

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

2024

Laura Saarikumpu

Palveluyritys Talousharkko Oy toiminnan käynnistäminen



Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Liiketalous

2024 | 43 sivua

Laura Saarikumpu

Palveluyritys Talousharkko Oy toiminnan käynnistäminen

Opinnäytetyön tavoite oli tarkastella uuden palveluyrityksen toiminnan käynnistämistä. Yrityksen tarkoituksena on myydä asiantuntijapalveluna talous- ja velkaneuvontaa. Opinnäytetyössä seurataan yrityksen alkuvaiheen toimia. Toimien tarkoituksena on markkinoida uutta yritystä ja selkeyttää sen palveluita.

Yritykselle tehtiin kotisivut, jotta asiakas saisi lisää tietoa palvelusta ja voisi ottaa yhteyttä sitä kautta. Markkinointia tehtiin Instagramissa tekemällä suorja lähetyksiä, mikä toi taloudesta puhumisen helpommaksi ja lähemmäksi asiakasta. Sosiaalisen median alustalle Tiktokkiin tehtiin erilaisia hauskoja videoita taloudesta ja velanhoidosta.

Asiakas haluttiin ottaa mukaan yrityksen palveluiden kehittämiseen ja siinä työkaluna käytettiin kyselytutkimusta. Lisäksi oman ajanhallinnan suunnittelu otettiin yhdeksi päätehtäväksi, jotta kirjoitustyö saataisiin valmiiksi. Myös brändin kirkastus oli tarpeen, sillä palveluiden suunnittelu ja markkinointi tarvitsi selkeämpää tietoa siitä mikä yrityksen tarkoitus on. Yrityksen palvelun hinta tarkastettiin kannattavuuden näkökulmasta.

Asiasanat:

Palveluliiketoiminta, Yrittäjäyys, Verkkosivut, Instagram, TikTok, Asiakasosallisuus, Itsensä johtaminen, Brändi, Kannattavuuslaskelmat

Bachelors / Master's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Business Administration

2024 | 43 pages

Laura Saarikumpu

Starting the operation of the service company Talousharkko Ltd

The aim of the thesis was to examine the launch of a new service company. The purpose of the business is to sell financial and debt counseling as an expert service. The thesis follows the actions that were selected as the first tasks. These activities aim to market the new company and clarify its services.

A website was created for the company so that the customers could get more information about the service and contact them through it. Marketing was done by doing live broadcasts on Instagram, which made talking about finances easier and closer to the customer. Various funny videos about finances and debt management were made for the social media platform Tik Tok.

They wanted to involve the customer in the development of the company's services, and a survey was used as a tool. In addition, one of the main tasks of the entrepreneur was to plan her own time management to complete the writing work. Brand clarification was also necessary, as the planning and marketing of services required clearer information about the company's purpose. The price of the company's service was examined from the point of view of profitability.

Keywords:

Business Service, Entrepreneurship, Websites, Instagram, TikTok, Customer involvement, Self-management, Brand, Profitability calculations

Sisältö

1 Johdanto	6
2 Yrityksen lähtötilanteen kuvaus	7
2.1 Talous- ja velkaneuvonta Suomessa	8
2.2 Liikeidea	10
2.3 Yrityksen tulevaisuus	14
3 Viikkoraportointi ja analyysit	16
3.1 Viikko 1. Kotisivuprojekti	16
3.2 Viikko 2. Talousklinikka	21
3.3 Viikko 3. Tiktok-markkinointi	24
3.4 Viikko 4. Asiakasosallisuus	27
3.5 Viikko 5. Yrittäjän ajanhallinta	29
3.6 Viikko 6. Ketterä brändi	31
3.7 Viikko 7. Palvelun hinta	35
4 Lopuksi	39
Lähteet	41

Kuvat

Kuva 1. Yrityksen kotisivut.	17
Kuva 2. Esimerkki onnistuneesta markkinoinnista. (Louhos Group Oy 2024)...	20
Kuva 3. Yrityksen logon muutos.....	32

Kuviot

Kuvio 1. Henkilöt, joilla on maksuhäiriömerkintä Suomessa vuonna 2023 (Koodiviidakko 2024).	11
---	----

Kuvio 2. Uudet maksuhäiriömerkinnät henkilöille Suomessa vuonna 2023 (Koodiviidakko Oy 2024).	12
Kuvio 3. Maksuhäiriöiset henkilöt eri ikäluokissa Suomessa (Koodiviidakko Oy 2024).	13
Kuvio 4. Kellerin brändipyramidi (Ruokolainen 2020, 28).	33

Taulukot

Taulukko 1. Yrityksen kannattavuuslaskelma.	37
--	----

1 Johdanto

Olen perustanut osakeyhtiön, jonka palvelun tarkoituksena on antaa talous- ja velkaneuvontaa kuluttajille ja yrittäjäasiakkaille. Ennen tätä tein työkseni kirjanpitoa yrityksille, toiminimiyrittäjänä. Tavallaan jatkan samaa työtä taloushallinnon parissa, mutta keskityn nyt enemmän henkilöasiakkaiden taloudenpitoon ja velan hoitoon. Neuvon mielelläni myös uusia yrittäjiä tai sellaiseksi haluavia, jotta yrityksen asiat lähtisivät sujumaan oikein alusta asti.

Teen hyvin samanlaisia asioita kuin muutkin uudet yrittäjät, perustan yritykselle kotisivut, luon sosiaalisen median kanavat, kehitän palveluani asiakkaiden palautteen avulla, suunnittelen ajankäyttöäni, mietin brändiäni, ja tarkistan, onko palvelun hinta kannattava. Tapahtumat ovat tuttuja, mutta haluan tehdä niitä eri tavalla kuin on totuttu. Tarkoitukseni on alusta asti herättää asiakkaiden huomiota erilaisuudella, ja käyttää mahdollisimman paljon maksutonta markkinointia. Haluan rohkeasti testata erilaisia keinoja tulla tunnetuksi, enkä pelkää epäonnistua. Haluan jättää näkyvän jäljen matkastani yrittäjänä, oppimispäiväkirjan itselleni luettavaksi ja hyödynnettäväksi.

Opinnäytetyöni kirjoitan oppimispäiväkirjan avulla, jossa seuraan yritykseni toiminnan käynnistämisen ensimmäisiä viikkoja. Olen tehnyt listan asioista mitkä minun pitää hoitaa ensimmäisenä kuntoon, toiveenani on hoitaa yksi asia joka viikko. Pidän ensin kirjaa siitä, miten tehtävän teko sujui, ja sen jälkeen analysoin tehtävän onnistumisen. Haluan näin selvittää mistä tekemisestä on hyötyä yrityksen kasvulle ja näkyvyydelle. Tutkin miten saisin kehitettyä asiakaspalvelua asiakkaalle nopeammaksi ja itselleni tehokkaammaksi. Prosessien seuranta nousee myös tärkeäksi, miten saan tuotteistettua palvelun, ja miten saan jalostettua oman asiantuntija osaamiseni yrityksessä niin että voin palkata työntekijöitä käyttämään samoja menetelmiä kuin minä.

2 Yrityksen lähtötilanteen kuvaus

Perustin itse osakeyhtiön Suomen yritys- ja yhteisötietojärjestelmään (YTJ), sähköisen palvelun kautta. Minkä tahansa yrityksen perustamiseen kannattaa aina pyytää ammattilaisen apua, jotta kaikki kohdat tulee täytettyä lomakkeille oikein, mutta tässä tapauksessa minulla oli jo osaaminen ja kokemus asiasta, joten hoidin sen itse. YTJ-palvelu on hyvin helppokäyttöinen ja se ohjaa osakeyhtiön perustamisessa. Yritys- ja yhteisötietojärjestelmää voi ajatella samankaltaisena palveluna yrityksille, kuin Digi- ja väestötietovirasto (ent. maistraatti) on henkilöihmisille, se kerää yritysten taustatiedot yhteen paikkaan. YTJ-palvelusta saa yritykselle y-tunnuksen, samoin kuin Digi- ja väestövirastosta henkilöihminen saa sosiaaliturvatunnuksen syntyessään. Kaikki yritykset perustetaan Suomessa tätä kautta, vaikka internetistä googlettamalla vastaan tulisi monenlaisia palveluja tätä varten. (Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä 2024.)

Osakeyhtiön luonti ja sen ilmoittaminen Patentti- ja rekisterihallitukselle (PRH) maksoi 240,00 euroa, ostin samalla myös itselleni aputoiminimen mikä maksoi 60,00 euroa. Yritykseni nimeksi tuli Talousharkko Oy, ja aputoiminimeksi Velaton. Ideana on se, että Talousharkko Oy tarjoaa talousneuvontaa, ja Velaton nimellä keskitytään enemmän velkaneuvontaan. PRH ylläpitää Suomen kaupparekisteriä ja sinne on velvollisuus ilmoittaa uudet osakeyhtiöt ja sinne ilmoitetaan myös osakeyhtiöiden tilinpäätökset joka tilikauden päättyessä. (Patentti- ja rekisterihallitus 2024.)

Samassa YTJ-palvelussa ilmoitin uuden osakeyhtiön tiedot Verohallintoon, ja hain lupaa liittyä arvonlisäverovelvollisten rekisteriin, ja ennakkoperintärekisteriin. Työnantajarekisteriin en vielä liittynyt koska minulla ei ole vielä palkanmaksua eikä työntekijöitä. Nämä hakemukset Verohallintoon olivat maksuttomia. (Verohallinto 2024.)

Osakeyhtiölle pakollisen yritys pankkitilin hain Osuuspankista ja se maksoi 100,00 euroa (OP Ryhmä 2024).

Osakeyhtiön kirjanpidosta pitää laatia tase- ja tuloslaskelma, sekä tilinpäätös vuosittain. Kirjanpidon teen itse ja sähköiseksi kirjanpito-ohjelmaksi suunnittelen ottavani Visma Netvisorin. Olen käyttänyt sitä ennenkin ja se sopii pienyrittäjälle, kuin isommallekin yritykselle. (Visma Solutions Oy 2024.)

Hankin puhelinoperaattori Elisalta osakeyhtiölle, kuukausihintaisen puhelinliittymän 32,95 € ja Apple iPhone puhelimen osamaksulla 33,50 € kuukaudessa. Valitsin Elisan siitä syystä, että se on tuttu palvelu minulle. Liittymän hinta määrytyi hiukan normaalia kalliimmaksi koska en halunnut määräaikaista sopimusta. (Elisa Oyj 2024.)

2.1 Talous- ja velkaneuvonta Suomessa

Suomen valtio tarjoaa kaikille kansalaisille maksutonta talous- ja velkaneuvontaa, oikeusministeriön oikeusapu- ja edunvalvontapiirien kautta. Oikeusaputoimistoihin voi ottaa yhteyttä matalalla kynnyksellä, jos tarvitsee apua taloudellisen tilanteen selvittämiseen, tarvitsee apua millä erilaisilla tavoilla voi ratkaista tilanteen tai tarvitsee tietoa, miten hakea mahdollista järjestelylainaa tai velkajärjestelyä. (Oikeusapu- ja edunvalvontapiirit 2024.)

Järjestelylainojen ehkä tunnetuin takaaja Suomessa on valtakunnallinen Takuusäätiö, kyseessä on voittoa tavoittelematon sosiaalialan järjestö. Heidän kauttaan on mahdollista saada pienlainaa hankintoihin, jos se muutoin esimerkiksi maksuhäiriömerkinnän takia on evätty. Heiltä saa velkaneuvontaa puhelimitse, ja he kouluttavat ammattilaisia sekä kuluttajia verkkokursseilla parempaan talouden hallintaan. Heiltä löytyy verkkosovellus nimeltä Penno, minkä kanssa voi aloittaa oman talouden tarkastelun ohjatusti. Takuusäätiö tarjoaa myös erilaisia laskureita kuten lainalaskuri, säästölaskuri, budjettilaskuri, maksuvara- ja järjestelylainalaskuri sekä hiilijalanjälkilaskuri. (Takuusäätiö 2024.)

Suomen valtio tarjoaa myös sosiaali- ja terveysministeriön, valvomien hyvinvointialueiden kautta neuvontaa ja apua taloudellisten vaikeuksien hoitamiseen. Hyvinvointialueita on 21 kappaletta ja Helsinki omana alueena.

Oma toimialueeni Turku kuuluu Varsinais-Suomen hyvinvointialueeseen (VARHA). Ottamalla yhteyttä VARHA sosiaalipalveluihin, taloussosiaalisentyön ohjaukseen ja neuvontaan, verkkosivujen kautta tai soittamalla, saat tietoa mahdollisesta toimeentulotuesta tai sosiaalisesta luototuksesta. Sosiaalinen luotto on pankkilainaan verrattavissa oleva luotto pienituloisille. Toimeentulotuki on tilapäinen apu ja yleensä viimeinen mahdollinen tuki vähävaraisuuteen, Kelasta on yleensä ennen sitä haettu perustoimeentulotukea ja/tai asumistukea. (Varsinais-Suomen hyvinvointialue 2024.)

Oikeusministeriön alainen Ulosottolaitoskin (UO) tarjoaa ennakoivaa talousneuvontaa valtakunnallisesti Suomessa. Työtä tehdään yhteistyössä oikeusaputoimistojen ja erilaisten viranomaisten kanssa. Ennakoivaa talousneuvontaa antavat UO:n tukemat Talousneuvolat, mitkä toimivat eri puolilla Suomea. Neuvoloista saa apua ilman ajanvarausta ja anonyymisti. UO:n kotisivuilta, näkee eri paikkakuntien neuvoloiden sijainnit ja aukiolot. (Ulosottolaitos 2024.)

Suomen Evankelisluterilainen kirkko (EVL) tarjoaa myös kansalaisille seurakuntien diakoniatyön kautta apua rahahuoliin. He auttavat luottamuksellisesti, sinulla on mahdollista saada tukea talousasioiden selvittelyyn sekä pieneen ruoka-apuun. Oman seurakunnan diakonia työn yhteystiedot löytyvät EVL kotisivuilta. (Suomen Evankelis-Luterilainen kirkko 2024.)

Järjestöistä haluan mainita vielä kansalaisjärjestö Marttaliitto Ry:n (MARTAT). Heillä on todella kattava sivusto, mistä löytyy erikseen oma osio nimeltä – Omat rahat. Sivuilta löydät kattavasti apua raha-asioiden suunnitteluun ja tilanteen parantamiseen. (Marttaliitto Ry 2024.)

Facebookissa on myös ryhmä nimeltä Velallisten tukiryhmä (VTR). Se on yksityinen ryhmä mihin voi pyytää lupaa liittyä, ryhmässä on tällä hetkellä noin 30 tuhatta jäsentä. Ryhmää luotsaa Mauri Häkkinen, muutaman muun moderaattorin kanssa, he auttavat ryhmässä vapaaehtoisesti ihmisiä velkaongelmien kanssa. Ryhmässä käydään paljon keskustelua raha-asioiden

hoitamisesta, pitääkin muistaa, että suurin osa kommentteista on ihmisten omia ajatuksia ja kokemuksia, mitkä eivät perustu ammatilliseen tietoon. Ryhmästä saa vertaistukea, saa infoa mitä voisi omalle tilanteelle tehdä, mutta faktat pitää aina tarkistaa ennen kuin ryhtyy toimeen. (Facebook 2024.)

2.2 Liikeidea

Suomesta löytyy siis isoja tahoja, järjestöjä, ja ryhmiä mihin voi ottaa yhteyttä maksuttomasti ja matalalla kynnyksellä kun tarvitsee apua raha-asioiden hoidossa. Paikkoja löytyy vielä enemmänkin mutta luettelin yllä niistä itselle tutuimmat. Maksullisia palveluitakin löytyy varmasti internetistä monia, ja juuri niistä voisinkin nostaa esimerkiksi tilitoimistot. Kirjanpityöhön kuuluu asiakkaan taloudenhoitamisen lisäksi neuvonta, ja usein juuri kirjanpitäjä pystyy puuttumaan tai ehkäisemään talousvaikeuksia, tai auttamaan jos sellaiseen ahdinkoon on jo jouduttu. Silti pitää muistaa, että kirjanpito tehdään aina takautuvasti ja auttaminenkin toimisi aina paremmin ennen kuin jälkeen.

Innovatiivinen ideani on uudistaa talous- ja velkaneuvontamarkkinoita. Olen perustanut palveluyrityksen, minkä toiminnassa hyödynnän aikaisempaa kokemustani taloushallintoalalta, kirjanpidosta ja nyt päättyvää liiketalouden ammattikorkeakoulutustani, jossa erikoistuin innovatiiviseen liiketalouteen ja yrittäjyyteen. Haluan tuoda velkaneuvontaa enemmän esille Suomessa ja puhua rahasta avoimesti. Haluan tuoda yhteen juuri luettelemieni tahojen palvelut, haluan neuvoa henkilöasiakasta samoin kuin kirjanpitäjä neuvoisi yrittäjää.

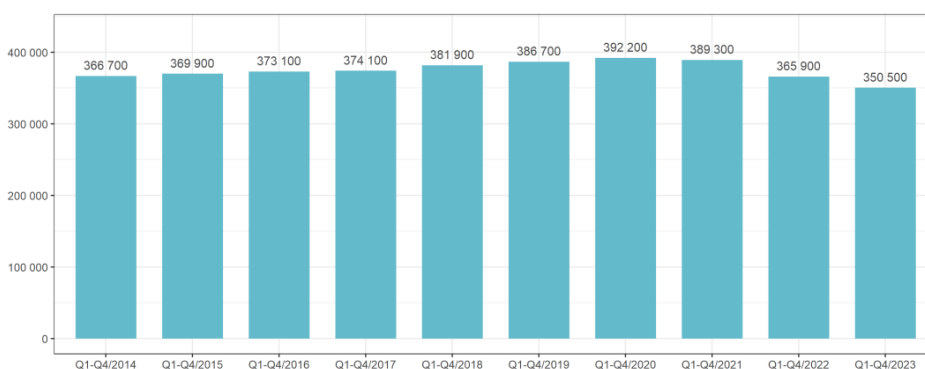
Voisi ajatella, että minun yrityksen palvelu on kuin yksityistä sairaanhoitoa, erikoislääkärin vastaanotolla ja esimerkiksi oikeusaputoimistosta saatu neuvonta yleislääkärin neuvontaa terveyskeskuksessa. Uskon että voin tehdä työtä menestyksekkäästi koska pystyn paneutumaan asiakkaiden tilanteeseen henkilökohtaisemmin kuin tällä hetkellä muut maksuttomat palvelut tekevät.

Minun kokemukseni mukaan maksuvaikeudet eivät ole vain pienituloisten, tai Kansaneläkelaitoksen (KELA) tukia nostavien henkilöiden ongelma.

Maksuvaikeuksia kokevat kaikki, mukaan lukien keskituloiset ja hyvätuloisetkin. Kokemukseni mukaan olen kohdannut enemmän yli 30-vuotiaita rahavaikeuksissa olevia kuin 20-vuotiaita. Mietin, että asiakkaani pystyvät maksamaan minulle neuvonnasta ihan samalla tavoin kuin he maksavat kampaajakäynneistä tai hammaslääkäristä, mutta rahalle pitää saada vastinetta ja sen pitää auttaa asiakasta.

Suomen Asiakastieto Oy:n rekisterin mukaan vuonna 2023 maksuhäiriöisiä henkilöitä oli Suomessa vuodenvaihteessa 350 500 eli noin neljä prosenttia vähemmän kuin vuonna 2022 (kuvio 1). Vuodentakainen luottotietolain muutos kertoo selvää viestiä siitä, että velat kannattaa hoitaa pois, vaikka niistä olisi jo tullut maksuhäiriömerkintä. Uuden luottotietolain mukaan maksuhäiriömerkintä poistuu kuukauden kuluttua maksun rekisteröitymisestä. (Koodiviidakko Oy 2024.)

Henkilöt, joilla on maksuhäiriö Persons with payment defaults 2014-2023



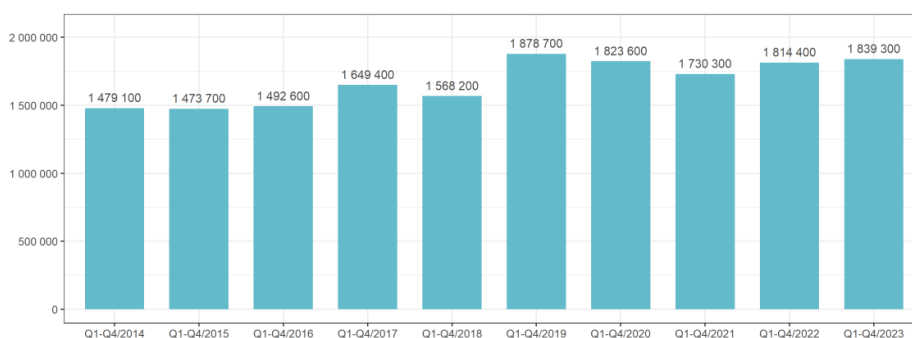
Building trust in the everyday.

Kuvio 1. Henkilöt, joilla on maksuhäiriömerkintä Suomessa vuonna 2023 (Koodiviidakko 2024).

Laskua asteikolla olisi voinut olla enemmänkin kuin 15 900 henkilöä vuodesta 2022, vuoteen 2023. Ennen uutta luottotietolain muutosta, henkilöillä näkyi merkintöjä vuosia, vaikka velat oli jo maksettu. Se että lakimuutos pudotti vain noin vähän ihmisiä rekisteristä voisi antaa tukea sille, että velkaantuminen on ajankohtainen ongelma, eikä liitykään siihen, että merkintöjä näkyy virheellisesti jo maksetuilla veloilla.

Suomen Asiakastieto Oy:n rekisterin mukaan vuonna 2023, Suomessa elää iso määrä kuluttajia koko ajan taloutensa kantokyvyn rajoilla (kuvio 2). Heille tulee uusia maksuhäiriömerkintöjä, mitä hoidetaan kuitenkin aina pois, kun rahaa tulee. Monille tulee uusia merkintöjä jatkuvasti. (Koodiviidakko Oy 2024.)

Uudet maksuhäiriömerkinnät henkilöille New payment default entries for persons 2014-2023



Vuonna 2023 toukokuussa kuluttajien häiriöiden osalta kuollut tiedon toimittamisen prosessia parannettu ja tämä näkyy rekisterissä olevien häiriöiden määrän laskuna

Vuonna 2022 puolekassa luottotietolaki muuttui, jolloin maksetut ja entisen lain mukaiset pidennetyt häiriöt poistettiin rekisteristä

Vuonna 2021 joulukuussa oli Suomessa työaika kello pienelle yritykselle ja tämä näkyy yritysten osalta pieninä häiriöiden määrinä

Vuonna 2019 lähtien veronpöytäkirjojen ajankohdan alkuperäisen on merkintöjä muudesta ulosottolaitoksen toiminnan rytmistä. Trendi näkyy, kun esimerkiksi alkuvuoden 2019 lukuja verrataan vuotta aiempaan ajankohtaan.

Vuonna 2017 ensimmäisen puoliskon merkintöjen kasvua selittää Verohallinnon tietojärjestelmämuutokset. Loppuvuodesta 2016 asioita ei tullut käsitteilyyn ulosottoon, mikä ruuhkautti asiainkäsittelyä alkuvuonna 2017.

Vuonna 2011 lähtien jokainen ulosottoeseen sisältämä velka on aiheuttanut oman maksuhäiriömerkintänsä, mikä on kasvattanut uusien maksuhäiriöiden määrää merkittävästi.

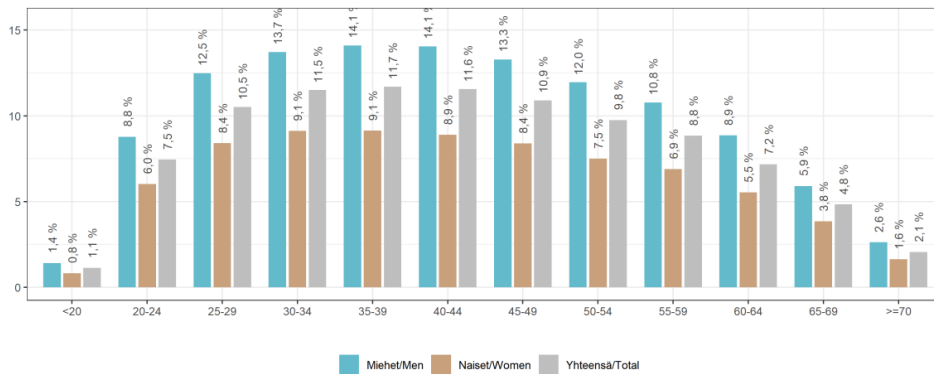
Building trust in the everyday.

Kuvio 2. Uudet maksuhäiriömerkinnät henkilöille Suomessa vuonna 2023 (Koodiviidakko Oy 2024).

Uusia maksuhäiriömerkintöjä on tullut henkilöille vuonna 2023, miltei kaksi miljoonaa. Asteikolla merkintöjä on tullut enemmän kuin vuonna 2022. Myös tämä voisi tukea velkaantumisen kasvua.

Suomen Asiakastieto Oy:n rekisterin mukaan vuonna 2023, 7,5 prosentilla kaikista suomalaisista aikuisista on maksuhäiriömerkintöjä (kuvio 3). Merkintöjä on eniten 30–40-vuotiailla miehillä. Naisilla eniten merkintöjä on 30–34 ja 35–39-vuotiailla. (Koodiviidakko Oy 2024.)

Maksuhäiriöiset henkilöt eri ikäluokissa Persons with payment defaults by age



Building trust in the everyday.

Kuvio 3. Maksuhäiriöiset henkilöt eri ikäluokissa Suomessa (Koodiviidakko Oy 2024).

Maksuhäiriömerkintöjä näyttäisi olevan eniten yli 30-vuotiailla. Kokemukseni mukaan juuri tätä asiaa ei huomioida tarpeeksi, ajatellaan että velkaantuminen on nuorten tai vähäosaisten ongelma. Työelämässä pidempään edenneillä tai lapsiperheillä on kuitenkin usein paljon enemmän lainoja ja vastuita hoidettavanaan. Muutokset työllistymistilanteessa, sairastuminen tai asuntolainojen korkojen muutos tuottaa tälle ryhmälle nopeasti lisää kuluja mitä ei välttämättä pystytä kattamaan. Laskujen maksaminen viivästyy ja sitä kautta merkintöjen määrä kasvaa.

2.3 Yrityksen tulevaisuus

Toivon että yrityksen palvelu kiinnittää alusta asti huomiota erilaisuudella sekä innovatiivisella toiminnalla. Käytän monia eri sosiaalisen median kanavia, ja etsin sitä kautta kasvua ja tunnettavuutta yritykselle. Pidän sanasta innovatiivinen, sana on adjektiivi, sanakirjasta luettuna se tarkoittaa uudistuksen tai uudistuksia esittelevä, luova, kekseliäs. Synonyymisanakirjasta haettuna se on uudenlainen, urauurtava, kehittynyt, edistyksellinen, nykyaikainen, uudenaikainen. Tämän sanan valitsisin kuvaamaan yritystäni ja minua parhaiten.

Minulle henkilökohtaisesti innovatiivisuus on luovuutta, ja luovuus kekseliäisyyttä. Mietin millä keinolla pääsisin tekemään haluamaani työtä.

Luovuutta voisi kuvailla herkkyydeksi, ihminen huomioi ympäristöään jatkuvasti terävien antennien kautta. Luovuuden iskiessä tuntuu siltä kuin kaikki maailmassa liittyisi henkilön tekemään työhön tai taiteeseen. Sitä kutsutaan monomaanisuudeksi, että näkee ympärillä olevien asioiden kaikkien jotenkin liittyvän sinun toimintaasi tai ajatteluun. Esimerkiksi jos kirjoittaa tieteestä kirjaa, niin yhtäkkiä kaikissa lehdissä on tiedeartikkeleja. (Tervonen & Mikkola 2016, 18–19.)

Minusta tuntuu juuri usein tältä, että kaikki mitä olen tehnyt tai tulen tekemään liittyy taloushallintaan ja asiakaspalveluun sekä asian kanssa esillä olemiseen, keinot pitää löytää vaan että miten.

Olin hahmotellut tämän yrityksen runkoa päässäni jo vuosia, oman kirjanpitotyöni ohella, laittaen muistiin millaista palvelua asiakkaat olivat kaivanneet. Koronan iskiessä sain inspiraation hakea ammattikorkeakouluun, juuri liiketalouden linjalle siitä syystä, että voisin siellä toteuttaa ja hioa ideaani. Perustin yrityksen koulutyönä, tein sillä kurssitöitä ja nyt kirjoitan toiminnan aloittamisesta opinnäytetyötä. Kouluaikana muutama luokkatoverini avusti minua yrityksen kehittämisessä, ja olenkin kiinnostunut palkkaamaan heidät mukaan yrityksen toimintaan, kun palvelun kysyntä kasvaa.

Valmistumiseni jälkeen tavoitteeni on työllistyä yrityksessä ja jatkaa näiden toimintojen käyttöä mitä olen harjoitellut opinnäytetyönä. Kehitän yrityksen palveluprosesseja ensin yksin ja luon automaatioita, jotta voin nopeuttaa asiakaspalvelua ja tehostaa omaa toimintaani. Kun kysyntä kasvaa voin palkata työntekijöitä toimimaan annetun mallin mukaisesti.

Haluan kehittää ja kasvattaa palvelua yhdessä työntekijöiden ja asiakkaiden kanssa, en usko, että pelkästään yhden ihmisen tietotaidolla mennään pitkälle. Ei ole luovaa tai innovatiivista tehdä aina niin kuin ennenkin on tehty, maailma muuttuu koko ajan ja palvelun pitää vastata nykyhetken tarpeita. Uusia ideoita on vaikea tuottaa yksin, siksi otan mielelläni kehityksen mukaan yrityksen asiakkaat ja henkilökunnan.

3 Viikkoraportointi ja analyysit

Minulla on lista tehtäviä, mitä teen parantaakseni yritykseni näkyvyyttä ja kasvua. Suunnitelmani on saada jokaisella viikolla yksi tehtävä valmiiksi ja siirtyä sitten seuraavaan. Oppimispäiväkirjaa kirjoitan tehtävien tekemisen jälkeen, kirjoitan siitä minkä tehtävän tein ja miten se sujui.

3.1 Viikko 1. Kotisivuprojekti

Ensimmäisenä tehtävällistäni on yrityksen kotisivut. Teen kotisivut itse WordPress-ohjelmalla, koska niitä mainostetaan maailman laajuisesti helppokäyttöisimpinä ja suosituimpina.

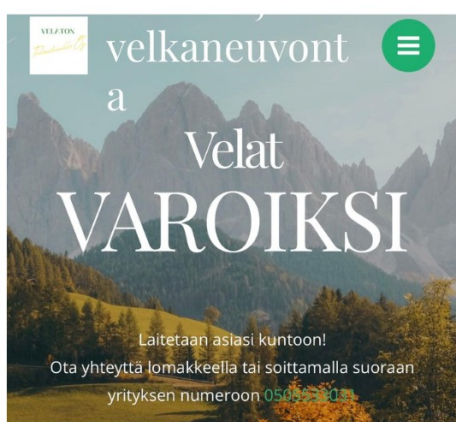
Tätä varten olen jo aikaisemmin hankkinut Louhi Net Oy:ltä yritykselle verkkotunnuksen nimellä Velaton, mitä käytän kotisivujen osoitteena. Vuoden voimassa oleva verkkotunnus maksoi 18,00 euroa. Louhi on suomalainen internetpalveluja tarjoava yritys, miltä voi ostaa verkkotunnuksen, webhotellin ja monia näihin liittyviä digitaalisia ratkaisuja samasta paikasta. (Louhi Net Oy 2024.)

Samankaltaisia palveluntarjoajia löytyy internetistä monia, mutta tein valintani suomalaisuuden, turvallisuuden ja edullisen hinnan takia. Tähän liittyen tein myös ennen osakeyhtiön perustamista tarkistuksen, että haluamani nimi yritykselle on vapaana PRH:n yritysnimipalvelusta ja että samalla nimellä löytyy vapaana oleva verkkotunnus.

Nyt jatkan ostamalla Louhelta, vuodeksi Webhotelli Perus-paketin mikä sisältää WordPress kotisivuohjelman, hinnalla 126,87 euroa. Sekä vuodeksi Microsoft 365 Business Basic-paketin 109,37 eurolla, mitä käytän yrityksen sähköpostiohjelmana.

Aloitan kotisivujen rakentamisen valmispohjaan, missä on valmiina neljä välilehteä, jotka nimeän etusivu, meistä, palvelut ja toimisto. Otan sivujen ulkoasuun mallia muilta yrityksiltä mistä pidän. Etusivulle ensimmäiseksi tulee

yrittäjän slogan isolla, yhteydenottolomake ja puhelinnumero. Sitten nopea läpileikkaus palveluihin ja lopuksi haluatko tietää meistä enemmän kysymys, minkä alla on linkattuna yrityksen sosiaalisen median kanavat. Toisella meistä sivulla on kerrottuna yrityksen missio ja arvot. Kolmannella palvelut sivulla on tietoa velkaneuvonnasta ja talousneuvonnasta, sekä näytetään näiden tuntihinta 124,00 euroa. Palvelut sivulla on myös tietoa maksuttomasta talousklinikka-tapahtumasta. Neljännellä toimisto sivulla on yhteydenottolomake ja yrityksen käyntiosoitteen tiedot ja vielä puhelinnumero sekä linkit erilaisiin some kanaviin. (kuva 1.)

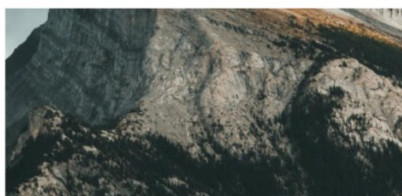


PALVELUT



Velkaneuvonta

Velkaneuvonnassa pysäytämme asiakkaan taloudellisen tilanteen pahenemisen ja tarjoamme konkreettisia keinoja velkojen hallintaan ja vähentämiseen. Annamme velkaneuvonnassa taloudellista koulutusta ja ohjeita paremman taloudellisen päätöksenteon tueksi. Ota yhteyttä ja varaa aika velkaneuvontaan.



Talousneuvonta

Talousneuvonta on prosessi, jossa neuvomme sinua ratkaisemaan taloudellisia kysymyksiäsi. Se voi kattaa monia aiheita, kuten budjetointia, säästämistä, velan hallintaa ja sijoittamista. Tavoitteena on auttaa sinua saavuttamaan parempi taloudellinen tila ja hyvinvointi. Ota yhteyttä ja varaa aika talousneuvontaan.



Talousklinikka

Joka maanantai Instagram live!
Aloitamme kello 17.00, ja lopetamme klo 17.30.
Livessä voit rauhassa seurata Lauran esitystä, ja kysyä kysymyksiä jos haluat.
Joka viikko mukana myös vieras.
Live on maksuton.

Kuva 1. Yrityksen kotisivut.

Olin miettinyt etukäteen, että yrityksen kotisivuista tulisi visuaalisesti räikeät ja tekstit kuvastaisivat minun persoonallista luonnettani ja tapaani puhua.

Teksteissä puhuttaisiin velkaantumisesta ja talouden hoidosta rehellisesti ja huumorilla. Valitettavasti joudun havahtumaan todellisuuteen ja tajuan että minun on tehtävä paljon kompromisseja, että saan sivut edes valmiiksi.

Koska aikaa menee paljon enemmän sivujen tekniseen rakentamiseen, luovan ulkoasun suunnittelu kärsii. Joudun pyytämään it-alan koulukavereita apuun ja katson monta tuntia Youtube-videoita siitä, että miten saan yksityiskohtia näkymään ja toimimaan sivuilla. Joudun myös useasti soittamaan Louhen tukipalveluun, ja kysymään että miten joku asia toimii. Vaikka olen koulussa harjoitellut kotisivujen tekoa, ja käytän valmista mallipohjaa Wordpressissä, en sanoisi, että sivujen tekeminen on helppoa tai miellyttävää. Olisin mielelläni käyttänyt kotisivuilla omia valokuviani, mutta kun vaihdan niitä valmiin mallin pohjaan, huomaan että ne eivät mukaudu kooltaan hyvin, sekä rikkovat eheän ulkoasun, joten valmispankki kuvat jäävät paikoilleen. Sähköpostini herjaa päivittäin, että sivuille pitää tehdä päivityksiä, ja ilmoittaa ongelmatilanteista jatkuvasti. Korjausten ja muutosten tekeminen ei olekaan enää niin helppoa, kun kotisivu on julkaistu, ulkoasu heilahtaa ja muut osiot siirtyvät pois paikoiltaan.

Keskustelen kotisivujen teksteistä asiantuntijoiden, ystäväni ja koulukavereiden kanssa, monien mielestä olisi järkevämpää kirjoittaa ystävälliset ja kohteliaat tekstit sivuille. Luovun aikaisemmasta suunnitelmastani käyttäen pääosin puhekielisiä ja omia tekstejäni sivuilla. Käyn tekoälykoulutuksessa ja teen tekoälyä hyväksi käyttäen sivuille kauniit ja neutraalit tekstit.

Kaikkineen minulla menee kolme viikkoa ennen kuin saan kotisivut valmiiksi, koska ne toimivat teknisesti huonosti, ne eivät hyödytä yrityksen toimintaa. Asiakkaat saavat herjauksia tai muistutuksen kun menevät sivuille, ne eivät ole turvalliset käyttää. Kotisivut eivät tule Googlen haussa kovinkaan helposti esille, sivujen osoite pitää kirjoittaa ja tietää hakea, että ne löytyvät. Koska käytän ilmaisversiota en tiedä edes montako kävijää sivuillani on ollut. Ainoa hyöty

sivuista on, että ne ovat olemassa, ja voin saada yhteydenottolomakkeen kautta asiakkaita.

Kun analysoin työtäni jälkepäin, ajattelen että kokemuksesta oli minulle henkilökohtaisesti hyötyä. Tiedän nyt enemmän teknologiasta kotisivujen taustalla, siitä kaikesta teknisyydestä mitä se tarvitsee toimiakseen ja niistä mahdollisuuksista millä tavoin kotisivuja voi käyttää yrityksen markkinoinnin hyödyksi. Otan työstä opikseni ja palkkaan ammattilaisen tekemään yritykselle uudet kotisivut. Annan heidän hoitaa tekniset työt ja käytän aikani siihen, että sivuille tulee sellaiset tekstit mistä asiakas saa tarttumapintaa siihen voiko palvelu auttaa juuri häntä.

Yrityksen kotisivut tarvitsevat yllättävän paljon erilaista sisältöä. Olisikin hyvä jäsenellä tämä sisältö ennen sivujen rakentamista eikä siinä, kun niitä tekee. Sorruin kotisivuilla monenlaisiin virheisiin, ajan puutteen ja osaamisen takia. Koska en luonut tekstejä itse, ne eivät olleet persoonalliset, eivätkä kertoneet minusta mitään erilaista. Ajattelin että voisin tarjota talous- ja velkaneuvontaa kaikille. Minun ei kannata haalia kaikkia asiakkaaksi, vaan tehdä valintoja mitkä jättävät ison osan asiakkaista ulkopuolelle. Jos joku ei pidä tyylistäni, häntä ei kannata yrittää asiakkaaksi. Korostamalla omaa itseäni, en yritä miellyttää isoa joukkoa, vaan saan sellaisia asiakkaita jotka haluavat minun tyylistä palveluani. (Parantainen 2010, 31–32.)

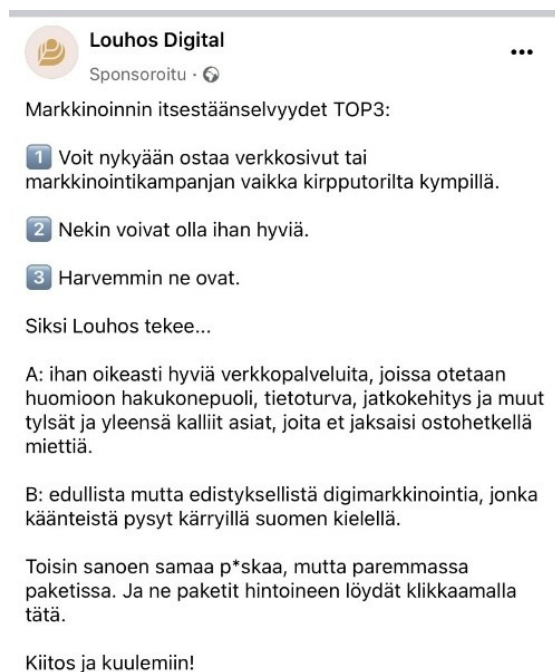
Yrityksen talous- ja velkaneuvontapalvelut eivät erottuneet muista maksuttomista palveluista, muuten kuin että palvelu on maksullista. Kotisivuilla ei ole esimerkkejä tai yksityiskohtia palveluista mitkä voisivat saada asiakkaan samaistumaan tai kokemaan että tarvitsee palvelun. Jos yritys kopioi mallinsa muilta samankaltaisilta, se ei erotu. Silloin asiakas suuntaa yleensä paikkaan millä on omaperäisin konsepti. Jos yritys tarjoaa kaikille kaikkea, niin silloin se kertoo käytännössä, ettei osaa tehdä yhtään asiaa todella hyvin. (Parantainen 2010, 38.)

Miten voisin helpottaa asiakasta ostamaan palveluni, no erottamalla kilpailijoista. Jakob Nielsen kirjoitti jo vuonna 2001 yrityksiä painavasta

ongelmasta nimellä ”tagline blues”. Nielsen totesi, että yritykset kuvailevat kotisivuillaan tuotteitaan ja palveluitaan itsestäänselvyyksillä. Esimerkiksi laittamalla viiden lakitoimiston kotisivuillaan ilmoittamat palvelut vierekkäin ilman nimitietoja, et tunnistaisi kenen yrityksen palvelut on kyseessä. Kaikki kuvailevat itseään samoilla laatusanoilla esim. luotettava, vakavarainen tai osaava. Nielsen jatkaa, että näistä olisi hyötyä vain silloin, jos joku käyttää sanoja kuten epäluotettava, konkurssin partaalla tai kokematon. Jos käyttää esittelyssä itsestäänselvyyksiä niiden informaatioarvo on nolla, verrattuna muihin toimijoihin. (Parantainen 2010, 61–63.)

Minun kannattaa heti kertoa yksityiskohtaisesti palvelusta, kenelle se on suunnattu ja minkä ongelman voisin ratkoa asiakkaan puolesta. Selvittämällä ja antamalla esimerkkejä, miten palveluni eroaa muista toimijoista, nostaisi yritystäni muiden joukosta paremmin esille. (Parantainen 2010, 65.)

Hyvän esimerkin tällaisista kotisivuista tarjoaa Louhos Group Oy. He kertovat kotisivuillaan todella rehellisesti ja hauskaasti palveluistaan, sivut ovat virkistävää luettavaa koska ne poikkeavat muista. Voisin käyttää Louhoksen mainosta mallina (kuva 2) kun teen yritykselleni uudet kotisivut. (Louhos Group Oy 2024.)



Louhos Digital
Sponsoroitu · 🌐

Markkinoinnin itsestäänselvyydet TOP3:

- 1 Voit nykyään ostaa verkkosivut tai markkinointikampanjan vaikka kirpputorilta kymppillä.
- 2 Nekin voivat olla ihan hyviä.
- 3 Harvemmin ne ovat.

Siksi Louhos tekee...

A: ihan oikeasti hyviä verkkopalveluita, joissa otetaan huomioon hakukonepuoli, tietoturva, jatkokehitys ja muut tylsät ja yleensä kalliit asiat, joita et jaksaisi ostohetkellä miettiä.

B: edullista mutta edistyksellistä digimarkkinointia, jonka käännteistä pysyt kärryillä suomen kielellä.

Toisin sanoen samaa p*skaa, mutta paremmassa paketissa. Ja ne paketit hintoiheen löydät klikkaamalla tätä.

Kiitos ja kuulemiin!

Kuva 2. Esimerkki onnistuneesta markkinoinnista. (Louhos Group Oy 2024).

3.2 Viikko 2. Talousklinikka

Seuraavana tehtävälistalla oli suunnitella yritykselle yleisötilaisuus. Ajattelin ensin, että olisin vuokrannut ammattikorkeakoululta luokan tai tilan, missä voisin yhtenä iltana viikossa tavata potentiaalisia asiakkaita. Pitäisin kaikille avointa talousklinikkaa, mihin voisi tulla maksuttomasti kysymään talousvinkkejä. Näin koronan jälkeen katsottuna idea ei ollut hyvä, miksi sen pitäisi olla paikan päällä, kun on mahdollista tavoittaa sosiaalisessa mediassa paljon enemmän ihmisiä. Enkä tiedä kiinnostaisiko ihmisiä tulla töistä suoraan, vaikka kello neljäksi tai viideksi koululle kuuntelemaan neuvojani, ja kehtaisiko kukaan kysyä mitään muiden kuullen, joten totesin tämän vaihtoehdon huonoimmaksi.

Siirsin ideani sosiaalisen median alustalle, Instagramiin. Tiktokin alusta olisi ollut ensimmäinen valintani, mutta siellä vaaditaan 1000 seuraajaa ennen kuin voi alkaa pitää suorja lähetyksiä. En ole koskaan tehnyt suoraa lähetystä millään sosiaalisen median alustalla, mutta kouluaikana kaikki mahdolliset kanavat etätapaamisiin ja koulutuksiin olivat tulleet tutuksi. Olin kyllä seurannut erilaisia esiintymisiä mediassa, kuunnellut puheohjelmia ja katsonut televisiosta vuosia eri keskusteluohjelmia, joten ajattelin että haluan ainakin kokeilla. Korona-aika muutti livelähetyksen tekemistä helpommaksi ja saavutettavammaksi kenelle tahansa. Lähetyksen tekeminen vapautui kaikille, koska kaikkien oli pakko. Sain tästä rohkeutta myös omaan tekemiseeni, en enää ajatellut, että vain ammattilaiset voivat tehdä niitä.

Googlasin ja opettelin internetistä löytyvien ohjeiden mukaan tekemään Instagramissa suoran lähetyksen ja sitä etukäteen mainostavan tapahtumailmoituksen. Käytin Markkinointiviestintätoimisto Kuulu Oy:n blogin ohjeita mallina. Heiltä sain hyviä syitä miksi Instagramissa kannattaa tehdä suorja lähetyksiä, livevideo kiinnittyy kanavan seuraajien tarinoiden kärkeen, ja saa siten näkyvyyttä ensimmäisenä koko lähetyksen ajan. Livelähetykset koukuttavat katsojia, niissä on helppo jutella, ja kommentoida esitystä. Livelähetyksen voi tehdä neljän henkilön kesken, joten voin luoda haastattelutilanteen etänä. (Kuulu Oy 2024.)

Julkista Instagram-tiliä on mahdollisuus kenen vain seurata, mutta vauhditin yritykseni tilin näkyvyyttä pyytämällä omia ystäviäni seuraajaksi, ja näin minulla oli aloittaessa noin 200 seuraajaa. Päätin pitää livelähetyksen yrityksen tilillä joka viikko maanantai iltaisina. En tehnyt lähetystä varten kuuntelijoiden keräystä mutta mainostin sitä kuvajulkaisuilla etukäteen viikolla ja loin tapahtumasta ilmoituksen sivuille, niin että jatkuvasti oli nähtävillä koska seuraavan livelähetyksen aika on. Yrityksen Instagram-tarinat osiossa olin kysynyt etukäteen seuraajilta, olisiko heillä jotain talouden kysymyksiä minulle, mihin voisin vastata, niitä tuli muutamia.

Kun ensimmäinen livelähetyks oli alkamassa, aloin jännittää normaalia enemmän. Kärsin esiintymispelosta, vaikka olen ulospäinsuuntautunut ja puhelias ihminen. Mutta tiedostan sen, että puhumista kannattaa harjoittaa, jotta siinä tulisi paremmaksi, ja jos haluan tuoda yritykseni palveluja esille, niin tämä on loistava keino siihen.

Ensimmäinen livelähetyks kesti tunnin, minulla ei riittänyt puhuttavaa koko ajaksi. Olin varannut esitykseen tunnin aikaa, enkä kehdannut lopettaa sitä aikaisemmin. Aina kun tuli uusia kuuntelijoita linjoille, unohdin mistä olin puhumassa. Lopuksi vain selittelin ja kyselin, näkyykö kuva ja kuuluuko ääni. Minun oli vaikea yhdistää keskusteluun esityslistani, sen lukeminen ja puhuminen ei onnistunut samaan aikaan. Tein virheen myös siinä, että kun aina kun tuli uusia ihmisiä linjoille, aloin kertomaan tarinaani alusta, vaikka olisi vain pitänyt jatkaa koko esitys läpi, kerrata sitten lopuksi tarvittaessa. Olisi myös ollut järkevää harjoitella puhetta etukäteen ja ottaa aikaa, kuinka kauan minulla menee, näin olisin tiennyt etukäteen, että suunnitelmani teksti ei riitä tunniksi.

Linjoilla kävi paljon kuuntelijoita, vain harva oli paikalla koko esityksen ajan. Ongelmani oli sisällössä, esittelin itseni moneen kertaan ja kerroin yrityksen palveluista moneen kertaan toistaen. En kertonut yksityiskohtia tai antanut esimerkkejä mihin kuuntelija olisi voinut tarttua ja ajatella tarvitsevansa. Arvoa tuova sisältö Instagramissa on sellaista mistä seuraajaa saa hyötyä itselleen tai elämäänsä. Hyvän sisällön parissa jaksaa viihtyä, siitä voi inspiroitua, siitä saa uusia ideoita, avautuu uusia näkökulmia ja löytyy uusia tapoja. (Gülle 2024.)

Instagram yleisössä oleva henkilö ei välttämättä edes tiedä, että hänellä on ongelma minkä voisin ratkaista. Minun kannattaisi esitellä ongelmien hoitokeinoja, eikä vain puhua siitä millaisia ongelmia on olemassa. Hoitokeinoista puhumalla yleisön jäsen voi tunnistaa oman itsensä ja sitä kautta huomata tarvitsevansa palveluani. (Gülle 2024.)

Jatkoin livelähetyksen tekoa muiden koulutehtävieni ohella vielä seuraavat 10 viikkoa, otin linjoille myös vieraita haastateltavaksi. Lähetyksissäni oli enintään 50 henkilöä tai vähintään yksi henkilö paikalla. Itselle mieluisampia olivat lähetykset vieraiden kanssa. Uusia seuraajia näiltä kerroilta tuli yhteensä noin kymmenen, enemmänkin sain ihmisiltä kyselyjä siitä koska lähetykset koostettaisiin paremmin tai niissä olisi jokin tietty aihe käsiteltävänä. Eli yleisö halusi oppia tai hyötyä jotenkin, he eivät halunneet viettää aikaa lähetyksen parissa, jos se ei tarjoa mitään kiinnostavaa.

Kokemuksesta on silti hyötyä minulle ja yritykselleni, kun valmistun koulusta ja siirryn tekemään yrityksen palveluita päätoimisesti palaan livelähetyksiin ja teen niitä joka viikko. Suunnittelen etukäteen paremmat sisältörakenteet ja kerron yleisölleni esimerkkejä. Pyydän myös vieraita lähetykseen ja heidän kanssaan voisin käydä läpi henkilökohtaisia tarinoita velkaantumisen tai talousongelmista, ja samassa kerrotaisiin kuuntelijalle, miten vieras selvisi asiasta tai jos ei ole vielä selvinnyt, minä voisin neuvoa kuinka ongelmaa voisi lähteä ratkaisemaan.

Luon listan vierailijoista etukäteen ja käyn vieraan kanssa läpi ohjelman käsikirjoituksen ennen esitystä. Huomasin tässä ongelman, kun tein lähetyksiä, ensinnäkin vieraita oli vaikea saada ohjelmaan lyhyellä varoitusajalla, omat ystävät ehkä hiukan jännittävät tai häpeävät esiintyä livetapahtumassa, ja vieraita ihmisiä tai yrittäjiä on vaikea saada esitykseen, koska yrityksellä ei ole vielä tunnettavuutta mikä helpottaisi ohjelmaan osallistumista. Monet haluavat myös tietää etukäteen hyvin tarkasti mistä puhutaan, mikä onkin todella järkevää. Livelähetyksen näkyminen Instagramissa kaikkien osallistujien seuraajille, tämä tuli yllätyksenä minulle ja vieraille. Se on asia mikä pitää käydä läpi

etukäteen vieraan kanssa, että myös hänen seuraajansa näkevät lähetyksen ja sopiiko se hänelle.

Nykyisin kun tapaan mielenkiintoisia ihmisiä ketkä voisivat olla hyviä vieraita, kysyn heiltä heti mahdollisuutta tulla ohjelmaan, näin kerään tulevaisuuden varalle vieraita, ja pystyn hahmottelemaan erilaisia esityksiä ja niille omia aiheita.

3.3 Viikko 3. Tiktok-markkinointi

Kolmantena asialistallani on aloittaa yrityksen markkinointi sosiaalisen median alustalla Tiktokissa. Testaan tehdä erilaisia videoita, eri aiheista, kunnes saavutan orgaanisesti näkyvyyttä. Orgaanisella näkyvyydellä tarkoitetaan luonnollisesti syntyvää näkyvyyttä, joka perustuu brändin luovaan ja ainutlaatuihin sisältöihin.

Tiktokissa tehtävä markkinointi on kasvanut Suomessa räjähdysmäisesti. Se on yksi kustannustehokkaimmista alustoista tavoittaa yrityksesi kohderyhmä. Sillä on vahvaan algoritmiin perustuva käyttöliittymä. Monet yritykset kasvattavat brändinsä tunnettavuutta siellä orgaanisesti videoimalla suosittuja trendejä, meemejä, tai haasteita. Katsojan huomio pitää saada nopeasti, katselijat siirtyvät selatessaan seuraavaan videoon kahdessa sekunnissa, jos sisältö ei kiinnosta. Suosituimmilla yrityksillä on sivuillaan hauskaa tai informatiivista tietoa. Esimerkki halpalentoyhtiö Ryanair, mikä tunnetusti veloittaa kaikesta lisämaksua, tekee itsestään pilkkavideoita myöntämällä, että on ongelmallinen monessa suhteessa. Suomalainen R-kioski toimii myös hauskana esimerkkinä siitä, kuinka yritys voi esitellä Tiktokissa itseään ja tuotteitaan. Sisältöä voi luoda myös tekemällä haastatteluita, jolloin katsoja joutuu odottamaan videon loppuun asti vastausta. (Sävel 2024.)

Tiktok lanseerattiin Kiinan ulkopuolelle 2017, mutta se on nopeasti saavuttanut maailman laajuisen suosion. Sinne luotiin aluksi maksimissaan 60 sekunnin pituisia videoita puhumalla tanssin, musiikin tai sketsien päälle, nyt monet siirtyvät sinne muilta alustoilta koska se tarjoaa kiinnostavamman tavan luoda

myös informatiivista sisältöä. Tiktok alustalla voi tavoittaa laajan yleisön muutamassa tunnissa tai päivässä, siksi brändit ja yritykset ovat huomanneet alustan potentiaalin markkinoinnissa. Suurin osa Tiktok yleisöstä on vuosituhannen vaihteen tai Z-sukupolven jäseniä, jotka ovat innokkaimpia tuotemerkkien kannattajia ja verkko-ostajia. (Mladenov 2024.)

Tiktokin käyttäjät Suomessa, 2023 vuoden lopussa yksittäisiä käyttäjiä oli 1,5 miljoonaa, niiden ikäjakauma 70 % 18–34-vuotiaita, 14 % 35–44-vuotiaita ja 16 % 45-vuotiaita. Tiktokista tekee erityisen koukuttavan sen algoritmi, se on jatkuvasti kehittyvä mutta yksi sen taidoista on katsojan kiinnostusten ja mieltymysten analysointi. Se tutkii henkilökohtaisesti käyttäjän aikaisempaa käyttäytymistä, jolloin se pystyy tarjoamaan tätä miellyttävää ja kiinnostavaa sisältöä. (Sävel 2024.)

Aloitin tekemällä esittelyvideon itsestäni, video saa reilu tuhat näyttökertaa. Tiktokissa suosituksi tullaan näyttökerroilla, eli kuinka monta kertaa videotasi katsellaan. Teen kolme esittelyvideota lisää parin päivän välein, ne saavat näyttökertoja vain noin 300. Hyvin nopeasti Tiktok alkaa neuvomaan käyttäjänsä ja kannustaa minua tekemään videoita päivittäin, ja yhteensä 10 kappaletta viikossa. Ryhdyn toimeen ja seuraavaksi kokeilen tehdä haastatteluvideoita, kyselen ihmisiltä, kuinka he hoitavat talouttaan. Nämäkään videot eivät saa huomiota, sen lisäksi haastateltavat miettivät ketkä kaikki näkevät videon. Haastateltavia on hankala löytää, ihmiset eivät halua kertoa julkisilla videoilla rahankäytöstään. Tämä on juuri se ongelma minkä olen tiedostanut muissakin yhteyksissä, että rahasta puhuminen julkisesti on vaikeaa.

Muutan suuntaa ja teen inspiraatiovideon miksi kannattaisi alkaa hoitaa raha-asioitaan, teen Instagram-livelle mainosvideon, sitten sienestysreissulta kaksi hauskaa videota ja taas pari videota missä kerron mikä inspiroi minua sillä hetkellä. Videot eivät saa enempää kuin 300 näyttökertaa maksimissaan.

Seuraavaksi alan tehdä videoita, missä esitän laulavani tai puhuvani päälle hauskaa komedia sketsiä tai elokuvan kohtausta. Käytän televisiosta tuttua

lastensarjan muumipapan ääntä ja ihmettelen videolla mihin asiakkaan rahat ovat hävinneet. Näilläkään videoilla en saa katselukertoja nousemaan, mutta olen tyytyväinen, että saan jokaiselle videolle näinkin paljon katsojia, koska en ole käyttänyt yleisön hankkimiseen maksullista mainontaa tai pyytänyt ketään tuttua seuraajaksi, joten kaikki katsojat ovat yritykselle uusia.

Ensimmäisen huomattavan muutoksen tekee video perintäkirjeestä, esitän pelkääväni sitä, ja pyydän että perijät jättäisivät minut rauhaan. Sekä video missä tarvitsen kotivakuutukseen rahaa nopeasti 300 euroa, nousevat yli 400 katsojan. Jatkan videoiden tekoa ja seuraava isompi katsojamäärä 700 kappaletta tulee videosta missä olen tehnyt sketsin siitä, että kun palkka tuli, tilille jäi euro. Euro on suomalaisen räp-artisti Cledoksen käyttämä tunnus. 1000 katsojaan pääsen videolla, missä joku kysyy miten sosiaalisen median alusta Onlyfans toimii ja minä lupaan neuvoa.

Yli 3000 katsojaa saan videolle missä poseeraan ulkona Suomen talvessa ja kehotan hoitamaan raha-asiat kuntoon, niin että voidaan muuttaa Jamaikalle. Kun laitan ulosottokirjeen videolle ja kerron että näin voi käydä paremmissakin piireissä rikon 5000 katsojan rajan, tämä video säilyy pitkään suosituimpana videonani.

Johtopäätöksenä tästä testaamisesta missä tein erilaisia videoita, on se, että laskujen perintää ja ulosottoa koskevat videot kiinnostavat yleisöä eniten. Tämä on loistava tulos koska yrityksen tarkoitus on myydä talousneuvontaa ja velkaneuvontaa. Ajallisesti en pystynyt toteuttamaan Tiktok hanketta viikossa tai edes viikoissa, enkä päässyt kertaakaan 10 videon viikkotavoitteeseen koska asettamani aika ei riittänyt muiden töideni ohella toteutukseen. Yrityksen tulevaisuuden toimenpiteenä ja markkinoinnin kannalta parhaimpana ratkaisuna olisi keskittyä vain Tiktok-kanavaan.

3.4 Viikko 4. Asiakasosallisuus

Työterveyslaitos kertoo kotisivuillaan näin, asiakasosallisuus on asiakkaiden ja asiakasryhmien mahdollisuutta osallistua ja vaikuttaa palveluiden suunnitteluun, kehittämiseen, toteutukseen tai arviointiin (Työterveyslaitos 2024).

Neljäntenä asialistallani oli tavata asiakkaita. Halusin ensin pyytää ihmisiä palvelun testiasiakkaiksi, koska tarpeeni oli kehittää prosessi ja automaatio asiakastapaamisiin. Halusin suunnitella rungon talousneuvontaan ja velkaneuvontaan. Palveluni tulisi maksamaan 124,00 euroa tunnilta ja ajattelin että en voi veloittaa asiakasta palvelusta, kun sisältö ei ole vielä täysin selvillä.

Valitsin prosessien kehitykseen kyselyohjelma Webropolin, mitä olin oppinut käyttämään koulun kurssitehtävissä. Webropol sopi tehtävään myös siksi että siellä voisin säilyttää asiakkaiden vastauksia EU:n tietosuojalain mukaisesti.

Laadin ensimmäiselle testiasiakkaalle kyselyn, minkä hän täytti ennen kuin tuli minulle neuvontaan. Tein myös palautekyselyn mihin vastattiin palvelun toteutumisen jälkeen. Jokaisen tapaamisen jälkeen, kopioin vanhan kyselyn ja muokkasin siitä uuden, koska joka kerta huomasin puutteita. Tämä oli tarkoituksenikin, halusin työstää kyselyä joka kerta niin että auttaisi minua saamaan enemmän hyödyllistä tietoa etukäteen. Mikä oli juuri kyseisen asiakkaan ongelma ja miten voisin auttaa häntä. Mikä on sellaista tietoa mikä hyödyttää minua tapaamisen valmistelussa etukäteen eikä vasta tilanteessa kuultuna.

Kutsun ensimmäistä kyselyä nyt palvelun esitietolomakkeeksi, noin 10 kysymyksellä pyrin selvittämään etukäteen asiakkaalta sen mistä hän tarkemmin haluaa neuvontaa ja mihin kolmeen asiaan hän vähintään haluaa vastauksen. Olen nyt tehnyt noin 20 asiakastestausta, ja kyselyn ansiosta olen pystynyt tiivistämään yhden tapaamisen kestoksi noin kaksi tuntia. Varsinkin tuo kolme asiaa oli läpimurto, koska talousneuvontaa tai velkaneuvontaa voisi antaa tuntikausia, eikä siltikään asia aiheesta loppuisi. Kolmen tärkeimmän

asian selvittäminen kahdessa tunnissa on mahdollista ja juuri silloin asiakas saa itselleen ajankohtaisempaa tietoa.

Tapaamisen jälkeen lähetän asiakkaalle palautekyselyn. Kysyn jälleen 10 kysymyksellä suoraan oliko palvelu rahan arvoinen, mitä siitä jäi puuttumaan, mikä oli hyvää ja pyydän arvostelemaan ammattitaitoani ja uskottavuuttani. Tällä hetkellä palautelomake ohjaa antamaan hiukan negatiivista palautetta minusta, vaikka se ei ole normaali käytäntö palautekyselyssä. Huomasin tämän asian, kun kysymykset eivät olleet tarkentavia, testiasiakkaat antoivat vain positiivista palautetta. Kun kysyin erikseen, että kerro mitä palvelusta jäi puuttumaan tai mikä sinua jäi mietityttämään, sain erilaisia vastauksia.

Asiakas on palvelun keskiössä. Palvelumuotoilun yhteydessä puhutaan palvelukokemuksesta. Asiakas on aina osa tapahtumaa ja muodostaa joka kerta palvelutapahtumassa henkilökohtaisen kokemuksen. Palvelukokemusta ei voi pakottaa onnistumaan täydellisesti koska asiakas itse muodostaa kuvan tapahtumista. Palvelukokemusta voi silti aina suunnitella ja optimoida paremmaksi aikaisempien tietojen perusteella. (Tuulaniemi 2011.)

Koska tavoitteekseni muodostui antaa palvelua kahdessa tunnissa niin että se hyödyttää asiakasta, kysyn palautelomakkeella myös ajassa pysymisestä. Palveluun sitoutettu aika kiinnostaa minua myös siksi että se voisi olla yritykseni palvelun lupaus, eli arvon lupaus asiakkaalle (Tuulaniemi 2011). Lupaus voisi olla, kahden tunnin velkaneuvonnassa saat itsellesi tärkeimpiin kysymyksiin vastauksen.

Asiakaskyselyt jäävät yrityksen toimintaan mukaan, koska niistä saa toimintaa opettavaa informaatiota, kyselyt auttavat rajaamaan tietoa mikä on hyödyllistä tapaamisella ja mikä ei. Se hyödyttää yritystä ja minua koska tapaamisten tärkeimpiä läpikäytäviä asioita pystytään kohdistamaan paremmin ja aikaa säästy.

Haluan auttaa yritystäni parantamaan sen arvoa asiakkaille, kun brändini tunnetaan ja tiedetään että sieltä saa aina hyvää asiakaspalvelua, siitä ajatellaan, että se on tuttu ja turvallinen. Jotta asiakkaan on helppo ostaa

palvelu ja käyttää sitä, minun kannattaa mainostaa millä kaikilla eri tavoin voisin ja olen auttanut asiakkaita. Palvelun hinta on kohdallaan, kun sitä varten suunniteltu kahden tunnin aika toteutuu ja asiakas saa vastauksen kolmeen tärkeimpään kysymykseensä. Palvelulla on prosessi minkä mukaan toimitaan, mutta se räätälöidään joka kerta henkilökohtaisesti asiakkaalle sopivaksi. Koska Suomessa on paljon maksuttomia tahoja, jotka tarjoavat talous- ja velkaneuvontaa minun on tärkeää korostaa miksi palveluni kannattaa valita ennemmin ja miten sillä säästää rahaa, ja miten paljon siitä voi saada hyötyä verrattuna muihin. (Tuulaniemi 2011.)

3.5 Viikko 5. Yrittäjän ajanhallinta

Minulla ei ollut opinnäytetyön asialistalla yrittäjän ajanhallintaa tai itsensä johtamista, mutta sellaiselle tuli pakostakin tarve, joten lisäsin sen mukaan oppimispäiväkirjani seurattavaksi asiaksi.

Olin alun perin suunnitellut työstäväni listallani olevia tehtäviä per viikko, tällä hetkellä oli kuitenkin jo kulunut aikaa 13 viikkoa siitä, kun aloitin virallisesti yrityksen toiminnan käynnistämisen. Toteutus olisi voinut onnistua paremmin, jos olisin oikeasti keskittynyt yhteen tehtävään kerrallaan, joka viikko niin kuin olin suunnitellut, mutta tein kuitenkin montaa eri asiaa päällekkäin. Aikaisemmat tehtävät seurasivat aina perässä uusille viikoille, olivat ne valmiita tai eivät.

Opinnäytetyön tehtävien lisäksi tein muita koulun kursseja samaan aikaan ja kävin edustamassa ammattikorkeakoulua opiskelijalähettiläänä erilaisissa tapahtumissa. Pidin esiintymistä samaan aikaan tärkeänä koska se harjoitti esiintymisjännitystäni, mutta en osannut arvioida sen tuomaa väsymystä seuraavana päivänä. Perho kutsuu samankaltaista tilaa adrenaliinin laskuksi, mistä esimerkiksi radiojuontajat kärsivät suorien lähetysten jälkeen. Kun viikon lähetysten jälkeen, lepäsi ja rauhoittui viikonloppuna kotona, keho niin sanotusti pääsi ajamaan itsensä alas ja maanantaina oli vaikeaa nousta ylös ja käynnistää koneet uudelleen. Kun vastaavasti viikkoon viikonloppun jälkeen oli helpompi jatkaa töitä. (Perho 2023.)

Vaikka olin suunnitellut kirjoittavani opinnäytetyötä jokaisella viikolla, en ollut laittanut sille tarkempaa aikaa. Kalenterini alkoi täyttyä kaikenlaisesta muusta tekemisestä, ja osallistuin vielä miltei kymmeneen erilaiseen webinaariin ja koulutukseen koskien yrittäjyyttä. Tartuin kaikenlaisiin mahdollisuuksiin mitä minulle tarjottiin ja kävin vielä palkkatöissäkin muuallakin. Ajattelin että pystyn kirjoittamaan sitten kun aikaa tulee, mutta kun aikaa oli jossain välissä, olin väsynyt enkä jaksanut keskittyä kunnolla. Kävin koko ajan ylikierroksilla ja kun tuli aikaa kirjoittaa väsähdin heti.

Arjessa väsymiseltä voi suojautua suunnittelemalla työtehtävät tarkkaan etukäteen, silloin tunne, että nyt voisin tehdä jotain muuta ei valtaa minua. Ei riitä, että suunnittelee tekevänsä viikolla kirjoitustyötä vaan sille pitää olla oma hetkensä, mihin ei voi ottaa muuta tekemistä. Koska olen innostuva ihminen, olin jatkuvasti siirtänyt kirjoitusta jonkin muun tieltä koska se tuntui paremmalta ajatukselta siinä hetkessä. Aivojen virettä voi parantaa keskittymällä yhteen asiaan kerrallaan, ja päivässä maksimissaan kolmeen tärkeään asiaan. Jos aivot joutuvat päivittäin, työtehtävien lisäksi jatkuvasti suodattamaan uusia tehtäviä ja päättämään tehdäänkö ne nyt vai myöhemmin, väsyn helpommin. (Perho 2023.)

Pystyn olemaan aidosti läsnä, kun suunnittelen työpäiväni etukäteen, silloin ei tule sitä tunnetta, että pitäisi tehdä jotain muuta. Pidän valitsemistani tehtävistä kiinni. 73 % suomalaisista tietotyöläisistä ei suunnittele töitään etukäteen ja vaihtaa lennossa työtehtävää. (Perho 2023.) Tunnistin itseni tästä ja olin jo alkanut ärsyyntyä tilanteeseeni. Tunsin koko ajan syyllisyyttä siitä, että minun pitäisi olla jossain muualla kuin siinä hetkessä tai asiassa missä olin. En pystynyt enää keskittymään mihinkään hyvin, kun tärkeitä asioita oli liikaa.

Listasin itselleni tärkeimmät asiat ja päätin että hoidan tehtävät yksi kerrallaan pois. Lopulta päädyin siihen ratkaisuun, että kirjoitan pelkästään opinnäytetyötä, kunnes se on valmis, muut asiat saivat odottaa. Laadin itselleni aikataulun kuukaudeksi ja sitouduin siihen, kieltäydyin kaikesta muusta tekemisestä. Tämä osoittautui kiinnostavaksi kehityksen kohteeksi minulle. En tiennyt, että minun on niin vaikeaa kieltäytyä asioista ja varsinkin hauskaista tekemisestä.

Ajanhallintaa voisi kuvata arvojen hallinnaksi. Vasta kun tiedän, mikä on minulle merkityksellistä elämässä ja työssä voin päästä eroon jatkuvasta kiireestä. Kun saan järjestyksen selville, alkaa karsiminen, keskityn tärkeimpiin ja pudotan turhat työt. Jos kulutan aikaa jatkuvasti epäolennaisiin asioihin, mieleni uupuu ja turhautuu. Ajanhallinnasta on hyötyä, saan mieleni avoimeksi ja voin keskittyä juuri siihen mitä olen tekemässä. (Perho 2020, 22.)

Kun aloin tehdä opinnäytetyötä suunnitellun aikataulun mukaan, se alkoi edistyä. Kun sisäistin mikä minulle on tärkeää elämässä, valitsin työtehtävät tarkkaan, enkä yrittänyt tehdä kaikkea. Kyky valita on tärkeää, jos et pysty itse valitsemaan puolestasi joku muu tekee sen. Kaikelle mikä ei kuulu suunnitelmaan pitää sanoa ei. Pääsen nauttimaan työnteosta, kun aikaa käytetään suunniteltujen asioiden tekemiseen. Työt tulevat valmiiksi ja ne ovat niitä asioita, kun pitikin saada valmiiksi. (Perho 2020, 61.)

Tämä itseni johtamisen taito tuli minulle yllätyksenä, en ollut tarvinnut sitä aikaisemmin koska asiat olivat seuranneet toisiaan luonnollisessa järjestyksessä. Työn suunnittelusta tuli tulevaisuudessakin minulle tärkeä jatkuvan opettelun kohde.

3.6 Viikko 6. Ketterä brändi

Tämän viikon tehtävänä oli selkeyttää itselleni yrityksen brändi. Mikä yrityksen brändi on ja mitä kaikkea siihen liittyy. Olin miettinyt paljon visuaalista ulkoasua, mutta en yrityksen sisäistä tarinaa. Yritys on kehittynyt ja muuttunut siitä, miten olin alun perin sen suunnitellut, joten brändin kirkastus oli ajankohtaista. Brändi käsitettä ei pysty kuvaamaan yksiselitteisesti, se on hyvin laaja kokonaisuus. Voisi sanoa, että se on ihmisten kokemien asioiden ja käsitysten summa. Logoa käytetään yrityksen brändin symbolina. (Ruokolainen 2020, 17.)

Talousharkko Oy:n logo kehittyi kolme kertaa ennen kuin se löysi viimeisen muotonsa vihreällä pohjalla, ja mustalla tekstillä kirjoitettuna (kuva 3).

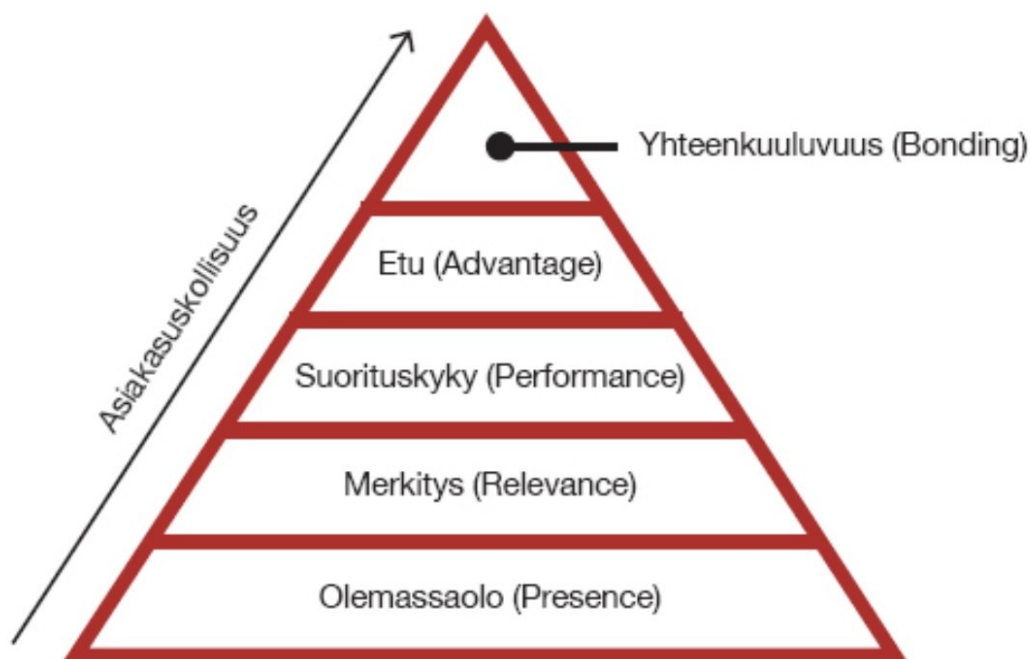


Kuva 3. Yrityksen logon muutos.

Yritys ei voi hallita sitä mitä asiakas siitä ajattelee. Brändi syntyy asiakkaan mielessä ja ihmiset ovat kaikki yksilöitä, joten kokemukset ovat erilaisia. Yrityksen brändiä voi silti tietoisesti kehittää ja auttaa asiakasta saamaan toivottu mielikuva yrityksestä. (Ruokolainen 2020, 19–20.)

Haluan selkeän brändin avulla helpottaa asiakasta ostamaan palvelu. Haluan että yritys tulee tunnetuksi talous- ja velkaneuvonnasta niin että kun joku sitä tarvitsee, toinen muistaa suositella yrityksen palveluita hänelle.

Tutkin Kellerin brändipyramidia. Mitä ylempänä olet siinä, sitä uskollisempia käyttäjäsi ovat (kuvio 4).



Kuvio 4. Kellerin brändipyramidi (Ruokolainen 2020, 28).

Yritykseni täyttää kahden alimman tason sisällön, se on virallisesti olemassa ja sen merkitys on myydä talous- ja velkaneuvontapalvelua. Mutta tässä kohtaa asiakas ei vielä valitse yritystä koska samaa neuvontaa saa Suomen valtiolta maksutta. Kun pääsen kolmannelle tasolle, asiakas tuntee brändini ja valitsee sen, vaikka palvelu on kalliimpi muita. Se johtuu siitä, että olen pystynyt todistamaan palveluni tuoman lisäarvon ja pystyn suoriutumaan annetun ongelman hoidosta. Neljännellä tasolla asiakkaat huomaavat edun mikä tulee palveluni mukana, pystyn auttamaan nopeammin kuin kilpailija. Korkeimmalla tasolla asiakas on luonut vahvan siteen yritykseen, eikä helposti enää vaihda toiseen, koska brändi tukee käyttäjänsä itseilmaisua ja persoonaa. (Ruokolainen 2020, 28.)

Muutin yrityksen brändin strategiaksi traditionaalisen eli monoliittisen. Päätin että yrityksen nimestä Talousharkko tehdään brändin nimi. Aikaisemmin yritys käytti nimeä Velaton mutta muutin sen brändin alle kuuluvaksi osaksi. Suunnittelin Talousharkolle tunnuslauseen, "*talouden täyden palvelun talo*", eli Talousharkko tarjoaa talousneuvontaa. Sen alla toimii palvelu nimeltä Velaton,

mikä on erikoistunut velkaneuvontaan. Esimerkkinä monoliittisesta brändistä toimii suomalainen Fiskars, se valmistaa tuotteita puutarhanhoidosta rakentamiseen. Sen tunnetuin tuote on oranssinväriset sakset. Sillä on useita alabrändejä mitkä tuottavat ruuanvalmistukseen välineitä, mutta ne ovat kuitenkin alisteisia nimelle Fiskars. Tuotteiden ja tuotepakkausten muotoilu on yhdenmukaista ja tunnistettavaa. (Ruokolainen 2020, 34–35.)

Talousharkon brändin värinä toimii neonvihreä, ja tekstit kirjoitettuna mustalla, tarkoituksena luoda tunnistettavuus vihreälle värille. Jos asiakas ostaa velkaneuvontaa, laskussa lukee Talousharkko Oy ja palveluna Velaton. Tällä tavoin erilaiset palvelut nivoutuvat Talousharkon brändiin. Näin päästään mahdollisesti tilanteeseen missä asiakas on ostanut talousneuvontaa, hänen ystävänsä tarvitsee velkaneuvontaa, asiakas voi suositella ystävälleen Talousharkkoa koska tietää että sieltä saa myös velkaneuvontaa.

Brändin kirkastus on työkalu millä yritys voidaan nostaa seuraavalle tasolle. Yrityksen kannattaa vastata markkinoiden jatkuvaan muutokseen ja muiden kanssa kilpailuun siten että se tarkistuttaa brändiään jatkuvasti. Muistaa mikä sen perusta on ja kehittyy jatkuvasti. (Ruokolainen 2020, 59.)

Kirkastuksessa ensimmäisenä tehdään brändin ytimen kiteytys. Mikä on yrityksen tarkoitus, visio, missio, strategia, arvot, asiakkaat, kilpailijat, asemointi ja lupaus. Asemoinnin lisätehtävänä mietin mitä arkkityyppiä yrityksen brändi edustaa, jos Apple kuuluu Luoja kategoriaan ja Nike menee Sankarin alle. Valitsen listasta Kapinallisen kuvastamaan parhaiten yritykseni brändiä, se kyseenalaistaa auktoriteetteja ja rikkoo sääntöjä. Kapinoi ja haluaa tehdä vallankumouksen. (Ruokolainen 2020 101–103.)

Minulle tulee mieleen kapinallisesta Robin Hood, englantilaisen tarinaperinteen mukaan Sherwoodin metsissä elänyt lainsuojaton, taitava jousimies, joka varasti rikkailta ja antoi köyhille. Hänet on jopa kuvattu satuihin vihreässä asussa. Tästä mielikuvasta kehitän yritykselle oman aseman.

Asemoinnissa yritys päättää itse, miten haluaa asiakkaan kokevan yrityksen suhteessa muihin kilpailijoihin (Ruokolainen 2020, 98).

Yrityksen palvelu auttaa henkilökohtaisesti asiakasta, jo kahdessa tunnissa pystyn antamaan asiakkaalle neuvontaa häntä koskevista tärkeimmistä kysymyksistä. Palvelua saa kasvotusten tai voin mennä asiakkaan luo tapaamiseen. Palvelu on kaikkien saatavilla, niin pienituloisten kuin varakkaidenkin. Palvelua saa taloudenhallinnan ammattilaiselta. Palvelussani ei varasteta keneltäkään mitään vaan hyödynnetään olemassa olevaa tietoa, mitä asiakas ei välttämättä itse osaisi hakea koska hän ei ole taloushallinnon ammattilainen.

Toisena on brändin muotoilu, mikä on yrityksen tarina, hissipuhe, ilme ja olemus, asiakaskokemus (Ruokolainen 2020, 113). Perehdyn tarinaan, mistä kaikki sai alkunsa. Olen seurannut koko elämäni erilaisia rahatarinoita ja tehnyt työtä taloushallinnon parissa 13 vuotta. Tarina syntyy omasta kokemuksesta, miten ihmiset hoitavat raha-asioitaan ja miten niitä kannattaisi hoitaa. Samoin kuin mitä kaikkea voi tehdä parantaakseen taloudellista hyvinvointiaan.

Kolmantena on brändin jalkautus. Myynnin työkalut, toimitilat ja kohtaamispisteet. Tavoitteena on antaa yhdenmukainen kuva yrityksestä. Kohtaamispisteellä tärkeimmäksi tulee henkilökunta, he ovat brändin kasvot. (Ruokolainen 2020, 158.)

Koen nyt selkeämpänä sen, miten itse toimin brändin edustajana ja olen mallina työntekijöilleni. Kun uusia ihmisiä tulee mukaan toimintaan, minulle on antaa heille selkeää tietoa ja mallia toiminnasta, sekä voin ottaa heidät mukaan kehitykseen. Brändin ydin on kiteytettynä minulla, ja pystyn kertomaan sen eteenpäin niin että työntekijäkin tuntee tarinan ja osaa kertoa sen edelleen.

3.7 Viikko 7. Palvelun hinta

Viimeisenä opinnäytetyön tehtävällä on tarkastella yrityksen palvelun hintaa, laskea onko se kannattava ja mikä olisi myyntituotto millä saavutetaan kriittinen piste eli nollatulot.

Yritys saa tuloa myymästään palvelusta, joiden tuottamisesta koituu kustannuksia. Liiketoiminta on kannattavaa, jos tulot ylittävät kustannukset. Katetuottolaskelmalla voi tarkistaa kannattavuuden. Katetuottolaskelmassa käytetään aina arvonlisäverottomia hintoja, eli nettokirjausmenettelyä. (Kolttola, Pösö & Saaranen, 2022, 39.)

Katetuottolaskelman kustannukset jaetaan muuttuviin kustannuksiin ja kiinteisiin kustannuksiin. Muuttuvat kustannukset (mukut) muuttuvat jos myynnin määrä muuttuu. Kiinteät kustannukset (kikut) pysyvät samana, vaikka myynti muuttuisi. (Kolttola, Pösö & Saaranen, 2022, 40.)

Katetuottolaskelman tuottoja ovat myyntituotto, katetuotto ja tulos. Myyntituotto kertoo myyntimäärän kerrottuna hinnalla. Katetuotto on myyntituotto miinus muuttuvat kustannukset. Tulos on katetuotto miinus kiinteät kustannukset. (Kolttola, Pösö & Saaranen, 2022, 40.)

Yrityksen asiantuntijapalvelun myynnistä ei synny muuttuvaa kustannusta, kustannus syntyy asiantuntijan palkasta, ja se merkitään kiinteäksi kuluksi. Yrityksellä ei ole tällä hetkellä kiinteää toimipistettä, palvelutapaamiset hoidetaan etäyhteydellä tai mennään tapaamaan asiakasta kotiin.

Yrityksen kiinteitä kustannuksia ovat yrittäjän palkka, yrittäjän palkan sairausvakuutusmaksu. Yrittäjän eläkevakuutus (YEL) ja yrittäjän tapaturmavakuutusmaksu. Yrityksen puhelinliittymä, puhelinlaitteen osamaksu ja liikkuva laajakaista internet yhteyttä varten. Yrityksen toiminnanvastuu- ja oikeusturva, mistä käytän nimeä yritysvakuutus. Yrityksen verkkotunnus, kotisivuohjelma ja Microsoft Office-ohjelma. Sähköinen kirjanpito-ohjelma Netvisor ja yrityksen pankkitilin palvelumaksu.

Katetuottolaskelma on laadittu osittain oikeista ja kuvitteellisista kiinteistä kuluista. Yrityksen toiminta on käynnistetty opinnäytetyönä, mutta myyntituloa eikä palkanlaskentaa ole vielä olemassa.

Myyntitulona on käytetty olettaa, että asiakkaita tavattaisiin viikossa viisi kappaletta, ja kuukaudessa 20. Yksi asiakas ostaa palvelua kaksi tuntia päivässä hinnalla 124,00 €, yhteensä 248,00 €. Laskelma on tehty kuukaudelta niin että on ajateltu siinä olevan neljä viikkoa ja viikossa viisi päivää. (Taulukko 1.)

Taulukko 1. Yrityksen kannattavuuslaskelma.

Muuttuvat kustannukset kk			- €
x			
Kiinteät kustannukset kk			
Yrittäjän palkka			3 000,00 €
Palkan sairausvakuutusmaksu	1,01 %	3 000,00 €	30,30 €
Yrittäjän eläkevakuutus			592,00 €
Yrittäjän tapaturmavakuutus			54,00 €
Puhelinliittymä			32,95 €
Puhelinlaite osamaksu			33,50 €
Liikkuva laajakaista			33,68 €
Yritysvakuutus			13,71 €
Verkkotunnus			1,21 €
Kotisivuohjelma			8,53 €
Microsoft Office-ohjelma			7,35 €
Kirjanpito-ohjelma			45,00 €
Pankin palvelumaksu			40,00 €
YHTEENSÄ KK			3 892,23 €
KATETUOTTOLASKELMA			KT%
Myyntituotto kk		4 960,00 €	100 %
Muuttuvat kustannukset kk		- €	0 %
Katetuotto (myyntikate)		4 960,00 €	100 %
Kiinteät kustannukset kk		3 892,23 €	78 %
Tulos (voitto tai tappio)		1 067,77 €	22 %

Katetuottolaskelma (yllä) näyttää yrityksen liiketoiminnan olevan kannattavaa, koska liikevoittoprosentti on yli 10, ja ohjearvoasteikolla se tarkoittaa hyvää (Suomen Asiakastieto Oy 2024).

Kriittisessä pisteessä katetuotto ja kiinteät kustannukset ovat sekä euroina että prosentteina yhtä suuret (Koltola, Pösö & Saaranen, 2022, 48).

Yrityksen kriittinen piste myyntituottoina on silloin kiinteät kustannukset yhteensä eli 3892,23 €. Jos yksi asiakastapaaminen tuottaa 248,00 € niin riittää että kuukaudessa tapaa asiakkaita 16 kappaletta, eikä 20.

Pitää silti ottaa huomioon, että kun varsinainen toiminta alkaa, kuluja tulee varmasti lisää esimerkiksi markkinoinnista, sähköisestä pankkitoiminnasta, kirjanpidosta, mahdollisesti tapaamisista sekä muista tavanomaisista suhdetoimintakuluista. Yrityksen palvelun hintaa tulee tarkastella säännöllisesti ja huomioida nopeasti uudet muuttuneet kustannukset.

4 Lopuksi

Opinnäytetyöni tavoite oli seurata palveluyritykseni toiminnan käynnistämistä ja siihen liittyviä ensimmäisiä vaiheita.

Olin päättänyt tehdä yritykselle ensimmäiseksi kotisivut. Sain hyvää harjoitusta kotisivujen sisällön luomisesta, mutta varsinaisesti muuta hyötyä sivuista ei ollut. Nyt jälkeenpäin ajateltuna en aloittaisi niiden tekemisestä ollenkaan. Olen aika päättäväinen ja luova ihminen, minulla oli tarkka visio sivuista mielessäni. Mietin nyt, että onneksi tein ensimmäiset sivut itse, olisin varmasti ollut muuten vaikea asiakas ammattilaiselle, joka tekee sivuja työkseen. Uudet kotisivut ovat jo luonnosteltu yhdessä markkinointitoimiston kanssa ja pystyn nyt parempaan yhteistyöhön heidän kanssaan, koska kokeilin heidän työtään ensin itse ja totesin ettei se ole kovin helppoa.

Halusin yritykselle yleisötapahtuman ja toteutin sen Instagramissa tekemällä suoria lähetyksiä joka viikko. Kärsin esiintymisjännityksestä, ja lähetykset autoivat siihen todella paljon, minun on paljon helpompi olla nykyisin livekameran edessä. Vaikka jännitän, nautin silti esiintymisestä, siksi on mukavaa huomata, että työni on tuottanut tulosta ja pystyn nyt paremmin edustamaan itseäni.

Tein yritykselle oman Tiktok-markkinointi kanavan siinä tarkoituksessa, että saisin palvelulleni uutta yleisöä. Onnistuin siinä ja sain samalla myös harjoitusta esiintymisestä ja mainosvideoiden kuvauksesta. Panostan jatkossa vielä enemmän Tiktokkien tekemiseen, se tuntuu oikealta paikalta minulle ja yritykselleni. Kun katson ensimmäisiä videoita ja vertaan niitä viimeisimpiin, huomaan että rohkeuteni on kasvanut ja samalla ammatillinen itsetuntoni on kehittynyt. Harjoitus tekee mestarin, tämän olen nyt todennut monta kertaa tehdessäni tätä opinnäytetyötä. Olen tehnyt jatkuvasti töitä oman mukavuusalueeni ulkopuolella ja muuttanut minulle vaikeita asioita helpommaksi.

Minulle oli selvää alusta lähtien, että tarvitsen asiakkaita mukaan palvelun suunnitteluun, koska tarvitsen palvelulle pohjan, prosessin mitä käytän. Inspiroiduin asiakaskyselyistä, ja tein niitä monta. Tämä oli ehdottomasti mielenkiintoisin tehtävä minkä tein yritykselle. Ihmiset ovat kaikki niin erilaisia ja haluavat eri asioita palvelulta. Asiakastapaamisissa minulle vain vahvistui se tunne, että tätä haluan tehdä. Haluan tutustua ensin ihmiseen paremmin ja sitten neuvoa häntä, jotta muutos taloudenhoidossa olisi pysyvämpi eikä vain pintapuolinen.

Oma ajanhallintani tuli mukaan tehtäväksi, kun muut asiat veivät liikaa huomiota ja kirjoittamistyöni jäi taka-alalle. Olin luullut, että pystyn hoitamaan monia asioita saman aikaisesti, mutta uuvuin liian työn alle. Kuuntelin ammattilaisten neuvoja ja tein listan itselleni tärkeistä asioista. Listalla tärkeimpänä oli opinnäytetyön valmistuminen, keskityin vain siihen ja tuloksia alkoi syntyä. Fyysinen oloni ja mielentilani parantui, kun keskityin vain yhteen asiaan ja sain sen valmiiksi. Oppisin ajanhallinnasta sen, että kivoistakin asioista pitää kieltäytyä, jos sinun pitäisi olla tekemässä jotain muuta. En pystynyt nauttimaan kivoista jutuista koska tunsin syyllisyyttä siitä, että minun pitäisi olla kotona kirjoittamassa opinnäytetyötä.

Olin suunnitellut yritystä jo monta vuotta, joten tein sille brändin kirkastuksen. Oli hyvä käydä läpi yrityksen tarina ja todella sisäistää mitä olen myymässä. Sain uutta intoa Brändikäsikirjasta missä suunniteltiin asemointia hausalla lisätehtävällä, listalta piti valita oma arkkityyppi ja minä valitsin sen olevan kapinallinen. (Ruokolainen 2020.) Minulle tuli siitä mieleen Robin Hood. Palveluni ei varasta keneltäkään mitään mutta tuo vaurauden työkaluja kaikkien saataville, tämä ajatus inspiroi minua edelleen.

Olin suunnitellut yrityksen palvelun hinnan kannattavaksi ja tarkistin sen vielä Excel-laskelmalla. Kannattavuuslaskelmaa tehdessäni muistin sen, että minun pitää seurata tuloja ja kuluja säännöllisesti, sillä kun toiminta kasvaa, kuluja alkaa kertyä nopeasti lisää ja silloin en enää tiedä onko toiminta kannattavaa.

Lähteet

Elisa Oyj. 2024. Yrittäjän ja pienen yrityksen palvelut. Palvelut. Viitattu 30.9.2024. <https://yrityksille.elisa.fi/yrittajille>.

Facebook. 2024. Velallisten tukiryhmä. Vaatii kirjautumisen palveluun. Viitattu 30.9.2024. https://www.facebook.com/groups/velallistentuki/?locale=fi_FI.

Gülle, S. 2024. Satu Gülle Oy. Kuinka saada myyntiä Instagramissa. Blogi. Viitattu 3.10.2024. Opas vaatii lataamisen. <https://www.satugulle.fi/blog/kuinka-saada-myyntia-instagramissa>.

Kolttola, E.; Pösö, J. & Saaranen, P. 2022. Liike-elämän matematiikka. 13. painos. Edita Publishing Oy.

Koodiviidakko Oy. 2024. Suomen asiakastieto Oy tiedote 10.1.2024. Kauppi, V. Tutustu tilastoihin. Viitattu 1.10.2024. <https://www.epressi.com/tiedotteet/talous/yli-50-000-suomalaista-maksoivanhoja-velkojaan-ja-paasi-eroon-maksuhairioista.html>.

Kuulu Oy. Muurinen, J. 2024. Instagram live – hyödynnä Instagramin näkyvin paikka. Blogi. Viitattu 3.10.2024. <https://blog.kuulu.fi/instagram-live>.

Louhos Digital Oy. 2024. Verkkosivujen koodaamisesta ei ota Erkkikään selvää. Etusivu. Viitattu 2.10.2024. <https://louhosdigital.fi/>.

Marttaliitto Ry. 2024. Omat rahat. Omat rahat. Viitattu 30.9.2024. <https://www.martat.fi/omat-rahats/>.

Mladenov, V. 2015–2024. Ranktracker Ltd. Kaikki Tiktokista – perimmäinen opas (SEO, faktat, tilastot). Blogi. Viitattu 4.10.2024. <https://www.ranktracker.com/fi/blog/all-about-tiktok-the-ultimate-guide-seo-facts-stats/>.

Oikeusapu- ja edunvalvontapiirit. 2024. Talous- ja velkaneuvonta. Apua talousvaikeuksiin. Viitattu 30.9.2024. https://oikeus.fi/talousjavelkaneuvonta/fi/index/apuatalousvaikeuksiin_1/talousjavelkaneuvonta.html.

OP Ryhmä. 2024. Yritystilin avaaminen verkossa uudelle yritysasiakkaalle. Yritysasiakkaat. Viitattu 30.9.2024.

<https://www.op.fi/yritykset/asiakkuus/yrityksen-perustaminen/avaa-yritystili>.

Parantainen, J. 2010. Tuotteistaminen: rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. E-kirja. Alma Insights.

Patentti- ja rekisterihallitus. 2024. Osakeyhtiön perustaminen ja perustamisilmoitus kaupparekisteriin. Osakeyhtiö. Viitattu 30.9.2024.

<https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/osakeyhtio/perustaminen.html>.

Perho, A. 12.10.2023. Mä oon nyt vähän väsynyt – Näin lisää energiaa arkeesi. Podcast. Spotify.

Perho, A. 2020. Antisääätäjä. E-kirja. Otava

Ruokolainen, P. 2020. Brändikäsikirja – Näin teet yritysbrändistä vetovoimaisen! E-kirja. Kauppakamari.

Suomen Asiakastieto Oy. 2024. Tunnusluvut. Liikevoitto %. Viitattu 15.10.2024.

<https://www.asiakastieto.fi/voitto/ohje/tunnusluvut.htm>.

Suomen Evankelis-Luterilainen kirkko. 2024. Rahahuolia. Apua ja tukea. Viitattu 30.9.2024. <https://evl.fi/apua-ja-tukea/rahahuolet/>.

Sävel.L. 2024. Helpot kotisivut.fi MS Oy. Tiktok-markkinointi – Mitä se on? Palvelut. Tiktok opas. Viitattu 4.10.2024. <https://www.helpotkotisivut.fi/tiktok-markkinointi/#osa1>.

Takuusäätiö. 2024. Palvelut ja materiaalit. Palvelut ja materiaalit. Viitattu 30.9.2024. <https://www.takuusaatio.fi/palvelut-ja-materiaalit/>.

Tervonen, M. & Mikkola, S. 2016. Luova laboratorio. Saarijärven offset. Haastateltavana Miki Liukkonen.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. E-kirja. Alma Insights.

Työterveyslaitos. 2024. Mitä asiakasosallisuus on? Oppimateriaalit. Viitattu 5.10.2024. <https://www.ttl.fi/oppimateriaalit/asiakasosallisuus-sotessa/mita-asiakasosallisuus>.

Ulosottolaitos. 2024. Talousneuvolat. Apua velkaongelmiin. Viitattu 30.9.2024.
<https://ulosottolaitos.fi/fi/index/tietoautosotosta/tietoavelalliselle/apuavelkaongelmiin/talousneuvolat.html>.

Varsinais-Suomen hyvinvointialue. 2024. Taloussosiaaliryöön ohjaus ja neuvonta, Turku. Sosiaalinen luototus (rahoitus). Viitattu 30.9.2024.
<https://www.varha.fi/fi/asiointikanavat/taloussosiaaliryoen-ohjaus-ja-neuvonta-turku>.

Verohallinto 2024. Uusi yrittäjä – näin perustat yrityksen ja huolehdi veroista. Yritystoiminta. Viitattu 30.9.2024. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/yritystoiminta/uusi-yritys/>.

Visma Solutions Oy. 2024. Pienyrittäjän laskutus- ja kirjanpito-ohjelma. Yrityksille. Viitattu 30.9.2024.
<https://netvisor.fi/tuote/laskutusohjelma/pienyrittajalle/>.

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä. 2024. Perustamis-, muutos- ja lopettamisilmoitukset. Ilmoittaminen. Viitattu 30.9.2024.
<https://www.ytj.fi/index/ilmoittaminen.ht>