



Franchising-yrittäjän perehdyttämisopas

Lassi Hirvonen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tradenomin tutkinto

Toiminnallinen opinnäytetyö

2025

Tiivistelmä

Tekijä(t) Lassi Hirvonen
Tutkinto Tradenomin tutkinto
Raportin/Opinnäytetyön nimi Franchising-yrittäjän perehdyttämisopas
Sivu- ja liitesivumäärä 27 + 14
<p>Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä kehitettiin perehdyttämisopas franchising-yrittäjille Eezy VMP Oy:lle. Työn lähtökohtana oli tarve systematisoida ja yhdenmukaistaa uusien franchising-yrittäjien perehdytysprosessia, joka aiemmin perustui hajanaisiin ja epävirallisiin käytäntöihin. Oppaan tavoitteena oli tukea uusien yrittäjien sujuvaa siirtymistä osaksi ketjua sekä varmistaa liiketoiminnan tehokas ja eettinen käynnistäminen.</p> <p>Oppaaseen koottiin yhteen franchising-toiminnan keskeiset periaatteet, yrittäjän roolit ja vastuut, ketjun toimintamallit sekä käytännön työkaluja, jotka tukevat yrittäjää liiketoiminnan alkuvaiheessa. Sisältö perustui tietoperustaan perehdyttämisestä, franchisingista ja vastuullisuudesta sekä yhteistyöhön toimeksiantajaorganisaation kanssa. Opinnäytetyöprojekti aloitettiin tammi-kuussa ja saatiin päätökseen huhtikuussa 2025.</p> <p>Perehdyttämisopas toimii paitsi käytännön työkaluna uusille yrittäjille, myös tukirakenteena franchising-ketjun sisäiselle osaamisen kehittämiseksi ja johtamiseksi. Digitaalinen toteutus mahdollistaa sen helpon päivitettävyyden ja laajan saavutettavuuden. Työn keskeinen havainto on, että laadukas ja jatkuva perehdytys on merkittävä menestystekijä niin yksittäiselle yrittäjälle kuin koko franchising-verkostolle – se vahvistaa sitoutumista, vähentää alkuvaiheen virheitä ja tukee kestävästä yrittäjyyttä.</p>
Asiasanat: franchising, perehdyttäminen, yrittäjyys, vastuullisuus

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön tavoite.....	2
1.2	Toimeksiantajan esittely	2
1.3	Keskeiset käsitteet	3
2	Franchising-yrittäjän perehdyttäminen.....	5
2.1	Franchising-toiminnan perusperiaatteet.....	5
2.2	Perehdyttäminen ja sen merkitys.....	7
2.3	Perehdyttämisprosessi	9
2.4	Vastuullisuus	10
3	Toiminnallisen työn toteutus	13
3.1	Tuottamisen lähtötilanteen kuvaus	13
3.2	Tuotoksen tuottamisen kuvaus.....	15
4	Johtopäätökset ja pohdinta.....	19
4.1	Tavoitteiden saavuttaminen ja työn onnistumisen arviointi	19
4.2	Oppaan ajankohtaisuus ja tarpeellisuus	20
4.3	Oma oppiminen ja ammatillinen kehittyminen.....	22
	Lähteet.....	24
	Liitteet	28
	Liite 1. Eezy franchising-yrittäjän perehdyttämisopas	28

1 Johdanto

Franchising-yrittäjyys on kasvava ilmiö, joka tarjoaa yrittäjille mahdollisuuden hyödyntää valmiiksi testattua liiketoimintamallia tunnetun brändin tukemana. Samalla se kuitenkin edellyttää yrittäjältä vahvaa perehtymistä konseptiin, toimintatapoihin ja vastuisiin. (Rosado-Serrano, Paul & Dikova 2018, 239.) Tämä opinnäytetyö käsittelee franchising-yrittäjän perehdyttämistä ja tuottaa konkreettisen oppaan, jonka tarkoituksena on helpottaa uuden yrittäjän siirtymistä osaksi franchising-ketjua ja tukea hänen liiketoimintansa käynnistämistä.

Perehdytysprosessi on keskeinen osa yrityksen menestystä, sillä se varmistaa, että jokainen uusi yrittäjä omaksuu ketjun toimintaperiaatteet ja pystyy soveltamaan niitä käytännössä. Laadukas perehdytys voi vaikuttaa merkittävästi yrittäjän onnistumiseen ja sitoutumiseen, ja siten myös koko franchising-ketjun menestykseen. (Allen & Heartland 6.3.2024.) Aihe on ajankohtainen, sillä franchising-malliin perustuvien yritysten määrä on kasvanut Suomessa, ja samalla on korostunut tarve tehokkaalle ja yhdenmukaiselle perehdytykselle. Työn keskiössä on franchising-yrittäjän menestystekijöiden ymmärtäminen ja niiden soveltaminen perehdytyksen kehittämiseen.

Vastuullisuus viittaa yrityksen vapaaehtoiisiin toimiin, joilla pyritään ottamaan huomioon yhteiskunnallisia, ympäristöllisiä ja eettisiä näkökulmia osana liiketoimintaa. Se ei siis ole pelkästään lakien ja säädösten noudattamista, vaan niiden ylittämistä – omilla toimilla yritys osoittaa vastuuta sidosryhmiään kohtaan. Vastuullisuus ei ole pelkkä organisaation arvo, vaan se voidaan nähdä strategisena liiketoimintapäätöksenä, jolla on selkeitä taloudellisia vaikutuksia. Se voi olla osa yrityksen kilpailustrategiaa, joka vaikuttaa suoraan kannattavuuteen ja riskiprofiiliin. (Albuquerque, Koskinen & Zhang 2019, 4451–4452.) Tämän vuoksi myös perehdyttäminen ja perehdyttämisoppaan laatiminen ovat vastuullisia tekoja. Ne osoittavat, että franchising-ketju välittää franchising-yrittäjiensä hyvinvoinnista ja haluaa varmistaa sujuvan, turvallisen ja tehokkaan aloituksen. Hyvin suunniteltu perehdytys vähentää virheitä, edistää motivaatiota ja sitoutumista sekä parantaa työturvallisuutta ja työilmapiiriä. Näin se tukee sekä eettisiä että taloudellisia tavoitteita, ja toimii konkreettisena esimerkkinä siitä, kuinka vastuullisuus voi näkyä arjen käytännöissä.

Perehdyttämisoppaan kehittäminen tukee kestäväää yrittäjyyttä, sillä se edistää uusien yrittäjien hyvinvointia ja auttaa heitä toimimaan eettisesti ja vastuullisesti. Aiheen näkökulmasta vastuullisuus näkyy siinä, miten varmistetaan franchising-toiminnan eettisyys, työntekijöiden oikeuksien huomiointi ja asiakaslähtöinen toimintatapa. (Caldwell & Peters 2018, 27.) Näin ollen työ ei ainoastaan täytä akateemisia vaatimuksia, vaan myös tukee yritys vastuullisuuden ja kestävään liiketoiminnan periaatteita. Opinnäytetyö toteutetaan toiminnallisena opinnäytetyönä.

1.1 Opinnäytetyön tavoite

Tämä toiminnallinen opinnäytetyö käsittelee aloittavan franchising-yrittäjän perehdyttämisprosessia, jonka tueksi kehitetään selkeä ja käytännönläheinen perehdyttämisopas. Tarkoituksena on tukea uusien franchising-yrittäjien sujuvaa siirtymistä osaksi franchising-verkostoa. Franchising-liiketoimintamalli edellyttää yrittäjältä tiettyjä taitoja, tietämystä ja sitoutumista yhtenäisiin toimintamalleihin, minkä vuoksi hyvin suunniteltu perehdytysprosessi on keskeinen menestyksen kannalta.

Toiminnallisen opinnäytetyön tuotoksena syntyy perehdyttämisopas yrityksen perehdytysprosessin tueksi. Perehdytysopas kehitetään yhteistyössä toimeksiantajayrityksen kanssa, jotta se vastaisi mahdollisimman hyvin sekä yrittäjien että ketjun tarpeisiin. Perehdyttämisopas toimii käytännön työkaluna, joka sisältää selkeitä toimintamalleja, tarkistuslistoja ja ohjeita franchising-yrittäjän alkuvaiheeseen. Lisäksi työ tarkastelee, miten perehdytysprosessia voidaan kehittää tehokkaaksi, vaikuttavaksi ja yhdenmukaiseksi osaksi franchising-verkostoa.

Opas auttaa yrittäjää ymmärtämään vastuunsa ja mahdollisuutensa, sekä antaa konkreettisia työkaluja liiketoiminnan sujuvaan käynnistämiseen. (Panda, Thapa, Paswan & Mishra 2023, 815.) Lisäksi oppaan on tarkoitus yhtenäistää franchising-ketjun perehdytysprosessia ja tarjota franchising-ketjun johdolle selkeä työkalu uusien yrittäjien tukemiseen.

Perehdyttämisprosessin kehittäminen on ajankohtaista, sillä franchising-mallin suosio on kasvanut, ja samalla yrittäjien odotukset tuen ja ohjauksen suhteen ovat lisääntyneet. Hyvin toteutettu perehdytys tukee uusien yrittäjien nopeaa sopeutumista, vähentää alkuvaiheen virheitä ja edistää pitkäaikaista sitoutumista verkostoon. Oppaan avulla pyritään varmistamaan, että jokainen uusi franchising -yrittäjä saa saman tasoisen, systemaattisen ja selkeän perehdytyksen, mikä parantaa sekä yksittäisten yrittäjien että koko verkoston menestystä. Tämä opinnäytetyö tehdään toimeksiantona Eezy VMP Oy:lle.

1.2 Toimeksiantajan esittely

Eezy VMP Oy (jäljempänä Eezy) on yksi Suomen johtavista henkilöstöpalvelualan yrityksistä. Eezy tarjoaa monipuolisia työllistymisen ja yrittäjyyden mahdollisuuksia sekä työntekijöille että yrityksille. Yrityksen palveluvalikoimaan kuuluvat muun muassa henkilöstövuokraus, rekrytointipalvelut, kevytyrittäjyysspalvelut sekä franchising-yrittäjyys. Eezyllä on laaja valtakunnallinen verkosto, joka kattaa useita toimialoja ja asiakaskohderyhmiä. (Eezy s.a.b.)

Eezy toimii franchising-mallilla, jossa itsenäiset yrittäjät liittyvät ketjuun ja operoivat paikallisesti Eezy:n konseptin mukaisesti. (Eezy s.a.c.) Tämä malli tarjoaa yrittäjille valmiin brändin, toimintamallit ja tuen, mutta samalla se edellyttää heiltä vahvaa sitoutumista yrityksen arvoihin ja

toimintaperiaatteisiin. Eezy-franchising yrittäjänä toimiminen mahdollistaa yrittäjälle joustavan liiketoiminnan harjoittamisen, mutta menestyksen edellytyksenä on tehokas perehdytys ja liiketoiminnan sujuva käynnistäminen.

Opinnäytetyön ensisijaisena kohderyhmänä ovat aloittavat Eezy-franchising-yrittäjät, joille perehdyttämisoapas toimii käytännön työkaluna liiketoiminnan alkuvaiheessa. Opas auttaa heitä ymmärtämään franchising-toiminnan keskeiset periaatteet, ketjun toimintamallit ja yrittäjän vastuut, jotta he voivat menestyksekkäästi rakentaa omaa liiketoimintaansa osana Eezy-verkostoa.

Toissijaisena kohderyhmänä ovat Eezy:n henkilöstöhallinnon ja franchising-toiminnan vastuhenkilöt, jotka voivat hyödyntää opasta osana uusien yrittäjien perehdytysprosessia. Opas tarjoaa perehdyttämiseen yhtenäisen ja selkeän perehdytysrakenteen, mikä tehostaa uusien yrittäjien koulutusta ja varmistaa, että kaikki ketjun jäsenet saavat saman tasoisen alkutuen.

Yrityksen missio on auttaa työntekijöitä ja yrityksiä löytämään toisensa sekä edistää suomalaista työelämää tarjoamalla joustavia ja innovatiivisia ratkaisuja. Eezy korostaa arvoissaan asiakaslähtöisyyttä, vastuullisuutta ja jatkuvaa kehitystä, ja nämä periaatteet näkyvät myös franchising-toiminnassa. (Eezy. s.a.a.) Eezy:n tavoitteena on kehittää franchising-yrittäjiensä tukiprosesseja, ja tämä opinnäytetyö tukee tätä tavoitetta tarjoamalla käytännönläheisen perehdyttämisooppaan uusille yrittäjille. Opinnäytetyön lopputuloksena syntyvä opas tarjoaa sekä rakenteellista että käytännön tukea uusille Eezy-franchising-yrittäjille sekä pohjan perehdyttäjinä toimiville henkilöille Eezy-franchising ketjussa.

1.3 Keskeiset käsitteet

Tämän opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä ovat franchising, franchising-yrittäjä, franchising-ketju, franchising sopimus, perehdyttäminen, liiketoimintakonsepti ja sosiaalinen tukiverkosto.

Franchising-yrittäjä ostaa toiselta yritykseltä luvan toimia franchisingia tarjoavan yrityksen nimissä. Tämä tarkoittaa, että franchising-yrittäjät myyvät franchising-ketjun tarjoamia palveluita ja tuotteita saman brändin alla. Franchising-yrittäjät puolestaan odottavat franchising-ketjun ylläpitävän korkeaa laatua koko ketjussa sekä tarjoavan ajantasaista tukea ja koulutusta liiketoimintayksiköidensä pyörittämiseksi. (Gillis, Combs & Yin 2020, 1.) Lisäksi työssä käsitellään yrittäjän vastuuta eri näkökulmista.

Franchising-ketju on franchisingia tarjoava yritys. Se tuo mukanaan hyväksi todetun liiketoimintamallinsa, pääsyn keskeisiin verkostoihin ja tunnetun brändinimen. Ketju luottaa franchising-yrittäjien tuovan resursseja ja pyörittävän franchising-toimipisteitä tehokkaasti noudattaen toimintastandardeja. (Gillis ym. 2020, 1.) Tämä oikeus myönnetään franchising-sopimuksen kautta, joka

määrittelee kummankin osapuolen oikeudet ja velvollisuudet. Franchising-ketjut toimivat monilla eri aloilla, kuten vähittäiskaupassa, ravintolatoiminnassa ja palvelualalla. (Bertrand, Brusset & Chabot 2021, 187–188.)

Franchising tarkoittaa kahden osapuolen sopimusjärjestelyä, jossa toisena osapuolena toimii franchising-ketju ja toisena ostava yritys franchising-yrittäjä. Perusajatuksena on yhdistää molempien osapuolten resurssit kilpailuedun saavuttamiseksi. Franchising-ketju näkee franchisingin resursien hankinnan, kasvun ja laajentumisen välineenä, kun taas franchising-yrittäjät pitävät sitä turvalisena liiketoimintamahdollisuutena. Franchisingin kesto ja paikka riippuu aina franchising-sopimuksen ehdoista. (Doroghazi 2020, 1927.)

Franchising-sopimus on franchising-ketjun ja franchising-yrittäjän välinen sopimus, jossa sovietaan franchising toiminnan ehdoista, kuten esimerkiksi siitä, kauanko franchising-toiminta kestää, missä se sijaitsee ja millaisia palveluja franchising-yrittäjä tarjoaa. Suomessa ei ole erityistä franchising toimintaa koskevaa lainsäädäntöä, mutta franchising-sopimukseen sovelletaan yleistä sopimusvapautta, tavaramerkkilakia, työlainsäädäntöä, kuluttajansuojalakeja ja yhtiölainsäädäntöä. (Suomen Franchising-Yhdistys ry 2005.)

Perehdyttäminen on prosessi, jossa työnantajat auttavat uusia työntekijöitä tai uuteen rooliin siirtyviä työntekijöitä tutustumaan yrityskulttuuriin ja omaan tehtäväänsä. Tämä prosessi on suunniteltu helpottamaan työntekijöiden siirtymistä organisaatioon, jotta he voivat mahdollisimman nopeasti ryhtyä tuottaviksi tiimin jäseniksi. Perehdytyksen vaikutus työntekijän suorituskykyyn ulottuu koko organisaatioon, joten se liittyy suoraan liiketoiminnan tuloksiin ja vaatii merkittävää resurssi-panostusta. (Davila & Pina-Ramirez 2018, luku 1.)

Liiketoimintaidea tarkoittaa yrityksen toiminta-alaa ja sitä millaisia tuotteita ja palveluita yritys aikoo tarjota ja millaista strategiaa se aikoo käyttää. (Ebert & Griffin 2020, 109.) Tässä opinnäytetyössä liiketoiminta ideaa käsitellään Eezyn konsernin näkökulmasta eli millaisia palveluita Eezy tarjoaa ja mitä uuden aloittavan yrittäjän tulee ottaa huomioon.

Sosiaalinen tukiverkosto tarkoittaa apua tarjoavia tahoja, joita henkilöllä on saatavilla ympärillään. (Nielsen 2019, 60.) Tässä opinnäytetyössä tukiverkostolla tarkoitetaan yrittäjän lähipiiriä, kuten perhettä ja ystäviä, mutta myös mahdollisia apua tarjoavia palveluita ja franchising-ketjun johtoa ja perehdyttäjää, jotka tukevat aloittavaa franchising-yrittäjää hänen matkansa varrella.

2 Franchising-yrittäjän perehdyttäminen

Franchising-yrittäjyys tarjoaa yrittäjälle mahdollisuuden hyödyntää valmiiksi testattua liiketoimintamallia, mutta samalla se asettaa vaatimuksia konseptin noudattamiselle ja ketjun toimintaperiaatteiden sisäistämiseksi. Perehdyttäminen on keskeinen tekijä, joka auttaa uutta franchising-yrittäjää omaksuma ketjun toimintamallit, kehittämään liiketoimintaansa ja sopeutumaan osaksi laajempaa verkostoa. Järjestelmällinen ja hyvin suunniteltu perehdytys ei ainoastaan edistä yrittäjän onnistumista, vaan myös tukee koko franchising-ketjun laadunhallintaa ja yhtenäisyyttä. (Davila & Pina-Ramirez 2018, luku 1.)

Perehdytysprosessi alkaa jo ennen yrittäjän varsinaista liiketoiminnan käynnistämistä, ja sen tulee kattaa niin käytännön työtehtävät kuin yrityksen arvot ja toimintakulttuuri. Uudelle yrittäjälle voidaan koota kattava tietopaketti, joka sisältää keskeisiä materiaaleja, kuten toimintaohjeita, ketjun yhteystietoja ja asiakastyöhön liittyvää aineistoa. Lisäksi digitaalisten järjestelmien ja tietolähteiden, kuten yrityksen intranetin ja ohjeistusten, hyödyntäminen tukee yrittäjän oppimisprosessia ja itsenäistä tiedonhankintaa. (Joki 2024, luku 7.2–7.3.)

Perehdyttämisen onnistumiseen vaikuttavat myös jatkuva seuranta ja mahdollisuus esittää kysymyksiä. Säännölliset keskustelut ja ohjaustapaamiset varmistavat, että yrittäjä saa tarvittavan tuen ja voi kehittää osaamistaan systemaattisesti. Kun perehdytysprosessi toteutetaan suunnitelmallisesti ja yksilölliset tarpeet huomioiden, se parantaa yrittäjän valmiuksia menestyä liiketoiminnassaan ja sitouttaa hänet osaksi franchising-ketjua. (Godinho, Reis, Carvalho & Martinho 2023, 1–3.)

2.1 Franchising-toiminnan peruseriaatteet

Franchising on liiketoimintamalli, jossa kaksi oikeudellisesti ja taloudellisesti itsenäistä yritystä – franchising-ketju ja franchising yrittäjä – solmivat pitkäaikaisen sopimuksen. Tämä sopimus antaa franchising-yrittäjälle oikeuden hyödyntää franchising-ketjun kehittämää liiketoimintakonseptia ennalta määriteltyjen ohjeiden mukaisesti sovitun ajan tietyllä alueella tai tietyssä paikassa. Franchisingia hyödynnetään monilla toimialoilla, ja se tarjoaa yrittäjälle valmiiksi testatun konseptin sekä jatkuvaa tukea liiketoiminnan kehittämiseen. (Doroghazi 2020, 1927–1928.)

Franchising-ketju on yritys, joka hallitsee ja omistaa oikeuden liiketoimintakonseptiin. Se tarjoaa franchising-yrittäjälle koulutusta, ohjeistusta sekä teknistä ja kaupallista tukea, jotta liiketoiminta voidaan toteuttaa yhtenäisesti ja tehokkaasti. Lisäksi franchising-ketju valvoo ja ohjaa jatkuvasti franchising-yrittäjien toimintaa varmistaakseen konseptin yhtenäisyyden ja laadun säilymisen. (Gillis ym. 2020, 1.)

Franchising-yrittäjä on itsenäinen toimija, joka ei ole yrityksen työntekijä, vaan hän käyttää yrityksen tavaramerkkiä ja toimintajärjestelmää tuotteiden valmistukseen ja myyntiin. Mahdollisia taloudellisia järjestelyjä on monia, mutta yleisin malli on, että franchising-yrittäjä maksaa aloitusmaksun sekä rojaltimaksuja tai prosenttiosuuden myynnistä. Hän rahoittaa toiminnan, hankkii laitteet ja tarvikkeet sekä palkkaa työntekijät, mutta on osa laajempaa franchising-järjestelmää. Hyvän franchising-konseptin valitseminen on tärkeää, mutta menestys riippuu ennen kaikkea toteutuksesta. (Gillis ym. 2020, 1.)

Franchising on oikeudellinen sopimus, mutta taitavan franchising-ketjun käsissä se muistuttaa enemmän sosiaalista sopimusta kuin konkreettista laillista asiakirjaa. Sosiaalinen sopimus on yksinkertainen. Franchising-yrittäjät sitoutuvat toteuttamaan liiketoimintamallia parhaansa mukaan, rakentamaan brändiä paikallisesti brändijohtajuuden periaatteiden mukaisesti sekä tuottamaan tuotteille ja palveluille lisäarvoa, joka ylittää niiden asiakkailta perimän hinnan. Franchising-ketju puolestaan sitoutuu jatkuvasti kehittämään prosesseja ja järjestelmiä sekä tekemään työtä sen eteen, että se tuottaa franchising-yrittäjille enemmän lisäarvoa kuin mitä se kerää rojalteja. (Mathews 2024, 1.)

Franchising-järjestelmä koostuu franchising-ketjun omistamista sekä yrittäjävetoisista yksiköistä, jotka toimivat saman liikemerkin alla. Järjestelmän menestys perustuu standardoituihin toimintamalleihin, jatkuvaan kehitykseen ja franchising-ketjun tarjoamaan tukeen. Yhtenäisen brändin, koulutuksen ja valvonnan ansiosta franchising-järjestelmä pystyy tarjoamaan asiakkaille tasalaatuaista palvelua ja tuotteita. (Suomen Franchising-Yhdistys ry 2017b.)

Franchisingin perusmuodot jaetaan tyypillisesti kahteen pääluokkaan: tuotejakelu- ja tavaramerkki-franchisingiin sekä liiketoimintamalli-franchisingiin. Ensimmäinen keskittyy tuotteen tai palvelun jakeluun franchising-ketjun brändin alla, kun taas jälkimmäinen kattaa koko liiketoimintakonseptin siirtämisen franchising-yrittäjälle. Eurooppalaisessa franchising-käsityksessä painotetaan erityisesti liiketoimintamalli-franchisingia, joka sisältää selkeät toimintaprosessit, koulutuksen ja jatkuvan tuen. (Suomen Franchising-Yhdistys ry 2017b.)

Franchising-toiminnan selkeä ja johdonmukainen terminologia on tärkeää sekä kansallisella että kansainvälisellä tasolla. Suomen Franchising-Yhdistyksen suosittelemat käsitteet, kuten franchising-ketju, franchising-yrittäjä ja franchising-sopimus, auttavat varmistamaan yhdenmukaisuuden ja selkeyden alan toiminnassa. Tämä on erityisen merkittävää, sillä franchising perustuu sopimussuhteisiin ja tarkasti määriteltyihin toimintaperiaatteisiin, joiden noudattaminen on keskeistä järjestelmän onnistumiselle. (Suomen Franchising-Yhdistys ry 2017b.)

2.2 Perehdyttäminen ja sen merkitys

Perehdyttäminen on prosessi, jonka avulla uusi franchising-yrittäjä saadaan mahdollisimman nopeasti osaksi ketjua, sen toimintakulttuuria ja liiketoimintamallia. Hyvin suunniteltu ja toteutettu perehdytys mahdollistaa yrittäjän tehokkaan ja itsenäisen työskentelyn, minimoi virheitä ja auttaa häntä saavuttamaan liiketoiminnalliset tavoitteensa nopeammin. Samalla perehdyttäminen on olennainen osa ketjun brändin ja palvelulaadun yhtenäisyyden varmistamista. (Joki 2024, luku 7.1.)

Perehdytys yhdistää useita henkilöstöhallinnon prosesseja. Se alkaa rekrytoinnista ja valinnasta, jonka jälkeen uuden yrittäjän osaamista kehitetään koulutuksen, mentoroinnin ja valmennuksen avulla. Edistymistä seurataan suorituskyvyn hallinnan sekä palkitsemis- ja tunnustusjärjestelmien kautta. Viestintä ja yhteistyö vaikuttavat perehdyttämisprosessiin, ja sen aikana yrittäjälle muodostuu käsitys franchising-ketjun strategiasta. Perehdytys tulisi nähdä keskeisenä osana onnistunutta osaamisen johtamisen strategiaa. (Karambelkar & Shubhasheesh 2017, 5.)

Perehdyttäminen ja työnopastus ovat keskeisiä tekijöitä uuden franchising-yrittäjän onnistumisessa ja liiketoiminnan sujuvassa käynnistämisessä. Hyvin toteutettu perehdytys ei ainoastaan paranna työntekijän tai yrittäjän turvallisuutta ja tehokkuutta, vaan myös edistää työhyvinvointia ja sitoutumista yrityksen toimintamalleihin. (Työturvallisuuskeskus s.a.)

Perehdytys alkaa jo ennen varsinaista liiketoiminnan käynnistämistä. Tähän sisältyy franchising-konseptin, brändin ja yrittäjän roolin selkeä esittely sekä käytännön asioiden, kuten liiketoiminnan tavoitteiden ja tukipalveluiden läpikäynti. On tärkeää, että uusi yrittäjä tietää jo alussa, mistä hän saa tarvittavaa tietoa ja tukea sekä keneen voi olla yhteydessä kysymysten ilmetessä. (Työterveyslaitos s.a.)

Perehdytystä kannattaa suunnitella etukäteen. Laadukkaasti suunniteltu ja toteutettu perehdytys tuo useita konkreettisia hyötyjä, kuten nopea oppiminen ja itsenäinen työskentely. Perehdytyksen avulla yrittäjä oppii liiketoiminnan keskeiset prosessit tehokkaasti ja pystyy nopeammin työskentelemään itsenäisesti ilman jatkuvaa tukea. Tämä vähentää virheiden määrää ja lisää liiketoiminnan sujuvuutta. (Joki 2024, luku 7.2.)

Hyvin suunniteltu perehdytys myös laskee virheiden määrää ja minimoi riskit. Aloittelevalla yrittäjällä ei välttämättä ole aiempaa kokemusta franchising-liiketoiminnasta tai henkilöstöpalvelualasta, jolloin virheiden riski on suurempi. Hyvin toteutettu perehdytys auttaa välttämään kalliita virheitä, kuten sopimusteknisiä virheitä, asiakashankinnan ongelmia tai markkinointimokan aiheuttamia imagohaittoja. (Joki 2024, luku 7.2.)

Perehdytystä suunniteltaessa tulee myös ottaa huomioon turvallisuuden ja hyvinvoinnin edistäminen. Työturvallisuus ja yrittäjän työhyvinvointi ovat tärkeä osa perehdytystä. Perehdytyksen avulla yrittäjä oppii turvalliset työskentelytavat, työterveyshuollon palvelut ja ergonomian merkityksen omassa työssään. Tämä vähentää stressiä ja tukee pitkän aikavälin jaksamista. (Joki 2024, luku 7.2.)

Perehdytyksen tulisi myös sitouttaa uutta yrittäjää franchising-ketjuun ja antaa tälle parhaat mahdolliset tiedot ja taidot aloitukseen. Kun uusi yrittäjä kokee saavansa tarvittavan tuen ja ohjauksen, hänen sitoutumisensa ketjuun vahvistuu. Selkeä perehdytys luo varmuutta ja auttaa yrittäjää näkemään liiketoimintamahdollisuutensa realistisesti, mikä lisää motivaatiota ja pitkäjänteistä kehittämistä. (Joki 2024, luku 7.2.)

Franchising-ketjun täytyy alkaa heti alusta asti luoda uuteen yrittäjään tunnepohjaista yhteyttä keskustelemalla yrityksen tehtävästä, visiosta ja arvoista. Kun yrittäjä voi samaistua ketjun agendaan, hän voi kokea suhteensa organisaatioon henkilökohtaisempana ja tuntea kuuluvansa organisaatioon. Kun yrittäjä ymmärtää ketjun vision ja tavoitteet, voi hän nähdä itsensä yrittäjänä franchising-ketjulle tulevaisuudessa. Kun uuden yrittäjän ja ketjun arvot ovat linjassa, uusi yrittäjä ei koe arvo maailmojen eroavaisuuksia, joka usein saa uudet yrittäjät etsimään muita mahdollisuuksia. (Davila & Pina-Ramirez 2018, luku 1.)

Ensimmäisten päivien ja viikkojen aikana yrittäjälle tulee tarjota kattava perehdytys franchising-verkoston toimintaan, asiakashankintaan, myyntiprosesseihin sekä käytännön työkaluihin. Lisäksi hänen on tärkeää tutustua työyhteisöönsä ja ketjun muihin yrittäjiin, sillä verkostoituminen ja vertaistuki voivat merkittävästi helpottaa alkuvaiheen haasteita. (Työterveyslaitos s.a.)

Perehdytyksen jatkuvuus on yksi keskeisimmistä menestystekijöistä. Uuden yrittäjän tulee saada jatkuvaa tukea ja mahdollisuus kehittää osaamistaan koulutusten ja mentoroinnin avulla. Palaute ja vuorovaikutus ketjun muiden toimijoiden kanssa auttavat yrittäjää sopeutumaan ja kehittämään omaa liiketoimintaansa. (Työterveyslaitos s.a.)

Perehdyttämisen seuranta on olennainen osa uuden franchising-yrittäjän tukemista ja varmistaa, että perehdytys on ollut tehokasta ja vastannut yrittäjän tarpeisiin. Seurantakeskustelu tarjoaa yrittäjälle mahdollisuuden kertoa, missä asioissa hän kokee onnistuneensa ja missä hän tarvitsee vielä lisätukea. Tämä luo myös turvallisuuden tunnetta ja vahvistaa sitoutumista ketjuun. Säännöllinen seuranta auttaa tunnistamaan kehityskohteita ajoissa ja antaa franchising-ketjulle arvokasta tietoa perehdytysprosessin kehittämistä varten. Kun yrittäjä kokee, että hänen kasvuaan ja oppimistaan tuetaan jatkuvasti, hän pystyy rakentamaan liiketoimintaansa entistä vahvemmalle pohjalle. Hyvin hoidettu seuranta ei ole vain yksittäinen toimenpide, vaan osa jatkuvaa oppimisen ja

kehityksen prosessia, joka tukee sekä yksittäistä yrittäjää että koko franchising-ketjun menestystä. (Joki 2024, 7.5.)

2.3 Perehdyttämisprosessi

Perehdyttäminen kuvataan prosessina, jonka avulla uusien yrittäjien sopeutumista franchising-ketjuun edistetään sekä sosiaalisella että suorituskyvyn tasolla. Tällä prosessilla tulisi olla kolme keskeistä tavoitetta: saada uudet yrittäjät tuntemaan itsensä osaksi franchising-ketjua, auttaa heitä oppimaan ketjun kulttuuri, missio, rakenne ja historia sekä varmistaa, että he ymmärtävät täysin franchising-ketjun peruseriaatteet. (Godinho ym. 2023. 3.)

On huomioitava, että uusilla yrittäjillä voi olla jo ennen perehdyttämistä odotuksia ja mielikuvia ketjusta ja yrittämisestä, jotka voivat vaikuttaa siihen, miten he näkevät yrittäjänä toimimisen. Jos perehdytysprosessi ei vastaa näitä odotuksia, yrittäjän sitoutuminen voi heikentyä. (Godinho ym. 2023, 2.)

Kun uusi yrittäjä liittyy franchising-ketjuun, hän saattaa kokea stressiä, ahdistusta ja epävarmuutta siitä, mitä tulevaisuus tuo tullessaan. Hän saattaa miettiä, miten ketjun muut yrittäjät suhtautuvat häneen ja millainen organisaatio on sisältäpäin. Näiden sisäisten ristiriitojen vähentämiseksi organisaatiot luovat ohjelmia ja oppaita, joilla tarjotaan keskeistä tietoa organisaatiosta ja uuden yrittäjän rooleista. (Smith, Matthews, Mills, Yeong-Hyun & Stacy 2022, 525.)

Perehdytysprosessi on tärkeä sekä franchising-ketjun että franchising-yrittäjän näkökulmasta. Franchising-ketjun kannalta se vähentää kustannuksia ja yrittäjän ennen aikaista poistumista, kun taas franchising-yrittäjän kannalta se parantaa sitoutumista, vahvistaa psykologista sopeutumista ketjuun ja nopeuttaa uuden yrittäjän oppimisprosessia sekä edistää sosiaalistumista. Perehdyttämisprosesseja on kahta tyyppiä: muodollinen ja epämuodollinen. Muodollisessa perehdyttämisohjelmassa organisaatio tarjoaa tietoa ohjatusti ja suunnitellusti, kun taas epämuodollinen perehdytys tapahtuu uuden työntekijän ja muiden organisaation jäsenten päivittäisissä vuorovaikutustilanteissa. Perinteisesti franchising-toiminnassa perehdyttäminen tapahtuu muodollisesti esimerkiksi perehdyttämisoppaan avulla. (Bowers, Thal & Elshaw 2023, 164.)

Jotta perehdytys onnistuisi, franchising-ketjun tulisi laatia ja toteuttaa perehdyttämisohjelma. Ohjelman on varmistettava, että uusi yrittäjä tuntee itsensä osaksi franchising-ketjua jo ensimmäisestä päivästä lähtien. Tämän jälkeen suoritetaan useita toimenpiteitä, joissa uudelle yrittäjälle kerrotaan hänen vastuistaan, oikeuksistaan, velvollisuuksistaan ja odotuksista liittyen sekä yksilölliseen että kollektiiviseen toimintaan. Lisäksi hänelle välitetään tietoa organisaatiosta, sen toimintaperiaatteista, missiosta, tavoitteista, arvoista, organisaatiokulttuurista ja markkina-asenteesta. (Gregory, Strode, Sharp & Barroca 2022, 1–2.)

Kun perehdytysohjelma on kerran perusteellisesti laadittu, sen käyttöönotto helpottuu ja siitä muodostuu ajan myötä vakiintunut toimintatapa. Perehdyttämisohjelma ei kuitenkaan voi pysyä muuttomattomana, vaan sitä on päivitettävä aina tarpeen mukaan. Henkilöstöasiantuntija laatii ohjelman, joka toimii perehdytyksen apuna ja tukee perehdyttämisen eri vaiheita. Perehdytysohjelman voi toimia esimerkiksi tarkistuslista tai perehdyttämisopas, jonka uusi yrittäjä saa heti aloittaessaan mukaansa. Sieltä löytyy kaikki tärkeimmät tiedot aloittamista varten sekä yhteistiedot, jos vastaan tulee ongelmia. (Joki 2024, luku 7.2.)

Uutta yrittäjää ei voi jättää yksin perehdytysoppaan kanssa, vaan perehdytyksen tulee olla jatkuvaa niin kauan, kunnes yrittäjä varmasti pystyy toimimaan itsenäisesti. Hyvin suunniteltu perehdytysprosessi luo pohjan yrityksen ohjauskulttuurille. Sen ei tulisi rajoittua vain ensimmäiseen päivään tai viikkoon, vaan sen tulisi olla jatkuva matka, joka tukee uusia työntekijöitä heidän kehittyessään. Perehdytysprosessin jatkuva kehittäminen palautteen ja muuttuvien tarpeiden perusteella auttaa pitämään tiimin tyytyväisenä ja yrityksen menestyvänä. (Allen & Heartland 6.3.2024.)

2.4 Vastuullisuus

Asiakkaat kiinnittävät yhä enemmän huomiota yritysten vastuullisuuteen ja eettisiin periaatteisiin ennen ostopäätöksen tekemistä. Vastaavasti työnhakijat selvittävät yritysten arvoja ja käytäntöjä varmistaakseen, että he hakevat töihin organisaatioihin, jotka toimivat kestäväällä ja vastuullisella tavalla. Sama pätee myös franchising-yrittäjyyttä harkitseviin – päätös ryhtyä osaksi tiettyä ketjua perustuu yhä useammin siihen, kuinka hyvin yritys toimii vastuullisuuden ja kestäväen kehityksen periaatteiden mukaisesti. (Schaltegger, Christ, Wenzig & Burritt 2021, 480–481.)

Vastuullisuus näkyy eri organisaatioissa eri tavoilla. Esimerkiksi pikaruokajätti sekä franchising-ketjuna toimiva McDonald's on vaihtanut logonsa keltaisesta vihreäksi Ranskassa kuvatakseen heidän tekemiään ilmastotekoja. He ovat sitoutuneet muun muassa seuraaviin vastuuta edistäviin toimenpiteisiin: luomumaidon käyttö pirtelöissä, kuljetuskaluston käyttövoimana ranskalaisten ravintoloiden käytetty friteeraus öljy, jätteiden minimointiin suunniteltu pakkausmateriaali, jätelajittelujärjestelmä ravintoloissa sekä koko tuotantoketjun kattava 'energiasuunnitelma', johon kuuluu esimerkiksi lämpöpumppujen asennus. (Le Bot, Perrigot, Déjean & Oxibar 2022, 4.)

Tämä on yksi monista esimerkeistä eri toimialoilta, jotka osoittavat, kuinka franchising-toimintaa harjoittavat yritykset ovat sitoutuneet yritysvastuullisiin toimiin (Corporate Social Responsibility (CSR)). Itse asiassa franchising-ketjut – kuten myös suurin osa muista yrityksistä franchising-sektorin ulkopuolella – sitoutuvat yhä vahvemmin ekologiseen ja sosiaaliseen siirtymään. CSR viittaa tyypillisesti yritysten eettisiin, ympäristöllisiin ja sosiaalisiin vastuisiin. Aiemmat tutkimukset ovat

osoittaneet, että yli 85 % Ranskan franchising-toimintaa harjoittavista yrityksistä ilmoittaa ainakin yhden yritys vastuullisen toimintansa verkkosivuillaan. (Le Bot ym. 2022, 5.)

Suomessa franchising-toimintaa ohjaa Suomen Franchising-Yhdistyksen (SFY) luomat eettiset säännöt, jotka ovat astuneet voimaan vuoden 2017 alusta lähtien. Nämä säännöt eivät voi kuitenkaan ylittää franchising-sopimuksessa lukevia pykäläitä. Säännöt perustuvat European franchising federationin (EFF) eettisiin sääntöihin. Näiden sääntöjen tavoitteena on varmistaa, että franchising-toiminta on reilua ja läpinäkyvää. Lisäksi SFY voi sisällyttää kansallisia lisäyksiä sääntöihin, kunhan ne eivät muuta EFF:n peruseriaatteita tai aiheuta väärintulkintoja. (Suomen Franchising-Yhdistys ry 2017a.)

EFF:n eettiset säännöt ovat keskeinen osa franchising-alan itsesääntelyä, ja ne huomioivat sekä franchising-ketjujen että franchising-yrittäjien oikeudet ja velvollisuudet suhteessa viranomaisiin, yhteiskuntaan ja kuluttajiin. Viimeisin päivitys sääntöihin tehtiin 17.10.2016, ja muutokset perustuvat jäsenmaiden kokemuksiin sekä Euroopan komission asettamiin itsesääntelyvaatimuksiin. Sääntöjä päivitetään jatkuvasti, jotta ne pysyvät ajankohtaisina muuttuvassa markkinatilanteessa. (Suomen Franchising-Yhdistys ry 2017a.)

Eettisten sääntöjen keskeisiä periaatteita ovat reiluus, läpinäkyvyys ja lojaalisuus, joiden tavoitteena on rakentaa luottamuksellista yhteistyötä franchising-ketjun ja franchising-yrittäjän välillä. Nämä periaatteet eivät ole ristiriidassa kansallisten lakien tai EU:n perusoikeuksien kanssa, vaan ne täydentävät ja tukevat niitä, luoden franchising-toiminnalle vakaat ja kestävä puitteet. (Suomen Franchising-Yhdistys ry 2017a.)

Sääntöjä sovelletaan kaikkiin franchising-suhteen vaiheisiin – ennen sopimuksen solmimista, sopimuskauden aikana ja sen päätyttyä. Ne muodostavat franchising-toiminnan eettisen perustan ja tarjoavat ohjeistuksen alan toimijoille. SFY:n jäsenenä toimivat franchising-ketjut sitoutuvat noudattamaan näitä sääntöjä, mutta ne eivät korvaa varsinaista franchising-sopimusta, ellei sopimuksessa ole erikseen sovittu niiden sisällyttämisestä osaksi sopimusehtoja. (Suomen Franchising-Yhdistys ry 2017a.)

Vastuullisuus ja yritys vastuun tunnetaan myös nimillä yritysten kestävä kehitys, kestävä liiketoiminta, yrityksen omatunto, yritysten sosiaalinen vastuu, yrityskansalaisuus tai vastuullinen liiketoiminta. Nämä termit kuvaavat yrityksen pyrkimyksiä tehdä hyvää takaisin yhteiskunnalle, parantaa ihmisten elämää ja tehdä maailmasta parempi paikka elää. (Mantri 2021, luku 2.)

Perehdyttämisopas auttaa uusia yrittäjiä sopeutumaan nopeasti ja vähentää aloittamiseen liittyvää stressiä. Hyvin perehdytetyt yrittäjät tuntevat olonsa varmemmaksi, mikä edistää heidän jaksamistaan ja työhyvinvointiaan. (Davila & Pina-Ramirez 2018, luku 2.)

Oppaan avulla franchising-ketju voi varmistaa, että sen franchising-yrittäjät toimivat vastuullisesti ja yrityksen arvojen mukaisesti. Tämä sisältää esimerkiksi eettisen liiketoiminnan periaatteet, työntekijöiden oikeuksien huomioimisen ja asiakaslähtöisen toiminnan. (Davila & Pina-Ramirez 2018, luku 2.)

Digitaalinen opas vähentää paperin käyttöä ja tukee kestävän kehityksen periaatteita. Lisäksi vastuullisuusteemoja, kuten energiatehokkuus ja kestävä resurssien käyttö sisällytetään oppaaseen osaksi yritystoiminnan ohjeita. (El Ghoul, Guedhami, Kim & Park 2018, 335.)

Opas edistää franchising-yrittäjien tasa-arvoista kohtelua tarjoamalla kaikille samanlaisen lähtökohdan ja pääsyn yrityksen resursseihin ja tietoihin. Tämä luo perustan yhdenvertaiselle ja reilulle toimintaympäristölle. (You 2024, 310.)

3 Toiminnallisen työn toteutus

Toiminnallinen opinnäytetyö toteutetaan kehitystyönä, jossa yhdistyvät suunnittelu, tiedonhankinta, käytännön kokeilu sekä refleктоiva kirjoittaminen. Työ perustuu työelämälähtöiseen tarpeeseen, ja sen tavoitteena on kehittää konkreettinen ratkaisu, joka palvelee toimeksiantaja organisaation toimintaa. Kehittämisen prosessi noudattaa systemaattista, vaiheittain etenevää mallia, jossa vuorottelevat ideointi, tietoperustan rakentaminen, kirjoitusprosessin kehittäminen ja tuotoksen arviointi (Kostamo, Airaksinen & Vilkkä 2022, luku 1.2.)

3.1 Tuottamisen lähtötilanteen kuvaus

Opinnäytetyöni lähtötilanne perustui tilanteeseen, jossa Eezy-franchising-yrittäjien perehdytys oli vielä alkeellisella tasolla ja perustui lähinnä epävirallisiin ohjeisiin ja checklist-tyyliseen toimintamalliin. Uusille yrittäjille ei ollut kattavaa perehdytysopasta, vaan perehdyttäminen tapahtui tapauskohtaisesti ja osin satunnaisesti. Tämä loi haasteita erityisesti niille, joilla ei ollut aiempaa kokemusta franchising-yrittäjyydestä tai henkilöstöpalvelualasta.

Toimeksiantajan kanssa tulimme siihen lopputulokseen, että Eezyllä oli selkeä tarve systemaattisemmalle ja yhtenäisemmälle perehdytysprosessille, joka auttaisi uusia yrittäjiä ymmärtämään liiketoiminnan kokonaiskuvaa ja sopeutumaan nopeasti ketjun toimintamalliin. Koska franchising-yrittäjyys edellyttää itsenäistä työskentelyä, mutta samalla ketjun konseptin noudattamista, olisi kattavampi perehdytysopas voinut merkittävästi helpottaa uusien yrittäjien alkuvaiheen haasteita.

Omasta näkökulmastani lähtötilanne tarkoitti sitä, että ennen opinnäytetyöni ja perehdytysoppaan laatimista oli ensin selvitettävä, millaisia haasteita ja tarpeita Eezy-yrittäjät kohtaavat alkuvaiheessa. Tutkittavana oli myös paljon erilaista tietoperustaa ja lähteitä franchisingista, perehdyttämisestä, perehdyttämisprosessista ja vastuullisuudesta. Onneksi opiskelu oli tarjonnut jo alusta alkaen hyvää harjoitusta lähteiden etsintään ja käyttöön, joten luotettavia lähteitä löytyi melko helposti.

Eezyn näkökulmasta tuottamisen lähtötilanne oli monella tapaa haastava. Ilman keskitettyä ja systemaattista perehdytysprosessia uusien yrittäjien oppimiskäyrä oli jyrkkä, ja heidän onnistumisensa riippui pitkälti siitä, kuinka hyvin he onnistuivat omaksumaan tiedot ja taidot itsenäisesti. Tämä saattoi johtaa epäyhtenäisiin toimintatapoihin eri yrittäjien keskuudessa sekä siihen, että osa uusista yrittäjistä saattoi kokea alkuvaiheen liian kuormittavana tai epäselvänä.

Lähtötilanteessa oli kuitenkin myös vahvuuksia. Eezy tarjosi yrittäjilleen vahvan brändin ja liiketoimintakonseptin sekä operatiivista tukea, vaikkakin epävirallisemmassa muodossa. Lisäksi ketjun sisällä oli paljon kokeneita yrittäjiä, joiden kokemukset ja neuvot toimivat tärkeänä tietolähteenä

uusille yrittäjille. Haasteena oli kuitenkin se, miten tämä hiljainen tieto saataisiin paremmin jäsennellyksi ja kaikkien uusien yrittäjien saataville.

Tämän pohjalta päätimme toimeksiantajan kanssa yhdessä, että opinnäytetyöni tavoitteena olisi luoda kattava ja käytännönläheinen perehdytysopas, joka auttaisi uusia Eezy-yrittäjiä navigoimaan alkuvaiheen haasteissa ja tarjoaisi selkeän viitekehyksen liiketoiminnan käynnistämiseen. Oppaan avulla uusien yrittäjien olisi mahdollista omaksua olennaiset asiat tehokkaammin ja näin nopeuttaa heidän siirtymistään tuottavaan liiketoimintaan.

Perehdyttämisopas on fyysinen tai virtuaalinen opas, joka on olennainen työkalu uusien työntekijöiden sekä franchising-yrittäjien sopeutumisessa organisaatioon tai franchising-ketjuun. Sen tarkoituksena on tarjota selkeät ohjeet, jotka auttavat ymmärtämään yrityksen toimintakulttuuria, työtehtäviä ja käytännön järjestelyjä. Oppaasta löytyvät tiedot organisaation arvoista, keskeisistä toimintatavoista ja työntekijän tai yrittäjän vastuista, mikä auttaa varmistamaan tehokkaan aloituksen. Lisäksi se sisältää ohjeistuksia IT-järjestelmien käytöstä, turvallisuusmääräyksistä ja henkilöstöhallinnon prosesseista, jotta uusi työntekijä tai yrittäjä voi keskittyä nopeasti varsinaiseen työhönsä. Hyvin laadittu perehdyttämisopas ei ainoastaan nopeuta uusien työntekijöiden tai yrittäjien oppimisprosessia, vaan myös parantaa heidän sitoutumistaan ja viihtymistään. (Lisbon & Welsh 2017, 1–2.)

Seuraavassa taulukossa 1. havainnollisestaan perehdyttämisopasta ja asioita, joita se pitää sisälleen.

Taulukko 1. Perehdyttämisopas (mukaillen Joki 2024, luku 7.2.)

Perehdyttämisopas
1. Johdanto
2. Millainen on Eezy
3. Yrittäjän roolit ja vastuut
4. Keskeiset prosessit ja toimintamallit
5. Liiketoimintaympäristö ja verkostot
6. Eezy-yrittäjän työkalut ja resurssit
7. Ensimmäiset askeleet
8. Yhteystiedot ja tukikanavat

Taulukon 1. Perehdyttämisoppaan tarkoituksena on tarjota kattava tietopaketti uuden yrittäjän alkutaipaleelle. Oppaan johdannossa käydään läpi sen tarkoitus ja käyttö, jotta yrittäjä ymmärtää, kuinka sitä voidaan hyödyntää arjessa. Tervetulotoivotuksen myötä esitellään Eezy VMP:n missio,

visio ja arvot sekä yrityksen liiketoimintamalli, brändi ja asiakaslupaus. Lisäksi käsitellään franchising-yhteistyön peruseriaatteet, jotka määrittelevät yhteistyön rakenteen ja odotukset.

Yrittäjän roolia ja vastuita tarkastellaan yksityiskohtaisesti, ja oppaassa selvennetään, mitä tarkoittaa olla Eezy-franchising-yrittäjä. Tärkeimpiä aiheita ovat yrittäjän keskeiset tehtävät sekä itsensä johtaminen ja ajankäytön hallinta, jotka auttavat yrittäjää organisoimaan työtään tehokkaasti. Keskeiset prosessit ja toimintamallit, kuten asiakashankinta, myyntiprosessi, rekrytointi, työntekijöiden hallinnointi sekä palveluiden tuottaminen ja asiakassuhteen ylläpito, ovat merkittävässä roolissa yritystoiminnan menestyksen kannalta. Lisäksi laadun hallinta ja asiakaspalautteen hyödyntäminen varmistavat palveluiden jatkuvan kehittämisen.

Oppaassa käsitellään myös liiketoimintaympäristöä ja verkostoja, mukaan lukien henkilöstöpalvelualan yleiskatsaus, kilpailutilanne ja markkinadynamiikka. Lisäksi esitellään franchising-yrittäjän kannalta olennaiset verkostot ja yhteistyökumppanit sekä vastuullisen ja eettisen yrittäjyyden periaatteet. Eezy-yrittäjän käytössä olevat työkalut ja resurssit, kuten järjestelmät, ohjelmistot, koulutusmahdollisuudet, markkinointimateriaalit ja viestintäkanavat, tukevat liiketoiminnan sujuvaa pyörittämistä.

Oppaan loppuosassa keskitytään ensimmäisiin askeleisiin, joita yrittäjän tulee ottaa liiketoiminnan käynnistämiseksi. Näihin kuuluvat ensimmäiset asiakaskontaktit ja toimeksiannot, toiminnan seuranta ja kehittäminen sekä yrittäjän hyvinvointi ja jaksaminen. Lopuksi tarjolla on kattavat yhteystiedot ja tukikanavat, joihin yrittäjä voi tukeutua. Oppaasta löytyy myös usein kysytyt kysymykset (UKK), jotka selkeyttävät yleisimpiä yrittäjän kohtaamia tilanteita. Tämä kokonaisuus varmistaa, että uusi Eezy-yrittäjä saa tarvittavat tiedot ja työkalut menestyksekkään liiketoiminnan käynnistämiseksi ja kehittämiseksi.

3.2 Tuotoksen tuottamisen kuvaus

Kehittämistyön alkuvaiheessa määritellään työn tavoitteet, kohderyhmä ja toimintaympäristö. Suunnitteluvaiheessa pohditaan, miten valittu aihe ja työelämän tarpeet kytkeytyvät toisiinsa. Tämän jälkeen käynnistyy tietoperustan kokoaminen, jossa hyödynnetään sekä aiempaa tutkimustietoa että asiantuntijalähteitä. Aineisto analysoidaan kriittisesti ja sitä käytetään argumentoinnin tukena tekstin rakentamisessa. (Kostamo, Airaksinen & Vilka 2022, luku 1.2.)

Opinnäytetyön kirjoitusprosessi etenee iteratiivisesti kehittämisprosessin rinnalla. Ideoinnin ja luonnostelun jälkeen tekstin rakennetta ja sisältöä kehitetään versioimalla ja hiomalla kieltä ja tyyliä. Tiedonhankinta syvenee prosessin edetessä, ja lähdekritiikki ohjaa lähteiden käyttöä osana argumentointia. (Kostamo, Airaksinen & Vilka 2022, luku 1.2.)

Kehittämistyön edetessä tuotosta kehitetään pala kerrallaan – saatu palaute, uusi tieto ja havaittu käytännön tarve ohjaa tuotoksen muokkaamista. Prosessi ei ole lineaarinen, vaan se rakentuu useista kehittävästä sykleistä, joissa idea, testaus ja arviointi vuorottelevat. Tällainen iteratiivinen työskentelytapa mahdollistaa lopputuotteen jatkuvan parantamisen. (Kostamo, Airaksinen & Vilkka 2022, luku 1.2.)

Tämä perehdyttämisooppas on suunniteltu tukemaan uusia franchising-yrittäjiä heidän ensimmäisissä askelissaan osana Eezy-verkosta. Oppaan tarkoituksena on tarjota selkeät, käytännönläheiset ohjeet ja työkalut, joiden avulla yrittäjä voi omaksua tehokkaasti Eezy:n toimintamallit, prosessit ja arvot. Oppaan rakenne on suunniteltu vaiheittain eteneväksi, jotta uusi yrittäjä saa loogisen ja helposti seurattavan polun liiketoimintansa käynnistämiseen ja kehittämiseen.

<h2>Sisällysluettelo</h2>	<p>Johdanto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oppaan tarkoitus ja käyttö • Tervetuloa Eezy-yrittäjäksi <p>Millainen on Eezy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eezy VMP:n missio, visio ja arvot • Eezy VMP:n liiketoimintamalli • Brändi ja asiakaslupaus • Franchising-yhteistyön peruseriaatteet <p>Yrittäjän rooli ja vastuut</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mitä tarkoittaa olla Eezy Franchise -yrittäjä? • Yrittäjän tärkeimmät tehtävät • Itsensä johtaminen ja ajankäytön hallinta <p>Keskeiset prosessit ja toimintamallit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asiakashankinta ja myyntiprosessi • Rekrytointi ja työntekijöiden hallinnointi • Palveluiden tuottaminen ja asiakassuhteiden ylläpito • Laadun hallinta ja asiakaspalautteen hyödyntäminen 	<p>Liiketoiminteympäristö ja verkostot</p> <ul style="list-style-type: none"> • Henkilöstöpalvelualan yleiskatsaus • Kilpailutilanne ja markkinadynamiikka • Verkostot ja yhteistyökumppanit • Vastuullinen ja eettinen yrittäjyys <p>Eezy-yrittäjän työkalut ja resurssit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Käytössä olevat järjestelmät ja ohjelmat • Tuki ja koulutusmahdollisuudet • Markkinointimateriaalit ja viestintäkanavat <p>Ensimmäiset askeleet – mitä tehdä heti alkuun?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liiketoiminnan käynnistäminen • Ensimmäiset asiakaskontaktit ja toimeksiannot • Toiminnan seuranta ja kehittäminen • Hyvinvointi ja jaksaminen <p>Yhteystiedot ja tukikanavat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eezy-kehujan tukipalvelut • Tärkeät yhteystiedot • Usein kysytyt kysymykset
---------------------------	--	---

Kuva 1. Perehdyttämisooppaan sisällysluettelo

Kuvassa 1 havainnollisesta sisällysluettelosta, josta käy ilmi perehdyttämisooppaan sisältöä ja keskeisiä otsikoita. Liitteessä 1 on perehdyttämisooppas kokonaisuudessaan.

Oppaan tavoitteena on tarjota kattava mutta helposti omaksuttava tietopaketti, jonka avulla uusi franchising-yrittäjä voi nopeasti ja tehokkaasti aloittaa toimintansa. Lisäksi opas toimii pysyvänä käsikirjana, johon yrittäjä voi palata aina tarpeen mukaan. Sisällön tukena käytetään selkeitä prosessikaavioita, tarkistuslistoja ja käytännön esimerkkejä, jotta asiat konkretisoituvat mahdollisimman hyvin.

Perehdyttämisoppaan tuottaminen oli moniulotteinen prosessi, joka vaati sekä käytännönläheistä suunnittelua että teoreettista syvyyttä. Tuotoksen rakentaminen lähti liikkeelle tarpeesta vastata toimeksiantajan konkreettiseen haasteeseen: uusien franchising-yrittäjien perehdytys Eezy-ketjussa oli toteutunut hajanaisesti, ja perehdytyksen laatu vaihteli yrittäjistä ja perehdyttäjistä riippuen. Tämä asetti selkeän kehittämistarpeen, johon opinnäytetyössä haluttiin vastata rakentamalla systemaattinen, selkeä ja yhdenmukainen perehdytysopas.

Tuotoksen kehittämisen alkuvaiheessa oli tärkeää määrittää oppaan kohderyhmä ja käyttötarkoitus mahdollisimman täsmällisesti. Kohderyhmänä olivat erityisesti täysin uudet Eezy-franchising-yrittäjät, joilla ei välttämättä ollut aikaisempaa kokemusta franchising-toiminnasta tai henkilöstöpalvelualasta. Tämä tarkoitti sitä, että oppaan tuli olla selkokielineen, johdonmukainen ja helposti omaksuttava – mutta samalla riittävän kattava, jotta se todella tukisi yrittäjää hänen alkuvaiheessaan. Oppaasta haluttiin tehdä paitsi perehdytyksen työkalu myös pysyvä tuki, johon yrittäjä voisi palata myöhemminkin arjessa ilmenemien kysymysten äärellä.

Sisällön suunnittelussa keskeistä oli oikean tiedon valinta ja sen esitystavan muotoilu. Tähän vaiheeseen sisältyi merkittävä määrä tiedonkeruuta, analysointia ja jäsentelyä. Työn tietoperusta nojasi laajaan kirjallisuuteen liittyen franchisingin toimintamalleihin, perehdyttämisen merkitykseen, oppimisprosessien tukemiseen sekä vastuulliseen liiketoimintaan. Teoreettinen näkökulma toimi työn selkärankana, jonka varaan käytännön ratkaisut voitiin rakentaa. Yhtenä haasteena oli soveltaa teoreettinen tieto Eezy-ketjun arkeen sopivalla tavalla – ei vain akateemisesti oikeaoppisesti, vaan myös liiketoiminnallisesti hyödyllisesti.

Oppaan rakenteen suunnittelu eteni vaiheittain. Halusin luoda loogisen ja helposti navigoitavan kokonaisuuden, joka etenee yrittäjän matkassa askel askeleelta: alkaen johdannosta ja Eezyn arvojen esittelystä, edeten käytännön työkaluihin ja päättyen tukiverkostoihin ja yhteystietoihin. Tärkeänä pidin myös visuaalisuutta ja oppaan selkeyttä. Oppaasta tuli siten enemmän kuin pelkkä ohjeistus – siitä rakentui toimiva ja visuaalisesti mielekäs käyttöliittymä Eezy-yrittäjyyden maailmaan.

Yksi tuotantoprosessin keskeisistä oivalluksista oli ymmärrys siitä, kuinka suuri merkitys hyvin toteutetulla perehdytyksellä todella on yksittäisen yrittäjän onnistumisen kannalta. Keskusteluissa toimeksiantajan kanssa kävi selväksi, että perehdytyksen laatu ei ainoastaan vaikuta siihen, miten nopeasti uusi yrittäjä pääsee vauhtiin, vaan myös siihen, millaiseksi hänen asenteensa, sitoutumisen ja motivaationsa muodostuvat. Siksi oppaan kehittämisessä painotettiin paitsi toiminnallisuutta, myös tunnepohjaisen yhteyden rakentamista ketjuun – esimerkiksi arvojen, vision ja asiakaslupauksen esiin nostamisen avulla.

Pohdin työn aikana myös laajemmin sitä, miten perehdytyksellä voidaan vaikuttaa koko franchising-ketjun kulttuuriin ja jatkuvaan oppimiseen. Perehdyttämisoapas ei ole vain uusien yrittäjien käyttöön tarkoitettu väline – se on myös osa ketjun identiteettiä ja tapa viestiä, miten toimimme, mitä odotamme ja mitä arvostamme. Tästä syystä oppaasta haluttiin rakentaa myös henkilöstöhallinnon ja ketjujohdon työkalu, joka auttaa standardoimaan perehdytysprosessia ja varmistamaan sen yhdenmukaisuutta eri paikkakunnilla.

Tekijänä jouduin ottamaan roolia paitsi sisällöntuottajana myös kehittäjänä, fasilitaattorina ja viestijänä. Työ ei ollut pelkkää tekstin kirjoittamista – se oli jatkuvaa valintojen tekemistä, palautteen kuuntelemista ja tasapainoilua eri näkökulmien välillä. Erityisesti iteratiivinen työskentely toimeksiantajan kanssa auttoi varmistamaan, että sisältö pysyi relevanttina ja käytännön tarpeita palvelevana. Samalla sain arvokasta kokemusta vuorovaikutteisesta kehittämisestä ja sidosryhmien huomioimisesta.

Teknisen toteutuksen osalta päätettiin, että opas tuotetaan digitaalisessa muodossa, mikä tukee sen saavutettavuutta ja päivitettävyyttä. Tämä linjaus osoittautui järkeväksi, sillä franchising-toiminnassa toimintaympäristö voi muuttua nopeasti, ja digitaalinen formaatti mahdollistaa oppaan ajan tasaisena pitämisen pienellä vaivalla.

Kaiken kaikkiaan tuotoksen tuottaminen oli oppimisprosessi paitsi aihealueen myös työskentelytapojen osalta. Se opetti suunnitelmallisuutta, kriittistä ajattelua, itsenäistä työskentelyä ja palautteen vastaanottamista. Työn aikana opin, miten yhdistetään teoriaa ja käytäntöä tavalla, joka tuottaa lisäarvoa toimeksiantajalle, ja samalla sain syvällisemmän käsityksen franchising-ympäristön dynamiikasta ja yrittäjien tukemisen merkityksestä.

4 Johtopäätökset ja pohdinta

Tämä opinnäytetyö on ollut kokonaisuudessaan sekä kehittämishanke että henkilökohtainen oppimisprosessi, jonka aikana on syntynyt konkreettinen ja toimeksiantajalle aidosti hyödyllinen tuotos – franchising-yrittäjän perehdyttämisosas. Työskentelyn aikana on käynyt selväksi, että laadukas ja huolellisesti suunniteltu perehdytys ei ole pelkkä muodollisuus, vaan kriittinen tekijä yrittäjän onnistumisessa ja ketjun yhtenäisyyden ylläpitämisessä. Franchising-liiketoiminnassa, jossa yksittäisten toimijoiden itsenäisyys yhdistyy vahvaan konseptiohjaukseen, perehdytyksellä on keskeinen rooli siltojen rakentamisessa yrittäjyyden ja ketjukulttuurin välille.

4.1 Tavoitteiden saavuttaminen ja työn onnistumisen arviointi

Opinnäytetyö on nostanut esiin useita tärkeitä näkökulmia liittyen sekä franchisingin luonteeseen, että yrittäjien tukemiseen. Yksi keskeisimmistä havainnoista on ollut, että perehdytys ei voi olla irrallinen tai yksittäinen tapahtuma, vaan sen on oltava osa jatkuvaa oppimisen ja sitoutumisen prosessia. Kun uusi yrittäjä liittyy ketjuun, hän tarvitsee selkeän suunnan, rakenteellista tukea ja tunnetta siitä, ettei jää yksin. Franchisingin tutkimuksessa on korostettu, että franchising-ketjun rooli ei rajoitu pelkkään tiedon siirtämiseen, vaan sen on kehityttävä jatkuvan oppimisen ja yhteisöllisen tiedonjakamisen lähettilääksi, mikä tukee uusien yrittäjien sitoutumista ja menestymistä verkostossa (Giudici, Combs, Cannatelli & Smith 2020, 288–289). Perehdyttämisosas vastaa tähän tarpeeseen tarjoamalla yrittäjälle systemaattisen ja konkreettisen työkalun, joka auttaa häntä navigoimaan alkuvaiheen haasteissa ja rakentamaan omaa liiketoimintaansa ketjun periaatteiden mukaisesti.

Työ myös vahvisti sen, kuinka tärkeää on tehdä perehdyttämisestä läpinäkyvää, saavutettavaa ja yhdenmukaista. Yhdenmukainen perehdytysprosessi parantaa paitsi ketjun laatua ja brändin eheyttä, myös uusien yrittäjien kokemusta ja sitoutumista. Oppaan avulla on mahdollista varmistaa, että jokainen yrittäjä saa samanarvoisen alun riippumatta siitä, missä päin Suomea hän toimii tai kuka toimii hänen perehdyttäjänään. Tutkimukset ovat osoittaneet, että pelkkä sitoutuminen tasa-arvotavoitteisiin ei riitä, vaan vaikuttavuutta edistää erityisesti käytäntöjen yhdenmukaisuus ja läpinäkyvä toteutus (Hoque, Bacon & Allen 2024, 735). Tämä yhdenvertaisuus ei ole ainoastaan liiketoiminnallisesti hyödyllistä, vaan myös vastuullisuuden ja oikeudenmukaisuuden näkökulmasta keskeistä.

Työn aikana on noussut esiin myös tarve jatkuvalla palautteella ja kehittämiselle. Perehdyttämisosas ei voi olla staattinen asiakirja, vaan sen on eläydyttävä toimintaympäristön mukana. Franchising-ketjujen toimintaympäristö on dynaaminen: säädökset muuttuvat, järjestelmät kehittyvät ja asiakkaiden odotukset kasvavat. Näihin muutoksiin vastaaminen edellyttää myös

perehdytysprosessin ja -materiaalien säännöllistä päivitystä. Jatkuva palaute ei ainoastaan paranna suoriutumista, vaan se myös lisää motivaatiota ja sitoutumista tehtävään, mikä korostaa sen merkitystä osana perehdytysprosessin jatkuvaa kehittämistä (Giamos, Doucet & Léger 2024, 195). Tämä tarkoittaa, että opas ei ole työn päätös, vaan sen alku – osa laajempaa jatkuvan kehittämisen kulttuuria.

Henkilökohtaisella tasolla tämä projekti on tarjonnut ainutlaatuisen mahdollisuuden soveltaa opittua tietoa käytäntöön ja kehittää omaa ammatillista osaamista monipuolisesti. Tuotoksen suunnittelu ja toteutus on vaatinut kykyä yhdistää teoria ja käytäntö, viestiä eri sidosryhmien kanssa ja hallita projektia kokonaisvaltaisesti. Samalla se on tarjonnut arvokkaan näkökulman siihen, miten yritysten sisäisiä prosesseja voidaan kehittää systemaattisesti ja asiakaslähtöisesti – ei vain liiketoiminnan näkökulmasta, vaan myös työntekijöiden ja yrittäjien kokemusta arvostaen.

Kokonaisuudessaan työn johtopäätös on selkeä: laadukas perehdytys on strateginen investointi, ei pelkkä hallinnollinen velvollisuus. Kun uusi yrittäjä saa alusta alkaen tukea, tietoa ja tunnetta siitä, että hän on osa suurempaa kokonaisuutta, hänen kykynsä onnistua ja kehittyä kasvaa merkittävästi. Perehdyttämisosopas toimii tämän tavoitteen välineenä – rakenteena, joka mahdollistaa sekä yksilöllisen kasvun että koko ketjun kehityksen. Sen vaikutus ulottuu konkreettisista ohjeista syvempään yhteisöllisyyteen ja jatkuvaan oppimiseen, mikä tekee siitä arvokkaan työkalun sekä aloittavalle yrittäjälle että franchising-ketjulle kokonaisuutena.

4.2 Oppaan ajankohtaisuus ja tarpeellisuus

Perehdyttämisosoppaan kehittäminen osaksi Eezy-ketjun toimintaa on ajankohtainen ja merkityksellinen toimenpide niin toimialan kehityksen, franchising-verkoston kasvun kuin yksittäisten yrittäjien tukemisen näkökulmasta. Franchising-mallin suosion kasvu Suomessa ja sen mukanaan tuomat mahdollisuudet ovat tuoneet alalle yhä enemmän uusia toimijoita, joilla ei välttämättä ole aiempaa kokemusta yrittäjyydestä tai henkilöstöpalvelualasta. Tässä kontekstissa perehdyttämisosoppaan rooli korostuu – se ei ole pelkästään apuväline, vaan strateginen resurssi, joka tukee uuden yrittäjän nopeaa kiinnittymistä ketjuun, toimintamallien omaksumista ja liiketoiminnan tehokasta käynnistämistä. Franchising-toiminnan ytimessä on tietotaidon siirtäminen ja organisaatiorutiinien omaksuminen, ja perehdytysprosessit nähdään keskeisinä tekijöinä yrittäjän kyvykkyyksien ja kilpailuedun rakentamisessa (Perrigot, López-Fernández & Basset 2021, 2).

Ajankohtaisuutta lisäävät myös laajemmat työelämän ja liiketoimintaympäristön muutokset. Työelämässä painotetaan yhä enemmän itsensä johtamista, verkostomaista työskentelyä ja kykyä omaksumaa tietoa nopeasti muuttuvassa tilanteessa. Uudella yrittäjällä voi olla laaja ammatillinen tausta, mutta franchising-toiminnan erityispiirteet – kuten ketjun sääntöjen ja arvojen noudattaminen,

palveluprosessien standardointi ja brändin mukainen viestintä – vaativat selkeää ohjeistusta ja käytännön tukea. Franchising-suhde rakentuu osapuolten väliseen tietoon, luottamukseen ja käyttäytymismalleihin, joita ei voi aina täysin kirjata sopimukseen – siksi strukturoitu perehdytys on tärkeä osa suhteiden hallintaa ja onnistunutta yhteistyötä (Perrigot ym. 2021, 2). Perehdyttämisoapas vastaa näihin vaatimuksiin tarjoamalla systemaattisen ja yhtenäisen polun, jonka avulla yrittäjä voi siirtyä epävarmuudesta kohti hallittua ja itsenäistä toimintaa.

Oppaan tarve konkretisoitui myös käytännön havainnoissa työn alkuvaiheessa: perehdytys Eezy-ketjussa oli tähän asti perustunut pitkälti hiljaiseen tietoon, satunnaisiin keskusteluihin ja vaihteleviin käytäntöihin. Tämä ei tarjonnut tasapuolista lähtökohtaa kaikille uusille yrittäjille, eikä myöskään tukenut ketjun tavoitteita yhdenmukaisesta ja laadukkaasta asiakaskokemuksesta. Opas tuli siten vastaamaan todelliseen käytännön ongelmaan – siihen, että perehdytysprosessi kaipasi rakennetta, selkeyttä ja pysyvää dokumentoitua muotoa.

Oppaan hyödyllisyys ei kuitenkaan rajoitu pelkästään alkuvaiheen perehdyttämiseen. Se toimii jatkuvana työkaluna, jota voidaan käyttää myös yrittäjän myöhemmissä kehitysvaiheissa esimerkiksi muistilistana, itsearvioinnin apuvälineenä tai koulutustilanteiden tukimateriaalina. Oppaan moduulimainen ja loogisesti etenevä rakenne tekee siitä helppokäyttöisen ja kohdennettavissa eri tarpeisiin – olipa kyseessä ensimmäinen toimintapäivä, asiakashankinnan käynnistäminen tai järjestelmien käyttöönotto. Perehdytysprosessin nähdään tukevan paitsi yrittäjän alkuvaihetta, myös tämän pitkäjänteistä kasvua, resilienssiä ja oppimista, mikä korostaa perehdyttämisooppaan merkitystä jatkuvana kehittymisen välineenä (Petrilli, Galuppo & Ripamonti 2022, 2). Tämä tekee oppaasta aidosti monikäyttöisen ja pitkän aikavälin resurssin.

Hyödynnettävyys ulottuu myös ketjun sisäiseen toimintaan. Oppaan avulla voidaan standardoida perehdyttämiskäytäntöjä eri toimipisteissä ja varmistaa, että kaikkien uusien yrittäjien perehdytys perustuu samoihin periaatteisiin ja sisältöihin. Psykologisesti turvallinen perehdytysympäristö, jossa uudet yrittäjät voivat avoimesti esittää kysymyksiä ja ilmaista ajatuksiaan ilman pelkoa negatiivisista seurauksista, on tutkitusti yhteydessä vahvempaan sitoutumiseen, parempaan sopeutumiseen ja vähäisempään vaihtuvuuteen – siksi yhtenäiset perehdytyskäytännöt ovat keskeisiä sekä organisaatiokulttuurin vahvistamisessa että tuloksellisuuden kehittämisessä (Hartley 2024, 2). Tämä tukee paitsi laatua ja yhdenvertaisuutta, myös brändin johdonmukaista kehittämistä. Lisäksi opas toimii perehdytysvastuiden kantajille – kuten aluepäälliköille ja HR-henkilöstölle – selkeänä tukirakenteena, jonka avulla perehdytys voidaan toteuttaa järjestelmällisesti ja suunnitelmallisesti riippumatta siitä, kuka sitä vetää.

Oppaan ajankohtaisuus korostuu myös digitalisaation ja etätöiden aikakaudella. Digitaalinen perehdytys on yleistynyt merkittävästi pandemian jälkeen, sillä se tehostaa prosesseja, parantaa

käyttäjäkokemusta ja mahdollistaa joustavan, ajasta ja paikasta riippumattoman kouluttautumisen – erityisesti etä- ja hajautetussa työympäristössä (Savarino 16.11.2023). Digitaalinen opas mahdollistaa ajantasaisen sisällön jakamisen helposti ja kustannustehokkaasti eri puolille Suomea toimiville yrittäjille. Sen päivittäminen on vaivatonta, ja se voidaan integroida osaksi muita perehdytysjärjestelmiä, kuten verkkokoulutuksia tai intranet-ratkaisuja. Tämä tekninen joustavuus lisää entistään oppaan arvoa ja käyttökelpoisuutta organisaation näkökulmasta.

Tämän opinnäytetyön vastuullisuus perustuu sekä eettisiin periaatteisiin että yritysvastuullisuuden näkökulmiin. Opinnäytetyössä huomioidaan tutkimuseettiset ohjeet varmistaen, että aineiston keruu ja analysointi toteutetaan luotettavasti ja läpinäkyvästi. Lisäksi työssä tarkastellaan vastuullisuutta franchising-yritysten ja uusien yrittäjien näkökulmasta.

Yhteenvetona voidaan todeta, että perehdyttämisopas vastaa suoraan sekä ajankohtaisiin haasteisiin että pitkän aikavälin kehittämistarpeisiin franchising-verkostossa. Se yhdistää teorian, käytännön ja liiketoiminnan realiteetit kokonaisuudeksi, jota voidaan käyttää monipuolisesti eri konteksteissa ja eri sidosryhmien tukena. Oppaan avulla Eezy voi parantaa yrittäjiensä valmiuksia, sitoutumista ja onnistumista – ja sitä kautta myös koko ketjun kilpailukykyä ja brändimielikuvaa.

4.3 Oma oppiminen ja ammatillinen kehittyminen

Tämän opinnäytetyön tekeminen on ollut merkittävä osa omaa oppimisprosessiani sekä henkilökohtaisen että ammatillisen kehittymisen näkökulmasta. Työn aikana olen päässyt syventymään aihealueeseen, joka yhdistää teorian ja käytännön ainutlaatuisella tavalla. Franchising-yrittäjyyden konteksti, perehdyttämisen rakenteet sekä liiketoiminnan kehittämisen käytännöt ovat muodostaneet kokonaisuuden, joka on vaatinut paitsi analyyttistä otetta myös empatiaa ja käytännönläheistä ajattelua.

Yksi keskeisimmistä oppimiskokemuksista on ollut kyky yhdistää tietoperustaa käytännön tarpeisiin. Aiemmin teoria ja käytäntö ovat toisinaan tuntuneet irrallisilta, mutta tämän työn myötä olen oppinut, miten teoria voi palvella todellista liiketoimintaa ja sen kehittämistä. Esimerkiksi perehdyttämisprosessia käsittelevät mallit, kuten formaalin ja epäformaalin perehdytyksen erot, sekä franchising johtamisen teoriat, ovat antaneet viitekehyksen, jonka avulla konkreettinen tuotos – perehdyttämisopas – on voitu rakentaa loogisesti ja perustellusti. Tämä on lisännyt ymmärrystäni siitä, miten tutkimustietoa voidaan soveltaa arjen ongelmien ratkaisemiseksi.

Olen myös kehittänyt taitojani projektinhallinnassa, tiedonhausta dokumentin viimeistelyyn saakka. Perehdytysoppaan suunnittelu ja toteutus vaativat aikatauluttamista, yhteistyötä toimeksiantajan kanssa, iteratiivista sisällön kehittämistä ja kykyä kuunnella palautetta avoimesti. Tämän prosessin myötä olen oppinut toimimaan itsenäisesti, mutta samalla vastuullisesti ja vuorovaikutteisesti. Olen

oivaltanut, kuinka tärkeää on osata johtaa omaa työskentelyä ja pitää kiinni tavoitteista – myös silloin, kun eteen tulee haasteita tai epävarmuuksia.

Ammatillisesti työ on antanut minulle valmiuksia, joita pidän erittäin arvokkaina tulevaisuuden työelämässä. Franchising-toimintamalli, sen erityispiirteet ja yrittäjien tukeminen ovat aihealueita, jotka eivät rajoitu vain henkilöstöpalveluun, vaan ovat relevantteja monilla toimialoilla. Oppimani on sovellettavissa laajemmin esimerkiksi HR-kehittämiseen, koulutusprosessien rakentamiseen ja asiakaslähtöiseen viestintään. Työn tekeminen on myös lisännyt kykyäni ajatella strategisesti ja hahmottaa, miten yksittäinen toimenpide – kuten perehdytysopas – voi vaikuttaa organisaation kokonaistoimintaan, brändiin ja kilpailukykyyn.

Yksi henkilökohtaisesti merkittävä havainto on ollut se, kuinka suuri vaikutus perehdytyksellä voi olla ihmisten kokemukseen työstä ja yhteisöstä. Kun uusi yrittäjä saa heti alussa selkeän suunnan, tuntee olonsa tervetulleeksi ja saa konkreettista tukea, hänen sitoutumisensa ja hyvinvointinsa vahvistuvat. Tämä oivallus on lisännyt omaa ymmärrystäni työn merkityksellisyydestä ja vastuullisuudesta – siitä, miten voimme tukea toisiamme kehittymään ja onnistumaan.

Lopulta tämä työ on ollut myös vahvistus omalle ammatilliselle identiteetilleni. Olen saanut varmuutta siitä, että minulla on kyky tuottaa lisäarvoa organisaatioille kehittämistyön ja viestinnän keinoin. Olen oppinut luottamaan omaan asiantuntijuuteeni, perustelevaan valintani ja näkemään työni osana suurempaa kokonaisuutta. Tämä itseluottamus ja kehittynyt osaaminen toimivat vahvana perustana tulevaisuuden urapolullani – oli se sitten henkilöstöhallinnon, liiketoiminnan kehittämisen tai yrittäjyyden parissa.

Lähteet

- Allen, C. & Heartland. 6.3.2024. How to Build an Effective Onboarding Process for New Hires. Northern Exposure. Luettavissa: <https://www.proquest.com/docview/2937593693?parentSessionId=r4JkAUP6i5etSqUqFW3HXqHY8C4CVuCRjqyuDvZSviq%3D&accountid=27436&source-type=Blogs.%20Podcasts.%20&%20Websites>. Luettu: 22.2.2025.
- Albuquerque, R., Koskinen, Y. & Zhang, C. 2019. Corporate Social Responsibility and Firm Risk: Theory and Empirical Evidence. *Management science*, 65, 10, s. 4451-4469. Luettu: 6.4.2025.
- Bertrand, J., Brusset, X. & Chabot, M. 2021. Protecting franchise chains against weather risk: A design science approach. *Journal of Business Research*, 125, 1, s. 187-200. Luettu: 27.3.2025.
- Bowers, B., Thal, A. & Elshaw, J. 2023. Onboarding: just how important is it? *Strategic HR Review*, 22, 5, s. 164-168. Luettu: 27.3.2025.
- Caldwell, C. & Peters, R. 2018. New employee onboarding – psychological contracts and ethical perspectives. *The Journal of Management Development*, 37, 1, s. 27-39. Luettu: 27.3.2025.
- Davila, N. & Pina-Ramirez, W. 2018. *Effective onboarding*. ATD Press. Alexandria. E-kirja. Luettu: 22.2.2025.
- Doroghazi, R. 2020. Franchises. *The American Journal of Cardiology*, 125, 12, s. 1927-1928. Luettu: 11.3.2025.
- Ebert, R. & Griffin, R. 2020. *Business Essentials*. Pearson. Harlow. E-kirja. Luettu 22.2.2025.
- Eezy. s.a.a. Arvot. Luettavissa: <https://eezy.fi/meista/arvot/>. Luettu: 3.2.2025.
- Eezy s.a.b. Etusivu. Luettavissa: <https://eezy.fi/>. Luettu: 3.2.2025.
- Eezy. s.a.c. Historia. Luettavissa: <https://eezy.fi/meista/historia/>. Luettu: 3.2.2025.
- El Ghouli, S., Guedhami, O., Kim, H. & Park, K. 2018. Corporate Environmental Responsibility and the Cost of Capital: International Evidence. *Journal of Business Ethics*, 149, 2, s. 335-361. Luettu: 27.3.2025.
- Giamos, D., Doucet, O. & Léger, P. 2024. Continuous Performance Feedback: Investigating the Effects of Feedback Content and Feedback Sources on Performance, Motivation to Improve Performance and Task Engagement. *Journal of organizational behavior management*, 44, 3, s. 194-213. Luettu: 6.4.2025.

- Gillis, W., Combs, J. & Yin, X. 2020. Franchise management capabilities and franchisor performance under alternative franchise ownership strategies. *Journal of Business Venturing*, 35, 1, s. 1-20. Luettu: 28.2.2025.
- Giudici, A., Combs, J., Cannatelli, B. & Smith, B. 2020. Successful Scaling in Social Franchising: The Case of Impact Hub. *Entrepreneurship theory and practice*, 44, 2, s. 288–314. Luettu: 6.4.2025.
- Godinho, T., Reis, I., Carvalho, R. & Martinho, F. 2023. Onboarding Handbook: An Indispensable Tool for Onboarding Processes. *Administrative Sciences*, 13, 3, s. 1-21. Luettu: 27.3.2025.
- Gregory, P., Strode, D., Sharp, H. & Barroca, L. 2022. An onboarding model for integrating newcomers into agile project teams. *Information and software technology*, 143, 1, s. 1-14. Luettu: 27.3.2025.
- Hartley, M. 2024. Enhancing employee engagement and retention: the critical role of psychological safety in the onboarding process. *Strategic HR review*, 12, 24, s. 1-6. Luettu: 6.4.2025.
- Hoque, K., Bacon, N. & Allen, D. 2024. Do employers' equality certifications improve equality outcomes? An assessment of the United Kingdom's Two Ticks and Disability Confident schemes. *British journal of industrial relations*, 62, 4, s. 734–759. Luettu: 6.4.2025.
- Joki, M. 2024. *Henkilöstöasiantuntijan käsikirja*. Kauppakamari. Helsinki. E-Kirja. Luettu: 3.2.2025.
- Karambelkar, M. & Shubhasheesh, B. 2017. Onboarding is a change: Applying change management model ADKAR to onboarding. *Human Resource Management International Digest*, 25, 7, s. 5-8. Luettu: 11.3.2025.
- Kostamo, P., Airaksinen, T. & Vilkka, H. 2022. *Kirjoita itsesi asiantuntijaksi: opas toiminnalliseen opinnäytetyöhön*. Art House. Helsinki. E-kirja. Luettu: 1.4.2025.
- Le Bot, C., Perrigot, R., Déjean, F. & Oxibar, B. 2022. Corporate Social Responsibility in franchise chains: Specificities, insights from French franchise chains' CSD, and avenues for future research. *Journal of retailing and consumer services*, 66, s. 1-42. Luettu: 27.3.2025.
- Lisbon, A. & Welsh, M. 2017. Building A Cloud-Based Onboarding Guide for New Academic Librarians. *Library leadership & management*, 31, 4, s. 1-15. Luettu: 27.3.2025.
- Mantri, N. 2021. What is corporate responsibility? Herry Stewart Talks. Lontoo. Äänikirja. Kuunneltu: 25.2.2025.

- Mathews, J. 2024. Ultimate Guide to Responsible Franchising: Identifying and Investigating the Right Franchise to Maximize Your Rewards and Minimize Risk. Newark John Wiley & Sons Incorporated. USA. New Jersey. E-Kirja. Luettu: 11.3.2025.
- Nielsen, M. 2019. Passing on the good vibes: Entrepreneurs' social support. Sage Journals, 21, 1, s. 60–71. Luettu: 22.2.2025.
- Panda, S., Thapa, S., Paswan, A & Mishra, S. 2023. Franchising: a signaling perspective. The Journal of Business & Industrial Marketing, 38, 4, s. 813-827. Luettu: 22.2.2025.
- Perrigot, R., López-Fernández, B. & Basset, G. 2021. Conflict management capabilities in franchising. Journal of retailing and consumer services, 63, 1, s. 1-11. Luettu: 6.4.2025.
- Petrilli, S., Galuppo, L. & Ripamonti, S. 2022. Digital Onboarding: Facilitators and Barriers to Improve Worker Experience. Sustainability, 14, 9, s. 1–6. Luettu. 6.4.2025.
- Rosado-Serrano, A., Paul, J. & Dikova, D. 2018. International franchising: A literature review and research agenda. Journal of business research, 85, 1, s. 238-257. Luettu: 27.3.2025.
- Savarino, L. 16.11.2023. Building Your Digital Onboarding Toolbox Now and In the Future. Northern Exposure. Luettavissa: <https://www.proquest.com/docview/2890284162?parentSessionId=9RINxjdiVkzWa%2B9ft9cDI%2F5btQrWFd8DxRZ4S%2FmKRko%3D&ac-countid=27436&sourcetype=Blogs,%20Podcasts,%20%20Websites>. Luettu: 6.4.2025.
- Schaltegger, S., Christ, K., Wenzig, J. & Burritt, R. 2021. Corporate sustainability management accounting and multi-level links for sustainability – A systematic review. International journal of management reviews, 24, 4, s. 480-500. Luettu 27.3.2025.
- Smith, C., Matthews, R., Mills, M., Yeong-Hyun, H. & Stacy, S. 2022. Organizational Benefits of Onboarding Contingent Workers: an Anchoring Model Approach. Journal of Business and Psychology, 37, 3, s. 525-541. Luettu: 27.3.2025.
- Suomen Franchising-Yhdistys ry. 2017a. Suomen Franchising-Yhdistyksen Eettiset Säännöt. Luettavissa: <https://franchising.fi/franchisingtietoa/franchising-yhdistys/eettiset-saannot/>. Luettu: 22.3.2025.
- Suomen Franchising-Yhdistys ry. 2005. Franchising Legislation. Luettavissa: <https://franchising.fi/franchisingtietoa/in-english/franchising-legislation/>. Luettu: 22.2.2025.
- Suomen Franchising-Yhdistys ry. 2017b. Franchising, mitä se on? Luettavissa: <https://franchising.fi/franchisingtietoa/franchising-mita-se-on/>. Luettu 4.2.2025.

Työterveyslaitos. s.a. Perehdyttäjän TOP 10 -muistilista. Luettavissa: <https://www.ttl.fi/teemat/tyohyvinvointi-ja-tyokyky/tyoura/tyouralle-kiinnittyminen/perehdyttajan-top-10-muistilista>. Luettu: 3.2.2025.

Työturvallisuuskeskus. s.a. Perehdyttäminen ja työnopastus. Luettavissa: <https://ttk.fi/tyoturvaluus/vastuut-ja-veloitteet/tyonantajan-yleiset-velvollisuudet/perehdyttaminen-ja-tyonopastus/>. Luettu 3.2.2025.

You, L. 2024. The Impact of Social Norms of Responsibility on Corporate Social Responsibility
Short Title: The Impact of Social Norms of Responsibility on Corporate Social Responsibility. Journal of Business Ethics, 190, 2, s. 309–326. Luettu: 27.3.2025.

Liitteet

Liite 1. Eezy franchising-yrittäjän perehdyttämisopas



Sisällysluettelo

<p>Johdanto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oppaan tarkoitus ja käyttö • Tervetuloa Eezy-yrittäjäksi <p>Millainen on Eezy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eezy VMP:n missio, visio ja arvot • Eezy VMP:n liiketoimintamalli • Brändi ja asiakaslupaus • Franchising-yhteistyön peruseriaatteet <p>Yrittäjän rooli ja vastuut</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mitä tarkoittaa olla Eezy Franchise -yrittäjä? • Yrittäjän tärkeimmät tehtävät • Itsensä johtaminen ja ajankäytön hallinta <p>Keskeiset prosessit ja toimintamallit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asiakashankinta ja myyntiprosessi • Rekrytointi ja työntekijöiden hallinnointi • Palveluiden tuottaminen ja asiakassuhteiden ylläpito • Laadun hallinta ja asiakaspalautteen hyödyntäminen 	<p>Liiketoimintaympäristö ja verkostot</p> <ul style="list-style-type: none"> • Henkilöstöpalvelualan yleiskatsaus • Kilpailutilanne ja markkinadynamiikka • Verkostot ja yhteistyökumppanit • Vastuullinen ja eettinen yrittäjyys <p>Eezy-yrittäjän työkalut ja resurssit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Käytössä olevat järjestelmät ja ohjelmistot • Tuki ja koulutusmahdollisuudet • Markkinointimateriaalit ja viestintäkanavat <p>Ensimmäiset askeleet – mitä tehdä heti alkuun?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liiketoiminnan käynnistäminen • Ensimmäiset asiakaskontaktit ja toimeksiannot • Toiminnan seuranta ja kehittäminen • Hyvinvointi ja jaksaminen <p>Yhteystiedot ja tukikanavat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eezy-ketjun tukipalvelut • Tärkeät yhteystiedot • Usein kysytyt kysymykset
--	---

Perehdyttämisoppaan tarkoitus ja käyttö

Tervetuloa uuden [Eezy](#) yrittäjän perehdyttämisoppaaseen! Tämä opas on laadittu tukemaan uusien [Eezy-franchiseyrittäjien](#) perehdyttämistä ja helpottamaan sopeutumista yritystoimintaan. Tarkoituksena on tarjota selkeää ja kattava tietopaketti [Eezy](#)-ketjun toimintatavoista, arvoista, liiketoimintamallista sekä käytännön yrittäjyydestä.

Kenelle opas on suunnattu?

Tämä perehdytysopas on tarkoitettu erityisesti uusille [Eezy-franchiseyrittäjille](#), mutta se voi toimia myös ketjun tukihenkilöstön ja nykyisten yrittäjien tukena perehdytysprosessissa.

Miten opasta käytetään?

- Opas etenee loogisessa järjestyksessä perehdytysprosessin mukaisesti.
- Se sisältää sekä teoreettista tietoa että käytännön ohjeistuksia [franchiseyrittäjyyteen](#).
- Oppaan sisältöä voi hyödyntää itsenäisesti tai perehdyttäjän ohjauksessa.
- Oppaaseen voi palata myös myöhemmin yrittäjyyden edetessä.

Tavoitteenamme on luoda sujuva ja miellyttävä perehdytyskokemus, joka tukee uuden [franchiseyrittäjän](#) onnistumista ja kasvua [Eezy](#)-ketjussa!



Tervetuloa [Eezy-franchising](#)-yrittäjäksi!

Onnea ja menestystä uudelle matkallesi [Eezy-franchiseyrittäjänä](#)! Tämä perehdytysopas on suunniteltu tukemaan sinua ensimmäisistä askeleista lähtien, jotta pääset nopeasti omaan [Eezy](#)-ketjun toimintatapoihin ja yrittäjyyden arkeen.

Tarjoamme vahvan tuen, toimivan liiketoimintamallin ja osaavan verkoston, joiden avulla voit menestyä ja kehittää omaa liiketoimintaasi.

Miksi [Eezy](#)?

Vakiintunut ja tunnettu brändi

Laaja tukiverkosto ja koulutus

Mahdollisuus kehittyä ja kasvaa yrittäjänä

Yhteisö, jossa menestytään yhdessä

[Eezy](#) voitti Suomen tyytyväisimmät yrittäjät palkinnon vuonna 2024

Tervetuloa osaksi [Eezy-yhteisöä](#) – elämään, elämä ja työ!



Arvomme kuvastavat meitä



HYVIN AIKEIN

Uskomme ja puhumme toisistamme hyvää. Luotamme toistemme hyviin aikeisiin. Näin rakennamme avointa ja välitöntä yhteisöä – hyvän kautta!



AINA PROMEININGILLÄ

Teemme asiat ammattimaisesti, ja hyvällä asenteella – kyllä onnistuu! Olemme uteliaita oppimaan ja kokeilemaan uutta. Kehitämme jatkuvasti tekemistämme, ja nostamme tasoaamme.



PELAA KAVERI PAREMMAKSI

Pelaamme työkavereitamme paremmiksi. Kutsumme kaverit mukaan ja teemme töitä yhdessä. Hyödynnämme monimuotoista, osaavaa yhteisöämme. Kohtaamiset on meille pyhä asia, ja olemme niissä läsnä.



100 % VASTUU

Olemme jokainen osa ratkaisua. Kysymme ja ehdotamme. Annamme palautetta, ja tarjoamme apua. Seisomme yhdessä ylpeästi työmme takana.

eezy Henkilöstöpalvelut

Missio ja visio

Missio – Miksi olemme olemassa? Haluamme auttaa ihmisiä onnistumaan työelämässä ja tukea yrittäjiä menestymään. Tavoitteenamme on tehdä työelämästä parempaa yhdistämällä oikeat ihmiset ja yritykset sekä tarjoamalla toimivat ratkaisut yrittäjyyden tueksi.

Visio – Minne olemme matkalla? Tahdomme olla Suomen johtava työelämän asiantuntijatalo ja yrittäjien kumppani. Tavoitteenamme on jatkuva kehitys, innovatiivisuus ja asiakaslähtöisyys, jotta voimme tarjota parhaita mahdollisia palveluita sekä yrittäjille että työntekijöille.

Näiden periaatteiden avulla tuemme yrittäjiämme ja autamme heitä saavuttamaan tavoitteensa!

eezy

Liiketoimintamalli

Eezyn liiketoimintamalli perustuu vahvaan yhteistyöhön, laajaan palveluvalikoimaan ja franchising-konseptiin, joka mahdollistaa yrittäjille menestymisen tunnetun brändin alla.

Keskeiset elementit:

Franchising-malli: Tarjoamme yrittäjille valmiin liiketoimintakonseptin, tunnetun brändin sekä kattavan tuen koko matkan ajan.

Palveluvalikoima: Tarjoamme kattavia henkilöstöpalveluita, kuten henkilöstövuokrauksen, yrityskulttuurimuotoilun, johtamisen kehittämisen, rekrytointien, työllistämispalveluiden, kevytyrittäjyyden ja henkilöstötutkimuksien saralla.

Asiakaskeskeisyys: Palvelut räätälöidään yritysasiakkaiden tarpeiden mukaan. Tavoitteena on pitkäaikaiset asiakassuhteet.

Yrittäjien tukiverkosto: Eezy tukee franchiseyrittäjiään tarjoamalla koulutusta, markkinointia ja liiketoiminnan kehitysokaluja.

Tämän liiketoimintamallin ansiosta pystymme tarjoamaan laadukkaita palveluita, tukemaan yrittäjiä heidän kasvussaan ja kehittämään työelämää kokonaisvaltaisesti.



Brändi ja asiakaslupaus

Eezy perustuu positiiviseen ja ratkaisukeskeiseen työelämäasenteeseen. Brändimme viestii luotettavuutta, ammattimaisuutta ja ihmisläheisyyttä, mikä heijastuu kaikessa toiminnassamme.

Eezyn brändi-identiteetti:

- **Tunnettu ja arvostettu toimija:** Eezy on yksi Suomen johtavista työelämän asiantuntijoista.
- **Iloinen ja energinen ilme:** Brändimme henkii optimismia, asiantuntemusta ja tekemisen meininkiä.
- **Vahva visuaalinen ilme:** Raikas värimaailma ja moderni design tukevat brändin tunnistettavuutta.
- **Yhteisöllisyys ja yhteistyö:** Eezy luoo merkityksellisiä suhteita sekä työntekijöihin että yrittäjiin. Jokainen työntekijä sekä asiakassuhteet kohdataan yksilönä tämän tarpeita palvelten.

Asiakaslupauksemme: Eezyn asiakaslupaus kiteytyy ajatukseen: "Yhdessä teemme työelämästä paremman".

Lupaamme:

- **Luotettavuutta:** Toimimme avoimesti ja rehellisesti aina asiakkaan etu edellä.
- **Joustavuutta:** Räätälöimme palvelumme asiakkaan tarpeiden mukaan.
- **Tuloksellisuutta:** Keskitymme tehokkuuteen ja pitkäaikaisiin hyötyihin.
- **Ihmislähtöisyyttä:** Kuuntelemme, ymmärrämme ja tarjoamme parhaan mahdollisen tuen.

Eezy-brändi ja asiakaslupaus varmistavat, että sekä ketjun yrittäjät että heidän asiakkaansa voivat luottaa saavansa parasta mahdollista palvelua ja tukea menestykseensä.



Franchising-yhteistyön peruseriaatteet

Franchising-malli tarjoaa yrittäjille valmiin liiketoimintakonseptin ja vahvan tuen, jotta menestyminen ketjun sisällä on mahdollisimman sujuvaa ja kannattavaa.

Franchising-yhteistyön keskeiset periaatteet:

- **Yhteinen brändi ja toimintamalli:** Eezy-franchiseyrittäjät toimivat yhtenäisen, tunnistettavan brändin alla ja noudattavat yhteisiä toimintaperiaatteita.
- **Itsenäinen yrittäjyys, vahva tuki:** Yrittäjä saa vapauden kehittää liiketoimintaansa, mutta hyötyy samalla ketjun koulutuksesta, markkinoinnista ja operatiivisesta tuesta.
- **Laatu ja asiakaslähtöisyys:** Kaikkien franchiseyrittäjien odotetaan noudattavan korkeita laatustandardeja ja keskittymään asiakastyytyvyyteen.
- **Yhteistyö ja verkostoituminen:** Eezy tukee yrittäjiään tarjoamalla mahdollisuuksia oppia toisiltaan ja hyödyntää ketjun laajaa osaamista.
- **Jatkuva kehitys:** Franchising-toimintaa kehitetään jatkuvasti, ja yrittäjät ovat mukana kehityksessä.

Franchising-yhteistyömme perustuu luottamukseen, avoimuuteen ja molemminpuoliseen sitoutumiseen, jotta sekä yksittäiset yrittäjät että koko ketju voivat kasvaa ja menestyä yhdessä.



Mitä tarkoittaa olla Eezy-yrittäjä?

Eezy franchise -yrittäjyys tarjoaa itsenäisyyttä ja mahdollisuuden menestyä osana tunnettua ja luotettavaa brändiä. Yrittäjänä pääset hyödyntämään valmiita liiketoimintakonsepteja sekä laajaa tukiverkostoa.

Eezy franchise -yrittäjän rooli:

- Vastaat oman liiketoimintasi kehittämisestä ja operatiivisesta toiminnasta.
- Rakennat ja ylläpidät asiakassuhteita sekä kehität palveluita asiakastarpeiden mukaan.
- Hyödynnät Eezy-ketjun tarjoamaa tukea, koulutusta ja markkinointiresursseja.
- Toimit itsenäisenä yrittäjänä, mutta osana valtakunnallista verkostoa.
- Sitoudut Eezy:n arvoihin, toimintaperiaatteisiin ja laatustandardeihin.

Eezy tarjoaa yrittäjälle:

- Tunnetun brändin ja valmiin konseptin, mikä vähentää liiketoiminnan käynnistämiseen liittyviä riskejä.
- Tukipalvelut, kuten koulutus, markkinointi, taloushallinnon tuki ja operatiivinen ohjeistus.
- Yhteisön ja verkoston, jossa yrittäjät voivat jakaa kokemuksiaan ja oppia toisiltaan.
- Mahdollisuuden kasvuun ja kehitykseen, sillä franchising-yrittäjyys mahdollistaa liiketoiminnan laajentamisen ja uusien markkinoiden hyödyntämisen.

Eezy franchise -yrittäjänä saat itsenäisyyttä, mutta et jää yksin – tuemme sinua matkallasi kohti menestystä!



Yrittäjän tärkeimmät tehtävät

Yrittäjänä vastaat liiketoimintasi menestyksestä ja kehittämisestä. Päätehtäväsi keskittyvät asiakassuhteiden rakentamiseen, myyntiin, henkilöstöhallintaan ja liiketoiminnan kehittämiseen.

Myynti ja asiakassuhteet

- Uusien asiakkuuksien hankinta ja pitkäaikaisten asiakassuhteiden ylläpitäminen.
- Eezyn palveluiden myynti ja räätälöinti asiakkaiden tarpeiden mukaan.
- Verkostoituminen ja yhteistyön kehittäminen paikallisten yritysten kanssa.

Henkilöstöhallinta ja rekrytointi

- Työntekijöiden rekrytointi ja oikeiden osaajien yhdistäminen asiakkaisiin.
- Työntekijöiden hyvinvoinnin ja työtyytyväisyyden varmistaminen.
- Työsuhdeasioiden hallinta ja lakisääteisten velvollisuuksien täyttäminen.

Liiketoiminnan johtaminen ja kehittäminen

- Liiketoiminnan tavoitteiden asettaminen ja niiden seuraaminen.
- Kannattavuuden, kustannusten ja resurssien hallinta.
- Palveluiden ja toimintamallien kehittäminen kilpailukyvyyn parantamiseksi.

Brändin ja Eezyn toimintaperiaatteiden noudattaminen

- Toimiminen Eezyn arvojen ja laatustandardien mukaisesti.
- Osallistuminen keijun koulutuksiin ja yhteistyöhön muiden franchiseyrittäjien kanssa.
- Aktiivinen markkinointi ja Eezyn brändin vahvistaminen omalla toiminta-alueella.

Eezy -yrittäjänä toimit itsenäisesti mutta vahvan tukiverkoston ympäröimänä, mikä mahdollistaa jatkuvan kehittymisen ja menestyksen!



Itsensä johtaminen ja ajankäytönhallinta

Eezy-yrittäjänä vastaat omasta ajankäytöstäsi ja tehokkaasta työskentelystäsi. Hyvä itsensä johtaminen auttaa sinua saavuttamaan tavoitteesi, ylläpitämään jaksamistasi ja kehittämään liiketoimintaasi pitkäjänteisesti.

Tavoitteiden asettaminen ja priorisointi

- Selkeät, mitattavat ja realistiset tavoitteet auttavat pitämään fokuksen oikeissa asioissa.
- Priorisoi tehtävät tärkeyden ja kiireellisuuden mukaan.
- Hyödynnä esimerkiksi Eisenhowerin matriisia työtehtävien järjestämisessä. <https://duunitori.fi/tyoelama/eisenhowerin-matriisi/>

Ajanhallintataidot

- Suunnittele aikataulut etukäteen.
- Käytä digitaalisia työkaluja, kuten kalentereita ja tehtävälistoja ajan tehokkaaseen hallintaan.
- Varaa aikaa sekä asiakastyölle että liiketoiminnan kehittämiselle.

Työskentelytapojen kehittäminen

- Vältä multitaskausta ja keskity yhteen asiaan kerrallaan.
- Huolehdi riittävästä palautumisesta ja tauoksesta työpäivän aikana.
- Hyödynnä delegointia, jos se on mahdollista, ja keskity ydintehtäviisi.

Jaksaminen ja hyvinvointi

- Yrittäjyys vaatii energiaa – huolehdi fyysisestä ja henkisestä hyvinvoinnistasi.
- Tasapainota työ ja vapaa-aika, jotta vältät loppuun palamisen.
- Hyödynnä verkoston tukea ja sparrausta, jotta et jää yksin haasteiden kanssa.

Hyvä itsensä johtaminen ja ajankäytönhallinta tekevät yrittäjyydestä sujuvampaa ja auttaa sinua menestymään pitkäaikavälikällä!



Asiakashankinta ja myyntiprosessit

Menestys perustuu tehokkaaseen asiakashankintaan ja sujuviin myyntiprosesseihin. Myynnin tavoitteena on luoda pitkäaikaisia asiakassuhteita ja tarjota asiakkaille arvoa Eezyn palveluiden kautta.

Asiakashankinnan vaiheet:

- **Kohderyhmän määrittely** – Selvitä, ketkä ovat potentiaalisimmat asiakkaat ja mistä heidät tavoittaa.
- **Verkostoituminen** – Hyödynnä henkilökohtaisia ja ammatillisia verkostoja uusien asiakkuuksien luomiseksi.
- **Markkinointi ja näkyvyys** – Käytä Eezyn markkinointimateriaaleja, sosiaalista mediaa ja tapahtumia tunnettavuuden kasvattamiseen.
- **Valmista kauraa** – Strategisten asiakkuuksien tiimi sopii valtakunnallisia sopimuksia, joita yrittäjä pääsee hyödyntämään alueellaan.
- **Kontaktointi ja ensimmäinen yhteys** – Etsi ja ota aktiivisesti yhteyttä potentiaalsiin asiakkaisiin puhelimitse, sähköpostitse tai tapaamisissa.

Myyntiprosessin vaiheet:

- **Tarvekartoitus** – Kuuntele asiakkaan tarpeita ja haasteita, jotta voit tarjota oikeita ratkaisuja.
- **Ratkaisun esittäminen** – Esittele Eezyn palvelut selkeästi ja asiakaslähtöisesti.
- **Vastaväitteiden käsittely** – Varmista, että asiakkaalla ei ole epäselvyyksiä ja tarjoa vastauksia kysymyksiin.
- **Sopimuksen tekeminen** – Neuvottele ehdot ja varmista, että asiakas on tyytyväinen palveluun.
- **Jatkoyhteistyön varmistaminen** – Seuraa asiakastytytyväisyyttä ja pyri pitkäaikaiseen kumppanuuteen.

Vinkkejä onnistuneeseen myyntiin:

- Ole aktiivinen ja systemaattinen asiakashankinnassa.
- Rakenna luottamusta ja pidä asiakas keskiössä.
- Hyödynnä dataa ja asiakaspalautetta myyntiprosessin kehittämiseksi.
- Kehitä jatkuvasti omia myyntitaitojasi ja hyödynnä tarjolla olevia koulutuksia!

Tehokas asiakashankinta ja myyntiprosessi auttavat sinua menestyvässä liiketoiminnassa.



Rekrytointi ja työntekijöiden hallinnointi

Eezy Franchise -yrittäjänä työntekijöiden rekrytointi muiden organisaatioiden tarpeet huomioiden sekä työntekijöiden hallinnointi ovat keskeisiä tehtäviä. Onnistunut rekrytointi varmistaa oikeat osaajat asiakasyrityksiin ja tukee liiketoiminnan kasvua. Työntekijöiden hallinnointi puolestaan edistää työtyytyväisyyttä ja tehokkuutta.

Rekrytointiprosessin vaiheet:

Tarpeen määrittely – Selvitä, millaisia työntekijöitä asiakkaat tarvitsevat ja mitkä ovat tehtävän vaatimukset.

Hakutietojen hyödyntäminen – Käytä monipuolisia rekrytointikanavia, kuten Eezyn rekrytointialustaa, somea ja suoraohakua.

Hakemusten käsittely ja haastattelut – Esikarsinta, haastattelut ja soveltuvuuden arviointi.

Työsuhteen laatiminen – Selkeät sopimukset, joissa huomioidaan työn ehdot ja laimmukaisuus. Valmista työsuhteenpohjia kytty toiminnonohjausjärjestelmästä.

Työntekijöiden hallinnointi:

Hyvä perehdytys – Varmista, että työntekijät ymmärtävät tehtävänsä, työtuntien kajaamisen ja muut toimintaperiaatteet.

Seuranta ja palautteenanto – Säännöllinen palaute kehittää työntekijöiden suoriutumista. Kohtaa työntekijät yksilönä ja kuuntele heidän tarpeitaan. Pyydä ja anna palautetta.

Työsuhteiden hoitaminen – Palkkahallinto, työaikojen seuranta ja lakisääteiset velvoitteet.

Vinkkejä onnistuneeseen työntekijähallintaan:

Valitse oikeat henkilöt oikeisiin tehtäviin ja panosta rekrytointiprosessin laatuun.

Ylläpidä avointa ja luottamuksellista suhdetta työntekijöihin.

Tehokas rekrytointi ja työntekijöiden hallinta takaavat sujuvan toiminnan ja asiakastytytyväisyyden!



Palveluiden tuottaminen ja asiakassuhteiden ylläpito

Menestyksesi perustuu laadukkaiden palveluiden tuottamiseen ja pitkäaikaisten asiakassuhteiden rakentamiseen. Asiakastytyväisyys syntyy sujuvista prosesseista, asiakaslähtöisyydestä ja jatkuvasta vuorovaikutuksesta.

Laadukkaiden palveluiden tuottaminen:

- **Asiakaslähtöisyys** – Rääätälöi palvelut asiakkaan tarpeiden mukaan.
- **Nopea ja tehokas palvelu** – Varmista, että palveluprosessit ovat selkeitä ja tehokkaita.
- **Lakisääteisten ja sopimusehtojen noudattaminen** – Toimi aina alan säädösten ja Eezyn laatustandardien mukaisesti.
- **Jatkuva kehittäminen** – Kerää asiakaspalautetta ja kehitä palvelulta sen perusteella.

Asiakassuhteen ylläpito ja kehittäminen:

- **Säännöllinen yhteydenpito** – Ole proaktiivinen ja pidä asiakkaat ajan tasalla.
- **Asiakaspalautteen hyödyntäminen** – Pyydä palautetta ja reagoi siihen nopeasti.
- **Pitkäaikaisten suhteiden rakentaminen** – Panosta luottamukseen ja yhteistyön jatkuvuuteen.
- **Lisämyynti ja palveluiden laajentaminen** – Tarjoa asiakkaille lisäarvoa uusilla ratkaisuihin ja palveluilla.

Vinkkejä asiakassuhteiden vahvistamiseen:

- Ole helposti tavoitettavissa ja reagoi nopeasti asiakkaan tarpeisiin.
- Hyödynnä Eezyn brändiä ja resursseja asiakassuhteiden tukena.
- Ole kiinnostunut asiakkaan liiketoiminnasta ja tarjoa aktiivisesti uusia ratkaisuja.
- Hyvin hoidettu palvelutuotanto ja asiakassuhteiden ylläpito takaavat pitkän aikavälin menestyksen!



Laadun hallinta ja asiakaspalautteen hyödyntäminen

Laadunhallinta on keskeinen osa liiketoimintaa. Laadukas palvelu varmistaa asiakastytyväisyyden, parantaa yrityksen mainetta ja tukee pitkäaikaisia asiakassuhteita. Asiakaspalaute on tärkeä työkalu palveluiden kehittämisessä ja toimintaprosessien tehostamisessa.

Laadunhallinnan peruspilarit:

- **Yhtenäiset toimintamallit:** Noudata Eezyn laatustandardeja ja hyödynnä valmiita prosesseja.
- **Jatkuva seuranta:** Arvioi ja kehitä omaa toimintaasi säännöllisesti.
- **Osaamisen kehittäminen:** Kouluttaudu ja hyödynnä verkoston tukea.
- **Asiakaskokemuksen optimointi:** Varmista, että asiakas saa aina parasta mahdollista palvelua.

Asiakaspalautteen hyödyntäminen käytännössä:

1. **Kerää aktiivisesti palautetta** – Käytä asiakaskyselyitä, suoria keskusteluja ja digitaalisia työkaluja. Asiakaskokemuksen mittaamiseen oma järjestelmä, josta voi seurata NPS:ää ja asiakkaiden sekä osajien suoria palautteita
2. **Analysoi palaute** – Tunnista kehityskohteet ja vahvuudet.
3. **Tee konkreettisia muutoksia** – Ota palaute huomioon palveluiden kehittämisessä.
4. **Kommunikoi asiakkaille** – Näytä, että palaute vaikuttaa toimintaan ja luo luottamusta.

Hyvä laadunhallinta ja tehokas palautteen hyödyntäminen luovat kilpailuetua!



Henkilöstöpalvelualan yleiskatsaus

Henkilöstöpalveluala Suomessa on merkittävä työllistäjä. Vuonna 2025 ala on sopeutunut aiempien vuosien haasteisiin ja osoittanut vahvaa elpymistä.

Alan nykytila:

- **Työllistäjärooli:** Henkilöstöpalveluyritykset ovat edelleen keskeisiä toimijoita työmarkkinoilla, tarjoten joustavia työllistymismahdollisuuksia eri toimialoilla.
- **Työn merkityksellisyys:** Työnantajat panostavat yhä enemmän kestäväyyteen, vastuullisuuteen ja työntekijöiden hyvinvointiin, mikä heijastuu myös henkilöstöpalvelualan käytäntöihin.
- **Joustavuus työelämässä:** Etätö ja hybridityömallit ovat vakiintuneet, ja henkilöstöpalveluyritykset mukauttavat palveluitaan vastaamaan näihin muutoksiin.

Haasteet ja mahdollisuudet:

- **Työehtosopimusneuvottelut:** Vuoden 2025 työehtosopimusneuvottelut ovat käynnissä, ja niiden lopputulokset vaikuttavat alan toimintaedellytyksiin ja työehtoihin.
- **Teknologian kehitys:** Digitalisaatio ja tekoälyn hyödyntäminen tuovat uusia mahdollisuuksia rekrytointiprosessien tehostamiseen ja palveluiden parantamiseen.



Kilpailutilanne ja markkinadynamiikka

Henkilöstöpalveluala Suomessa on vuonna 2025 dynaaminen ja kilpailtu kenttä, jossa yritykset pyrkivät erottautumaan tarjoamalla innovatiivisia ratkaisuja ja korkealaatuisia palveluita.

	<p>Kilpailutilanne:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Monipuolistuva palvelutarjonta: Yritykset laajentavat palveluvalikoimaansa kattamaan rekrytointin, henkilöstövuokrauksen, koulutuksen ja valmennuksen sekä muut henkilöstöhallinnon palvelut. Tämä monipuolistuminen lisää kilpailua alalla. • Digitalisaation hyödyntäminen: Teknologian kehitys ja digitalisaatio ovat keskeisiä kilpailutekijöitä. Yritykset, jotka pystyvät hyödyntämään digitaalisia työkaluja (kuten esimerkiksi tekoälyä) tehokkaasti, saavuttavat kilpailuetua.
	<p>Markkinadynamiikka:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Työmarkkinoiden muutos: Työelämän joustavuuden lisääntyminen ja etätöy yleistyminen vaikuttavat henkilöstöpalvelualan toimintamalleihin. Yritysten on sopeuduttava näihin muutoksiin tarjotakseen asiakkailleen ajankohtaisia ratkaisuja. • Kansainvälinen rekrytointi: Työvoimapulan myötä kansainvälisen työvoiman rekrytointi on yleistynyt, mikä tuo mukanaan sekä mahdollisuuksia että haasteita liittyen kulttuuriseen osaamiseen, kielitaitoon ja lainsäädäntöön.
	<p>Haasteet ja mahdollisuudet:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sääntelyn muutokset: Työehtosopimusneuvottelut ja lainsäädännön muutokset vaikuttavat alan toimintaedellytyksiin. Yritysten on pysyttävä ajan tasalla ja sopeuduttava uusiin vaatimuksiin. • Vastuullisuus ja työnantajamaaine: Asiakkaat ja työntekijät arvostavat yhä enemmän yritysten vastuullisuutta ja eettisyyttä. Positiivinen työnantajamaaine voi toimia merkittävänä kilpailuetuna. Pyri aina siis tätä kohti!



Verkostot ja yhteistyökumppanit

Verkostojen ja yhteistyökumppaneiden merkitys Eezyn menestykselle on keskeinen. Hyvin rakennettu yhteistyöverkosto tukee liiketoiminnan kasvua, mahdollistaa resurssien jakamisen ja luo uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Eezy on ollut tukemassa monenlaisia tapahtumia, kuten esimerkiksi jääkiekon MM-kisoja.

Verkostojen hyödyt

- **Liiketoiminnan laajentaminen:** Yhteistyökumppanit voivat tuoda uusia asiakkaita ja laajentaa markkina-aluetta.
- **Asiantuntijaverkosto:** Kokeneet toimijat tarjoavat arvokasta tietoa ja tukea päätöksenteossa.
- **Resurssien jakaminen:** Yhteistyö voi tuoda kustannussäästöjä ja lisätä tehokkuutta.
- **Brändin vahvistaminen:** Kumppanuudet luovat uskottavuutta ja tukevat yrityksen mainetta.

Yhteistyökumppanit Eezy-verkostossa

- **Eezyn sisäiset verkostot:** Tuki ja sparraus muilta franchise-yrittäjiltä.
- **Asiakkaat ja sidosryhmät:** Pitkäaikaiset asiakassuhteet mahdollistavat kestäväen kasvun.
- **Koulutus- ja kehityskumppanit:** Eezyn järjestämät koulutukset ja mentorointiohjelmat.
- **Paikalliset ja kansalliset liitot:** Yrittäjäjärjestöt ja alan toimialaliitot tukevat toimintaa.
- **Erilaiset verkkosivut ja foorumit:** Hyödynnä esimerkiksi kauppakamarin ja BNI verkkosivuja.

Verkostojen rakentaminen ja ylläpito

1. **Osallistu aktiivisesti tapahtumiin ja koulutuksiin** – Verkostoidu muiden alan toimijoiden kanssa.
2. **Pidä yhteyttä säännöllisesti** – Vahvista kumppanuuksia tapaamisten ja yhteydenpidon kautta.
3. **Tuo lisäarvoa yhteistyöhön** – Auta ja tue verkostosi muita jäseniä.
4. **Hyödynnä teknologisia ratkaisuja** – Käytä digitaalisia verkostoitumisalustoja ja työkaluja yhteistyön tehostamiseen.

Hyvin hoidettu yhteistyöverkosto antaa kilpailuetua ja tukee liiketoiminnan kestäväää kasvua.



Vastuullinen ja eettinen yrittäjyys

Vastuullisuus ja eettisyys ovat keskeisiä arvoja Eezyllä. Vastuullinen liiketoiminta tarkoittaa rehellisyyttä, oikeudenmukaisuutta ja kestävyyttä kaikessa toiminnassa. Suomen franchising-yhdistys on luonut franchising toimintaa koskevat eettiset säännöt: <https://franchising.fi/franchisingtietoa/franchising-yhdistys/eettiset-saannot/>

Vastuullisen yrittäjyyden periaatteet

- **Läpinäkyvyys ja rehellisyys:** Avoin viestintä asiakkaiden, työntekijöiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa.
- **Lakien ja säästösten noudattaminen:** Toiminnan tulee aina olla laillista ja eettisesti kestäväää.
- **Sosiaalinen vastuu:** Työntekijöiden hyvinvoinnin tukeminen ja työelämän tasa-arvon edistäminen.
- **Ympäristövastuu:** Ekologisesti kestävien ratkaisujen suosiminen liiketoiminnassa.

Eettisen liiketoiminnan hyödyt

- **Luottamuksen rakentaminen:** Eettisesti toimiva yritys houkuttelee asiakkaita ja yhteistyökumppaneita.
- **Pitkäaikaiset asiakassuhteet:** Asiakkaat arvostavat vastuullista toimintaa ja tahtovat tehdä yhteistyötä vastuullisten yritysten kanssa.
- **Kilpailuetu:** Vastuullinen liiketoiminta luo positiivisen brändimielikuvan ja saa sinut erottumaan kilpailijoista.

Vastuullisuuden käytännön toimenpiteet

- **Kehitä reilut toimintamallit** – Kohtele työntekijöitä ja asiakkaita oikeudenmukaisesti.
- **Vältä harmaata taloutta** – Noudata tarkasti työ- ja verolainsäädäntöä.
- **Huomioi ympäristö** – Minimoi jätteet ja suosii kestäviä ratkaisuja.
- **Panosta yhteisöllisyyteen** – Tue paikallisyhteisöjä ja osallistu erilaisiin tapahtumiin.

Eettinen ja vastuullinen yrittäjyys ei ole vain velvollisuus, vaan se on myös keino rakentaa menestyväää ja kestäväää liiketoimintaa Eezy-verkostossa.



Käytössä olevat järjestelmät ja ohjelmistot

Menestyksen kannalta on tärkeää hyödyntää tehokkaita järjestelmiä ja ohjelmistoja liiketoiminnan eri osa-alueilla. Olemme ottaneet käyttöön uuden toiminnanohjausjärjestelmän, **Core**, joka tehostaa toimintaa ja parantaa prosessien hallintaa.

Core – uusi toiminnanohjausjärjestelmä

- **Toiminnan tehostaminen:** Core yhdistää keskeiset liiketoimintaprosessit yhteen järjestelmään.
- **Parempi raportointi:** Järjestelmä tarjoaa reaaliaikaista dataa liiketoiminnan seurannan tueksi.
- **Käyttöönotto vaiheittain:** Core-järjestelmää otetaan käyttöön portaittain varmistaakseen sujuvan siirtymän.
- **Tekoäly apuna:** Core hyödyntää tekoälyä osajien ja asiakkaiden yhdistämiseen

Järjestelmän käytön hyödyt

1. **Tehokkaampi ajankäyttö** – Vähemmän manuaalista työtä ja enemmän aikaa liiketoiminnan kehittämiseen.
2. **Parempi asiakashallinta** – Keskitetyt järjestelmät auttavat asiakassuhteiden ylläpidossa.
3. **Tietoturva ja luotettavuus** – Uusimmat teknologiat takaavat turvallisen ja sujuvan käytön.

Eezy-yrittäjän menestyksen kannalta on tärkeää hyödyntää näitä järjestelmiä tehokkaasti ja pysyä ajan tasalla uusista kehityksistä.



Tuki ja koulutusmahdollisuudet

Eezy tarjoaa franchise-yrittäjille kattavan tukiverkoston ja monipuolisia koulutusmahdollisuuksia, jotka auttavat menestymään liiketoiminnassa. Jatkuva oppiminen ja ammatillinen kehittyminen ovat keskeisiä tekijöitä yrittäjän onnistumisessa.



Eezy-tukiverkosto

- Henkilökohtainen mentorointi – Kokeneet Eezy-yrittäjät ja asiantuntijat tukevat liiketoiminnan kehitystä.
- Keskitetty tukipalvelu – Apua hallinnollisiin ja operatiivisiin kysymyksiin.
- Franchise-verkoston yhteisöllisyys – Mahdollisuus vaihtaa kokemuksia ja oppia muilta yrittäjiltä.



Koulutusmahdollisuudet

- Perehdytysohjelmat – Uusille yrittäjille suunnatut koulutukset liiketoiminnan käynnistämiseen.
- Myynnin ja asiakashankinnan koulutukset – Taitojen kehittäminen asiakkuuksien hallintaan ja kasvattamiseen.
- Johtamis- ja itsensä kehittämisen valmennukset – Työkaluja tehokkaaseen johtamiseen ja ajanhallintaan.
- Järjestelmäkoulutukset – Core- ja muiden keskeisten järjestelmien käytön oppiminen.



Miten hyödynnät tukipalveluita ja koulutuksia?

- Osallistu aktiivisesti – Käytä tarjolla olevia koulutuksia ja verkostoitumismahdollisuuksia.
- Hyödynnä mentorointia – Ota oppia kokeneemmilta yrittäjiltä ja asiantuntijoilta.
- Seuraa kehitystä – Pysy ajan tasalla uusimmista toimintamalleista ja markkinatrendeistä.
- Rakenna oma osaamispolkusi – Räätälöi koulutukset ja tukipalvelut omien tavoitteidesi mukaan.

Eezy tukee yrittäjiään tarjoamalla jatkuvaa oppimista ja tukea, jotta jokainen franchise-yrittäjä voi menestyä parhaalla mahdollisella tavalla.



Markkinointimateriaalit ja viestintäkanavat

Tarjoamme franchise-yrittäjille kattavan valikoiman markkinointimateriaaleja ja tehokkaita viestintäkanavia, joiden avulla voi kasvattaa näkyvyyttä ja tavoittaa asiakkaita tehokkaasti.

Markkinointimateriaalit

- **Brandatut esitteet ja flyerit** – Ammattimaisesti suunniteltua materiaalia asiakashankintaan.
- **Digitaaliset mainokset** – Sosiaaliseen mediaan, verkkosivuille ja sähköpostikampanjoihin.
- **Video- ja kuvamateriaalit** – Visuaaliset sisällöt brändin vahvistamiseen.
- **Verkkosivujen tukimateriaalit** – Ohjeet ja valmiit sisällöt paikallisten verkkosivujen ylläpitoon.

Monikanavainen viestintä on avainasemassa asiakassuhteiden ylläpitämisessä ja uusien asiakkaiden tavoittamisessa:

- **Sosiaalinen media** – Aktiivinen läsnäolo LinkedInissä, Facebookissa ja Instagramissa
- **Sähköpostimarkkinointi** – Kohdennetut viestit ja uutiskirjeet asiakkaille ja sidosryhmille.
- **Henkilökohtaiset kontaktit** – Suorat tapaamiset ja puhelinviestintä vahvistavat asiakassuhteita.
- **Verkkosivut ja blogit** – Sisällöntuotanto ja hakukoneoptimointi (SEO) lisäävät näkyvyyttä.

Vinkit tehokkaaseen markkinointiin

- Hyödynnä Eezy:n tarjoamat valmiit materiaalit – säästää aikaa ja varmistat brändinmukaisuuden.
- Ole johdonmukainen viestinnässä – säännöllinen ja laadukas sisältö rakentaa luottamusta.
- Seuraa tuloksia – analysoi kampanjoiden tehokkuutta ja optimoi viestintää tarpeen mukaan.
- Hyödynnä paikallista näkyvyyttä – osallistu tapahtumiin ja verkostoidu aktiivisesti.

Markkinointi ja viestintä ovat avainasemassa menestyksen rakentamisessa. Eezy tukee yrittäjiään tarjoamalla valmiita materiaaleja ja koulutusta tehokkaaseen asiakashankintaan.



Liiketoiminnan käynnistäminen

Eezy Franchise -yrittäjäksi ryhtyminen on selkeä ja suoraviivainen prosessi. Seuraamalla alla olevat vaiheet ja vinkit varmistat liiketoiminnan sujuvan aloituksen.

1. Liittyminen Eezy-verkostoon

- Ota yhteyttä Eezyyn ja käy läpi sopimusneuvottelut.
- Tutustu franchising-sopimukseen ja sitoutumisen ehtoihin.
- Varmista, että liiketoimintasuunnitelmasi vastaa Eezy:n konseptia.

2. Käytännön valmistelut

- Rekisteröi yrityksesi ja hanki tarvittavat luvat.
- Avaa yritystäsi ja järjestä kirjanpito.
- Tutustu käytössä oleviin järjestelmiin ja ohjelmistoihin.

3. Asiakashankinnan ja markkinoinnin käynnistäminen

- Laadi ensimmäinen markkinointisuunnitelma.
- Aloita aktiivinen asiakashankinta ja verkostoituminen.

4. Palveluiden tuottaminen ja liiketoiminnan kehitys

- Aloita ensimmäiset asiakastoimeksiannot.
- Seuraa ja kehitä asiakassuhteita aktiivisesti.
- Hyödynnä asiakaspalautetta ja paranna toimintaa jatkuvasti.
- Osallistu Eezy:n koulutuksiin ja kehitä osaamistasi.

Menestyksenkäs liiketoiminnan käynnistäminen vaatii suunnitelmallisuutta ja aktiivista toimintaa. Eezy tukee yrittäjiään kaikissa vaiheissa varmistaakseen sujuvan aloituksen ja kestävä kasvun.



Ensimmäiset asiakaskontaktit ja toimeksiannot

Ensimmäiset asiakaskontaktit ja toimeksiannot ovat ratkaisevia liiketoiminnan käynnistämisessä. Suunnitelmallinen ja aktiivinen lähestymistapa varmistaa sujuvan alun ja vahvistaa asiakassuhteita.

1. Asiakaskontaktien luominen

- Hyödynnä Eezyn valmiita markkinointimateriaaleja ja -kanavia.
- Verkostoidu aktiivisesti ja hyödynnä omia kontaktejasi.
- Ole aktiivinen sosiaalisessa mediassa ja osallistu alan tapahtumiin.

2. Ensimmäiset tapaamiset ja asiakaskartoitus

- Varaa tapaamisia potentiaalisten asiakkaiden kanssa. Ei tarvitse olla niin virallista. Esimerkiksi kahvilla tai lounaalla käyminen on hyvä ja rento tapa aloittaa tutustumisen ja mahdollisen asiakkuuden luominen.
- Kuuntele asiakkaan tarpeita ja tarjoa ratkaisuja Eezyn palveluiden avulla.
- Esittele Eezy-brändi ammatillisesti ja selkeästi.

3. Ensimmäisten toimeksiantojen hallinta

- Varmista, että sopimukset ja toimeksiantosopimukset ovat kunnossa.
- Pidä huolta palvelun laadusta ja asiakaskokemuksesta alusta alkaen.
- Ole aktiivisesti yhteydessä asiakkaaseen ja varmista tyytyväisyys.

4. Asiakassuhteen kehittäminen

- Seuraa asiakkaan palautetta ja reagoi nopeasti mahdollisiin haasteisiin.
- Rakenna pitkäaikaisia asiakassuhteita tarjoamalla lisäarvoa ja jatkuvaa tukea.
- Hyödynnä Eezy-verkoston asiantuntijulta asiakkuuksien kasvattamisessa.

Ensimmäiset asiakaskontaktit ja toimeksiannot luovat perustan menestyvälle liiketoiminnalle. Huolellinen valmistautuminen ja aktiivinen asiakastyö varmistavat hyvän alun ja jatkuvan kasvun.



Toiminnan seuranta ja kehittäminen

Jatkuva seuranta ja kehittäminen ovat keskeisiä menestystekijöitä yrittäjänä. Säännöllinen analyysi ja prosessien kehittäminen varmistavat liiketoiminnan kasvun ja kilpailukyvyn.

Tavoitteiden asettaminen ja seuranta

- Määritä selkeät liiketoiminnalliset tavoitteet.
- Seuraa myyntilukuja, asiakastytyväisyyttä ja muita keskeisiä mittareita.

Asiakaspalautteen hyödyntäminen

- Kerää säännöllisesti asiakaspalautetta eri kanavien kautta.
- Analysoi palaute ja tunnista kehityskohteet.
- Toteuta tarvittavat muutokset palveluprosesseihin laadun parantamiseksi.

Tehokkuuden ja kannattavuuden kehittäminen

- Optimoi resurssien käyttö ja prosessit tuottavuuden lisäämiseksi.
- Seuraa kustannuksia ja etsi mahdollisuuksia säästöihin ilman laadun heikkenemistä.
- Hyödynnä teknologiaa ja digitalisaatiota toiminnan tehostamisessa.

Henkilökohtainen ja ammatillinen kehittyminen

- Osallistu Eezyn tarjoamiin koulutuksiin ja verkostoitumistapahtumiin.
- Seuraa alan trendejä ja parhaita käytäntöjä.
- Kehitä omia johtamis- ja liiketoimintataitojasi jatkuvasti.

Toiminnan jatkuva seuranta ja kehittäminen varmistavat kilpailukyvyn ja mahdollistavat pitkäjänteisen menestyksen. Säännöllinen arviointi ja kehittämistoimenpiteet luovat pohjan kannattavalle ja kestäväälle liiketoiminnalle.



Hyvinvointi ja jaksaminen

Yrittäjän hyvinvointi on keskeinen tekijä liiketoiminnan pitkäjänteisessä menestyksessä. Omasta jaksamisesta huolehtiminen vaikuttaa suoraan työn laatuun, asiakassuhteisiin ja päätöksentekokykyyn.

Ajanhallinta ja työn kuormitus

- Hyödynnä kalenterointia ja tehtävälistoja työtehtävien priorisointiin.
- Vältä ylikuormitusta ja tunnista ajoissa merkit liiallisesta stressistä.

Tasapaino työn ja vapaa-ajan välillä

- Pidä kiinni selkeistä työajoista ja varmista riittävä palautuminen.
- Varaa aikaa harrastuksille ja perheelle tasapainoisen elämän varmistamiseksi.
- Hyödynnä sosiaalisen tukiverkoston tuki.

Henkinen ja fyysinen hyvinvointi

- Huolehdi terveellisistä elämäntavoista, kuten ravinnosta, liikunnasta ja riittävästä unesta.
- Panosta stressinhallintakeinoihin, kuten [mindfulnessiin](#) ja liikuntaan.
- Hakeudu vertaistuen ja mentoroinnin pariin, jos työssä ilmenee haasteita, joista et itse selviä.

Hyvinvoiva yrittäjä on tehokas, motivoitunut ja kykenevä kehittämään liiketoimintaansa pitkäjänteisesti. Siksi jaksamisesta huolehtiminen on tärkeä osa menestyvää yrittäjyyttä.



Tärkeät yhteystiedot

eezy

