle, myytävälle tuotteelle ja kohderyhmälle sopiva malli. Liikeideassa yritys määrittelee ansaintamallin koko yrityksen näkökulmasta, mutta yksittäisillä tuotteilla voi olla myös omia ansaintamalleja.

Tuotteen hinnoitteluun vaikuttavat lähtökohtaisesti kustannukset ja niiden ohella kilpailijat ja asiakkaat, jotka yhdessä muodostavat markkinat. Jos kustannuksia ei oteta huomioon, toiminta on pitkällä aikavälillä (viimeistään) kannattamatonta. Jos markkinoita ei oteta huomioon, toiminta ei koskaan saavuta kannattavuutta (Sipilä 2008, 200-201).

Oikeaa hintaa määriteltessä yrittäjän tulee pohtia miten asiakkaat suhtautuvat tuotteeseen, millä hinnalla kilpailijat myyvät tuotetta ja mitkä ovat tuotteen osto- ja tuotantokustannukset. Sillä kuten Meretniemi & Ylönen (2008) toteavat: ”Hintataso vaikuttaa yrityksen, tuotteen ja palvelun imagoon ja kannattavuuteen. Tuotteet, joilla on korkea hinta ja erinomainen kate, eivät välttämättä ole yritykselle edullisia, jos myyntimäärät ja tulovirta jäävät pieniksi. Oikea hinta on se, jonka pystyy saamaan markkinoilta kannattavasti”. Yrittäjä tuo tuotteillaan tai palveluillaan asiakkaalle lisäarvoa ja asiakas mak-

saa tuosta lisäarvosta, mutta yrittäjän tulee saada yritystoiminnastaan voittoa, joten oikea hinnoittelu on tärkeää.

Eri tuotteen ja palvelun hinnoittelumenetelmiä ovat mm. katetuottohinnoittelu, omakustannusperusteinen hinnoittelu ja markkinapohjainen hinnoittelu. Hesso (2015, 2. uudistettu painos) kertoo hinnoitteluista seuraavasti: Katetuottohinnoittelussa tavoitteena on, että myytävän tuotteen tai palvelun hinta kattaa kaiken sen valmistamisesta tai tuottamisesta syntyneet kustannukset. Voittoa tekevä yritys myy kustannuksia korkeammalla hinnalla. Myyntikate kattaa siten kiinteät kustannukset, ja yritykselle jää myyntikatteen ja kiinteiden kustannuksen erotuksena voittoa. Omakustannusperustaisessa hinnoittelussa organisaatio laskee kaikki kustannukset tuotteen tai palvelun tuottamisesta sen myymiseen ja saamiseen asiakkaan käyttöön. Kustannukset kohdistetaan tuotteelle, ja saatuun summaan lisätään voittomarginaali. Markkinapohjaisessa hinnoittelussa hinta perustuu siihen, että se määräytyy markkinoiden hintatason perusteella.

### 2.3.Yritys

Yritysosiossa tulee esitellä yritys, valittu yritysmuoto, yrittäjä ja henkilöstö. Meretniemi & Ylönen (2008) kirjoittavat, että yrityksen nimi on osa yrityksen markkinointiviestintää, joten nimeä suunniteltaessa olisi hyvä jo miettiä yrityksen asiakkaita ja kohderyhmää. Nimestä tulisi selvittää yrityksen toimiala ja sen pitää myös erottua muista alan kilpailijoista. ”Hyvä nimi on helposti muistettava, myyvä, lyhyt, selkeä, omaperäisin ja yleisimmissä kielissä hyväksyttävä. Nimi pitää hyväksyttää Patentti- ja rekisterihallituksen kaupparekisterissä. Etukäteen voi tarkistaa, ettei suunniteltu nimi ole jollakin yrityksellä jo käytössä.”

Suomessa on käytössä elinkeinon harjoittamisen vapaus, mutta yrittäjän tulee silti tehdä erilaisia ilmoituksia yritystoiminnastaan ja joissain tapauksissa myös hakemaan tarvittavia lupia. ”Yrityksen varsinainen perustamisilmoitus on kaupparekisteri-ilmoitus, joka jätetään Patentti- ja rekisterihallituksen toimistoon tai TE-keskukseen. Samalla ilmoituksella voi ilmoittautua arvonlisäverovelvolliseksi, hakeutua ennakkoperintärekisteriin ja rekisteröityä työnantajaksi. Rekisteröinnin yhteydessä lääninverovirasto antaa yritykselle Y-tunnuksen. Kaupparekisteriote lähetetään yritykselle, kun se on rekisteröity. Ote on virallinen todistus yrityksen olemassaolosta” (Meretniemi & Ylönen, 2008, 130).

Yrittäjän tulee pohtia tarkoin minkä yritysmuodon hän valitsee ja mikä on oikea yritysmuoto juuri hänen yritykselle. Valittu yritysmuoto vaikuttaa suuresti tulevaisuuteen, sillä

se vaikuttaa yrityksessä mukana olevien henkilöiden taloudellisiin vastuisiin, verotukseen ja siihen, miten päätöksiä tehdään. Meretniemi & Ylönen (2008) muistuttavat, että henkilökohtainen elämäntilanne ja omat taloudelliset resurssit vaikuttavat myös suuresti valittuun yritysmuotoon ja tukea oikean yritysmuodon valintaan voi hakea asiantuntijoilta mm. TE-keskukselta tai uusyrityskeskuksesta. Yrittäjän tulee ensimmäiseksi valita perustaako henkilö- vai pääomayrityksen ja sitten tehdä lopullinen yritysmuodon valinta. ”Suunnitellun yrityksen toiminnasta ja mukanaolijoista riippuu, mitkä tekijät ovat yritysmuodon valinnan kannalta tärkeimpiä”.

Henkilöyrityksiin kuuluvat yksityisliike eli toiminimi, avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö. Pääomayrityksiä ovat osakeyhtiö ja osuuskunta. Näistä yksityisen toiminimen perustaminen on kaikkein helpointa ja halvinta.

Yrityksen toiminta perustuu useimmiten yrittäjän omaan osaamiseen ja ammatitaitoon. Juridisesti yritys syntyy, kun elinkeinonharjoittaminen alkaa. Tämä yritysmuoto sopii hyvin yhden henkilön ammatin tai perheen liiketoiminnan harjoittamiseen, mutta se voi toki myös palkata työntekijöitä. Sitä käytetään usein silloin, kun palkansaaja harjoittaa yritystoimintaa varsinaisen palkkatyönsä ohella. Yrittäjä antaa yritykseen työpanoksensa ja voi sijoittaa siihen myös omaa rahaa, vaikka läkisääteistä pääomaa ei ole määrätty (Meretniemi & Ylönen, 2008, 42).

Toiminimen perustaminen on helppoa ja edullista. Perustamisesta ei välttämättä tarvitse tehdä erillistä ilmoitusta. Perusilmoitus kannattaa kuitenkin yleensä aina tehdä, koska rekisteröinti on tehokkain tapa suojata yrityksen toiminimi. Yksityinen elinkeinonharjoittaja on kuitenkin velvollinen tekemään perusilmoituksen kaupparekisteriin silloin kun hän harjoittaa luvanvaraista elinkeinoa (esimerkiksi taksi, sähköliike, elintarvikeliike, apteekki tai autokoulu), hänellä on omasta asunnosta erillinen, pysyvä toimipaikka eli toimitila, hänen palveluksessaan on muu henkilö kuin aviopuoliso (Meretniemi & Ylönen, 2008, 43).

Yksityinen elinkeinonharjoittaja edustaa itse yritystä. Hän voi tehdä kaikki päätökset yksin ja itsenäisesti tai mukana olevan aviopuolison tai perheenjäsenten kanssa. Yrittäjä vastaa yrityksen sitoumuksista ja toiminnan riskeistä yksin koko henkilökohtaisella omaisuudellaan. Yrittäjä ei saa nostaa palkkaa toiminimestä. Hän voi ottaa varoja yrityksestä käyttöönsä vain yksityisottoina. Selkeyden vuoksi on kuitenkin järkevää pitää oma talous ja yrityksen talous erillään. Kun yrityksen toiminta kasvaa, kannattaa harkita jotain toista yritysmuotoa (Meretniemi & Ylönen, 2008, 43).

Avoim yhtiö sopii parhaiten pienen tai keskisuuren perheyhtiön yhtiömuodoksi. Avoimen yhtiön muodostavat kaksi tai useampi yhtiömies. Yhtiömiehet voivat olla luonnollisia henkilöitä tai yhteisöjä kuten yhtiöitä. Avoimella yhtiöllä ei ole pakollisia toimielimiä, mutta sillä voi olla toimitusjohtaja ja hallitus. Lisäksi voidaan pitää yhtiömiesten kokous. Avoim yhtiö voidaan muuttaa kommandiittiyhtiöksi, kun siihen otetaan sijoittajaksi äänetön yhtiömies tai kun sovitaan jonkun yhtiömiehen vastuun rajoittamisesta vain sijoituspanoksen suuruiseksi (Meretniemi & Ylönen, 2008, 44).

Avoim yhtiö syntyy yhtiösopimuksen allekirjoituksilla, ellei syntyhetkestä sovita toisin. Yhtiön pääoma on yhtiömiesten vapaasti määritettävissä, ja se voidaan perustaa myös ilman rahapanosta; työpanos riittää. Yhtiömiehet eli osakkaat vastaavat kukin henkilökohtaisesti omalla osuudellaan yhtiön veloista ja muista velvoitteista. Avoimessa yhtiössä yhtiömiesten kesken tulee vallita erinomainen luottamus, koska jokainen yhtiömiehistä voi tehdä yhtiötä sitovia oikeustoimia, joista kaikki ovat vastuussa. Yhtiömiesten sopimuksella voidaan kuitenkin rajoittaa tätä oikeutta. Avoimesta yhtiöstä voidaan nostaa rahaa yksityisottoina. Yhtiömiehille voidaan myös maksaa palkkaa (Meretniemi & Ylönen, 2008, 45).

Kommandiittiyhtiö on käytännöllinen silloin, kun tarvitaan lisärahoitusta ja saatavilla on sellainen rahoittaja, joka ei halua osallistua yhtiön päivittäiseen toimintaan. Rahoittaja voi myös pitää taloudellisen vastuunsa sijoituksensa suuruisena. Kommandiittiyhtiö voidaan muuttaa avoimeksi yhtiöksi muuttamalla yhtiösopimusta niin, ettei yhtiöön jää äänettämiä yhtiömiehiä. (Meretniemi & Ylönen, 2008, 46).

Kommandiittiyhtiö syntyy yhtiömiesten kirjallisella sopimuksella. Sopimuksesta tulee ilmetä yksityiskohtaisesti, kuinka suuri on äänettömän yhtiömiehen sijoitus ja mikä on hänen osuutensa yhtiön voitosta. Kommandiittiyhtiön perustajia tulee olla vähintään kaksi. Perustajista ainakin yhden on oltava vastuunalainen yhtiömies. Näiden lisäksi kommandiittiyhtiöön voi kuulua äänettämiä yhtiömiehiä. Perustajat voivat olla luonnollisia tai juridisia henkilöitä (Meretniemi & Ylönen, 2008, 47).

Vastuunalaiset yhtiömiehet voivat myös sijoittaa varoja yritykseen, mutta heidän kohdallaan työpanos riittää. Vastuunalaiset yhtiömiehet vastaavat yrityksen käytännön toiminnasta, tekevät sitä koskevat päätökset ja edustavat yhtiötä. He vastaavat yhtiön velvoitteista koko henkilökohtaisella omaisuudellaan. Äänetön yhtiömies toimii vain rahoittajana. Hän sijoittaa yhtiöön pääomaa ja on vastuus-

sa sijoittamansa pääoman verran yhtiön velvoitteista. Hän saa sijoittamalleen panokselle vuosittain määrätyn koron, jos voittoa syntyy. Äänetön yhtiömies ei osallistu yrityksen hallintoon, mutta hän voi olla yrityksessä töissä (Meretniemi & Ylönen, 2008, 46).

Osuuskunnan tarkoituksena on sen jäsenten talouden ja elinkeinon tukeminen taloudellisella yhteistoiminnalla. Sen tavoitteena voi olla myös pääasiassa aatteellisen tarkoituksen toteuttaminen yhdessä. Osuuskunnan voivat perustaa vähintään kolme luonnollista henkilöä tai yhteisöä, säätiötä tai muuta oikeushenkilöä. Jäsenomistajat voivat osallistua toimintaan, ja osuuskunta tukee heidän elinkeinoaan ja taloudenpitoaan. Poikkeuksena ovat suuret osuuskunnat kuten Kesko, SOK ja Tapiola, joissa jäsenomistajat toimivat ennen kaikkea asiakkaina. Osuuskunta on helppo perustaa, koska sen osakepääomaa ei etukäteen määrätä. Osuuskunta on perustettu, kun se merkitään kaupparekisteriin. Osuuskunnan jäsenet ovat taloudellisesti vastuussa osuuskunnan sitoumuksista vain maksamansa osuuspääoman määrän verran. Osuuskunnan ylin päättävä elin on osuuskunnan kokous, johon voivat osallistua kaikki osuuskunnan jäsenet. Osuuskunnan kokouksissa päätökset tehdään äänestämällä. Jokaisella luonnollisella jäsenellä on yksi ääni. Osuuskunnalla tulee lain mukaan olla osuuskunnan perustamiskokouksen valitsema hallitus, joka voi valita toimitusjohtajan (Meretniemi & Ylönen, 2008, 48-49).

Osakeyhtiö on paras yhtiömuoto silloin, kun tarvitaan runsaasti pääomaa. Se on hyvä valinta silloin, kun perustajia on useita. Osakeyhtiön tavoitteena on tuottaa voittoa osakkeenomistajille, ellei yhtiöjärjestyksessä ole toisin määrätty. Osakeyhtiöitä on kahta lajia, yksityinen osakeyhtiö (Oy) ja julkinen osakeyhtiö (Oyj), jonka osakkeet noteerataan pörssissä. Osakeyhtiön voi perustaa yksi tai useampi henkilö tai oikeushenkilö. Osakkaiden vastuu rajoittuu sijoitettuun rahamäärään. Osakkaat voivat olla myös pelkästään sijoittajia. Perustamiskokouksessa päätetään osakeyhtiön perustamisesta. Osakeyhtiö syntyy juridisesti silloin, kun se rekisteröidään kaupparekisteriin (Meretniemi & Ylönen, 2008, 50-51).

Osakkaat ovat vastuussa vain sijoittamansa osakepääoman verran, eli heidän muu omaisuutensa on turvassa. Käytännössä yrittäjäosakas kuitenkin useimmiten takaa yrityksen velkoja omalla nimellään toiminnan alkuvaiheessa ja joutuu antamaan henkilökohtaista omaisuuttaan yrityksen velkojen vakuudeksi. Osakeyhtiöllä on oltava hallitus, jonka yhtiökokous valitsee. Pienissä yhtiöissä hallituksen jäseniä voi olla yksi ja yksi varajäsen. Jos osakeyhtiön osakepääoma 80

000€ tai enemmän, sen hallituksessa täytyy olla vähintään kolme jäsentä. Yhtiökokous valitsee hallituksen, joka valitsee toimitusjohtajan. Jos osakepääoma on alle 80 000€, osakeyhtiöllä ei tarvitse olla toimitusjohtajaa. Hallituksen jäsenillä ja toimitusjohtajalla on vastuu päätöksistään (Meretniemi & Ylönen, 2008, 51).

#### 2.4. Visio

Liiketoimintasuunnitelma kertoo yrityksen suunnitelmasta menestyä ja mitä kaikkea sen onnistumiseksi on tehtävä. ”Yrityksen menestyminen on sitä, että yrittäjä tai yritys saavuttaa unelmansa. Unelma on tavoite, johon pyritään ja joka on mahdollista saavuttaa toteuttamalla yritystoiminta liiketoimintasuunnitelman mukaan. Unelmalla on yritystoiminnassa nimi: visio” (Hesso, 2015, 2. uudistettu painos, 12).

Visio kertoo miten yrityksen liikeidea tulee menestymään ja mitä yritys tavoittelee vision toteutuessa. Visio on tärkeä osa yrityksen matkaa onnistumiseen sillä se kertoo mitä liikeideasta voisi syntyä sen toteutuessa. ”Osakkaat, työntekijät, rahoittajat ja asiakkaat pitää vakuuttaa, vaikka onnistumiselle ei ole lainkaan takeita. Onnistumiseen vaaditaan siis joku, joka uskoo ideaan absoluuttisesti ja pystyy myös siirtämään uskon muihin ihmisiin. Visio on kuin unelma, joka ei toteudu omalla painollaan, vaan sen puolesta pitää olla valmis taistelemaan” (Lindberg, 2016, 15-16).

Visio toimii sekä yrittäjälle että mahdollisille työntekijöille suunnannäyttäjänä ja ohjekirjana, jotta kaikki tietävät mihin yrityksessä pyritään. Visio on tärkeä työkalu myös vakuuttaessa mahdollisesti tarvittavia rahoittajia siitä, että yrityksellä on selkeät tavoitteet mitä kohti yritys tähtää ja mitä yritys haluaa tulevaisuudessa saavuttaa. Meretniemi & Ylönen (2008) kirjoittavat, että visio on näkemys siitä millainen sekä yrityksen että yrittäjän tulevaisuus on kolmen, viiden tai kymmenen vuoden päästä. Yrittäjän tulisi kuvaila tavoittelemansa tulevaisuus itselleen niin innostavasti, selkeästi ja yksityiskohtaisesti kuin mahdollista, sillä silloin hän pystyy kertomaan siitä myös muille mielenkiintoisella tavalla ja vakuuttavasti.

## 2.5. Markkinointisuunnitelma

### 2.5.1. Markkinat ja asiakkaat

Yrittäjän tulee tehdä markkina- ja ostokäyttäytymistutkimukset sekä markkina-analyysi alasta jolle se pyrkii, sillä ne auttavat yritystä markkinoinnin suunnittelussa. Markkinointi liittyy vahvasti yrityksen liikeideaan, joka kertoo miten yritys tulee toimimaan markkinoilla ja keitä sen asiakkaat ovat. Markkinoinnilla tavoitetaan nämä asiakkaat. Meretniemi & Ylönen (2008) kertovat, että markkinointiin liittyy lisäksi yrityksen imagon rakentaminen. Sen tavoitteena on saada kohdeasiakkaat valitsemaan oman yrityksen tuotteet kilpailevien yritysten tuotteiden sijaan. Markkinoinnin tärkein osa-alue on myynti, joka yrittäjän tulisi hallita hyvin, koska se tuo tulot yritykseen.

Alalla vallitseva markkinatilanne vaikuttaa suuresti siihen voiko aloittava yritys onnistua ja löytää omat asiakkaansa. Jos markkinatilanne on hyvä ja kasvamassa, yrittäjän on helpompi onnistua. Markkinoilla voi joskus löytyä tilaa uudelle toimijalle myös siksi, että olemassa olevat yritykset eivät pysty tuotteillaan tai palveluillaan tyydyttämään asiakkaiden tarpeita ja kysyntää.

Perustettavalla yrityksellä saattaa olla myös erityinen kilpailuetu, jonka vuoksi voidaan olettaa sen pääsevän markkinoille helposti. Tällainen kilpailuetu voi olla esimerkiksi halvempi hinta, tehokkaampi myynti, hyvä nimi markkinoilla (imago), hyvät asiakassuhteet tai selvästi parempi tuote tai palvelu kuin kilpailijoilla. Aloittavan yrittäjän kannattaa tutustua markkinoilla oleviin yrityksiin, tuotteisiin, palveluihin ja hintoihin huolellisesti ja analysoida markkinatilannetta (Meretniemi & Ylönen, 2008, 30).

### 2.5.2. Kilpailijat ja riskit

”Kaikissa liiketoimintaympäristöissä on mahdollista pärjätä, ja kaikissa voi myös menettää rahansa. Olennaista on perehtyä toiminta-alueen tilanteeseen, asiakaspotentiaaliin, kilpailijoihin ja heidän vahvuuksiinsa ja toimintatapaansa” (Meretniemi & Ylönen, 2008, 30).

Yrityksen tulee analysoida myös ympäristö, jossa se toimii. ”Tuloksetkaan yrityksen liiketoiminta on kannattavaa. Yrityksessä on analysoitu niin ulkoinen kuin sisäinenkin ympäristö menestysreseptin kehittämisen mahdollistamiseksi” (Hesso, 2015, 2. uudis-

tettu painos, 38). Ulkoiseen ympäristöön vaikuttaa poliittinen ja taloudellinen tilanne, sosiaalinen ympäristö voi vaihdella pelkästään yhden kaupungin sisällä jo paljon, lainsäädännöllinen ympäristö vaikuttaa siihen mitä lakeja yrityksen tulee noudattaa ja teknologinen ympäristö tarjoaa sekä uhkia että mahdollisuuksia; samalla kun y-sukupolven nuoret ja aikuiset on mahdollista tavoittaa helpoiten sosiaalisen median kautta, ei vanhempaa sukupolvea välttämättä tavoitakaan. Sisäiseen ympäristöön vaikuttaa yrittäjän oma ammattitaito ja osaaminen ja valmius yrittäjyyteen.

Sipilä (2008) kertoo, että megatrendien eli suurten, yleensä hiljaa alkavien muutosten havainnointi on perusta markkinoinnin suunnittelulle ja yrityksillä on oltava käsitys siitä, mihin suuntaan asenteet, arvot ja tottumukset ovat menossa, varsinkin jos ne ovat tekemisissä kuluttajien kanssa. Sipilä toteaa, että media-ala on täysin riippuvainen asennetrendien tuntemisesta ja niiden ennakoimisesta ja media-alan trendeistä tekemät analyysit koskettavat itse asiassa kaikkia markkinoinnin kanssa tekemisissä olevia ihmisiä, sillä on syytä tietää, mihin maailma on asennetasolla kulkemassa.

Yrittäjän tulee tehdä kilpailija-analyysi, sillä sen tulee tutustua kilpailijoihinsa ja kilpailijoiden tuotteisiin. Kilpailija-analyysistä voi selvittää pahimmat kilpailijat ja mitkä heidän vahvuudet ja heikkoudet ovat ja miten oma yritys voi kilpailla näitä vastaan. ”Kilpailija-analyysin tehtävänä on tukea oman kilpailukyvyn kehittymistä ja auttaa puolustamaan nykyistä markkina-asemaa. Menetelmän punaisena lankana toimii kilpailijoiden vahvuuksien ja heikkouksien tunnistaminen” (Lindberg, 2016, 188). Meretniemi & Ylönen (2008) toteavat myös, että yrityksen voi olla hyödyllistä tutkia kilpailevien yritysten tuotteiden hinnoittelua ja markkinointia, sillä näistä voi ottaa oppia oman yrityksen kilpailukeinoihin ja markkinointiin.

Omaa yritystä ja sen menestymistä arvioidessa on hyvä käyttää niin sanottua SWOT-analyysiä. Sillä voidaan arvioida sekä omia että kilpailijoiden vahvuuksia ja heikkouksia. ”Tämän analyysimenetelmän nimi muodostuu seuraavista englanninkielisistä sanoista: strengths, weaknesses, opportunities ja threats. SWOT on käyttökelpoinen ja yleinen väline liikeidean ja yrityksen toimintaympäristön kriittiseen arviointiin” (Meretniemi & Ylönen, 2008, 34).

Lindberg (2016) toteaa, että SWOT-menetelmää on erittäin helppo käyttää ja useissa yrityksissä se toimii nopeana riskianalyysityökaluna myyntiin tai projektiin liittyen. ”Syvemmässä merkityksessään työkalun arvo nousee siitä, että yhdellä menetelmällä voi tutkia sekä yrityksen sisäisiä että ulkopuolisia asioita. Vahvuudet ja heikkoudet kytetään tiukasti mahdollisuuksiin”.

### 2.5.3. Markkinointi

Markkinoinnin tarkoituksena on saada asiakkaat ostamaan yrityksen tuotteita ja palveluita, jolloin markkinointi on onnistunutta ja se tuo tuloja yritykselle. Meretniemen & Ylösen (2008) mukaan markkinointiviestinnän avulla yritys informoi, suostuttelee, vakuuttaa ja muistuttaa markkinoita tuotteistaan, palveluistaan ja olemassaolostaan. Markkinointiviestinnän tulee kertoa asiakkaille selkeästi ja kiinnostavasti, mitä hyötyä tai iloa tuotteesta on, millainen se on, mistä sitä saa ja mihin hintaan. Markkinoinnin tarkoituksena on aikaansaada myyntiä. ”Potentiaaliset asiakkaat pyritään tekemään tietoisiksi yrityksestä sekä sen tuotteista ja palveluista”.

Hesso (2015, 2. uudistettu painos) kertoo, että markkinoinnin suunnittelu tapahtuu kahdella tasolla: 1) strategisesti, pitkällä aikavälillä, esim. yksi vuosi 2) operatiivisesti, kampanjat, esim. kevät ja syksy.

Meretniemi & Ylönen (2008) kirjoittavat, että mainonta voi olla suoraa, jolloin voidaan pyrkiä vaikkapa vain yhden tuotteen menekin kasvattamiseen. Epäsuoralla markkinoinnilla pyritään sen sijaan kasvattamaan markkinatietoisuutta tai parantaa yrityksen imagoa. Suoramarkkinointi toteutetaan puhelinmyynnillä, sähköpostilla, kirjeillä, esitteitä lähettämällä, lentolehtisillä ja korteilla.

Nopeiten yritys mainostaa toimintaansa ja palveluitaan verkkosivujensa kautta, jotka on helppo tehdä itse. Verkkosivujen laatu kertoo yrityksen imagosta ja luotettavuudesta, joten vaativimmat sivut tulisi teettää alan ammattilaisilla. Sosiaalinen media on nykyisin myös niin suosittua, että yritysten kannattaa harkita myös omaa näkyvyyttä esimerkiksi Facebookissa, LinkedInissä ja Instagramissa. ”Digitaalisuus ja sosiaalinen media ovat vaikuttaneet valtavasti kuluttajien käyttäytymiseen ja siten myös markkinointiin. Sosiaalinen media on kustannustehokas tapa kehittää brändiä ja saavuttaa jopa miljoonia potentiaalisia asiakkaita” (Lindberg, 2016, 152).

Sosiaaliset mediat tarjoavat uusia kanavia ja välineitä markkinointiviestintään. Verrattuna perinteisiin medioihin sosiaalisten medioiden hyvä puoli on viestinnän kaksisuuntaisuus ja mahdollisuus keskusteluihin asiakkaiden kanssa. Markkinoija voi ostaa mainostilaa sosiaalisista medioista, mikä on helpoin tapa päästä alkuun. Sosiaalisen median hyödyntämisen tulisi kuitenkin olla pitkäkestoisista ja näkyvyys jatkuvaa, joten on tärkeää olla mukana toimijana erilaisissa yhteisöissä. Sosiaalisen median käyttö markkinointimediana edellyttää avoimuutta ja rehellisyyttä: yrityksen on esiinnyttävä omalla nimellä ja tuotteista on kerrottava totuudenmukaisesti (Bergström & Leppänen, 2009, 377-380).

Myyntin tarkoituksena on tuoda onnistuneen markkinoinnin tulokset yritykseen tulokseksi. Hesso (2015, 2. uudistettu painos) kirjoittaa, myynnin olevan osa markkinointisuunnitelman markkinointiviestintää. ”Henkilökohtainen myyntityö on parhaimmillaan yrityksen arvojen mukaista, aktiivista ja jatkuvasti kehittyvää tuloksellista vuorovaikutusta asiakasrajapinnassa”.

Pekkarinen & Pekkarinen & Vornanen (2006) kertovat myynnin suunnittelussa ja koulutuksessa usein käytettävän niin kutsuttua AIDA-menetelmää, joka tulee seuraavista englanninkielisistä sanoista: attention (huomionherätys), interest (mielenkiinto), desire (halu) ja action (toiminta). AIDA on yhä edelleen käyttökelpoinen myyntimenetelmä, mutta AIDAan lisätään usein yksi tai kaksi S-kirjainta, jolloin aida-käsite saa merkitykset S tyydytys (satisfaction) ja S palvelu (service). ”AIDA(SS)n käyttäminen harkiten voi olla hyödyksi, mutta jos sitä noudattaa orjallisesti, päädytään helposti kaavamaiseen myyntikeskusteluun. Myyjän kannattaakin luoda itselleen oma AIDA-suunnitelma, jota hän voi toteuttaa jokapäiväisessä myyntityössä”.

## 2.6.Rahoitus ja laskelmat

### 2.6.1.Rahoituksen suunnittelu

Yrityksen perustaminen ja yritystoiminnan aloittaminen vaatii aina rahaa ja rahoituksen tarve tulisi selvittää ennen yrityksen perustamista. Osa yrityksen perustamiskuluista menee esim. mahdolliseen yrityksen rekisteröintimaksuun, mainontaan ja markkinointikuluihin ja mahdollisiin toimitilakuluihin ja laitehankintoihin. Sen lisäksi kuluja tulee yrityksen pyörittämisestä, joihin kuuluvat pakolliset vakuutus- ja veromaksut, palkat sekä netti- ja puhelinliittymien kulut. Yrittäjän pitää pystyä maksamaan kaikki nämä kulut säännöllisesti vaikka yritys ei saisi vielä myyntituloja, joita aloittava yrittäjä voi joutua odottaa pitkäänkin, jopa monia kuukausia.

Meretniemi & Ylönen (2008) muistuttavat, että yrittäjän tulee paneutua huolellisesti yrityksen kannattavuuteen, tuottavuuteen, vakavaraisuuteen ja maksuvalmiuteen, sillä ne antavat kuvan yrityksen taloudellisesta suorituskyvystä ja yrityksen sidosryhmistä erityisesti rahoittajat, yritystukien myöntäjät, mahdolliset sijoittajat, asiakkaat ja tavarantoinnit arvioivat yrityksiä niiden perusteella.

Yrityksen taloudessa neljä tärkeää tekijää ovat maksuvalmius, kannattavuus, tuottavuus ja vakavaraisuus. Maksuvalmius eli likviditeetti kertoo yrityksen käytettävissä olevan rahan. Maksuvalmius kertoo pystyykö yritys suoriutumaan kaikista yritykselle lähe-

tetyistä laskuista. ”Kannattavallakin yrityksellä voi olla aikoja, jolloin maksuvalmiudessa on vaikeuksia. Siksi on tärkeää suunnitella etukäteen rahoitusta siten, että yritys pystyy maksamaan ostolaskut, palkat, velkojen lyhennykset ja korot sekä verot määräpäivänä. Likviditeettiin vaikuttaa myös se, että asiakkaat maksavat laskunsa yritykselle ajallaan” (Meretniemi & Ylönen, 2008, 70).

Meretniemi & Ylönen (2008) kirjoittavat kannattavuuden tarkoittavan sitä, että tuloja on enemmän kuin menoja. Alkuvaiheessa yritys voi vuoden tai pari toimia tappiollisesti, mutta pitkän tähtäimen tavoitteen tulee aina olla kannattavuus. Yrityksen perustajan tulee arvioida kaikki yritystoiminnan aiheuttamat menot, jotta hänelle ei tule yllätyksiä myöhemmin. Kaikista yhteenlasketuista kuluista voi laskea kuinka paljon vähintään tarvitaan myyntiä, jotta yritys voi selvitä. Kun yrityksen pitää parantaa sen kannattavuutta, sen kannattaisi myynnin kasvattamisen sijasta keskittyä ensin menojen vähentämiseen, joka on tähän nopeampi keino. Kannattavuutta kannattaa seurata ympäri vuoden sillä tilinpäätös kertoo tuloksesta vasta tilikauden päätyttyä.

Yritys voi seurata kannattavuuttaan laatimalla budjetin eli arvion tulevista tuloista ja menoista. Tuloja ja menoja verrataan budjettiin säännöllisesti ja jos siinä on paljon poikkeumia, syyt tulee selvittää mahdollisimman nopeasti. Jos tulot ovat huomattavasti arvioitua pienemmät, pitää myyntiä ja markkinointia lisätä pikaisesti ja menoja vähentää mahdollisuuksien mukaan. Meretniemi & Ylönen (2008) kehottaa miettimään ovatko tuotteet ja palvelut asiakkaiden haluamia ja onko niiden laatu markkinoiden odotusten mukainen, jos myyntiä ei tapahdu odotusten mukaisesti. Turhia kuluja olisi syytä myös karsia, jos budjettiin suunnitellut menot ylittivät ilman asiallista syytä.

Yrityksen pakollisiin kuluihin kuuluu myös vakuutukset, joista lähes kaikki ovat vapaaehtoisia vakuutuksia. Uusyrittäjäkeskus (2019) kertoo, että yrittäjälle ainoa pakollinen vakuutus on yrittäjän työeläkevakuutus eli YEL, joka tulee ottaa vapaavalintaisesta vakuutustoimistosta viimeistään kuusi kuukautta yritystoiminnan aloittamisesta. YEL turvaa yrittäjän toimeentulon, kun yrittäjä lähtee eläkkeelle tai joutuu työttömäksi tai työkyvyttömäksi. Yrittäjä määrittelee YEL-työtulon itse ja sen pohjalta lasketaan eläkkeen määrä ja vakuutusmaksu. Työtulo on tärkeä määritellä vastaamaan sitä palkkaa, joka tulisi maksaa ulkopuoliselle henkilölle tehdystä työstä, sillä sen perusteella lasketaan myös mahdollinen äitiys-, isyys- ja vanhempainpäiväraha ja sairausvakuutuslain mukainen sairauspäiväraha. Vapaaehtoisia vakuutuksia ovat esimerkiksi vahinkovakuutus, joka korvaa vahinkojen aiheuttamia tuhoja toimitiloissa. Vastuuvakuutus korvaa tietyin edellytyksin vahingonkorvausvelvollisuuden toiselle aiheutetusta vahingosta. Oikeus- ja turvavakuutus korvaa oikeudenkäyntikuluja esimerkiksi sopimusasioissa yrityksen sidosryhmien kanssa tai irtisanomis- ja palkkaerimielisyyksissä.

Meretniemi & Ylönen (2008) muistuttavat, että yrittäjän on tulee harkita myös henkivakuutusta, sillä se antaa turvaa lähiomaisille, mahdollisille yrityskumppanille ja yritykselle, mikäli yrittäjä kuolee yllättäen. Henkivakuutus kannattaa ottaa erityisesti silloin, jos yrityksen velkojen vakuutena on yksityisomaisuutta. Koska yrittäjät eivät kuulu lakisääteisen tapaturmavakuutuksen piiriin, yrittäjän on hyvä ottaa itselleen myös tapaturmavakuutus.

Yrityksen rahoitusta suunnitellessa tulisi aina etsiä kaikki mahdollisuudet omarahoitukseen ennen ulkopuolisen rahoituksen etsimistä. Omasta pääomasta ei makseta korkoa eikä sitä tarvitse lyhentää. Ulkopuolisilta rahoittajilta voi hakea ulkopuolista pääomaa, mutta se on kallista ja tarvitsee lähes aina vakuuksia lainan myöntämiseen. Suomessa voi lisäksi hakea tukea tai lainaa esimerkiksi Tekesiltä, Finnveralta ja TE-keskukselta.

Teknologian kehittämiskeskus rahoittaa kehityshankkeita, jotka tähtäävät kansainvälisesti kilpailukykyisiin tuotteisiin, palveluihin ja tuotantomenetelmiin. Tekes myöntää esimerkiksi tuotekehitys- ja perustamislainoja. Se rahoittaa hankkeiden valmistelua ja tukee niitä asiantuntijapalveluillaan. Finnvera Oyj on valtion erityisrahoitusyhtiö, joka kehittää suomalaisten yritysten toimintaa kotimaassa sekä edistää yritysten vientiä ja kansainvälistymistä. Finnveralla on erilaisia lainoja, joihin kuuluvat mm. pienlaina, yrittäjälaina ja pientakaus. Työvoimatoimistot voivat tukea aloittavia yrittäjiä starttirahalla. Starttiraha on suunnattu työttömille työnhakijoille ja muille yrittäjäksi ryhtyville (Meretniemi & Ylönen, 2008, 78-82).

## 2.6.2.Laskelmat

Yrittäjän tulee tietää paljonko rahaa hän tarvitsee yritystoimintansa käynnistämiseen ja alkuvaiheeseen, jolla hän tulee toimeen. Rahoituslaskelman avulla voi suunnitella yrityksen rahan tarvetta yritystoiminnan aloittamiseen ja mistä tuo raha tulee. Uusyrityskeskus (2019) mainitsee, että rahoituslaskelman rahan tarpeissa luetellaan ne investoinnit ja hankinnat, jotka täytyy tehdä yritystoiminnan käynnistämiseksi. Näitä ovat muun muassa alkuvarasto, tuotantoon tarvittavat koneet, yrityksen rekisteröintimaksut ja takuuvuokrat sekä käyttöpääoma esimerkiksi toiminnan ensimmäistä kolmea kuukautta varten. Käyttöpääomassa arvioidaan niitä kiinteitä kuluja (palkat, vuokrat, vakuutukset, kirjanpito ym.), jotka täytyy maksaa, vaikka toiminta ei vielä tuo yritykseen rahaa.

”Rahan lähteet voivat muodostua omasta sijoitettavasta pääomasta ja apporttiomaisuudesta (muu yritykseen sijoitettava omaisuus kuin raha, esimerkiksi auto), lainasta, yritystuesta ja ulkopuolisista oman pääoman sijoituksista. Rahan lähteiden täytyy kattaa rahoitustarpeet” (Uusyrittyskeskus, 2019, 18). Rahoituslaskelman mallipohja on liitteistä (liite 1).

Uusyrittyskeskus (2019) kertoo kannattavuuslaskelmasta seuraavasti: Kannattavuuslaskelma kertoo, paljonko tuotetta pitää myydä, jotta yritystoiminta kannattaa. Toisin sanoen kannattavuuslaskelmalla saadaan selville se myynnin määrä, jolla saadaan kaikki kustannukset (muuttuvat + kiinteät) katettua, mutta tulosta ei vielä synny (ns. kriittinen piste). Laskelman avulla selviää myös, mikä on sellainen myyntimäärien, -hintojen ja kustannusten yhdistelmä, joka tuottaa tavoitteeksi asetetun liiketoiminnan tuloksen. Kustannuslaskelmasta löytyy mallipohja liitteistä (liite 2).

### 3.VIRTUAALIASSISTENTTI

Virtuaaliassistentti tai virtuaali toimistoassistentti on assistentin työtehtäviä etänä tekevä henkilö. Virtuaaliassistentit tekevät samoja työtehtäviä kuin perinteiset assistentit yrityksissä, mutta sen sijaan että työtä tehtäisiin yrityksen toimitiloissa, tehtävät tehdään täysin etänä esimerkiksi assistentin omalta kotitoimistolta käsin.

Virtuaaliassistentin työtehtäviin voi kuulua esimerkiksi sähköpostien ylläpito ja niihin vastaaminen, puhelinvaihteen hoitaminen, kalenteri- ja matkavarausten teko, kokous- ja tapahtumajärjestely, sosiaalisen median ylläpitäminen, tiedon haku, rekisterien ylläpitäminen, sopimushallinta, osto- ja myyntilaskujen käsittely ja esittely- ja markkinointimateriaalien valmistus. Virtuaaliassistentin työtehtävät voivat siis olla virtuaaliassistentin omasta osaamisesta riippuen todella laajat.

#### 3.1.Miksi palkata virtuaaliassistentti

Vakituiset, kokopäiväiset assistentin roolit ovat hiljalleen katoamassa yrityksistä, koska yrityksistä tulee koko ajan enemmän tasavertaisia organisaatioita, joissa perinteiset esimiehen ja alaisen roolit tasoittuvat ja jopa häviävät. Tasavertaisessa organisaatiossa työntekijät osallistuvat päätöksentekoon enemmän kaikista rooleista, kun taas hierarkisissa organisaatioissa päätöksenteko on kuulunut perinteisesti ylemmille esimiehille, joiden alaiset ja assistentit tekevät sitten päätöksistä syntyneet itse käytännön työt ja assistentti on dokumentoinut päätökset sekä jakanut infon sekä organisaation sisällä, että eri sidosryhmien välillä.

Monessa yrityksessä syy assistentin tehtävien katoamiseen on myös taloudellisen tilanteen tiukentuminen, jossa työntekijöiden odotetaan tekevän enemmän ja enemmän töitä säilyttääkseen oman työpaikkansa ja tämä on vienyt osin töitä assistenteilta. Muut työntekijät ja esimiehet hoitavat itse kalenterivarauksensa, vastaavat puhelimeen ja sähköposteihinsa, varaavat itse matkajärjestelynsä, ja tekevät esimerkiksi kokousten esittelymateriaalit ja käytännön järjestelyt itse. On myös hyvin normaalia, että assistentti ei enää istu kokouksissa mukana kirjaamassa kokousminuutteja vaan kokoukseen osallistuvat kirjaavat minuutit itse ja vain kokouksen jälkeinen käytännön työ tulee assistentille.

Assistenteillekin löytyy yhä töitä, mutta useassa yrityksessä se ei ole enää kokopäiväistä vaan osa-aikaista ja osa-aikatyöhön valmiita olevia ammattitaitoisia ja kokeneita

assistentteja voi olla vaikeaa löytää markkinoilta, jossa suurin osa haluaa kokopäiväistä työtä. Tämä väittämä perustuu omiin havaintoihin työmarkkinoilta ja keskusteluista muiden assistenttien kanssa. Virtuaaliassistentin palveluita tarjoava yritys voi korjata tämän ongelman, kun yritys voi ostaa vain tarvitsemansa palvelun ja ajan ilman sitoutumista kokoaikaisen ja vakituisen työntekijän palkkaamiseen. Yrittäjällä voi olla ajankappaloja vuodessa, jolloin palveluita ei tarvita lainkaan ja vastaavasti aikoja, jolloin palveluita tarvitsee ostaa enemmän.

Virtuaaliassistentti tarjoaa mahdollisuuden palveluita ostavalle yritykselle/yrittäjälle keskittyä omaan osaamiseensa ja tekemiseensä ja kasvattaa yritystään, kun aikaa ei kulu perustehtäviin, jotka assistenttikin voi hoitaa. Virtuaaliassistentti voi tarjota paljon eri palveluita yrityksille, mutta tämä perustuu täysin virtuaaliassistentin omaan osaamiseen ja kokemukseen, mutta myös siihen kuinka paljon virtuaaliassistentin palkkaava yritys luottaa assistenttin osaamiseen ja taitoihin ja pystyvätkö he kenties myös tarjoamaan koulutusta osaan lisätehtävistä.

Virtuaaliassistentin tehtävät voivat olla esimerkiksi perinteiset johdon assistenttin tehtävät kuten kalenterivaraukset ja ylläpito, kokousjärjestelyt (tilavaraukset, suunnittelu ja käytännön järjestelyt), matkavarausten teko, puhelimeen ja sähköpostiin vastaaminen. Virtuaaliassistentti voi hoitaa myös myyntiä tukevia tehtäviä kuten asiakaspalvelua sähköpostitse ja puhelimitse, myyntiliidien merkitsemisen yrityksen järjestelmiin ja tarvittaessa kontaktoinnin, myyntitilausten vastaanottoa ja online-maksujen käsittelyä ja hyvityksiä. Taidoista riippuen tehtäviin voi kuulua myös nettisivujen ylläpitoa ja päivitystä ja sosiaalisen median sisällön kirjoittaminen.

### 3.2. Miksi oma yritys

Olen toiminut erilaisissa assistenttin ja toimistopäällikön työtehtävissä viimeisten kymmenen vuoden aikana ja olen itse huomannut assistenttin muuttuneen ja alati muuttuvan toimenkuvan. Olen aina ollut kuitenkin itsekin muutoshaluinen ja olen sopeutunut muuttuneisiin ja uusiin työtehtäviin hyvin. Olen kuitenkin aina haaveillut olevani yrittäjä ja tekäväni itselleni töitä ja osana tätä haavetta on ollut vapaus valita missä ja milloin teen töitä.

Tein edelliselle työnantajalleni paljon töitä etänä johdon assistenttina ja toimistopäällikönä. Etäpäivien määrä vaihteli parista päivästä viikossa aina pariin viikkoon kuukausittain, jotka saatoin sopimuksen mukaan tehdä jopa altaan ääreltä makoillen toisel-

ta puolelta maailmaa. Tämä mahdollisuus sai minussa aikaan sen, että kaipasin enemmän mahdollisuutta työskennellä etänä ja pysyvästi.

Törmäsin virtuaaliassistentin työhön ollessani työmatkalla Yhdysvalloissa, jossa palveluita on ollut tarjolla jo viimeiset kaksikymmentä vuotta. Suomeen virtuaaliassistentin palvelut ovat rantautuneet viimeisten vuosien aikana. Luettuani artikkelin paikallisesta virtuaaliassistentista, ymmärsin että tavallaan jo teen näitä työtehtäviä, mutta toistaiseksi vain toisen palkkalistoilla, sen sijaan että tekisin sitä oman yritykseni kautta. Tästä ymmärsin, että voisin itsekkin perustaa virtuaaliassistentin palveluita tarjoavan yrityksen ja päätin tutkia yrityksen perustamista ja alalle sopivan liiketoimintasuunnitelman tekemistä opinnäytetyönäni.

## 4.VIRTUAALIASSISTENTIN PALVELUITA TARJOAVAN YRITYKSEN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

### 4.1.Tiivistelmä

Yritys on virtuaaliassistentin palveluita tarjoava mikroyritys, jossa ainoana työntekijänä on ainakin alkuun perustaja ja yrittäjä itse. Yrityksen perustaa kirjoittaja, Jenni Helenius. Olen 36-vuotias ja asun Helsingissä. Olen toiminut erilaisissa assistenttin ja toimistopäällikön työtehtävissä viimeisen kymmenen vuoden aikana. Sen lisäksi minulta löytyy työkokemusta rahoitus- ja perintäalalta kuuden vuoden verran, jonka lisäksi olen toiminut myynnin ja markkinoinnin tehtävissä assistenttin työtehtävien ohella.

Virtuaaliassistentin työtehtävät tapahtuvat täysin etänä yrittäjän omasta kotitoimistosta käsin, jolloin yrittäjälle tulee mahdollisuus tehdä työtä mistä ja milloin tahansa. Tämä on ollut minun haaveenani ja antaa minulle energiaa oman yrityksen pyörittämiseen. Virtuaaliassistentin palveluita ostavan yrityksen aikaa vapautuu perustehtävistä muihin tehtäviin, jolloin yrityksen henkilöstö voi keskittyä omiin tehtäviin. Uusien työntekijöiden rekrytoiminen, kouluttaminen ja palkkalistoilla on kallista ja aikaanvievää ja siitä ei ole taetta, että palkattu työntekijä jää firmaan. Virtuaaliassistentilta voi ostaa vaan tarvittavat työtunnit tarvittaviin työtehtäviin ja yritykset eivät silloin maksa turhasta. Yrityksillä on myös paljon niin sanottuja rutiinitehtäviä, joita kukaan ei välttämättä halua tehtäväkseen tai niihin ei ole aikaa, mutta virtuaaliassistentti voi tehdä tuon kaiken.

Perustan yrityksen aluksi osa-aikaiseksi nykyisen työni rinnalle, keräten samalla asiakaskokemuksia ja oppien niistä tulevaisuutta varten. Tarkoituksena on tehdä yrityksestä täyspäiväisesti minut työllistävä ja haaveena on palkata yritykseen tulevaisuudessa myös muita työntekijöitä ja yrityksen laajentaminen myös muihin palveluihin, kuten virtuaaliassistentin kouluttamiseen. Tulen tarjoamaan omassa yrityksessäni alussa toimisto- ja johdon assistenttin työtehtäviä, tapahtumajärjestelyitä sekä avustavia myynnin ja markkinoinnin tehtäviä.

Minulla on laajan työkokemukseni myötä jo hyvät suhteet eri yritys päättäjiin ja henkilöihin jotka ovat käyttäneet assistenttin palveluita aiemmin tai tarvitsisivat assistenttin palveluita ja ovat todenneet virtuaaliassistentin palveluiden olevan hyvä idea ja hyödyllinen myös heille. Aion hyödyntää olemassa olevia suhteitani ja tehdä markkinointia niin sanotun puskaradion kautta. Aion kirjoittaa ja julkaista virtuaaliassistentin palveluista artikkeleita sosiaalisessa mediassa ja saada niitä jakoon laajemmalle yleisölle. Aion

tarjota palveluita aluksi halvemmalla tuntihinnalla ja kerätä asiakaskokemuksista merkintöjä omille kotisivuille ja sen jälkeen markkinoida palveluita myös maksullisesti sosiaalisessa mediassa, positiivisten asiakaskokemuksien avulla.

Yritykseni aloituskustannukset ovat hyvin pienet ja tekemäni rahoituslaskelman perusteella, perustan sen 6750 euron aloituskustannuksilla, josta jää yhteensä 4000 euroa käyttöpääomaksi ja kassareserviksi. Rahoitus tulee täysin omista rahasisjoituksista enkä käytä ulkopuolista rahoitusta yritykseni perustamiseen.

#### 4.2.Liikeidea

Yrityksen liikeideana on tarjota virtuaaliassistentin palveluita mikro- ja pienyrityksille, jolloin palveluita ostavan yrittäjän aika vapautuu muuhun töistä, jonka assistentti voi tehdä hänen puolestaan. Virtuaaliassistentin palveluita käyttämällä yrittäjän ei myöskään tarvitse palkata assistenttia omaan palvelukseen kokopäiväisesti vaan palveluita voi ostaa vain tarpeen mukaan. Tarvekohtainen palvelun osto vapauttaa palveluita ostavan yrittäjän varoja muuhun eikä hänelle tule turhia kuluja vakituisen työntekijän palkasta ja muista siihen liittyvistä sivukuluista. Näin palveluita ostavan yrittäjän aikaa ei mene myöskään rekrytointiprosessiin eikä jatkuvaan kouluttamiseen.

Yritys tarjoaa virtuaaliassistentin palveluita yksityisyrittäjille, mikro- ja pienyrityksille ympäri Suomen, joilla ei välttämättä ole mahdollisuutta tai tarvetta palkata assistenttia yritykseen kokopäiväisesti ja vakituisesti. Virtuaaliassistentilta voi ostaa vain tarvittavat palvelut yrityksen käyttöön ja vain silloin kun näitä palveluita tarvitaan, sovittuun hintaan. Tämä yritysidea tarjoaa myös yrittäjälle itselleen mahdollisuuden valita työmääränsä ja ajankäyttönsä, toki yhdessä asiakkaan kanssa sovittuun aikataulun mukaisesti.

Virtuaaliassistentin palveluita tarjoavan yrityksen perustaa kirjoittaja, Jenni Helenius. Olen työskennellyt toimistoassistenttina, johdon assistenttina ja toimistopäällikkönä jo usean vuoden ajan eri yrityksissä ja se on antanut minulle monipuolista kokemusta eri työtehtävistä. Olen lisäksi toiminut rahoitusosalalla kuuden vuoden ajan ja tehnyt myynnin ja markkinoinnin tehtäviä muiden tehtävien ohella. Tarkoitus on perustaa yritys jo syksyllä 2019 ja aloittaa markkinointi heti alkusyksystä. Yritykselle on todella tärkeää markkinoida palveluita jo ennen yrityksen perustamista, jotta tiedetään onko palvelulle kysyntää ja jotta yrityksellä on asiakkaita heti alusta lähtien. Tulen käyttämään markkinoinnissa omia kontakteja ja tarjoamaan palveluita jo tuntemilleni yrityspäättäjäille ja assistenttia apunaan aiemmin käyttäneille.

Yrityksen palveluihin tulee kuulumaan kirjoittajan oman työelämässä hankitun kokemuksen ja osaamisen tarjoaminen ja jatkossa mahdollisesti myös lisäkouluttautuminen, jos lisäpalveluiden tarjoaminen koetaan tarpeelliseksi. Minua on aina kiinnostanut lisäkouluttautuminen työelämässä tarvittavia taitoja varten ja uskon, että tehtyäni virtuaaliassistentin palveluita omillani jonkun aikaa, tulen huomaamaan tarvittavan lisäkouluttautumisen. Lisäkouluttautuminen tulee luultavasti tarpeen ainakin kuvien käsittelyyn ja nettisivujen muokkaamista varten, jota osaan jo nyt jonkin verran, mutta jonka kunnollinen hallitseminen tulee varmasti vieläkin oleellisemmaksi tulevaisuudessa. Haluan kuunnella myös minua palkkaavia yrityksiä siinä mitä palveluita ja osaamista he toivisivat minulta löytyvän. Tämä auttaa sekä minua tulevaisuudessa että vakuuttaa asiakkaani siitä, että olen sitoutunut työhöni ja heihin ja haluan antaa heille parasta mahdollista palvelua.

Oman yritykseni virtuaaliassistentin palveluina tulen tarjoamaan johdon assistentin tehtäviä, tapahtumasuunnittelua ja -järjestelyä kokonaisuudessaan, tiedonhakua, rekistereiden ylläpitoa sekä lisäksi myynnin avustavia tehtäviä.

Jotta myynnin avustavat tehtävät onnistuvat vieraaseen yritykseen, vaatii se kuitenkin kouluttautumista yrityksen tarjontaan ja kuten muutkin virtuaaliassistentin palvelut, vaatii tämäkin säännöllistä yhteydenpitoa yrityksen/yrittäjän kanssa. Yhteydenpidon minut palkanneen yrityksen kanssa voi pitää esim. puhelimitse kerran viikossa, jolloin käydään kaikki tarvittavat kiireelliset asiat läpi ja keskustelun aikana oppii myös yrityksen/yrittäjän palveluista, joka auttaa palvelun tarjoamisessa jatkossa. Puhelun aikana käydään myös läpi kaikki keskeneräiset asiat ja suunnitellaan aikataulu niiden hoitamiseksi. Esimerkiksi monet pienyrittäjät ovat itse niin kiinni myynnin tehtävissä, että unohtavat hoitaa sähköpostinsa, jossa on mahdollisesti myyntitilauksia uusilta asiakkailta tai yhteydenpitoja vanhoilta asiakkailta. Asiakaspalvelun ylläpito ajantasaisesti on tärkeää koko yrityksen elinkaaren aikana ja tässä virtuaaliassistentti voi auttaa. Vaikka virtuaaliassistentti ei välttämättä pysty vastaamaan suorilta käsin kaikkiin kyselyihin sähköposteissa, voi hän tehdä vastausluonnoksia valmiiksi ja kysyä tarvittavat tiedot vielä viikkopuhelun aikana tai muistuttaa yrittäjää itse vastaamaan keskeneräisiin sähköposteihin.

Yritys tulee toimimaan ilman toimistoa, yrittäjän eli kirjoittajan omasta kodista käsin. Näin säästetään kustannuksia toimisto- tai pöytävuokrasta sekä säilytetään mahdollisuus siihen, että virtuaaliassistentti voi työskennellä mistä tahansa ja milloin tahansa. Yritykselle tulee tehdä mahdollisimman nopeasti omat nettisivut, joista näkyy mitä palveluita yritys tarjoaa ja miten yrittäjään saa yhteyden.

Yrityksen aloituskustannukset ovat suhteellisen pienet, sillä niihin kuuluvat oikeastaan vain yrityksen perustamiskustannukset ja tarvittavat vakuutukset, nettisivujen perustamis- ja ylläpitokustannukset sekä tarvittavat lisätyökalut. Tarvittaviin työkaluihin kuuluvat puhelin ja sen liittymä, tehokas internet-yhteys sekä tietokone (jotka löytyvät jo, mutta lisäsin ne varoiksi lisäkustannuksina mukaan yllätysten varalta) ja muutamia lisäohjelmia tietokoneeseen sekä kunnollinen virusturva. Sen lisäksi aloituskustannuksiin tulee markkinointiin menevät kulut. Markkinointiin saisi menemään valtavasti rahaa ja aikaa, joka on todella tärkeää, mutta aion perustaa yrityksen kohtuullisilla kuluilla ja täysin omilla varoilla, joten aion kuluttaa markkinointiin rahaa enemmän omaa aikaani. Varaan markkinointiin vain noin 1000 euroa ensimmäiselle vuodelle ja varaudun siihen, että joudun kasvattamaan summaa ehkä jopa jo ensimmäisen vuoden aikana. Aion markkinoida yritystäni antamalla sille omaa aikaani eli kirjoittamalla artikkeleita virtuaaliassistentin palveluista ja alan tulevaisuudesta ja jakamalla tietoutta virtuaaliassistenttipalveluista sosiaalisessa mediassa.

Perustan yrityksen sivutuloksi nykyisen työni rinnalle. Tämä mahdollistaa asiakaskunnan kasvattamisen rauhassa ja poistaa paineita yrityksen saamisesta kannattavaksi heti alusta lähtien. Tavoitteeni on kuitenkin saada yrityksestäni ainoa tulonlähteeni tulevaisuudessa ja haluan saada yritykseni menestymään niin, että voin tehdä vain virtuaaliassistentin työtehtäviä tulevaisuudessa.

Hinnoitteluksi tulee markkinapohjainen hinnoittelu, koska alalta löytyy jo kilpailevia yrityksiä ja heidän hintansa ovat kaikki hyvin paljon samaa luokkaa. Tämä auttaa minua hinnoittelemaan oman työni hinnan oikein, mutta samalla asettaa paineita tarjota palveluita alkuun halvemmalla hinnalla kuin kilpailijat, jotka ovat jo alalla ja löytäneet omat asiakkaansa. Pysin kuitenkin siihen, että hinnoittelu on kilpailijoita alemmaa vain alussa markkinoidessa uutta yritystä ja hinta normalisoituu ajan kanssa ja asiakassuhteiden kehittyessä.

Kilpailijoiden tuntihinnat lähtevät 35 eurosta aina 80 euroon asti, jossa perustyöt kuten tiedonhaku, rekisterien ylläpito ja sähköpostin ja kalenterin ylläpito on edukkaampaa ja vaativammat assistenttin työt, kuten lakiosaamista vaativat sopimushallinnat sijoittuvat tuntihinnan kalliimpaan päähän. Kilpailijat tarjoavat asiakkaille tuntipaketteja, jolloin enemmän tunteja ostavat saavat halvemmat tuntihinnat. Erillisille, yksittäisille projekteille annetaan oma hieman kalliimpi tuntihinnasto. Mielestäni kilpailijoilla olevat tuntihinnat ovat hyvin oikeutetut ja paikkansapitävät ja oma hinnasto tulee sijoittumaan samaan suuruuteen.

#### 4.3. Yritys

Yrityksen perustaa kirjoittaja, Jenni Helenius, yksin. Olen halunnut jo pitkään perustaa yrityksen ja tehdä itselleni töitä. Olen tehnyt sivutuloisia laskutettavia töitä jo jonkin aikaa, kevytyrittäjänä, mutta nyt aion perustaa ns. oikean yrityksen.

Päätin valita yritysmuodokseni yksityisen toiminimen, ainakin alkuun. Yksityiseen toiminimeen päädyin siitä syystä, että aion tehdä yritystoimintaa ainakin alussa vain sivutoimisesti ja kasvattaa toimintaa hiljalleen isommaksi mahdollisuuksien mukaan. Toiminimi on helppo ja nopea perustaa ja sitä suositellaan sivutoimiselle yrittäjälle. Yritystoiminnan kasvaessa, aion muuttaa toiminimen osakeyhtiöksi. Osakeyhtiötä suositellaan yritysmuodoksi verotuksellisista syistä kun yrityksen tulos on yli 35 000€ vuodessa, joka on tavoitteeni tulevaisuudelle Osakeyhtiön perustaminen tulee myös heinäkuusta 2019 helpommaksi ja halvemmaksi, koska aiemmin pakollinen 2500€ suuruinen osakepääoma poistuu (Osakepääomaa ei enää vaadita, 2019).

Yritykseni nimeksi tulen mitä luultavimmin valitsemaan oman nimen, joka tuntuu loogiselta myydessäni omaa osaamista ja tarjoamiani palveluita. Tulen kuitenkin rekisteröimään yritykselleni myös aputoiminimen muuhun sivutoimiseen yritystoimintaan.

#### 4.4. Visio

Yritys kasvaa täystoimiseksi yritykseksi tarjoten virtuaaliassistentin palveluita mikro- ja pienyrityksille. Yrityksen tunnettuus kasvaa ja se tunnistetaan yhdeksi luotettavimmista ja ammattitaitoisimmista virtuaaliassistentin palveluita tarjoavaksi yritykseksi.

Yrityksen palvelussa voi olla tulevaisuudessa myös muita henkilöitä ja se tarjoaa myös koulutuspalveluita virtuaaliassistentin tehtäviin. Yrittäjän oma ammattitaito paranee lisäksi koulutautumisen myötä ja palveluihin voi kuulua yhä yksityiskohtaisemmat tehtävät esimerkiksi markkinoinnissa, graafisessa suunnittelussa ja lakiassistentin tehtävien saralla.

## 4.5. Markkinointisuunnitelma

### 4.5.1. Markkinat ja asiakkaat

Suomen talouden odotetaan kasvavan yhä seuraavan kolmen vuoden aikana vaikka suurin talouskasvu on jo ohitettu edellisen finanssikriisin jäljiltä. Edelleen alhaiset korot rohkaisevat kuitenkin kuluttajia yhä kuluttamaan ja yrityksiä sijoittamaan, joka mahdollistaa yritysten kasvun myös tulevaisuudessa (Nopein talouskasvun vaihe on ohitettu, 2018).

Suomessa on 286 934 yritystä (Yrittäjyys Suomessa, 2019), joista 93,2% on alle 10 henkeä työllistäviä mikroyrityksiä. Pienyrityksiä, jotka työllistävät alle 50 henkeä, on 5,6%. Mikro- ja pienyritysten liikevaihto oli yhteensä n. 149 mrd € vuonna 2017. Helsingissä yrityksiä on 47 626 kpl, joista 98% on mikro- ja pienyrityksiä. Liikevaihtoa näillä yrityksillä oli reilu 31 mrd €. (Yritystoiminta kasvaa koko maassa, 2019).

En näe, että virtuaaliassistentin palveluiden tarjonta jäisi vain pääkaupunkiseudulle, mutta pelkästään Helsingissä on jo paljon mikro- ja pienyrityksiä ja käsitykseni mukaan nämä ovat juuri niitä yrityksiä jotka hyötyisivät eniten virtuaaliassistentin palveluista. Virtuaaliassistentin ei kuitenkaan tarvitse toimia asiakkaan toimitiloissa, ellei tästä erikseen sovita, eikä alussa tehtäviä yhteistyö- ja salassapitosopimuksia tarvitse solmia kasvotusten vaan kaikki voidaan hoitaa sekä etänä että postin välityksellä, joten palveluja voidaan tarjota ympäri Suomen.

Niin Suomi kuin koko muu maailma on menossa enemmän ja enemmän digitaaliseen suuntaan yritystoiminnassaan ja tämä muuttaa myös osan työpaikoista osin tai täysin digitaaliseen ympäristöön. Yrittäjät ymmärtävät ettei oma aika riitä kaikkeen vaan se tulisi keskittää tärkeämpään ja ostaa työaika muilta perustöiden tekoon ja jokapäiväisen ajanhallintaan. Työntekijän palkkaaminen on rahaa ja aikaa vievää, mutta virtuaaliassistentin palveluita voi ostaa vain jos ja kun palveluita tarvitaan.

Potentiaaliset asiakkaat ovat mikro- ja pienyrityksiä, joissa ei haluta palkata ns. turhia työntekijöitä, joille ei joko ole töitä kokopäiväisesti tai heille ei ole tilaa yrityksen toimitiloissa. Sopivan työntekijän palkkaaminen on aikaa vievää ja vaikeaa. Hyvän ja ammattitaitoisen työntekijän löytäminen on sitäkin vaikeampaa. Kun oikea työntekijä löytyy, alkaa työntekijän kouluttaminen. Työnantajalla ei ole mitään takeita siitä kuinka kauan palkattu työntekijä viihtyy työnantajan palveluksessa. Työntekijä saattaa sairastua tai hänen lapsi saattaa sairastua, mutta työt pitäisi silti hoitaa. Työnantaja tekee työt itse tai joutuu palkkaamaan toisen työntekijän korvaamaan sairastuneen työntekijän työpa-

noksen ja joutuu silti maksamaan molemmille palkan. Ulkoistamalla assistenttin työt virtuaaliassistentille, työt hoituvat varmasti, sillä virtuaaliassistentilla on aina varahenkilö tekemässä työt asiakkaalle, valmiiksi koulutettuna ja työnantaja ei joudu maksamaan kahden henkilön palkkoja vaan ainoastaan tehdystä työstä.

#### 4.5.2. Kilpailijat ja riskit (SWOT)

Virtuaaliassistentteihin tai virtuaaliasiakaspalvelijoihin voi törmätä nykyään päivittäin, sillä monet yritykset käyttävät täysin virtuaalisia palveluita kotisivuillaan jo nyt. Esimerkiksi ”chatbot” palveluun voi törmätä yritysten kotisivuilla, joissa kuluttajat keskustelevat alkuun nettichatissä vain asiakaspalvelurobotin kanssa. Asiakaspalveluroboti kerää keskustelusta avainsanat, antaa valmiita vastauksia tai ohjaa nettisivuilla oikeiden vastausten ääreen ja ohjaa kuluttajan lopulta oikean ihmisasiakaspalvelijan luokse, jos ongelma ei ratkea chatbotin avulla. Eri puhelinvalmistajilla on myös tarjota omia virtuaaliassistentteja, jotka toimivat äänenohjauksella, esimerkiksi iPhonella on Siri, Samsungilla Bixby ja Google tarjoaa Assistant-palveluaan androidpuhelimiin. Virtuaaliassistentin voi pyytää tallentamaan tapahtumia kalenteriin, näppäilemään puhelinnumeron ja käynnistämään soiton tai lähettää sähköpostia. Amazonilla on Alexa-virtuaaliassistentti, jota se tarjosi ensimmäisenä myös muihin laitteisiin kuin puhelimiin, kuten kaiuttimiin, jonka kautta voi kysyä esim. päivän sään, kuulla uutiset tai käynnistää musiikkisoittimen. Suomessa Alexaa hyödyntää jo esimerkiksi Kotipizza, josta voi pyytää Alexaa tilaamaan pizzan ja maksu tapahtuu Osuuspankin kehittämän Pivo-palvelun kautta. Täysin digitaaliset virtuaaliassistentit palvelevat kuluttajia ja yrityksiä siis jo nyt ja niiden käyttö on ihmisille tuttua.

Digitaaliset virtuaaliassistentit eivät kuitenkaan vielä toistaiseksi voi tehdä kaikkea, joita oikea ihminen pystyy tekemään. Tulevaisuudessa tämä tulee varmasti olemaan mahdollista ja assistenttien työt saattavat loppua kokonaan. Uskon kuitenkin, että täysin digitaalinen ja virtuaalinen assistentti ja tämän tekemät työt ovat vielä melko kaukana tulevaisuudessa ja siihen asti oikeille virtuaaliassistentille löytyy kysyntää, kunhan talous on yhä voimissaan ja töitä riittää. Tekniikan kehittyminen on kuitenkin selkeä uhka alalle ja osa rutiininomaisista perustöistä voi loppua jo pikaisestikin.

Virtuaaliassistentin palvelut ovat olleet muualla maailmassa käytössä jo 2000-luvun alusta lähtien, mutta palvelut ovat yleistyneet ja rantautuneet Suomeen vasta viime vuosina. Kilpailijoita löytyy muutamia, joilla on kaikilla todella kattavat palvelut tarjonnassaan. Kilpailijoilla on useampia työntekijöitä tekemässä assistenttin töitä ja eri assistentit erikoistuvat eri tehtäviin. Osalla firmoista määrätään tietty assistentti hoitamaan

tiety yrityksen asioita. Jotkut yrityksistä pitävät vaan tiettyä yhteyshenkilöä asiakkaalle, jonka kautta asiakas hoitaa yhteydenoton ja antaa tehtävänannon, jonka jälkeen työ siirtyy itse assistentille. Mielestäni on tärkeää pitää yksi tai kaksi yhteyshenkilöä yritykselle, mutta tehtävänanto henkilöltä toiselle kuulostaa turhan monimutkaiselta ja viestiketjussa voi valitettavasti tulla virheitä ja väärinymmärryksiä ja huomattavasti järkevämpää olisi pitää tiettyä assistenttia tietylle yritykselle ja työtehtävien laajentuessa oman osaamisen ulkopuolelle, apua ja tukea pyydetäisiin siinä tapauksessa vasta muualta. Samaisella yrityksellä on perustajajäseninä ja omistajina henkilöitä, jotka eivät itse tee assistentin töitä vaan ovat perustajajäseniä, myyjiä ja yhteyshenkilöitä yrityksille. Yleensä henkilökohtainen kokemus on paras myyntivaltti ja henkilö, joka ei itse ole tehnyt assistentin työtä, ei välttämättä ole paras henkilö sitä myöskään myymään tai olemaan assistenttien esimies.

Tekemässäni SWOT-analysissä mietin omia vahvuuksia ja heikkouksiani yrittäjänä, sekä mahdollisuuksia että uhkia alalla yleisesti ja mitä ne minulle ja mahdollisesti perustamalleni yritykselle tarkoittavat.

S	W
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Vuosien kokemus assistentin työstä</li> <li>-Sosiaalisuus ja hyvät suhteet eri yrittäjiin</li> <li>-Innokkuus ja ideointikyky</li> <li>-Positiivisuus</li> <li>-Luotettavuus, annan yritykselle oman osaamisen, nimen ja kasvot</li> <li>-Kielitaito ja kokemus kansainvälisestä ympäristöstä</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Uusi yrittäjänä</li> <li>-Ainut työntekijä, kuka tekee työt esim. sairaslomien aikana?</li> <li>-Pelko epäonnistumisesta</li> <li>-Ei omaa IT-tukea, mitä jos/kun tekniikka pettää?</li> <li>-Miten oikeasti eroan kilpailijoistani, joilla jo alan yritys?</li> </ul>
O	T
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Lisäkouluttautuminen ja parempi tuntipalkka</li> <li>-Uusien työntekijöiden palkkaaminen ja kouluttaminen</li> <li>-Yrityksen laajentaminen</li> <li>-Asiakkaiden hankinta myös ulkomailta?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Yksinyrittäjä, loppuun palaminen?</li> <li>-Kilpailevilla yrityksillä enemmän palveluita tarjonnassa</li> <li>-Kilpailevien yritysten hinnoittelukyky</li> </ul>

Vaikka kilpailijoita löytyy jo alalta, en näe sitä mahdottomana etteikö alalle vielä pääsisi uutena yrittäjänä sisään. Oma vahvuuteni on oma osaaminen ja ammattitaito, jonka antaisin tälle yritykselle. Sen sijaan, että olisin tuntematon assistentti netissä, olisin helposti lähestyttävä ja luotettava. Tekisin sovitut ja pyydyt asiat itse, muille delegoi-

misen sijaan. Muut vahvuuteni ovat ideointikykyäni ja uudet ideat, jotka uskallan sanoa ääneen myös muille. Olen myös sosiaalinen ja ulospäinsuuntautunut, joka auttaa minua varmasti asiakkaiden hankinnassa.

Heikkouksiani ovat kokemattomuuteni yrittäjänä ja se, että alalta löytyy jo osaajia, jotka ovat tarjonneet vastaavaa palvelua vuosien ajan. Perustaisin yrityksen myös yksinäni, jolloin minulla ei olisi yrityskumppanin tukea arjessa. Sen lisäksi en pysty yksinäni tarjoamaan niin paljon erilaisia palveluita kuin muut firmat, joissa on eri alan osaajia töissä enkä myöskään yksinäni pysty ottamaan niin paljon eri asiakkaita. Toisaalta se on myös vahvuuteni, koska pystyn panostamaan täysin niihin asiakkaisiin, jotka minulla olisi ja tuntisin heidän yritystoiminnan hyvin. Minua myös kiinnostaa lisäkouluttautuminen, jonka jälkeen pystyisin tarjoamaan lisää palveluita ja se mahdollistaa myös tuntihinnan korottamisen ja eri työtehtävien erilaisen hinnoittelun. Tämä mahdollistaa paremman työtulon tulevaisuudessa. Itse alan uhkina on teknologian kehittyminen entisestään tulevaisuudessa, jolloin kokonaan digitaaliset virtuaaliassistentit pystyvät tekemään assistentin työt alusta loppuun.

#### 4.5.3. Markkinointi

Yrityksen markkinointi tapahtuu sosiaalisessa mediassa ja ns. puskaradion kautta. Aion aloittaa markkinoinnin kirjoittamalla artikkeleita virtuaaliassistentin palveluista ja miten yritykset voivat niitä hyödyntää ja jaan niitä sosiaalisessa mediassa.

Minulla on jo jonkin verran hyviä kontakteja mikro- ja pienyritysten omistajiin, jotka ovat itse siinä tilanteessa, että heidän aika ei riitä yrityksen rutiinomaisiin tehtäviin ja he olisivat itse valmiita palkkaamaan virtuaaliassistentin tekemään nämä tehtävät. Olen jutellut kontaktieni kanssa, että olen valmis tarjoamaan virtuaaliassistentin palveluita koeajaksi halvemmalla hinnalla ja he ovat valmiita antamaan mielipiteensä asiakaskokemuksesta nettisivuilleni. Aion jatkaa samalla hinnoittelulla kunnes olen vakiinnuttanut itselleni pysyviä asiakkaita ja saanut tarpeeksi asiakaskokemuksia jaettavaksi muille potentiaalisille asiakkaille.

Asiakaskokemusten julkaisu on todella tärkeää nettisivuilla, jotta sivuille tulevat löytävät heti tietoa siitä, että palvelu on ollut luotettavaa ja ammattitaitoista ja palvelun käyttökokemus on ollut kaikin puolin erinomaista. Voin myös itse oppia asiakaspalautteista tulevaisuutta varten ja jos joku meni pieleen, mitä voisin tehdä toisin ja miten voisin palvella paremmin. Markkinointi perustuu siis täysin asiakastyytyväisyyteen ja se on minulle tärkeää myös tulevaisuudessa, että jokainen asiakas on tyytyväinen saamaan-

sa palveluun eivätkä halua vaihtaa palveluntarjoajaa vaan kokevat, että minä olen oikea henkilö tekemään työt.

Markkinointi ei tule alkuun kustantamaan rahaa kuin ajallisesti, sillä artikkelin kirjoittaminen voi olla aikaa vievää ja näkyvyyden saaminen niille voi olla jopa hankalaa, jos artikkelit eivät heti tavoita oikeaa yleisöä eikä kontaktini tykkää eikä jaa artikkeleita nettissä. Aion kuitenkin panostaa myös maksulliseen sosiaaliseen mediaan tulevaisuudessa, kun positiivisia asiakaskokemuksia on jo rekisteröity ja kirjattu kotisivuille ylös. Positiivisista kokemuksista saa hyviä mainoksia myös sosiaaliseen mediaan, jotka ohjaavat lukijat minun kotisivuilleni. Varaan sosiaalisen median markkinointiin ensimmäiselle vuodelle pienen 1000 euron budjetin.

#### 4.6.Rahoitus ja laskelmat

##### 4.6.1.Rahoituksen suunnittelu

Aion aloittaa yritystoiminnan sivutoimisesti, joten aloituskustannukset yrityksen perustamiselle on minimaaliset. En aio jäädä pois palkkatyöstäni ennen kuin yritykseni on käynnistynyt kunnolla ja saanut vakiintuneita asiakkaita, joten en ole oikeutettu myöskään TE-toimiston myöntämään Starttirahaan. Starttirahan myöntämistä voidaan harkita myöhemmin TE-toimistossa, kun jään pois palkkatyöstä ja sivutoiminen yrittäjäyys muuttuu täysitoimiseksi. Koska olen alkuun myös palkkatyössä, minulla ei ole niin suuria taloudellisia riskejä eikä paineita yritystoiminnan käynnistämisessä.

Aion pyörittää yritystäni kodistani käsin, joten minulle ei tule kustannuksia toimitilan vuokrasta, sen remontista eikä kalustamisesta. Ainoat aloituskustannukset tulevat yrityksen perustamisesta ja rekisteröitymisestä, vakuutuksista, laskutuspalveluista sekä yhteydenpitovälineistä eli tietokoneesta, matkapuhelimesta ja liittymistä. Aion aloittaa toiminnan nykyisellä tietokoneella ja matkapuhelimella, mutta varaudun siihen, että joudun uusimaan ne parin vuoden sisällä. Tätä ei kuitenkaan tarvitse ottaa toistaiseksi huomioon rahoitussuunnitelmassani, koska tarvittavat työkalut löytyvät jo.

Koska minulla ei ole isoja aloituskustannuksia esimerkiksi toimitilan vuokraamisessa tai tarvittavien työkalujen ostamisessa, en aio myöskään hakea ulkopuolista rahoitusta yritystoiminnalleni.

#### 4.6.2.Laskelmat

Tein rahoituslaskelman yrityksen perustamista ja käynnistämiskustannuksia varten. Tekemäni rahoituslaskelman arvion mukaan varaan yrityksen perustamista ja aloituskustannuksia varten 6750 euroa, joissa on mukana 3000 euroa käyttöpääomaa sekä kiinteitä että yllättäviä kuluja varten ja 1200 euron suuruinen apportisijoitus, joihin kuuluvat nykyinen uudehko tietokone ja matkapuhelin. Rahan lähteet tulevat 1200 euron suuruisesta apportisijoituksesta ja loput 5550 euroa tulee omasta rahasisjoituksesta yritykseen.

Arvioin yritykselleni myös tavoitetuloksen, joka on ensimmäiselle vuodelle suhteellisen pieni, sivutoimisesta yrittäjyydestä johtuen. Tekemäni kannattavuuslaskelman perusteella yritykseni ensimmäisen vuoden liikevaihtotavoite olisi 25560 euroa, jolloin kokonaislaskutuksen tarve vuodelle olisi noin 31695 euroa arvonlisäveron kanssa. Tavoitetuloksen määrä on tässä 12000 euroa. Kiinteitä kuluja vuodessa olisi noin 8160 euroa.

Yrityksen alkuvaiheen rahoituslaskelmia ei lisätä tähän opinnäytetyöhön.

## 5.PÄÄTELMÄ

Opinnäytetyöni teoriaosuus liiketoimintasuunnitelman tekemisestä opetti minulle paljon ja auttaa toivottavasti myös muita asiasta kiinnostuneita eteenpäin oman liiketoimintasuunnitelmansa kanssa ja yrityksen perustamishaaveidensa kanssa. Liiketoimintasuunnitelmassa oleellisia asioita on käsitelty myös monilla koulun kursseilla ja aihetta oli juuri siksi mielenkiintoista tutkia ja opiskella lisää, koska aihepiiri oli jo ennestään tuttu. Yrityksen perustaminen on myös kiinnostanut minua pitkään, joten aihe oli siksi-kin kiinnostava.

Mietin luonnettani ja omaa osaamistani opinnäytettä tehdessäni ja pohdin olisiko minusta yrittäjäksi. En ehkä ole valmis ottamaan niin isoja riskejä kuin täyspäiväinen yrittäjyys vaatisi, enkä ole valmis lähtemään siihen, mutta minulta löytyy yrittäjälle sopivia luonteenpiirteitä ja uskon, että aloittamalla osa-aikaisena yrittäjänä voisin onnistua.

Tekemäni liiketoimintasuunnitelma osoittaa, että yrityksellä olisi mahdollista menestyä markkinoilla vaikka valitsemallani alalla on jo kilpailua ennestään. Toistaiseksi kilpailu on kuitenkin pientä ja uusille yrityksille on tilaa. En ole perustanut vielä yritystäni, mutta harkitsen sitä. Tekemäni liiketoimintasuunnitelma on jo hyvä pohja, jos päätän perustaa yrityksen tulevaisuudessa, mutta suunnitelma pitää päivittää ajantasalle silloin. Kukaan ei pysty ennakoimaan virtuaaliassistenttien tulevaisuutta ja poistuvatko oikeat henkilöt assistentin työstä kokonaan, mutta lähivuosina tätä tuskin tulee tapahtumaan.

## LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009, 13. uudistettu painos, Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita Publishing Oy.

Hesso, J. 2015, 2. uudistettu painos, Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Kauppakamari.

Holopainen, T. 2018, Yrityksen perustamisopas, Käytännön perustamistoimet 2018. Asiatieto T. Holopainen Oy

Kahdeksan kohdan liiketoimintasuunnitelma, <https://www.nordea.fi/yritysassiakkaat/yrityksesi/yrityksen-perustaminen/liiketoimintasuunnitelma.html> Luettu 28.3.2019.

Liikeidean kehittäminen ja testaaminen, <https://yrityksen-perustaminen.net/liikeidea/> Luettu 28.3.2019.

Lindberg P. 2016, Mitä olisin halunnut tietää liike-elämästä. Suomen liikekirjat.

Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. Otavan Kirjapaino Oy.

Nopein talouskasvun vaihe ohitettu <https://www.eurojatalous.fi/fi/2018/5/ennuste-nopein-taloukskasvun-vaihe-on-ohitettu/> Luettu 3.4.2019

Osakepääomaa ei enää vaadita, <https://www.yrittajat.fi/uutiset/603559-osakeyhtion-perustamisen-helppottuu-2500-euron-alkupaaomaa-ei-enaavaadita> Luettu 15.3.2019

Pekkarinen, U. & Pekkarinen, E. & Vornanen, J. 2006, Menestyvän myyjän käsikirja. WSOY Oppimateriaalit Oy.

Sipilä, L. 2008, Käytännön markkinointi. Nyt. Otavan Kirjapaino Oy.

Uusyrittäjäkeskus, 2019. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2019. [https://ejulkaisu.grano.fi/uusyrityskeskus/perustamisopas\\_2019](https://ejulkaisu.grano.fi/uusyrityskeskus/perustamisopas_2019)

Yrittäjyys Suomessa <https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/yritysjyys-suomessa-316363> Luettu 3.4.2019

Yrityksen perustajan opas, 9 pointtia oman yritystoiminnan käynnistämisestä <https://yrityksen-perustaminen.net/opas/> Luettu 28.3.2019.

Yritystoiminta kasvaa koko maassa <https://elinkeinothelsingissa.fi/fi/yritykset> Luettu 3.4.2019

## Rahoituslaskelma

<b>RAHAN TARVE</b>	<b>EUR</b>
Perustamisilmoitus	
Tietokoneet ja ohjelmointi	
Puhelin/internet/liittymä	
Toimistotarvikkeet	
Apporttiomaisuus (olemassa olevat laitteet, työvälineet ja tarvikkeet)	
Markkinointi-investointi	
Käyttöpääoma	
Kassareservi (esim. vakuutusmaksuja ym. kuluja varten)	
<b>RAHAN TARVE YHTEENSÄ</b>	
<b>RAHAN LÄHTEET</b>	<b>EUR</b>
Omat rahasisjoitukset	
Apporttiomaisuus	
Finnveran laina	
Pankkilaina	
Muu laina	
<b>RAHAN LÄHTEET YHTEENSÄ</b>	

## Kannattavuuslaskelma

	1kk	12kk
<b>Tavoitetulos</b> (oma nettopalkkatavoite yksityisottoina)		
+lainojen lyhennys		
<b>TULOT VEROJEN JÄLKEEN</b>		
+verot		
=Rahoitustarve		
+lainojen korot		
<b>A. KÄYTTÖKATE (tarve)</b>		
Kiinteät kulut (alv0%)		
YEL-vakuutus		
vakuutukset		
toimitilakulut		
korjaus ja ylläpito		
viestintäkulut (puhelin, internet ym.)		
toimistokulut		
markkinointikulut		
työttömyyskassa		
muut kulut		
<b>B. KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ</b>		
<b>MYYNTIKATETARVE (A+B)</b>		
+ostot (aineet ja tarvikkeet, alv0%)		
<b>LIKEVAIHTOTARVE</b>		
+alv24%		
<b>KOKONAISMYYNTI-/LASKUTUSTARVE</b>		