



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Jonas Nouchti

VIDEOTUOTANTO YRITYKSEN KANSAINVÄ- LISTÄMINEN YHDYSVALTOIHIN

Liiketalous
2023

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Jonas Nouchti
Opinnäytetyön nimi	Videotuotanto Yrityksen Kansainvälistäminen Yhdysvaltoihin
Vuosi	2023
Kieli	suomi
Sivumäärä	39 + 0 liitettä
Ohjaaja	Klaus Salonen

Opinnäytetyön aiheena on kansainvälistymisen haasteet ja mahdollisuudet digitaalisen videotuotantoalan yritykselle, jonka omistan. Jaan omia kokemuksiani Nord Audience Studio Productions Oy:n laajentumisesta Yhdysvaltojen markkinoilla.

Toiminnallisen tutkimuksen tavoitteena on tunnistaa keskeisiä strategioita ja parhaita käytäntöjä, jotka voivat auttaa vastaavanlaisia suomalaisia pk-yrityksiä laajentumaan kansainvälisesti.

Työssä käsitellään kansainvälistymisen perusteita, keskittyen videoeditoinnin laajentumiseen Yhdysvaltojen markkinoille. Kilpailuvaltteina toimivat reilu hinnoittelu ja suomalaisuuden korostaminen, joka mahdollistivat yrityksen vahvan aseman kilpailussa.

Tavoitteena on tarjota asiakkaille houkutteleva hinta, joka ottaa huomioon paikallisen ostovoiman. Brändiviestinnän avulla luodaan selkeitä viestejä, jotka välittävät yrityksen arvot ja erottavat sen kilpailijoista. SWOT-analyysissä tarkastellaan Yhdysvaltojen markkinoille laajentumista.

Viimeisissä kappaleissa käydään läpi tehokkaita asiakashankintastrategioita erilaisilla sosiaalisen median alustoilla, vaadittuja laitteita, ohjelmistoja, sekä myyntiveroa.

Johtopäätöksenä todetaan, että haastavinta kansainvälistymisessä Yhdysvaltoihin oli kilpailu ja asiakashankinta. Tärkeintä on kerätä mahdollisimman hyvä portfolio ja neuvotella hyvät hinnat ensimmäisille asiakkaille, jotta saisi kaupanteon pään auki.

ABSTRACT

Author	Jonas Nouchti
Title	Video Production Company's Internationalization to United States
Year	2023
Language	Finnish
Pages	39 + 0 Appendices
Name of Supervisor	Klaus Salonen

The thesis addresses the obstacles and potential of globalization for the digital video production company I own. I discuss and reflect on my own experiences with Nord Audience Studio Productions Oy's growth into the US market.

The objective of operational research was to discover essential ideas and best practices that can assist similar Finnish SMEs in worldwide expansion.

The Bachelor's thesis covers the fundamentals of internationalization, with an emphasis on the growth of video editing in the US market. Fair pricing and a focus on Finnishness functioned as competitive strengths, allowing the company to maintain a strong position in the market.

The goal is to provide clients with appealing pricing that accounts for local purchasing power. Clear messages that reflect the company's values and differentiate it from competitors are established with the help of brand communication. In the SWOT analysis, I consider expanding into the US market.

The final paragraphs go over efficient customer acquisition techniques on numerous social media sites, as well as the necessary devices, software, and sales tax.

The conclusion is that competitiveness and client acquisition were the most difficult aspects of internationalization to the United States. The most essential thing is to amass as large a portfolio as possible and to negotiate favorable terms with the initial customers in order to open the door to doing business.

Keywords	internationalization, development, learning, entrepreneurship
----------	---------------------------------------------------------------

SISÄLLYSLUETTELO

TIIVISTELMÄ

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Tutkimusongelma	7
1.1.1	TUTKIMUSKYSYMYS	7
2	KANSAINVÄLISTEN MARKKINOIDEN YMMÄRTÄMINEN.....	9
2.1	Markkinatutkimus.....	9
3	GLOBAALIN BRÄNDI-IDENTITEETIN RAKENTAMINEN	13
4	SWOT-ANALYYSI	16
4.1	Vahvuudet.....	16
4.2	Heikkoudet.....	17
4.3	Mahdollisuudet.....	17
4.4	Uhat.....	18
5	ASIAKAS HANKINTA	19
5.1	Kohderyhmän tavoittaminen.....	19
5.2	YT Jobs.....	22
5.3	Asiakkaan kanssa tehtävä sopimus.....	28
6	TIEDONHALLINTA JA TEKNIikka	30
6.1	Teknologia Vaatimukset Yhdysvaltojen Markkinoilla	33
7	YHDYSVALTOJEN MYYNTIVERO	36
8	JOHTOPÄÄTÖS	38
	LÄHTEET	39

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

Kuvio 1.	12
Kuvio 2.	14
Kuvio 3.	14
Kuvio 4.	20
Kuvio 5.	21
Kuvio 6.	22
Kuvio 7.	23
Kuvio 8.	24
Kuvio 9.	25
Kuvio 10.	26
Kuvio 11.	30
Kuvio 12.	31
Kuvio 13.	32
Kuvio 14.	32
Kuvio 15.	34
Kuvio 16.	37
Taulukko 1.	9
Taulukko 2.	9

LYHENTEET/TERMIT

NAS Productions – Nord Audience Studio Productions Oy

Sui-generis – Tietokantaoikeus, joka suojaa tietokannan sisältöä.

RAM – Järjestelmämuisti

CPU - Prosessori

GB – Gigatavu

ALV - Arvonlisävero

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena olen päättänyt tutkia videotuotantoyhtiön kansainvälistämisestä Yhdysvaltoihin. Yrityksen päätoimialana on videoeditointi, joka on digitaalinen tuote. Digitaalisen tuotteen kansainvälistäminen on paljon helpompaa kuin fyysisen tuotteen, sillä siinä vältytään kokonaan viennin ja logistiikan kuluista sekä haasteista.

Valitsin tämän aiheen opinnäytetyökseksi, sillä omistan itse kansainvälisen videotuotantoyhtiön Nord Audience Studio Productions Oy:n ja aion jakaa esimerkkejä, kokemuksiani ja tietoa firman rakentamisesta, mikä on vienyt yritystäni kansainväliseen menestykseen.

Haluan varmistaa, että tämän opinnäytetyön loppuun mennessä lukijalla on hyvä käsitys siitä, miten kansainvälistymistä rakennetaan, sekä inspiroida ja ohjata muita videotuotannon osaajia perustamaan kansainvälisen yrityksen.

1.1 Tutkimusongelma

Videotuotantoalan kasvusta ja potentiaalista huolimatta monilla yrityksillä on haasteita laajentaa toimintaansa kansainvälisesti. Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää ja tunnistaa keskeisiä strategioita ja parhaita käytäntöjä, jotka voivat auttaa videotuotantoyrityksiä lähestymään kansainvälisiä markkinoita ja menestymään niillä. Tutkimuksen tavoitteena on myös tukea tulevia suomalaisia videoeditoreja, jotka haluavat kansainvälisiä asiakkaita.

1.1.1 TUTKIMUSKYSYMYKSET

Päätutkimuskysymyksenä on: Mitkä ovat keskeisimmät esteet, haasteet ja lähestymistavat, joita videotuotantoyritykset kohtaavat yrittäessään kansainvälistyä

Yhdysvaltoihin? Päättökysymykseen vastaan oman vuoden kokemukseni kautta. Samaan kontekstiin sisältyy olennaisena osana liiketalouden tutkintoon sisältyvät yrittäjyys -aiheiset opinnot.

Alatutkimuskysymykset ovat: Miten kulttuuriset ja oikeudelliset tekijät vaikuttavat videotuotantoyritysten kansainvälistymisprosessiin? Millaisia lähestymistapoja ja ohjeita suositellaan tulosten perusteella muille videotuotantoyhtiöille, jotka haluavat saada kansainvälistä läsnäoloa?

Avaamalla näitä tutkimuskysymyksiä pyritään antamaan arvokasta tietoa, joka voi auttaa videotuotantoyrityksiä tekemään tietoon perustuvia päätöksiä ja toteuttamaan tehokkaita strategioita menestyksekkään kansainvälisen laajentumisen saavuttamiseksi kilpailukykyisillä ja globaaleilla markkinoilla.

2 KANSAINVÄLISTEN MARKKINOIDEN YMMÄRTÄMINEN

Videotuotantoyhtiön laajentaminen kansainvälisille markkinoille edellyttää globaalin näkökulman ja kunkin kohdemarkkinan ominaisuuksien perusteellista ymmärtämistä. Tässä luvussa perehdytään kansainvälisten markkinoiden kokonaisuuden ymmärtämiseen ja markkinatutkimuksen ja -analyysin oleellisiin vaiheisiin.

Itse räätälöin omaa strategiani sen mukaan, minkä kohdemaan markkinoihin tähtäsin. Lähtökohtana on ymmärtää eri näkemyksiä eri markkinoista, kuten niiden kulttuurista, maan työtavoista ja kilpailusta.

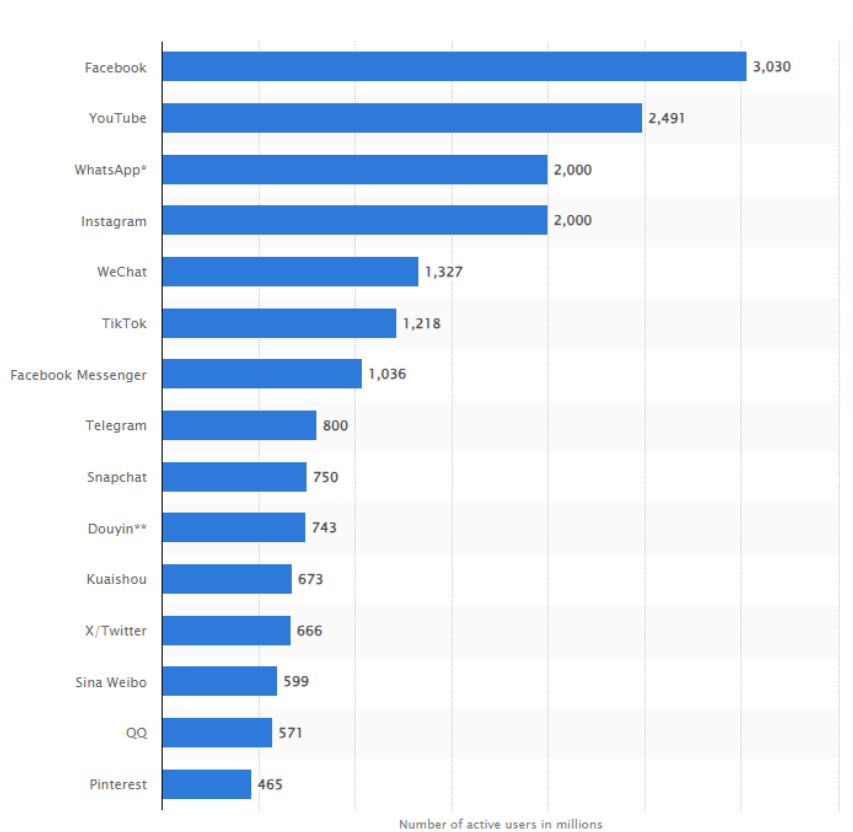
2.1 Markkinatutkimus

Ennen kun lähdetään kansainväliselle laajentumismatkalle, on tärkeää määritellä markkinatutkimuksen kohde ja laajuus. Tähän sisältyy asiakaskohteiden tunnistaminen, markkinoiden kasvunäkymät ja kulttuuriset yhteenkuuluvuudet.

Päätin laajentaa yritykseni toimintaa Yhdysvaltojen markkinoille, sillä ideana oli myydä videoeditointia tubettajille eli YouTube videopalvelun sisältöä tuottaville henkilöille. Taulukossa 1 näemme tilaston, että Yhdysvallat käyttävät YouTubea toiseksi eniten maailmassa ja taulukossa 2 näemme tilastoa, jossa YouTube on toiseksi suosituin sosiaalisen verkoston alusta maailmassa käyttäjämäärän suhteessa. (Statista, Stacy Jo Dixon, 2023), (Statista, Laura Ceci 2023)

Taulukko 1. YouTube käyttäjien määrä maissa per miljoona.

Characteristic	Number of YouTube users in millions
India	462
United States	239
Brazil	144
Indonesia	139
Mexico	83.1
Japan	78.6
Pakistan	71.7
Germany	67.8
Vietnam	63
Philippines	58.1
Turkey	57.5
United Kingdom	56.2
France	50.7

Taulukko 2. Sosiaalisten alustojen käyttö Yhdysvalloissa per miljoona.

Kulttuurinen herkkyyks on myös tärkeää laajentuessa kansainvälisille markkinoille. Kunkin kohdemarkkinan tapojen, perinteiden, kielen ja sosiaalisten normien ymmärtäminen on ratkaisevaa vahvojen etäsuhteiden rakentamisessa.

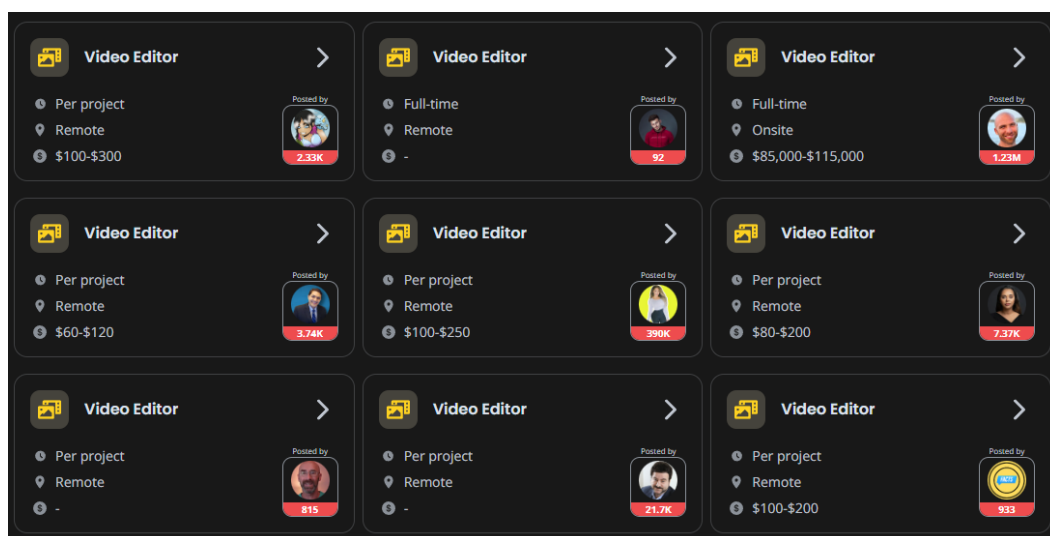
USA:ssa tehdään pitkiä työtunteja ja harvoin pidetään lomia. Poikkeuksena yksityisasiakkaisiin kuten sosiaalisen median tuottajiin työajat vaihtelevat täysin riippuen YouTube kanavan ja tiimin koosta. He myös usein lähettävät e-maileja työajan jälkeen, joten aikaerosta riippumatta heidän kanssaan on helppo pitää yhteyttä. (Business Insider, Mark Abadi 08.03.2018)

Kilpailu on suuri osa Yhdysvaltojen työkuultuuria. Jos tätä en olisi oppinut, en ikinä olisi pärjännyt markkinoilla. Monet firmat ja yksityishenkilöt osaavat kilpailuttaa paikallisia, sekä ulkomaalaisia firmoja parhaimman hintalaatu suhteen saavuttamiseksi. Tavoitteena on aina löytää keino erottua kilpailijoista.

Markkinapotentiaalin arviointiin kuuluu videotuotantopalvelujen kysynnän ymmärtäminen, kilpailutilanteen analysointi sekä kasvumahdollisuuksien tunnistaminen. Yhdysvalloissa kilpailu on intensiivistä ja vertailin kilpailun tasoa vakiintuneisiin ja nouseviin kilpailijoihin, jotta voisin keksiä hyvän strategian voittaa asiakkaat puolelleni.

Suurimmat kilpailijat YouTube tuottajille ovat video editointi freelancerit, kuten VuXa, Wesley Moraes, Breeze ja Mimo. Suurella osalla heistä ei ole videotuotanto yritystä, jolloin kapasiteetti projekteille ei ole suuri. Kilpailustrategiana ilmoitamme aina asiakkaille, että olemme suomalainen yritys, sillä Yhdysvalloissa ihmiset näkevät Suomen kehittyvänä ja luotettavana maana.

Tavoite strategiana oli reilu hinnoittelu, joka on kriittinen näkökohta kansainvälisille markkinoille pääsystä. Hinnoittelustrategia, joissa otetaan huomioon paikallinen ostovoima, kilpailijoiden hinnoittelu ja koettu arvo. Nämä mahdollistavat reilun hinnan, hyvän vetovoiman asiakkaisiin ja helpon pääsyn markkinoille.



Kuvio 1. Eri projekti pyyntöjä asiakkailta ja niiden hinnat.

Laskin ja vertasin hintoja, jossa suurin osa luojista pyytää noin 100–300 \$ projekti-kohtaisesti. Muodostin tästä hinnan, joka on 20–40 \$ per editoitu minuutti, joka vetoaisi asiakkaisiin.

Tunnistamalla sopivat kohdemarkkinat, tekemällä perusteellista markkinatutkimusta, luomalla toimivia lähestymisstrategioita ja olemalla kulttuurisesti joustava, yritykset voivat parantaa mahdollisuuksiaan menestyä kansainvälisesti.

3 GLOBAALIN BRÄNDI-IDENTITEETIN RAKENTAMINEN

Globaalin brändin rakentaminen on monipuolinen ja strateginen prosessi, joka vaatii huolellista suunnittelua, luovuutta ja johdonmukaista toteutusta. Brändi kattaa yrityksen arvot, mission, vision, persoonallisuuden ja ainutlaatuiset ominaisuudet.

Brändiviestintään kuuluu selkeiden ja vakuuttavien viestien luominen, jotka välittävät brändin ainutlaatuiset myyntiehtotukset, arvot ja tehtävän. Tämän viestintä tulisi resonoida kohdeyleisön kanssa ja erottaa brändi kilpailijoista. Nettisivuilla ja sosiaalisessa mediassa pystyy rakentamaan haluamansa brändikuvan. Tein yritykselleni vihreän sähköisen sopimuksen ja suunnitelmat vanhojen koneiden kierrättämiseen. Näin pystyin parantamaan brändin näkyvyyttä asiakkaille ja erottumaan kilpailijoista. Viestintäkanavina kannattaa käyttää alustoja, kuten LinkedIn, X (aikoinaan Twitter), omia nettisivut ja Instagram.

On tärkeää säilyttää johdonmukaisuus siinä, miten brändi esitetään kaikissa viestintäkanavissa. Tällä tarkoitetaan visuaalisten elementtien, äänensävyä ja viestien käyttöä, mikä varmistaa, että asiakkailla on yhtenäinen ja mieleenpainuva brändikokemus. Hyvä esimerkki voisi olla Applen mustavalkoinen ja pehmeä värimaailma tai Fazerin sinisen väri ja tunnelma.

Brändin identiteetti kattaa brändin visuaaliset elementit, kuten logon, värimaailman, typografian ja suunnitteluelementit. Nämä luovat visuaalisen identiteetin, joka on välittömästi tunnistettavissa ja liitetään brändiin. NAS Productions Oy:ssä tehtiin alkuun virhe logon suhteen. Vanha logo oli aggressiivinen ja uhkaava, joten päädyin uuteen abstraktin muotoiseen logoon. Brändin viestintä ja visuaalinen mukauttaminen erilaisiin kulttuurikonteksteihin on brändäyksen kannalta olennaista.



Kuvio 2. Vanha NAS Productions logo.



Kuvio 3. Uusi NAS Productions logo.

Kuviossa kaksi näkyy vanha logomme, joka oli kyselymme mukaan uhkaava ja muistutti tatuointi liikettä, vaikka kuvassa esiintyvä kieli on filminauha. Kuviossa kolme on uusi logomme, joka on enemmän abstrakti ja voi kuvastaa, joko kameran linssiä tai editointi työkalun aikajanaa. Logoa tehdessä kannattaa muistaa, että asiakas saa ennakkoluuloja yrityksestä.

Hyvä tarina firman perustamisesta on oiva myyntistrategia, sillä se houkuttelee asiakkaita tunnetasolla ja luo vahvoja yhteyksiä. Kerromme asiakkaille, että yrityksemme alku syntyi jo vuonna 2017 kahden kaverin lupauksesta luoda kansainvälinen videotuotanto yritys.

Brändien tulee viestiä eettisesti ja vastuullisesti, olla totuudenmukaisia ja läpinäkyviä viesteissään ja toimissaan. Harhaanjohtava viestintä voi vahingoittaa brändin mainetta. Poliittiset kannanotot, kuten lähiaikoina tapahtuneet Ukrainan sota, sekä Israel-Palestiina konfliktit kannattaa jättää pois viestinnän sisältösuunnitelmasta.

Globaalin brändin rakentaminen on kuitenkin dynaaminen ja jatkuva prosessi, joka vaatii jatkuvaa hiomista ja mukauttamista. Brändiä ei ole mahdollista rakentaa yhtenä iltana. Video tuotantoyritykset voivat luoda tehokkaan brändin ymmärtämällä brändi-identiteetin, kulttuurisen merkityksen ja johdonmukaisen viestinnän tärkeyden.

4 SWOT-ANALYYSI

Loin aikoinaan NAS Productions Oy:lle SWOT analyysin ennen yrityksen perustamista ja miettien sitä Yhdysvaltojen markkinoille lähestyessä. Kansainvälistyäkseen menestyksekkäästi Yhdysvalloissa, videotuotantoyhtiön tulee hyödyntää vahvuuksiaan, puuttua heikkouksiinsa, arvostaa mahdollisuuksia ja lieventää uhkia. Tukevan markkinoilletulostrategian kehittäminen, paikallisen tilanteen ymmärtäminen ja suhteiden rakentaminen kumppaneiden ja asiakkaiden kanssa ovat tärkeitä menestymisen kannalta.

4.1 Vahvuudet

NAS Productions Oy:lla on vahva kokemus korkealaatuisten videoiden tuottamisesta, mikä voi olla merkittävä etu, kun astutaan Yhdysvaltojen kaltaisille kilpailumarkkinoille. Vahva ja luova tiimi antaa yritykselle kilpailuedun kiinnostavan sisällön tuottamisessa.

Huippuluokan laitteet ovat vahvuuksia, vaikka nämä ovat yleisiä vaatimuksia korkealaatuisen videon käsittelyssä. Käytössämme on neljä editointi pistettä, joista kaksi voivat vapaasti editoida vaativia liikegraafikoita ja tehosteita.

Yrityksellä oli myös perustamisvaiheessa kansainvälisiä asiakkaita ja aikaisempia projekteja, joita hyödyntämällä pystyimme helpottamaan pääsyä Yhdysvaltain markkinoille.

Videotuotantoteollisuuden, trendien ja kuluttajien mieltymysten syvällinen tuntemus on arvokas etu. Etenkin, jos lähestyy YouTube videoiden maailmaa, on tiedettävä yleiset meemit ja vitsit pelivideoita editoitaessa.

Tarjoamme palveluita kuudella eri kielellä ja tästä kerromme ylpeänä asiakkaille. Tämän kautta pystymme palvelemaan monipuolista asiakaskuntaa varmistaen selkeän viestinnän.

4.2 Heikkoudet

Yrityksemme ei ole tunnettu Yhdysvaltain markkinoilla, mikä tekee asiakkaiden ja yleisön luottamuksen saavuttamisesta haastavaa. Tiedon puute Yhdysvaltain markkinoista, mukaan lukien kulttuuri ja kuluttajakäyttäytyminen, voi muodostaa merkittäviä haasteita. Näitä heikkouksia pystyy vähentämään markkinatutkimuksella ja onnistuneella markkinointi strategialla.

Yhdysvaltain säädösten, tekijänoikeuslakien ja alan standardien noudattaminen saattaa vaatia huomattavia muutoksia ja resursseja. Löysimme itse, ettei Yhdysvallat tarjoa moraalisten oikeuksien lakisääteistä suojaa samassa määrin kuin monet Euroopan maat ja Yhdysvalloissa ei ole samanlaista sui generis -tietokanta-oikeutta, joka pohjautuu tietokannan sisällön keräämiseen. (Finlex, HE 170/1997, 2.2 Luku III)

Videotuotantomarkkinoilla on kova kilpailu monien vakiintuneiden toimijoiden kanssa. Yritys tarvitsee vahvan strategian erottuakseen ja saadakseen uusia asiakkaita. Monet asiakkaat suosivat vakituisia videoeditoijia, joiden kanssa heillä on pitkä historia ja hyvä käyttäjätyytyväisyys.

4.3 Mahdollisuudet

Videosisällön kysyntä Yhdysvalloissa kasvaa jatkuvasti, mikä luo mahdollisuuksia uusille tulokkaille. Joka päivä löydämme uusia sisällönluoja, jotka tarvitsevat YouTube editoreita.

Yhdysvallat on monipuolinen markkina-alue, jossa on laaja valikoima toimialoja ja potentiaalisia asiakkaita, jotka tarjoavat yritykselle erilaisia mahdollisuuksia.

Myöhemmin laajentuessa pois YouTube alustalta, digitaalisten alustojen ja suoratoistopalvelujen nousu tarjoaa mahdollisuuksia laajempiin projekteihin ja kumppanuuksiin. Kumppanuus yhdysvaltaisten tuotantoyhtiöiden tai virastojen kanssa voi avata ovia uusille projekteille ja asiakkaille.

4.4 Uhat

Vakiintuneiden tuotantoyhtiöiden ja freelancereiden läsnäolo tekee jalansijan saamisesta haastavaa. Kesti noin kolme kuukautta ennen kuin saimme ensimmäisen asiakkaan Yhdysvalloista yrityksen perustamisen jälkeen.

Talouden taantumat tai vaihtelut voivat vaikuttaa videotuotantopalvelujen kysyntään. Samankaltaiset korona aallot tai epidemiat voivat vaikuttaa epävarmasti videotuotannon markkinatasoon.

Nopea tekninen kehitys voi edellyttää jatkuvia investointeja uusiin laitteisiin ja taitoihin. Suurin osa firman hankinnoista ovat teknologia pohjaisia, sillä aina tulee vastaan yhä haastavampia projekteja, missä tarvitaan parempaa näyttöohjainta, enemmän ram-muistia ja säilytystilaa.

Immateriaalioikeudet ja tekijänoikeusrikkomukset voivat johtaa oikeudellisiin hankaluuksiin, sillä Suomessa ei ole vastaavaa lakisääteistä vahingonkorvausjärjestelmää tekijänoikeusasioissa, kuin Yhdysvalloissa. Yhdenkin virheen tehdessä voi ilmestyä tuomioistuimen määräys suuriin korvauksiin.

5 ASIAKASHANKINTA

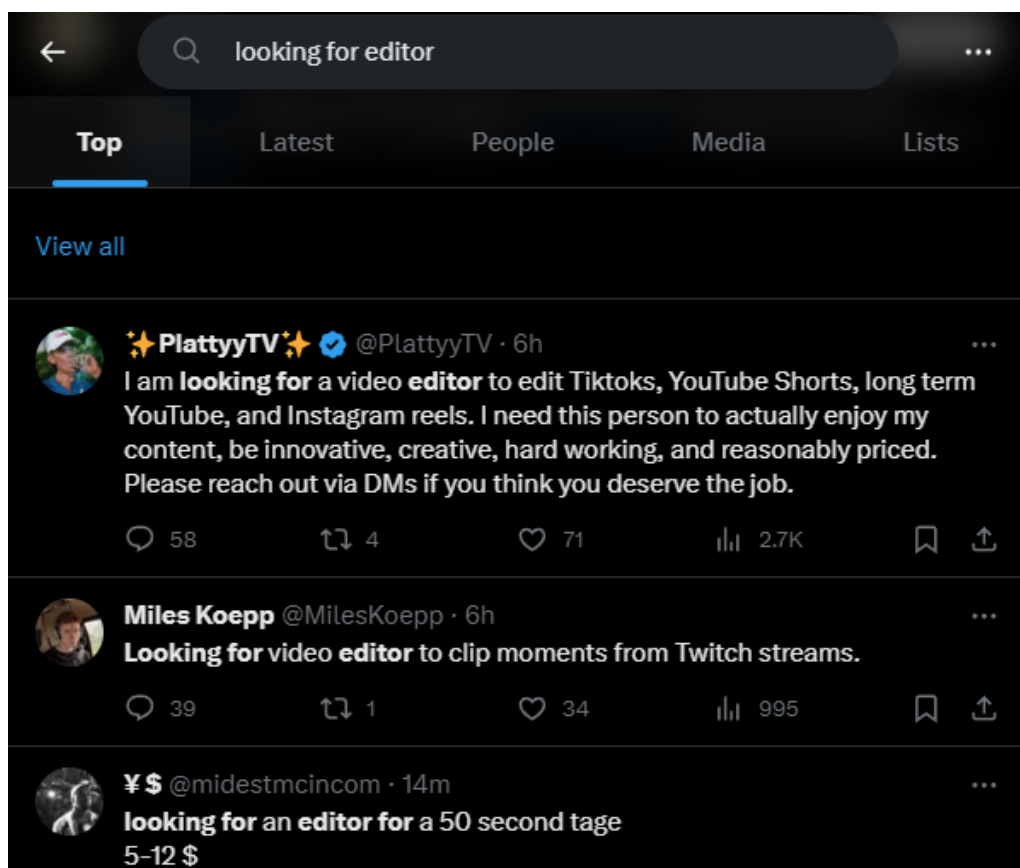
Asiakashankinta on liiketoiminnan elinehto, ja se tulee entistä kriittisemmäksi laajentuuksessa kansainvälisille markkinoille. Tässä luvussa käymme läpi välttämättömiä asiakashankinta-alustoja ja -strategioita videotuotantoyhtiöille, jotka pyrkivät vakiinnuttamaan läsnäolonsa Yhdysvaltojen markkinoilla. Tässä tapauksessa avaan Yhdysvaltojen kohderyhmän tavoittamista.

5.1 Kohderyhmän tavoittaminen

Ennen asiakashankinnan aloittamista oli tärkeää saada syvä ymmärrys kohderyhmästä ja heidän tavoittamisestansa Yhdysvaltojen markkinoilla. YouTube kanavia, joilla on yli 100000 tilaajaa, löytyy 55000 kappaletta Yhdysvalloissa. (YouTube impact report 2022)

Löysimme muutaman tavan löytää asiakkaita erilaisten sosiaalistenmedia alustojen kautta, kuten Twitteristä, Instagramista ja YouTubesta.

Twitteristä löytää asiakkaita etsimällä hakukentästä: "Looking for a video editor", jonka kautta löysimme sisällönluojia, jotka jo valmiiksi etsivät editoreja. Twitteristä löytyy omia haasteita. Tottuminen viestintä järjestelmään ja twiittien etsimiseen kuluu paljon aikaa. Twitterissä tarvitset myös vakuuttavan profiilin, että saat hankittua asiakkaan tämän kautta.

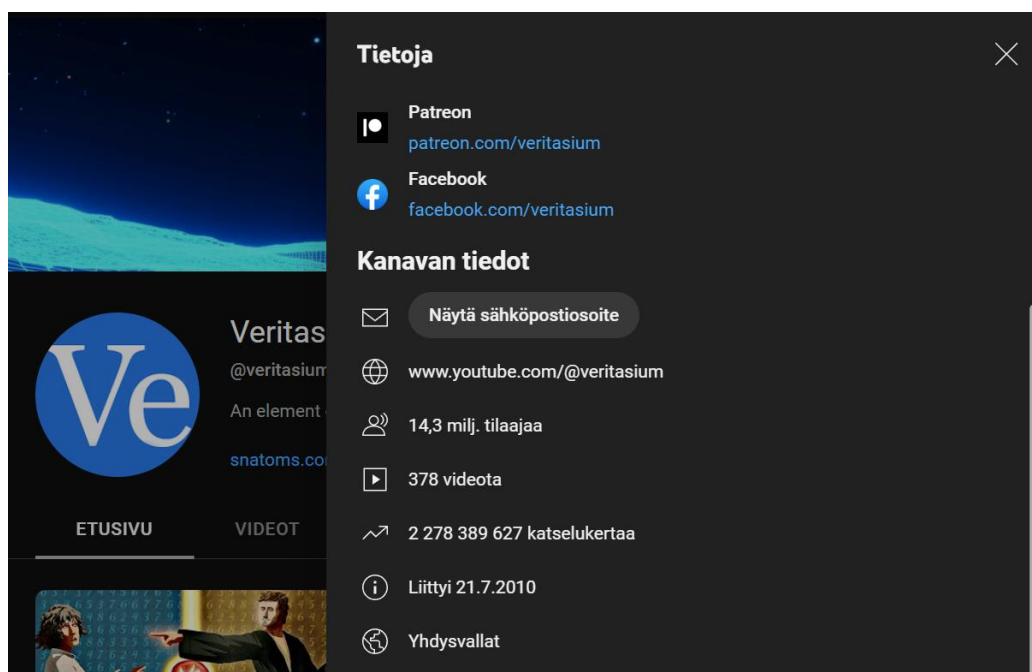


Kuvio 4. Esimerkki asiakas tuloksista Twitterissä.

Instagramin kautta voi tavoittaa asiakkaita, mutta se on vähemmän tehokkaampaa kuin Twitterin kautta. Tavoitteena on löytää potentiaalisesti kasvavia YouTube kanavan omistajia, joilla mahdollisesti ei löydy omaa video editoijaa. Vaikka Instagramin kautta ei pitäisi helposti löytää uusia asiakkaita, koska he eivät ole lähettäneet ilmoitusta editorin tarpeesta. Olemme silti saaneet enemmän asiakkaita Instagramin kautta kuin Twitterin. Emme ole saaneet yhtä ainuttakaan asiakasta Twitteristä.

YouTuben kautta voi myös etsiä potentiaalisia asiakkaita. Jos tavoitteena on editoida pelivideoita, kannattaa etsiä kanavia, joiden videoiden laatua voisi parantaa

ja tilaajien määrä on noin 50–100000 alueella. Kanavien omistajiin voi olla yhteydessä e-mailin kautta, jonka löytää kanavan profiilista. Profiilista löytää myös muuta tärkeää tietoa, kuten milloin kanava on luotu ja maa, missä tekijä sijaitsee.



Kuva 5. YouTube kanavan informaatio.

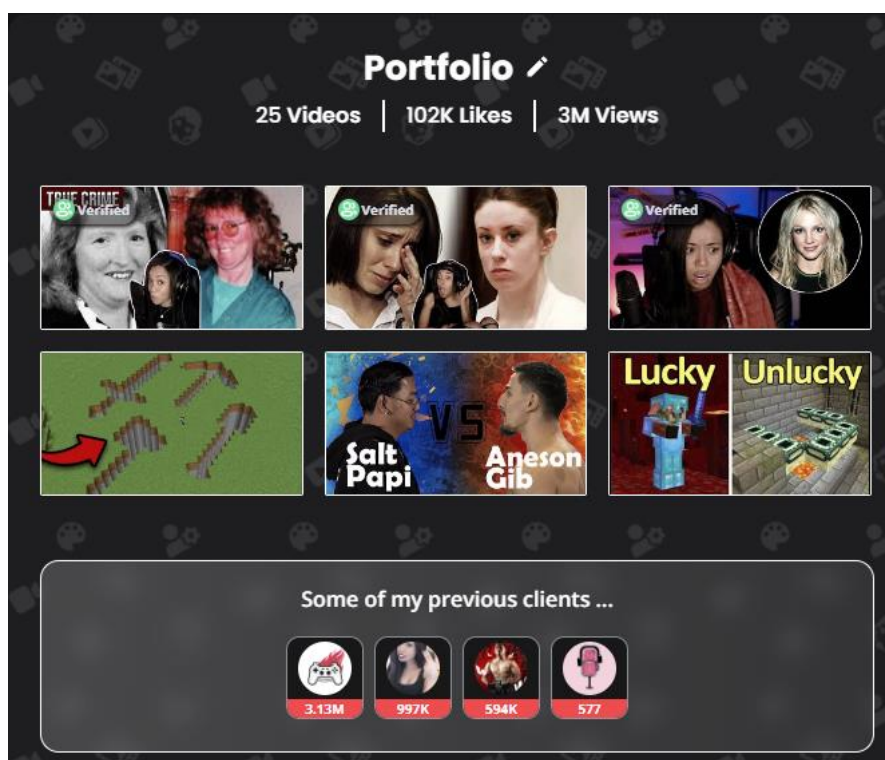
Yrityksen nettisivut toimivat myös keskeisenä keskuksena, josta asiakkaat saavat tietoa palveluista ja voivat lähettää tarjouspyynnön. Nettisivuille kannattaa myös rakentaa laaja portfolio projekteista, jos näitä löytyy. Kun otimme yhteyttä asiakaseksiin, liitimme linkin nettisivujen projekti osuuteen, jotta asiakas saisi näyttöä osaamisesta.

Haasteena Twitterin tai Instagramin kautta oli aina siirtää keskustelu pois alustalta, sillä se ei ole optimaalinen hyvään viestintään. Kannattaa aina neuvotella siitä, missä asiakkaan tavoittaa parhaiten, jotta tietää minkä kanavan kautta asiakkaan saa aina tavoitettua. Usein asiakkaat haluavat käyttää Discord sovellusta tai e-mailia.

5.2 YT Jobs

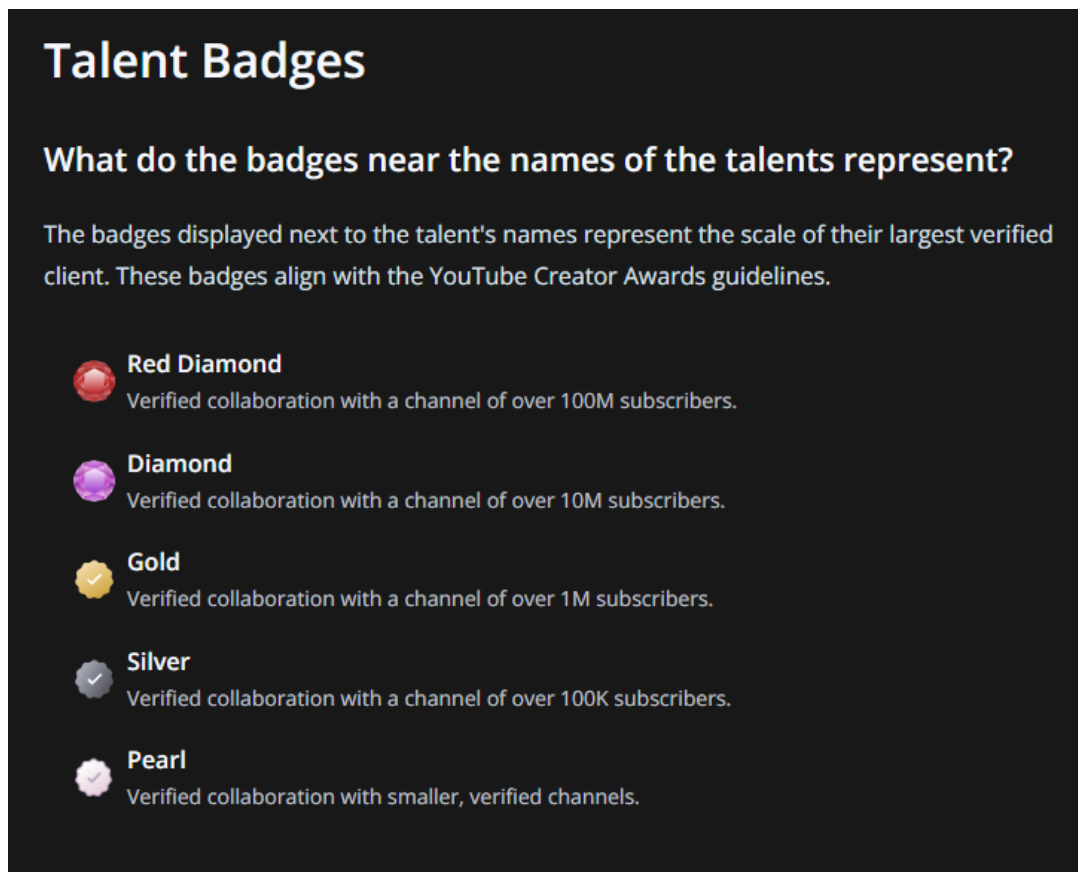
Tutkimalla mahdollisia asiakas hankinta kanavia löysimme yleiset Upwork ja Fiverr vaihtoehdot. Näiden haasteina ovat ylimääräiset myyntikulut ja omat säännöt alustoilla. Upworkissa saa vain muutamaaan kertaan hakea työtä, kunnes liput loppuvat ja näitä pitää hankkia lisää maksullisesti. Fiverrissä asiakas lähestyy itse palvelun tarjoajan profiilia. Joillekin nämä alustat toimivat mainiosti, mutta päätimme hankkia asiakkaat muulla tavalla.

Onneksemme löytyi asiakashankinta kanava YT Jobs, joka on paras mahdollinen tapa ottaa yhteyttä asiakkaisiin. Alustalle luodaan oma profiili ja portfolio. Editointia tarvitsevat asiakkaat laittavat postauksen, jossa lukee tarkasti, minkälaista editointia kanava tarvitsee ja kuinka paljon projekti kohtaisesti maksetaan. Tämä oli paras mahdollinen tapa ottaa yhteyttä, sillä suurin osa tekijöistä ovat Yhdysvalloista, sekä alusta on täysin ilmainen.



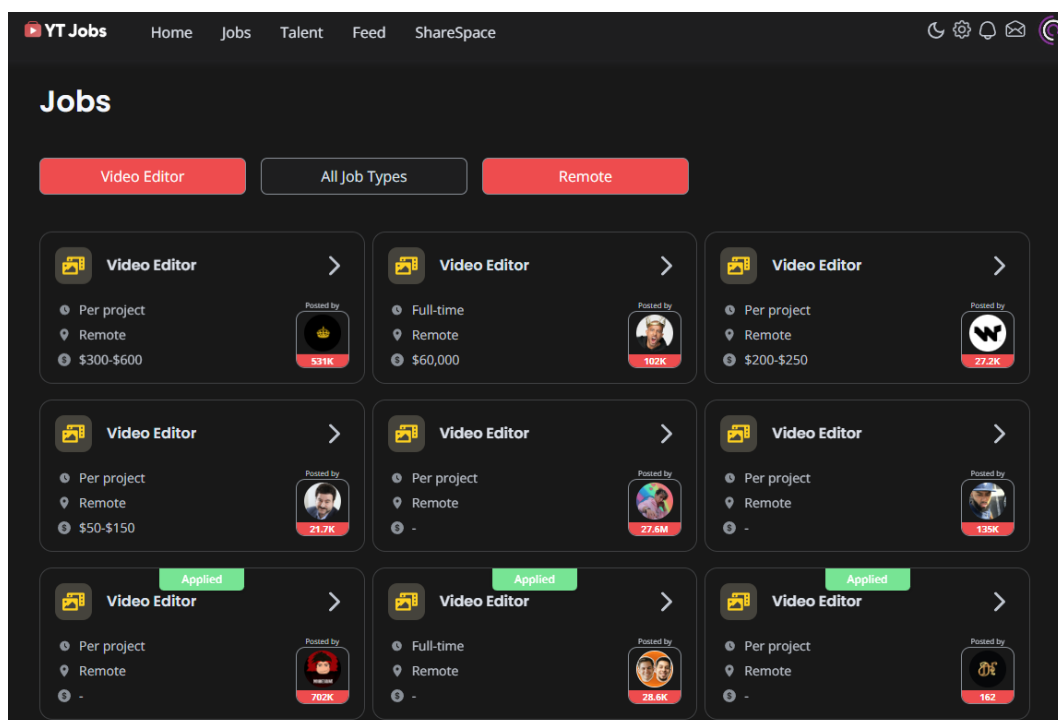
Kuva 6. NAS Productions portfolio YT Jobs:ssa.

YT Jobs näyttää myös, miten monta projektia on tehty ja kuinka hyvin nämä ovat suoriutuneet. Portfolio kannattaa järjestää tapaan, jolloin parhaiten suoriutuneet projektit näkyvät ensin, ettei asiakkaan tarvitse etsiä näitä listan pohjalta.



Kuva 7. Arvomerkkien tiedot.

YT Jobs alustalla käytetään arvomerkkejä, jotka kertovat miten suurille kanaville on aikaisemmin tehty töitä. Nämä merkit auttavat uusien asiakkaiden tavoittamisessa ja antavat vahvistuksen suoritetusta työstä. Merkkejä saadaan vain asiakkaan vahvistuksen kautta, jolloin asiakas kirjautuu omalla YouTube tilillä tehdäkseen vahvistuksen suoritetusta työstä.



Kuvio 8. Työt välilehti YT Jobs:ssa.

Projekteja voi löytää ”Jobs” välilehdestä, joita voi suodattaa eri vaihtoehdoilla. Haemme videoeditointi työtä, joten ensimmäiseen sarakkeeseen valitaan ”Video Editor” ja nämä hoidetaan etänä ”Remote”.

Video Editor | Sabri Suby (102K)

HINTA \$60,000 Per Year

LISÄTIEDOT Full-time Remote Starts ASAP All Formats

ASIAKAS Posted by Sabri Suby

Easy Apply

HAKEMUS

ASIAKKAAN VAATIMUKSET

Ideal candidate

THE MINIMUM: Create 25-40 Organic Pieces of Short Form Content Per Month
 NEED: Expert in mobile and desktop post-production software a MUST (Capcut, Premier Pro, Final Cut, Davinci etc)
 MUST: An EXPERT in shooting and producing videos on IOS
 A BIG PLUS: If you have built YouTube, Tiktok, Instagram, Facebook channels and pages to 50k+ subscribers, followers, cult members you name it.
 WOULD BE NICE: Experienced in After Effects creating basic animations/ effects is highly desirable.
 GOTTA HAVE: An unyielding thirst to create
 A LOVE: For all things social and viral (Top 5 creators, go)
 THE IDEAL CANDIDATE: They have exceptional attention to detail and be open to feedback throughout the creative process.
 BUT OF COURSE: Expert-level experience with social media content creation.

Language Requirements
 Candidates must be fluent in: English

Experience Requirements
 Minimum years of experience in related fields: 3+ Years

Sample YouTube Videos

<https://youtube.com/watch?v=QbYhqLgcGn0>
<https://youtube.com/watch?v=eInilRdbae4>
<https://youtube.com/watch?v=9OV788Gwfx8>

ESIMERKKI VIDEOT

Posted on: 11/10/2023

LÄHETYSPÄIVÄMÄÄRÄ

Share with others: [Twitter] [Facebook] [Discord] [Copy]

Kuva 9. Esimerkki asiakkaan listauksesta.

Asiakkaan hakemus on vastaavanlainen. Hinta näkyy ylävasemmassa nurkassa, joskus asiakkaat jättävät hinnan mainitsematta, jolloin siitä on neuvoteltava myöhemmin.

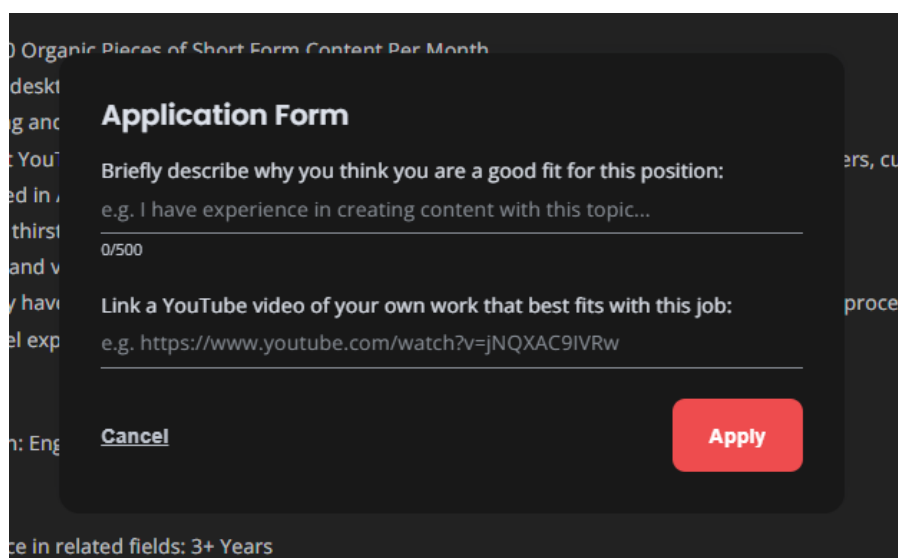
Lisätiedot kertovat onko työtehtävä kertaprojekti, osa-aikainen tai täysiaikainen. Ilmi tulee myös, pitääkö projektin aikana käydä asiakkaan luona, vai voiko projektin hoitaa täysin etänä ja milloin on ajankohtaista aloittaa projekti ja mille alustalle projekti on suunniteltu.

Asiakkaan vaatimukset kannattaa lukea tarkasti. Usein asiakkaan teksti saattaa vaikuttaa liian pitkältä, mutta sisältää silti tärkeää informaatiota. Joskus asiakas laittaa tekstin loppuun jonkinlaisen lauseen, jolla hakemus on aloitettava, että he

tietävät hakemuksen täyttäneen lukeneen koko tekstin. Yleensä kielivaatimus on erittäin hyvä englannin kielen taito, mutta harvoin saattaa olla muita kielivaatimuksia ja näissä pitää olla tarkkana.

Esimerkki videoista kannattaa käydä läpi, sillä niistä saa kokonaiskäsityksen siitä, minkälaisen tahdituksen, liikegrafiikan ja tyylin asiakas haluaa videolle. Samalla voi harkita kehitys mahdollisuuksia esimerkkivideoihin, joita voi ehdottaa hakemukseen.

Lähetyspäivämäärästä voi todeta, kannattaako hakea editoriksi asiakkaalle. Asiakasta ei kannata hakea, jos on kulunut yli viikko asiakkaan listauksesta. Yleensä asiakas laatii koevideon, jonka kautta he pystyvät näkemään editorien taidot. Näiden koevideoiden palautusaika on yleensä viikko listauksen lähetyksen jälkeen. Huomioi myös, että päivämäärä on Yhdysvaltojen standardin mukaisia, eli kuukausi, päivä ja vuosi järjestyksessä.



Organic Pieces of Short Form Content Per Month

deskt

g anc

Application Form

Briefly describe why you think you are a good fit for this position:

e.g. I have experience in creating content with this topic...

0/500

Link a YouTube video of your own work that best fits with this job:

e.g. <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>

Cancel Apply

ce in related fields: 3+ Years

Kuva 10. Hakemuskavake.

Hakemuksessa on aina omat haasteet. Olimme tottuneet, että voimme hakea emailin, Instagramin ja Twitterin kautta, jolloin pystyimme kirjoittamaan hyvin harmitun ja pitkän tekstin asiakkaille. YT Jobs ei anna kirjata yli 500 sanaa, jolloin tämä pakottaa hakijaa kirjaamaan vain oleellisen ja tärkeän tiedon mahdollisimman lyhyesti.

Hakemusta laatiessa kannattaa etsiä asiakkaan oikea nimi esimerkiksi Instagramista tai muualta sosiaalisesta mediasta. Oikean nimen käyttäminen osoittaa, että asiakkaan taustaa on tutkittu ja häntä voi lähestyä henkilökohtaisesti. Esimerkki yhdestä hakemuksesta:

” Hi Adams,

We are a dedicated group of editors and visionaries who decided to start a company to help creators get the best storytelling with our touch of editing.

We offer services in 6 different languages: English, Spanish, Swedish, Finnish, German, and Arabic. We would love to prove ourselves.

Send us a trial video, and we'll show you what we are made of.

To see more of our work, you can check our website (nordproductions.com).

Thank you for your time.

Sincerely,

- Rasmus”

Viestintästrategiana asiakkaiden kiinnostuksen saamiseksi käytämme osaamisemme kielissä hyväksi. Osa Yhdysvaltojen tubettajista ei käytä englantia äidinkielenä, jolloin varsinkin Espanjan osaaminen on eduksemme. Pyydämme aina asiakasta heti lähettämään testivideon, jotta voimme todistaa, että hallitsemme laadukkaasti editoinnin. Jokaiseen viestiin lisäämme myös nettisivut, jotta potentiaaliset asiakkaat voivat käydä katsomassa YT Jobs:in ulkopuolisia projektejamme.

5.3 Asiakkaan kanssa tehtävä sopimus

Kirjallisen sopimuksen tekeminen asiakkaan kanssa on välttämätöntä useista syistä, sillä se tuo selkeyttä maksutavoista, suojaa molempia osapuolia ja minimoi mahdolliset ristiriidat. Mahdollisesti koevideon jälkeen tai silloin, kun asiakas on hyväksynyt asiakassuhteen, voidaan aloittaa keskustelu sopimuksesta. Kannattaa aina ilmoittaa asiakkaalle, että sopimus on tarkoitettu suojaamaan kumpaakin osapuolta, jotta saataisiin määriteltyä selkeästi kummankin oikeudet ja velvollisuudet.

Kirjallisessa sopimuksessa on hahmoteltava selkeästi sopimuksen ehdot ja varmistetaan, että molemmat osapuolet ymmärtävät, mitä odotetaan. Tämä auttaa estämään väärinkäsityksiä tai väärintulkintoja. Tärkeimmät ehdot, jota lisätä sopimukseen ovat työn laajuuden tai tarjottavien tuotteiden ja palveluiden selkeä määrittely, sillä se auttaa hallitsemaan odotuksia. Tämä voi estää laajuuden hiipimisen, kun lisätehtäviä tai palveluita pyydetään ilman selvää ymmärrystä niihin liittyvistä kustannuksista ja aikatauluista. Tällöin molemmat osapuolet ovat tietoisia valmistumisen aikataulusta, eikä synny ristiriitoja. Aina tulee vastaan ristiriitoja maksuista ja näiden määristä, siksi näistä on sovittava erittäin tarkasti etukäteen.

Kirjallisessa sopimuksessa määritellään maksuehdot, mukaan lukien summa, aikataulu ja maksutapa. Tämä auttaa välttämään maksuihin liittyvät riidat ja varmistaa, että molemmat osapuolet ovat samoilla linjoilla rahoitusjärjestelyissä. Usein asiakkaat haluavat käyttää PayPal sovellusta, mutta itse olemme aina pyytäneet pankkisiirtoa tai e-laskua, jotta laskutus olisi mahdollisimman helppoa kirjanpidossa. Jos suhde on joskus irtisanottava, kirjallisessa sopimuksessa voidaan määritellä irtisanomisprosessi, mahdolliset siihen liittyvät kulut ja mahdolliset irtisanomisen jälkeiset velvoitteet. Emme itse ole tehneet sopimuksia irtisanomisprosessista, vaan kaikki sopimukset ovat olleet toistaiseksi voimassa olevia.

Sopimus myös lisää ammattimaisuutta liikesuhteeseen. Se osoittaa, että molemmat osapuolet ottavat sitoumuksensa vakavasti. Voidaan todeta, että kirjallinen sopimus on ratkaiseva työkalu selkeiden odotusten luomiseen, molempien osapuolten lailliseen suojaamiseen, sekä ammattimaisen ja läpinäkyvän liikesuhteen ylläpitämiseen.

6 TIEDONHALLINTA JA TEKNIikka

Digitaalisen muutoksen aikakaudella teknologialla ja tiedonhallinnalla on keskeinen rooli videotuotantoyhtiön kansainvälisen laajentumisen onnistumisessa. Käytämme tiedon hallintaan useita työkaluja, kuten GoogleDrivea, Discordia ja Asanaa. Divessa pidämme listaa nykyisistä asiakkaista ja asiakkaista, joihin olemme ottaneet yhteyttä. Drive myös toimii hyvänä tapana jakaa valmiita projekteja asiakkaille.


My Drive > NAS Productions Oy ▾ 👤

Type ▾


People ▾


Modified ▾


Name


 Sample vids


 work steps

 Invoices

 Logo

 Contacted Videoediting customers 👤

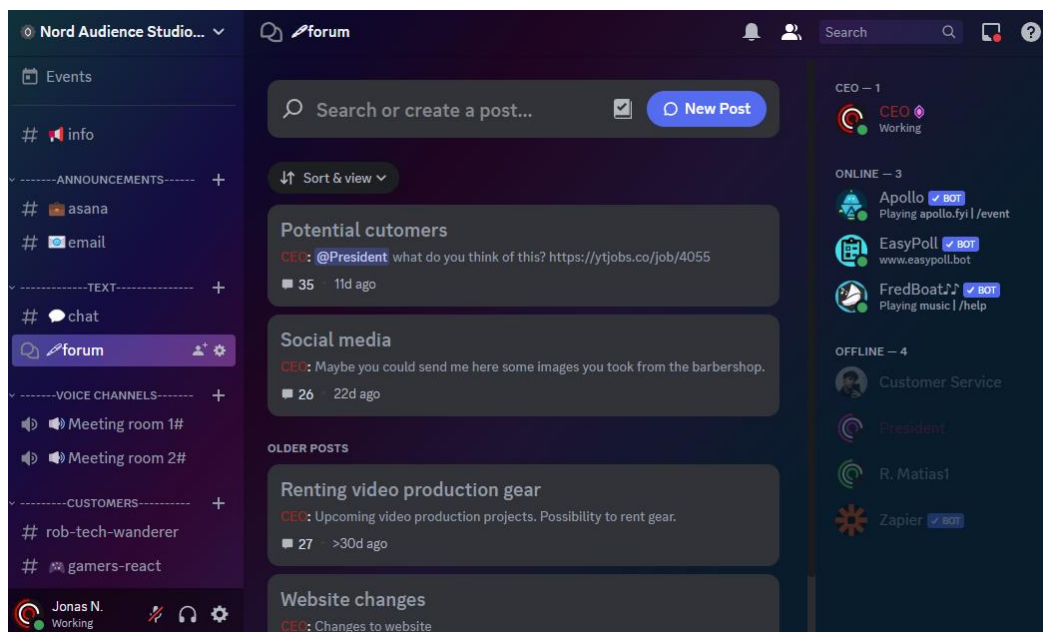
 Pricing videoproduction.xlsx 👤

 application form (email) 👤

Kuvio 11. NAS Productions Oy drive.

Discord on viestintäalusta, jota käytetään ensisijaisesti ääni-, video- ja tekstiviestintään. Se luotiin alun perin peliyhteisöä varten, mutta se on laajentanut käyttö-

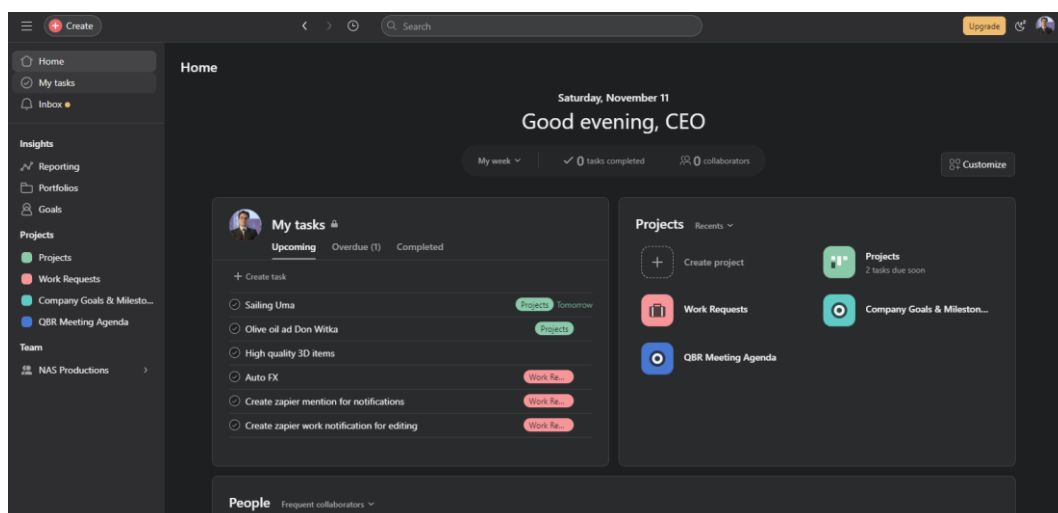
jäkuntaansa kattamaan laajan valikoiman yhteisöjä ja eturyhmiä. Hoidamme joka-päiväisen viestinnän tiimin kesken Discordissa. Loimme kanavan, jonka kautta pystymme organisoimaan erilaisia etätapaamisia ja keskusteluja riippuen aihealueesta.



Kuva 12. Discord Viestintäalusta.

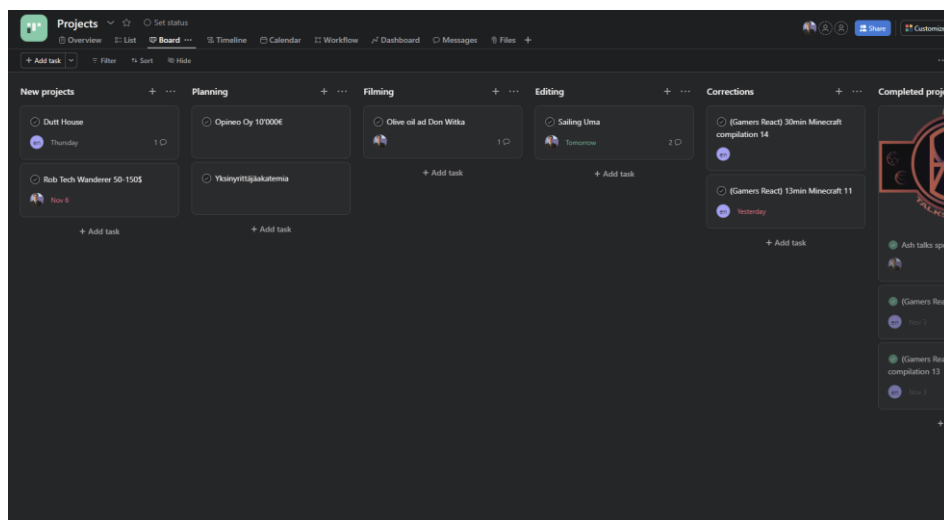
Discordin kautta pystyy hyvin erittelemään erilaiset viestinnät tiimin kesken ja samalla pysyä perässä keskustelujen aiheista.

Käytämme Asanaa projektihallintatyökaluna, sillä se on siinä erittäin tehoks. Asanasta löytyy useita ominaisuuksia ja etuja, jotka lisäävät sen tehokkuutta. Asana tarjoaa puhtaan ja intuitiivisen käyttöliittymän, jonka ansiosta tiimin jäsenten on helppo navigoida ja käyttää alustaa. Yksinkertaisuus edistää nopeaa käyttöönottoa ja tehokasta yhteistyötä.



Kuva 13. Asanan perusnäkyä.

Asana antaa käyttäjille mahdollisuuden luoda, määrittää ja priorisoida tehtäviä. Se tarjoaa selkeän yleiskuvan tehtävistä, niiden määräpäivistä ja vastuullisista tiimin jäsenistä. Loimme tätä menetelmää käyttäen projekti osion, jossa on luokiteltuna projektin eri vaiheet.



Kuva 14. Asanan Projektinäkyä.

Asana helpottaa yhteistyötä antamalla tiimin jäsenten kommentoida tehtäviä, jakaa tiedostoja ja kommunikoida alustan sisällä. Saattaa luulla, että viestintäkanavat sekoittuvat, kun käytetään Discordia ja Asanaa, mutta itse olen linkittänyt nämä kaksi viestintä palvelua käyttäen kolmatta palvelua Zapier, joka lähettää erilliseen Discord viestiketjuun uusista Asana projekteista ilmoitusta. Asana myös yhdistyy Google Driveen, jolloin kaikki viestintä ja tiedonhallinta kanavat ovat keskenään toiminnassa.

Sekä Asanalla, että Discordilla on mobiilisovelluksia iOS- ja Android-laitteille, joiden avulla tiimin jäsenet voivat pysyä yhteydessä ja hallita tehtäviä liikkeellä ollessaan. Tämä joustavuus on ratkaisevan tärkeää tiimeille, joilla on jatkuvaa etätyövoimaa.

Asana tarjoaa reaaliaikaisia päivityksiä ja varmistaa, että tiimin jäsenillä on viimeisimmät tiedot projektin tilasta, tehtävämäärityksistä ja kaikista yhteistyökumppaneiden tekemistä muutoksista.

6.1 Teknologia Vaatimukset Yhdysvaltojen Markkinoilla

Videotuotantoyritysten on arvioitava nykyiset teknologiset kykynsä ja tunnistettava puutteet, jotka on korjattava. Oman kokemuksen mukaan Yhdysvalloissa asiakkailla on omia tuotannon ja jakelun vaatimuksia, jotta toiminta onnistuu.

Pilvipohjaiset ratkaisut tarjoavat joustavuutta ja skaalautuvuutta eri maantieteellisille alueille hajallaan olevien tiimien väliseen yhteistyöhön. Videotuotanto YouTube maailmassa tiimityöskentely voi olla monimutkaista, kun kaikki osakkaat, kuten kanavan johtaja, YouTube-strategi, käsikirjoittaja, editori, YouTube-tuottaja ja luova johtaja voivat olla eripuolin maailmaa.



Kuva 15. Asiakkaan tiimin sijainnit.

Pilvipohjaisia ohjelmistoja ovat esimerkiksi aikaisemmin mainitut Google Drive, Discord, sekä muut. Esimerkiksi Frame.io. Pilvipohjaiset yhteistyökalut ja tallennusratkaisut mahdollistavat viestinnän ja tiedostojen jakamisen videotuotanto-projektien aikana, joka mahdollistaa oivan tavan työskennellä kansainvälisissä projekteissa ilman fyysistä läsnäoloa.

Tärkeää on myös käyttää tunnetuimpia videonmuokkaustyökaluja, joita asiakkaat yleensä vaativat. Esimerkkeinä Adobe Premiere Pro, jota käytetään pääasiassa epälineaariseen videon muokkaukseen, erikoistehostuksiin, kompositioon ja ääniefekteihin. Adobe After Effects on hyödyllinen liikegrafiikassa ja olemme huomanneet, että tämän työkalun osaajista on ollut paljon kysyntää. Adobe Photoshop on myös yksi tärkeistä kuvan käsittely ohjelmista, jota on pakko osata hallita. Davinci Resolve Studio antaa mahdollisuuden, sekä Premiere Pro:n tason video käsittelyyn, mutta myös tehokkaasti muokkaa kuvan väri laatua.

Tietokoneiden tekniset tiedot ovat myös tärkeitä. Mahdollisesti tärkein komponentti on RAM-muisti, sillä aikaisemmin mainitut videonmuokkaus työkalut syövät sitä paljon. Video editoinnin tehokkuus riippuu melkein pelkästään RAM-muistista, sillä CPU ottaa RAM:sta datan, jolla sitten editoidaan. RAM-muistia pitää olla vähintään 16 GB, mutta suosittelemme 32 GB. Näyttökortteja, joita käytämme ovat Nvidian RTX 20-40 sarjaa, myös Nvidian GTX 1080 tai Radeonin RX 6000-7000 sarjat käyvät videonmuokkaamiseen ja liikegrafiikkaan. Prosessoria, jota suosittelemme ovat i5 sukupolvea 13, i7 sukupolvea 10–13 ja i9 sukupolvea 8–9. Suurin kulu editoinnissa ovat laitteet ja ohjelmistot.

7 YHDYSVALTOJEN MYYNTIVERO


Saatuamme ensimmäisen asiakkaan ja laskuttaessa heitä soitin verotoimistolle varmistaakseni tarvitseeko kerätä mitään veroja Suomeen Yhdysvalloista. Kävi ilmi, että Yhdysvalloilla on oma tapansa tehdä asiat, ja he eivät käytä ALV:tä. Verotuksessa kaikki myynti Yhdysvaltoihin merkataan ALV-vapaaksi myynniksi. Sen sijaan Yhdysvalloissa käytetään myyntiveroa. Aluksi luulin, että se on pieni ylimääräinen prosentti, joka vain lisätään laskuun ja tämä maksettaisiin veroviranomaisille. No ei aivan, sillä myyntiveron selvittäminen oli yhtä sokkeloa.


Jokainen osavaltio saa valita oman liikevaihtoveroprosenttinsa. Osa osavaltioista kapinoivat myyntiveroa ja ovat tämän poistaneet kokonaan, kuten Alaskassa, Delawaressa, Montanassa, New Hampshiressa ja Oregonissa. Toisaalta paikat, kuten Kalifornia, New York ja Illinois, nostavat korkoja, joskus yli 9 %.







Jos saat asiakkaan Kaliforniassa, niin joudut keräämään korkeinta veroprosenttia koko Yhdysvalloissa. Se on usein korkeimpien myyntiveroprosenttien listan kärjessä. (Sales Tax, 16.05.2023 Maureen Milliken)

Asiakkaamme sijaitsee New Jersey alueella, joten heiltä tulisi veloittaa myyntiveroa 6,625 %. Tai pitääkö? Nähtävästi myyntiveroa ei tarvitse kerätä, ellei ole myynyt yli 100000 \$ edestä palvelua tai laskuttanut 200 kertaa vuoden sisällä. Myyntivero veloitetaan vasta tämän tason ylittäneistä laskuista. Taso nollaantuu, kun vuosi vaihtuu. (Remote Seller Tax Guidance, 11.01.2023)

Tämä myyntivero eli "sales tax" kerätään ja maksetaan osavaltioiden omien valti-onettisivujen kautta. Osavaltion nettisivut ovat osavaltion lyhenteestä esimerkiksi New Jersey on NJ ja päätteenä on aina .gov.

NJ Treasury 

 **Division of Taxation**

Taxation  Filing Services  I am a(n)  I am Looking For  Tax Types  About Us  Contact Us

[Home](#) / [Businesses](#) / [Sales and Use Tax](#) / [Sales and Use Tax Online Filing and Payments](#)

Sales and Use Tax Online Filing and Payments

Quarterly [Sales and Use Tax Returns](#) are due before 11:59 p.m. of the 20th day of the month after the end of the filing period. If the due date falls on a weekend or legal holiday, the return and payment are due on the following business day.

You do not have to wait until the due date to file. You can [file](#) your return early for the current quarter and schedule a future payment on or before the return due date.

If you do wait until the filing due date, you may experience high volume related errors with the [online filing system](#). These issues are usually intermittent, but may impact your ability to file timely. Alternately, you may use the EZ Telefile System by calling - 1-877-829-2866 (609-341-4800), and select option 1.

Plan ahead to ensure timely filing and payment.

[File Now >](#)

Kuvio 16. New Jersey:n myyntivero ilmoitus.

8 JOHTOPÄÄTÖS

Tämä oli minun lähestymistapani Yhdysvaltojen markkinoille, ja yritykseni on jo vuoden toiminut Yhdysvaltojen markkinoilla. Uusille kansainvälisille markkinoille lähestyessä ei ole yhtä oikeaa tapaa, mutta silti keskeiset aiheet ovat toistuvia.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä tiivis ja informatiivinen opas Suomalaisille videotuotantoyrityksille, jotka tahtovat kansainvälistää toimintaansa Yhdysvaltojen markkinoille.

Kävin läpi keskeisimmät asiat, kuten markkinatutkimuksen, brändin, asiakas hankinnan, tiedon hallinnan, teknologian ja verotuksen. Näillä tiedoilla vasta aloittava editointi yritys voi avata ovet uusille haasteille uusilla markkinoilla.

Haastavinta kansainvälistymisessä oli kilpailu ja asiakas hankinta. YT Jobs helpotti huomattavasti asiakashankinnassa. Tärkeintä on kerätä mahdollisimman hyvä portfolio ja neuvotella hyvät hinnat ensimmäisille asiakkaille, jotta saisi jalan oven väliin.

Toiminnallista opinnäytetyötä kirjoittaessa huomasin hallitsevani erittäin hyvin kansainvälistämisen Yhdysvaltoihin videotuotannon näkökulmasta ja sain sisäistettyä paremmin koko vuoden kokemuksen.

LÄHTEET

Statista. Stacy Jo Dixon, 27.10.2023. Most popular social networks worldwide as of October 2023, ranked by number of monthly active users. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Statista. Laura Ceci, 25.10.2023. Leading countries based on YouTube audience size as of October 2023. <https://www.statista.com/statistics/280685/number-of-monthly-unique-youtube-users/>

Business insider. Mark Abadi 08.03.2018. Work culture in USA.

<https://www.businessinsider.com/unhealthy-american-work-habits-2017-11?r=US&IR=T>

Taloustutkimus. Kari Roose, 29.03.2018. Markkinatutkimus.

<https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/blogi/markkina-analyysin-sisafillee.html>

YouTube Impact report 2022, sivu 22.

<https://kstatic.googleusercontent.com/files/721e9ce19a4fe59b40135ad7b06a61d589468bf7df4b2d654c1be32aca225939b6dac1e16d1de1c0d0fe5bb496e82f5920afa7eceb7dc867e4f71751bc233261>

Sales Tax. 16.05.2023 Maureen Milliken.

<https://www.debt.org/small-business/sales-taxes/>

Remote seller tax guidance, 11.01.2023.

<https://www.streamlinedsalestax.org/for-businesses/remote-seller-faqs/remote-seller-state-guidance>

Finlex, HE 170/1997, 2.2 Luku III.

<https://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/1997/19970170#idm46434448>