

Koulutuksen merkitys verkostomarkkinointiyrityksen tiimin liiketoiminnan rakentamisessa

Tuuli Sahi

Opinnäytetyö
Helmikuu 2011

Liiketalouden koulutusohjelma
Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala





Tekijä(t) SAHI, Tuuli	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 07.02.2011
	Sivumäärä 52	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus () saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi KOULUTUKSEN MERKITYS VERKOSTOMARKKINOINTIYRITYKSEN TIIMIN LIIKETOIMINNAN RAKENTAMISESSA		
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma, Jämsänkosken tiimiakatemia		
Työn ohjaaja(t) HAKKARAINEN, Sinikka		
Toimeksiantaja(t)		
Tiivistelmä Koulutuksen merkitystä verkostomarkkinointi-yrityksen tiimin liiketoiminnan rakentamisessa tutkitiin laadullisen tutkimuksen menetelmin teemahaastatteluilla. Tavoitteena oli saada selville, voiko verkostomarkkinointiyritys tarjota koulutusta, jonka tuloksena kuka tahansa voi onnistuneesti rakentaa liiketoimintaa tässä konseptissa. Teemahaastatteluissa pyrittiin selvittämään taustan merkitystä liiketoiminnan rakentamisen kannalta, verkostomarkkinointiyrityksen tarjoaman koulutuksen laatua, sen merkitystä liiketoiminnan rakentamisen kannalta, tiimin merkitystä koulutuksen näkökulmasta sekä sitä, mitä liiketoiminnan rakentaminen haastateltujen mielestä vaatii. Työ toteutettiin teemahaastattelemalla erään verkostomarkkinointiyrityksen tiimin jäseniä. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin, minkä jälkeen aineisto analysoitiin sisältöanalyysin keinoin. Aineistosta etsittiin teemoittelun avulla yhteneväisyydet ja pelkistettiin vastaukset tutkimustuloksiksi. Teoreettinen osio koottiin teemahaastattelussa nousseiden teemojen perusteella tutkimuksen kannalta keskeisimmistä aiheista. Tuloksista ilmeni, että yrityksen tarjoaman koulutuksen merkitys liiketoiminnan rakentamisessa oli suuri verkostomarkkinointiyrityksessä. Motivoinnin näkökulmasta sekä tiimillä että yrityksen tuottamalla materiaalilla oli suuri merkitys. Tärkeimmiksi taidoiksi teemahaastattelujen tuloksena nousivat ihmissuhdetaidot, ja oman kehittymisen näkökulmasta painoarvoa annettiin erityisesti henkilön kasvun kouluttautumiselle. Taustan merkitys liiketoiminnan rakentamisessa oli vähäinen ja tuloksien perusteella liiketoiminnan rakentaminen onnistuu keneltä tahansa aiemmasta koulutuksesta ja taustasta riippumatta. Tutkimus kuvaa koulutuksen merkitystä yhden yrityksen parissa työskenteleville, tulos ei siis ole yleistettävissä. Luotettavuutta on pyritty lisäämään varmistamalla että tulokset ja teemahaastatteluista saadut pelkistetyt ilmaukset vastaavat haastateltujen tarkoittamia merkityksiä antamalla haastateltujen lukea ja todeta tulokset oikeiksi ennen opinnäytteen julkaisua.		
Avainsanat (asiasanat): Verkostomarkkinointi, Liiketoiminnan rakentaminen, Tiimi, Laadullinen tutkimus		
Muut tiedot: Liitteinä Analysointitaulukko 14 sivua (Liite 1) ja Kategorisointitaulukko 3 sivua (Liite 2).		



Author(s) SAHI, Tuuli	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 07022011
	Pages 52	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until	Permission for web publication <input checked="" type="checkbox"/> (X)
Title TITLE ROLE OF TRAINING IN BUILDING BUSINESS ON NETWORK MARKETING COMPANYS TEAM		
Degree Programme Business Administration		
Tutor(s) HAKKARAINEN, Sinikka		
Assigned by		
<p>Abstract</p> <p>The importance of training in building network marketing companys teams business was studied using qualitative research methodology. The goal in theme interviews was to find out if a network marketing company can provide training that enables anyone despite his background to build successful business in concept.</p> <p>Theme interviews aim was to clarify importance of background in building business, and the quality of training offered in network marketing company. The aim was also to find out team`s role in education in network marketing business building and importance of education from the perspective of what the respondents feel that the construction of this business requires.</p> <p>The work was carried out by interviewing the team members of a network marketing company. The theme interviews were taped and transcribed, after which the data was analyzed using content analysis methods. The data was searched using the themes and after that commonalities resistors were scaled back to research results. The theoretical part of the study was gathered on a basis of the theme interviews key topics.</p> <p>The results revealed that the training that the company offers has an important role in building the business. From ones motivation perspective both the material that company provided as well as the team, had important part. The most important skills as a result the team interviews were interpersonal skills. From persons personal development point of view it was important to have spiritual growth training. Backgrounds role in the business building was small. Those interviewed felt that it was possible to build successful business despite any previous training or background.</p> <p>This study describes the importance of education in building business in network marketing team just from one company`s point of view and just for those who work with this company. There was made an effort to increase the reliability of this study by letting the interviewees read the content of the study before its release. They made sure that the content has not changed during editing the material.</p>		
Keywords: Network marketing, business building, team, qualitative research		
Miscellaneous: Analysointitaulukko 14 pages (Liite 1), Kategorisointitaulukko 3 pages (Liite 2)		

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	3
2 VERKOSTOMARKKINOINTI	4
2.1 Kertautuminen ja sen voima verkostomarkkinoinnissa.....	5
2.2 Pyramideja ja negatiivista asennetta.....	6
2.3 Verkoston rakentaja.....	7
3 LIIKETOIMINNAN RAKENTAMINEN VERKOSTOMARKKINOINTIYRITYKSESSÄ	8
3.1 Liiketoiminnan rakentaminen Amwaylla yksityisenä elinkeinonharjoittajana.....	9
3.2 Mitä liiketoiminnan rakentamiseen vaaditaan ?.....	11
3.3 Verkoston suuruus.....	13
4 TIIMIN MERKITYS JA RAKENNE VERKOSTOMARKKINOINNISSA	13
4.1 Tiimin muodostuminen ja jäsenmäärä	14
4.2 Useiden tiimien kokonaisuus ja osaaminen tiimissä.....	15
4.3 Yksilön ja organisaation arvot	15
5 KOULUTUKSEN ROOLI VERKOSTOMARKKINOINNISSA.....	17
5.1 Muutoksen tarve ja motivaatio koulutuksen tehostajina	18
5.2 Ryhmän merkitys verkostomarkkinointiyrityksen koulutuksessa	19
6 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	20
6.1 Haastateltavien valinta.....	21
6.2 Haastattelujen analysointi.....	22
7 TUTKIMUSTULOKSET	23
7.1 Taustan merkitys liiketoiminnan rakentamisessa	24
7.1.1 Toiminta-aika yrityksessä ja koulutusohjelmassa	24
7.1.2 Aiempi koulutus- ja työtausta ja niistä hyötyminen liiketoiminnan rakentamisessa.....	24
7.2 Verkostomarkkinointiyrityksen koulutus ja sen toimivuus	24
7.2.1 Yritykseltä saadun koulutuksen sisältö	24
7.2.2 Koulutusmateriaalin sisältö ja tärkeys.....	25
7.2.3 Koulutuksen ulkopuolinen materiaali	25
7.2.4 Osa-alueet, joita yrityksen tarjoama koulutus kehittää.....	26
7.2.5 Yrityksen tarjoamassa koulutuksessa tärkeintä	26
7.3 Kokemus liiketoiminnassa vaadittavista taidoista.....	27
7.3.1. Taitoja ja ominaisuuksia, joita liikkeenharjoittajalla tulisi olla.....	27
7.3.2 Konseptin sisältö.....	27

7.3.3 Kehittyminen koulutuksen ja toiminnan tuloksena	28
7.3.4 Menestyminen liikkeenharjoittajana.....	28
7.4 Tiimin merkitys.....	29
8 POHDINTA	29
8.1 Päätelmiä tutkimustuloksista ja teoriasta	30
8.2 Jatkotutkimusmahdollisuuksia	32
8.3 Tutkimuksen luotettavuus	32
8.4 Ennako-odotukset ja tutkimuksen merkitys	33
LÄHTEET.....	35
LIITTEET	36
Liite 1 Analysointitaulukko teemoittain	36
Liite 2 Kategorisointi	50

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aihe on verkostomarkkinointiyrityksen tarjoaman koulutuksen merkitys verkostomarkkinointiyrityksen tiimin liiketoiminnan rakentamisessa. Tutkimus toteutettiin teemahaastattelun avulla. Tutkimusaihe valikoitui kiinnostuksesta tutkia verkostomarkkinointia keinona hankkia uusi ammatti. Vierestä seuranneena olen huomannut, kuinka paljon IT-alalla työskennellyt tuttava on saanut verkostomarkkinoinnista työskentelymuotona sekä työn että koko elämänasenteen ja oman tyytyväisyyden näkökulmasta. Tämä herätti kiinnostuksen siihen, onko muilla vastaavia tarinoita kerrottavanaan siitä, kuinka alan vaihto verkostomarkkinointiin voi tuoda ihmisestä parhaita puolia esiin ja auttaa löytämään sen, mitä todella haluaa työkseen tehdä, huolimatta siitä, että verkostomarkkinoinnilla on nykyäänkin kyseenalainen maine.

Minkälaisilta aloilta ihmiset lähtevät verkostomarkkinointiin aktiivisiksi toimijoiksi ja mitä he siitä saavat koulutuksen näkökulmasta? Nämä kysymykset saivat opinnäytteen liikkeelle. Lisäksi kiinnostusta aiheeseen lisäsi sen ajankohtaisuus, sillä sähköinen kauppa kasvaa vuosi vuodelta, ja sen toiminta helpottuu asiakkaan näkökulmasta. Tämä lisää toimintamahdollisuuksia verkostomarkkinoinnissa, jossa toiminta perustuu sähköisen kaupan tuotteisiin ja niiden suosittelutyöhön. Sähköisen kaupan luotettavuus ja käyttömukavuus ovat lisääntyneet aiempaan verrattuna, ja verkostomarkkinointi työnä on helpottunut tämän myötä. Ajankohtainen aihe kiinnosti myös oman tulevaisuuden ja alan näkökulmasta. Voisiko tässä olla oma tulevaisuuden ammatti?

Tietoperustassa verkostomarkkinointia pyritään esittelemään tapana tehdä työtä - ilman sen usein herättämiä asenteisiin vaikuttavia voimakkaita reaktioita. Liiketoiminnan rakentaminen kuuluu olennaisena osana verkostomarkkinointiin ja sitä kautta myös yrittäjämäinen ajattelutapa. Näiden teemojen lisäksi teoriaosuudessa tarkastellaan tiimiä ja sen toimintaan liittyviä teorioita sekä niiden merkitystä verkostomarkkinointiyrityksen koulutuksessa ja toiminnassa.

Oppimista käsitteenä ja sen merkitystä osana elämän kokonaisuutta on tarkasteltu nimenomaan aikuisen oppimisen kannalta.

Teoriaosuuden teemat on johdettu teemahaastatteluissa esiin nousseista asioista. Teemahaastatteluissa pyrittiin selvittämään, kokivatko haastatellut hyötyvänsä aiemmasta ammatistaan ja koulutuksestaan työssään verkostomarkkinointiyrityksessä. Toinen teema, jota pyrittiin selvittämään, oli verkostomarkkinointiyrityksen tarjoaman koulutuksen toimivuus ja merkitys liiketoiminnan rakentamisen näkökulmasta. Tiimin tuki ja sen merkitys koulutuksessa nousi teemahaastatteluista myös yhdeksi pääasioista. Lisäksi pyrittiin kartoittamaan, mitkä taidot olivat olennaisia haastateltavien mielestä liiketoiminnassa onnistumisen näkökulmasta.

Opinnäytetyön tavoitteena on saada vastaus kysymykseen, voiko verkostomarkkinoinnista saada itselleen ammatin, riittääkö yrityksen tarjoama koulutus liiketoiminnan menestyksekkääseen rakentamiseen ja mikä on taustan merkitys suhteessa tähän. Voiko jokainen taustastaan huolimatta rakentaa menestyvän verkosto-organisaation ja saada riittävää ohjausta ja koulutusta toiminnan ylläpitämiseksi?

2 VERKOSTOMARKKINOINTI

Verkostomarkkinointi (toiselta nimeltään monitasomarkkinointi) on liiketoimintaa, jossa henkilö voi saavuttaa pysyvää tuloa luomalla organisaation. Pysyvällä tulolla tarkoitetaan kerran tehdystä työstä saatavia toistuvia tuloja, kuten esimerkiksi osinko- tai tekijänoikeuspalkkiot. Verkostomarkkinoinnilla on mahdollisuus päästä käsiksi tällaisiin tuloihin laadukkaan ja pitkäjänteisen työn tuloksena. Parhaassa tapauksessa nämä tulot voivat myös kasvaa ilman henkilön itsensä suoranaista panosta riittävän verkoston luomisen jälkeen. (Karvinen 1997, 2.)

Verkostomarkkinoinnissa kysymys ei ole vain myynnistä, vaan se on osa toimintaa. Pilkkottuna käsite verkostomarkkinointi voidaan avata niin, että markkinointi yksinkertaisesti merkitsee tuotteen tai palvelun siirtämistä valmistajalta kuluttajalle. Monitasoisuus eli verkosto puolestaan tarkoittaa systeemiä, jossa

suuri joukko ihmisiä tekee pienen työn. (Failla 1997,5.) Verkostomarkkinointi sekoitetaan helposti suoramarkkinointiin, jota esimerkiksi lehtien myynti on. Verkostomarkkinoinnissa myyntiä suurempi merkitys on organisaation eli verkoston rakentamisella jossa käytetään tuotteita, joita yritys valmistaa. Tuotteiden suosittelun lisäksi kerrotaan verkostomarkkinointi työn mahdollisuuksista uusille ihmisille. Verkostomarkkinointi on organisaation rakentamista, jossa on paljon verkostoijia, jotka kaikki suosittelevat pienen määrän tuotteita. (Failla 1997,8.)

Verkostomarkkinoinnin perusajatuksena on, että yrityksessä toimiva henkilö eli jälleenmyyjä rekrytoi ja kouluttaa yhä uusia jälleenmyyjiä. Näin saadaan jälleenmyyjien verkosto, jonka kokonaisliikevaihdosta verkoston rakentanut jälleenmyyjä voi saada lisäpalkkioita oman jälleenmyyntipalkkionsa lisäksi. Nykyään verkostomarkkinointi toimii niin, että tuotteita tarjoava yritys solmii liikesuhteen asiakkaaseen, joka hoitaa mainonnan ja markkinoinnin henkilökohtaisen suosittelun keinoin. Ne rahat, jotka kuluisivat mediamainontaan ja perinteisen jakelutien kuluihin, käytetään markkinointipalkkioihin niille, jotka tuovat yritykselle uusia asiakkaita. (Karvinen 1997,1.)

Yrityksellä jää enemmän rahaa tuotteiden testaamiseen ja laadun parantamiseen ja tätä kautta asiakastyytyväisyyttä saadaan parannettua. Pitkäkestoiset asiakassuhteet takaavat liiketoiminnan jatkumisen ja verkostoitumisen kannattavuuden. Tuotteiden hinta saadaan laatuun nähden pidettyä kohtuullisena, kun verkostomarkkinoinnissa perinteisen vähittäiskaupan mallista poistetaan mainonta ja jakeluteiden kulut. Mainoskustannukset ja palkkiot jakeluketjun monille väliportaille ovat kaksi perinteisen markkinointimallin kuluerää, jotka kattavat joissakin tuotteissa jopa 90 % kuluttajahinnasta. (Karvinen 1997, 40.)

2.1 Kertautuminen ja sen voima verkostomarkkinoinnissa

Suosittelutyön potentiaali perustuu kertautuvuuteen ja pysyvien tulojen mahdollisuuteen tätä kautta. Laskennallisesti verkostoitumisesta tuleva rahallinen hyöty voidaan Karvisen (1997,3) mukaan esittää seuraavalla tavalla: jos verkostomarkkinoija tekee vuoden ajan suosittelutyötä niin, että joka kuukausi verkostoon lähtee mukaan yksi uusi verkostomarkkinoija lisää, heitä on koossa 12. Jos kaikki näistä mukaan lähteneistä kahdestatoista toimisivat vuoden samalla tavalla, olisi verkostossa vuoden kuluttua 4095 henkilöä. Vaikka heis-

tä vain 20 % toimisi aktiivisesti, olisi liiketoiminnassa silti mukana 800 henkilöä. Jos heistä jokainen ostaisi tuotteita 50 eurolla kuukaudessa, verkoston liikevaihto olisi 40 000 euroa. Tästä liikevaihdosta verkostomarkkinoija saisi suosittelupalkkionsa yrityksen palkkionmaksujärjestelmän mukaan prosenttiosuutena aina, kun uudet asiakkaat ostavat yrityksen tuotteita. Verkoston kasvua kuvaavassa esimerkissä tulee esiin se potentiaali, johon ansiomahdollisuudet perustuvat. Kuitenkin Karvinen toteaa (1997,33), etteivät laskelmat pidä paikkaansa siinä vaiheessa, kun niihin lisätään inhimilliset ihmiset.

Verkostomarkkinointi on tapa tehdä työtä, ei mahdollisuus äkkirikastumiseen. Kestää vuosia saavuttaa taso, jolla tulot ovat esimerkin kaltaiset. Verkostomarkkinoinnista saatu tulo on suorassa yhteydessä tehdyn työn määrään. Kasvun syvin olemus verkostomarkkinoinnissa on se, että pientenkin tulojen saamiseksi on aluksi tehtävä paljon työtä, mutta kun tuplaantuminen pääsee vauhtiin, tulosta alkaa syntyä (Karvinen 1997,5,34.) Paljon työtä ja vähän palkkaa kuvaa verkostomarkkinointia ennen riittävän verkoston muodostumista. Kuitenkin huomattavankin tulon saaminen verkostomarkkinoinnin avulla on täysin mahdollista ja saavutettavissa kovalla ja pitkäjänteisellä työllä. ”Verkostomarkkinointi ei ole teoriaa, joka ehkä toimii, vaan käytännössä kiistattomasti erittäin toimivaksi todistettu markkinoinnin malli.”(Karvinen 1997,5.)

Verkostomarkkinoinnin idea on lopulta yksinkertaisesti suosittelumainonnassa ja sen tehokkuudessa. Ihmiset tulevat tietämättäänkin tehneeksi suosittelumarkkinointia arkielämässään kertoessaan hyväksi huomaamistaan tuotteista tuttaville, ja se on nykyäänkin usein painavampi peruste ostopäätökselle kuin massoille suunnattu mainos. Ero verkostomarkkinoijan ja kuluttajan välillä on häilyvä, sillä jokainen uusi asiakas voi hankkia haluamansa tuotteen suoraan verkostomarkkinointiyritykseltä riippumatta siitä, toimiiko itse suosittelijana vai ei. (Karvinen 1997, 5.)

2.2 Pyramideja ja negatiivista asennetta

Verkostomarkkinointi on elänyt pioneerivaihettaan jo 1940- luvulla ja se kesti Karvisen (1997, 7) mukaan aina vuoteen 1979 asti. Sinä aikana määrittyi verkostomarkkinoinnin suhde lainsäädäntöön, ja se tuli tutummaksi kuluttajille useiden yritysten välityksellä. Alan johtava yritys (Amway) haastettiin vuonna 1979 oikeuteen ja sitä syytettiin laittomasta pyramidimyynnistä. Tuossa oikeu-

denkäynnissä määrittyi ero verkostomarkkinoinnin ja pyramidihuijausten välille. Oikeudessa todettiin, että perustajien ohella myös muut itsenäiset liikkeenharjoittajat saivat tuloja suhteessa tehtyyn työhönsä verkostomarkkinointiyritykseltä. Kun asiakkaat olivat tyytyväisiä sekä saamiinsa tuloihin että yrityksen tuotteisiin, voitti Amway monta vuotta kestäneen oikeusprosessin ja verkostomarkkinointi todettiin lailliseksi tavaroiden ja palveluiden jakelu- ja markkinointikanavaksi. (Karvinen 1997,9.)

Verkostomarkkinointi eroaa pyramidihuijauksista, jotka ovat antaneet toiminnalle ikävän leiman ja joissa luvataan nopeaa ja suurta tuloa. Pyramidi rakentuu huipulta alaspäin, jolloin vain alussa mukana olleet voivat hyötyä toiminnasta rahallisesti. Verkostomarkkinoinnin verkosto rakentuu alhaalta ylöspäin niin, että jokainen verkostoija aloittaa alhaalta ja heillä on yhtäläinen mahdollisuus luoda suuri verkosto ja saada tuloa tehdystä työstään. (Faillan 1997, 10.) Pyramidimyyntissä tuote ei usein saavuta kuluttajaa ollenkaan, vaan hinta nousee myyjäketjussa niin, että ketjun viimeiselle jää ylihintaisia tavaramääriä varastoon (Karvinen 1997,8). Verkostomarkkinoinnissa palkkiot perustuvat todellisen markkina-arvon ja kysynnän omaaviin tuotteisiin, joita kuluttajat ostavat saamansa markkinointiviestin perusteella (Karvinen 1997,14).

2.3 Verkoston rakentaja

Verkostointimarkkinoinnissa, kuten muillakin aloilla, myös kouluttautumisella on merkitystä ja alan johtavat kouluttajat ovat sitä mieltä että vaatii ainakin vuoden kouluttautumista ja opiskelua ennen kuin henkilö voi edes tietää, soveltuuko verkostomarkkinointialalle. Työstä annetaan usein liian helppo kuva ja monet kompastuvat yrityksessään tähän. (Karvinen 1997,34.) Vaikka verkostomarkkinointi tarjoaa matalan kynnyksen aloittaa oma liiketoiminta, kun monia perinteiseen yrittäjyyteen liittyviä edellytyksiä (pääoma, liikehuoneisto, työntekijät jne.) ei tarvita, on onnistumisen takaamiseksi omattava yrittäjältä vaativia piirteitä, kuten sitkeyttä. Voi kestää vuosia rakentaa liiketoiminta, josta saa haluamansa tulon, ja monen on pakko saada samalla toimeentulo muusta lähteestä. Noin 90 % verkostomarkkinoijista tekeekin suosittelutyötä sivutoimisesti. (Karvinen 1997, 33,35.)

Verkostomarkkinointi vetoaa ihmisiin siinä mielessä, että kerran tehdystä työstä saadun pysyvän tulon saavuttaminen ei ole mahdollista kovin montaa reit-

tiä. Verkostomarkkinoinnin perusta on ihmisissä ja ala kasvaa jatkuvasti. Jos toiminnan perustana olisi vain taloudellinen pääoma, vain pääoman haltijat, miljonäärit ja pankit rikastuisivat. (Ludbrook, 2006, 19.) Verkostomarkkinointi on reitti, joka ei perustu onnenkantamoisiin, kuten lottoamiseen, ja prosenttiosuus, jonka tehdystä työstä saa, on parempi kuin työelämän päättyessä saatava eläke, joka vastaa vain noin puolta aiemmin saadusta palkasta. Verkostoja ja verkostoitumista on joka paikassa ja yritystoiminta alalla kuin alalla vaatii verkostoitumista. Kiyosakin (2001, 11) mukaan taloudellisen vapauden saavuttamiseksi on ehdottoman tärkeää luoda verkosto, jonka avulla voi saavuttaa haluamansa tulot. Perinteinen koulutusjärjestelmä kouluttaa tekemään työtä koko elämänsä palkkaa vastaan, mutta verkostomarkkinoinnissa olennaista on uskaltaa ajatella eri tavalla ja ymmärtää perusajatus rikastumiseen liittyen. ”Maailman rikkaimmat ihmiset rakentavat verkostoja. Kaikki muut on opetettu tekemään työtä.” (Kiyosaki 2006, 13.)

3 LIIKETOIMINNAN RAKENTAMINEN VERKOSTOMARKKINOINTIYRITYKSESSÄ

Liiketoimintaa voi rakentaa monilla tavoin, ja yksi näistä tavoista on verkostomarkkinointi. Verkostomarkkinoinnissa henkilö toimii itsenäisenä liikkeenharjoittajana, eräänlaisena yksityisyrittäjänä, työnään suositella verkostomarkkinointiyrityksen tuotteita ja verkostointia työskentelymahdollisuutena. Liiketoiminnan rakentamisessa olennaista on valita itselle sopiva tapa toteuttaa liiketoimintaa. ”Joskus on parasta vetäytyä ja jäädä eloon taistellakseen toiste” sekä ”valitse taistelusi harkiten” sanonnat pätevät myös liike-elämässä. (Trump & Kiyosaki 2006, 95.) Verkostomarkkinointi voi tarjota mahdollisuuden itsenäiseen yrittämiseen pienellä riskillä ja alkupääomalla, joka monissa muissa liiketoiminnan muodoissa on mahdotonta. Kuitenkaan kaikille tämä työskentelymalli ei sovi.

Liiketoiminnan rakentaminen tapahtuu pieni askel kerrallaan. Verkostomarkkinoinnissa voi viedä vuosia päästä tuottavalle tasolle. Kun on edennyt pienin askelin kuukaudesta vuoteen, voi huomata saavuttaneensa seuraavan tason ja voi siirtyä suurempiin askeliin. Pienistä askelista kävelyyn ja sitten juok-

suun, pätee kaiken liiketoiminnan rakentamiseen. Tähän pätee myös sanonta ”Kuinka norsu syödään?” Vastaus on: ”Palanen kerrallaan” (Kiyosaki & Lechter 2006, 206.) Tässä suhteessa liiketoiminnan harjoittaminen verkostomarkkinointiyrityksessä ei eroa muusta liiketoiminnan rakentamisesta.

Suunnitelmallisuus on yksi tärkeä osa liiketoiminnan rakentamista. Kiyosakin (2001,64) mukaan viisivuotissuunnitelman tekeminen kannattaa seuraavista syistä: monet haluavat rahaa, mutta ovat haluttomia sijoittamaan aikaansa. Kuitenkin liiketoiminnan rakentaminen vaatii paitsi mielen, myös erityisesti fyysisistä oppimista, jonka hankkimiseen menee aikaa paljon enemmän. Fyysisellä oppimisella tarkoitetaan niitä käytännön taitoja ja niiden harjoittamista, jota liiketoiminta vaatii. Virheistä oppiminen on tehokasta ja sille tulisi varata aikaa. Myös jo opittujen asioiden unohtamiselle täytyy varata aikaa, sillä toimintatavat ja ajattelumallien muuttuminen on tarpeellista, kun siirtyy palkansaajan roolista liikkeenharjoittajan rooliin ja sen vastuisiin. Viisivuotissuunnitelman tarkoituksena on antaa itselle aikaa prosessin oppimiseen ja verkoston luomiseen.

3.1 Liiketoiminnan rakentaminen Amwaylla yksityisenä elinkeinonharjoittajana

Amway on suoramyyntiyritys, joka on toiminut verkostomarkkinointialalla vuodesta 1959. Kaikki tutkimuksessa haastatellut henkilöt toimivat Amwaylla itsenäisinä liikkeenharjoittajina. Amway on maailman suurin verkostomarkkinointiyritys ja myös yksi suurimmista yrityksistä kodinhoito- ja henkilökohtaisten tuotteiden alalla. (Karvinen 1997, 9.) Yrityksen ovat perustaneet Jay Van Andel ja Rich De Vos. Amwaylla on tuotevalikoimassaan yli 450 tuotetta, joita ei voi ostaa vähittäiskaupoista. Amway Scandinavia on ollut vuosia kansallisten suoramarkkinointiliittojen jäsen Pohjoismaissa. Suoramarkkinointiliitot ovat toimialajärjestöjä, jotka säätelevät ja edustavat koko alaa. Amway säätelee itsenäisiä liikkeenharjoittajia myös omien eettisten sääntöjen muodossa, ja näin pyritään takaamaan eettisesti luotettava liiketoimintamahdollisuus. Liiketoiminnan rakentaminen Amwaylla alkaa siitä, että uudet itsenäiset liikkeenharjoittajat liittyvät liiketoimintaan vanhojen liikkeenharjoittajien sponsoroinnin kautta. Kun on liittynyt liiketoimintaan ja Amway on hyväksynyt jäsenhake-

muksen, varsinainen liiketoiminnan rakentaminen voi alkaa (Tietoa Amwaysta, Amwayn verkkosivusto n.d.)

Itsenäinen liikkeenharjoittaja ei ole työntekijä Amwaylla, vaan johtaa itse omaa liiketoimintaansa. Suomen itsenäiset liikkeenharjoittajat voivat olla yksityisiä elinkeinonharjoittajia (Mahdollisuus, Amwayn verkkosivusto n.d.) Verkostomarkkinoinnissa toimintaan tarvitaan y-tunnus, mutta toiminimi tai muu erityinen yritysmuoto ei ole pakollinen. Kyse ei siis välttämättä ole yksityisestä toiminimestä, jossa yrittäjä sijoittaa yritykseen sekä omaisuutensa että työpanoksensa. Taloudellista riskiä ei verkostomarkkinoinnissa ole, koska toimintaan ei sijoiteta pääomaa, mutta oma työpanos toimintaan toki sijoitetaan. Yrityksen ja yrittäjän tulot, menot ja varat on kuitenkin pidettävä kirjanpidolla erillään toisistaan, kuten yksityisen toiminimen tapauksessakin. Yksityistä elinkeinonharjoittajaa verotetaan osittain samalla tavalla kuin yksityistä henkilöä. Verotus suoritetaan kokonaisvarallisuuden perusteella, eli yrityksen varallisuus lisätään yrittäjän muuhun varallisuuteen. (Kinkki 1996, 69.)

Sisäisen yrittäjyyden malli toteutuu osittain verkostomarkkinointiyrittämisessä. Sisäisellä yrittäjyydellä voidaan kokeilla liikeidean luomista ilman yrittäjän omien varojen riskeeraamista. Vaikka yrittäjä toimiikin itsenäisenä liikkeenharjoittajana, ei hänellä ole omaa omaisuuttaan kiinni yrityksessä, ja hän toimii verkostomarkkinointiyrityksen yhteistyökumppanina. (Koiranen 1993, 23,27.) Sisäinen yrittäjyys on yrittäjämäinen suhtautumis-, ajattelu- ja toimintatapa jonkin työyhteisön jäsenenä (Koiranen & Pohjansaari 1994, 7).

Tulot liikkeenharjoittajalle tulevat suoramyynnistä, eli yrityksen tuotteiden suosittelevuudesta ja myymisestä suoraan asiakkaille vähittäiskauppojen sijaan. Suoramyyntiä ei tehdä ovelta ovelle, vaan liikkeenharjoittajat myyvät tuotteita omalle asiakaskunnalleen - eli tutuille tai tapaamilleen henkilöille. Suoramyynti ei myöskään edellytä tuotteiden ostamista ensin itse ja varastointia, vaan ne tilataan yritykseltä suoraan. Yritys toimittaa tuotteet suoraan Itellan välityksellä tilaajan kotiovelle. Tuotekehityksessä Amway luottaa tuotteisiinsa ja antaa niille 100 %:n tyytyväisyystakuun, eli mikäli tuotteesta ei pidä, kokeilun jälkeen sen voi käytettynäkin palauttaa yritykselle ja saada maksamansa summan takaisin. (Tietoa Amwaysta, Amwayn verkkosivusto n.d.)

Liiketoiminnan rakentaminen perustuu suoramyyntiin ja siitä saatavaan tuloon. Lisäksi yritys maksaa bonuksia suoraan itsenäiselle liikkeenharjoittajalle. Ne rakentuvat liikkeenharjoittajan oman myyjäryhmän myyntituloksesta. Tässä verkostoitumisella on merkitys ja avainasema. Yksityinen liikkeenharjoittaja kasvattaa verkostoa allaan, ja verkoston ostovolyymista ja suuruudesta riippuen itsenäinen liikkeenharjoittaja saa prosenttiosuuden kaikista myyntituloista, joita muut liikkeenharjoittajat tai pelkät asiakkaat hänen allaan luovat. (Mahdollisuus, Amwayn verkkosivusto n.d.) Moni kiinnostuu suosittelutyön tuloksena pelkistä tuotteista tai palveluista. Näistä henkilöistä tulee asiakkaita - muttei verkostomarkkinoijia, ja heidän ostoistaan itsenäinen liikkeenharjoittaja saa vähittäismyyntipalkkioita. (Karvinen 1997, 3.)

Perinteiseen yritystoimintaan liittyy monia eri tekijöitä ja vaiheita jotka pitäisi ottaa huomioon liiketoimintaa aloitettaessa. Näitä osa-alueita on hyvä miettiä myös verkostomarkkinoinnin kautta itsenäisenä liikkeenharjoittajana toimittaessa. Käytännössä yhteistyökumppaniyrityksenä toimiva yritys on hoitanut niistä suuren osan, kuten esimerkiksi sen, mitä tavaroita ja palveluita tuotetaan, onko asiakkaita riittävästi ja tuotteilla kysyntää sekä yrityksen nimeen ja tuotantotoimintaan liittyvät asiat. Yrityksen markkinat, tavarat ja palvelut sekä yrityskuva ovat valmiissa paketissa tulevia seikkoja. Itsenäisen liikkeenharjoittajan harteille jää toiminnan rekisteröinti, yhteistoiminnan luominen ja tietyssä määrin ympäristön arviointi sen suhteen, mistä uusia markkinoijia lähtee etsimään. (Kinkki, Hulkko & Mäkinen 1995, 21,34.)

3.2 Mitä liiketoiminnan rakentamiseen vaaditaan ?

”Sisäisen yrittäjyyden pyrkimystä havainnollistaa ilmaus: tee jokaisesta voittaja.” (Koiranen 1993,63). Akateeminen koulutus opettaa lukemaan ja laskemaan. Näitä perustaitoja tarvitsee jokainen. Kuitenkaan näissä menestyminen ei takaa menestymistä liiketoiminnassa. Ammatillisessa koulutuksessa opetetaan tekemään työtä rahasta, palkansaajana. Koulutuksella ihmisestä tehdään houkuttelevampi työmarkkinoiden kannalta, mutta työnteolla ei voi saavuttaa kovinkaan helposti taloudellista vapautta. Taloudellisen koulutuksen tulisi opettaa, kuinka rahan saa tekemään työtä puolestaan niin, ettei tarvitse työskennellä rahasta. Näiden seikkojen ymmärtämisestä on kysymys liiketoiminnan rakentamisessa. Liiketoimintaa voi tehdä kuka tahansa, jolla on siihen

halu, ja osaaminen kouluarvosanoin arvosteltuna ei välttämättä kerro liiketaloudellisesta osaamisesta mitään. (Kiyosaki 2001, 19- 21.)

Verkostomarkkinointiyrityksessä yrittäjänä toimiminen vaatii samoja ominaisuuksia kuin sisäisenä yrittäjänä toimiminen yleensä. Näitä ominaisuuksia ovat itseluottamus, tulevaisuuden usko, uhrautuvuus ja päättäväisyys. Lisäksi psykologit ovat havainneet, että yrittäjillä on usein voimakas tarve vastuun kantamiseen, saavutuksiin ja menestymiseen. Luonteenpiirteisiin kuuluu lisäksi aloitteellisuus, organisointikyky, hellittämättömyys sekä kyky sopeutua joustavasti muutoksiin. Yrittäjyyden vaikuttimet on jäsennetty kolmeen ryhmään, jotka ovat:

1. ekspresiiviset eli tunneperäiset motiivit: riippumattomuus, yksilöllisyys ja arvostus.
2. instrumentaaliset, eli välinemotiivit: keino ansaita elantonsa, raha ja työntarve.
3. henkisen kasvun, eli kehitysmotiivit: luovuus, pyrkimykset itsensä toteuttamiseen, haasteellisuus ja kehittyminen ihmisenä jne.

Nämä motiivit toimivat keskeisinä vaikutinryhminä sekä sisäisessä että ulkoisessa yrittäjyydessä. (Koiranen 1993, 28.)

Lisäksi verkostomarkkinoinnissa liiketoiminnan rakentamiseen liittyvät ne kulmakivet, joita yrittäjyys yleensä vaatii. Näitä ovat valmiudet, motivaatio ja uskallus. Valmius tarkoittaa kykyä tehdä liiketoimintaa, ja tässä ammatillisella osaamisella ja koulutuksella on suuri merkitys. Motivaatio on käsitteenä tilannekohtainen ja vaihtuva, eikä aktiivisuus yksin saa aikaan sopivaa motivaatiota. Täytyy olla selvillä tavoitteistaan ja niiden toteutumisen mahdollisuudesta. Resurssien täytyy olla riittävät ja itsekontrollia tulisi olla, jotta työ etenee. Alan, jolla yritystoimintaa tekee, tulee olla oikea, ja se täytyy tuntea omakseen. Myös henkilökohtaisten tavoitteiden tulisi olla samassa linjassa yrittäjätavoitteisiin. Uskallus liittyy kykyyn käsitellä ja sietää riskejä ja riskialttiita tilanteita. Riskiä ei yleensä tietoisesti etsitä vaan tyypillistä on laskelmoitu tai hallittu riskinotto-kyky. Yrittäjä karttaa riskiä muita vähemmän silloin, kun tarjolla on houkuttava palkkio riskin ottamisesta. Uskallukseen liittyy myös kyky irrottautua vanhasta ja rohkeus heittäytyä uuteen (Koiranen 1993, 77 -83.)

Verkostomarkkinointiyrityksessä toimiminen itsenäisenä liikkeenharjoittajana vaatii myös perustietoa yrittäjänä toimimisesta. Esimerkiksi työajan suhteen vuosilomalaki tai työaikalaki eivät säätele toimintaa vaan se, kuinka paljon asiakkaat tarvitsevat palveluja ja kuinka niistä pystyy selviytymään. Työstä vastataan asiakkaalle ja peliin on laitettava oma osaaminen ja persoona. Lisäksi täytyy itse osata harkita oman sietokykynsä rajoja niin ajankäytön kuin asiakassuhteiden kannalta. (Parkkinen 1999, 38- 39.)

3.3 Verkoston suuruus

Liiketoiminnan rakentaminen verkostomarkkinointiyrityksessä vaatii ihmisintensiivisiä avoimia verkostoja. Yrityksen ja yrittäjien välisen suhteen tulee olla avoin. Verkostojen dynamiikassa korostuu yrittäjien erilaisen asiantuntemuksen hyödyntäminen. (Koiranen 1993, 140.) Kasvu esitetään markkinoinnissa usein itsestään selvänä markkinointistrategiana. Monet yrittäjät eivät kuitenkaan halua kasvattaa yritystään liian suureksi vaan riittää, että se elättää heidät ja heidän perheensä. Verkostomarkkinointi tarjoaa tähänkin hyvän kanavan, ja verkostoja voi rakentaa sen verran, että niistä saa haluamansa hyödyn irti, eikä kaikkien tarvitse haaveilla megabisneksestä ja miljoonista. Verkoston ja tätä kautta liiketoiminnan rakentamisen voi lopettaa, jäädä nauttimaan työssä hedelmistä ja jatkaa myöhemmin, mikäli kokee tähän tarvetta. Byrokratiaa ja päälliköitä ei tarvita oman yritystoiminnan viemiseksi sille asteelle, jossa tienaa tarpeeksi, sillä jokaisella yrityskoolla ja -muodolla on oikeus olemassa-oloon. Ihmiset voivat kärsiä jopa verkostoähkystä siinä missä informaatioähkystäkin. Tässä suhteessa liiketoiminnan rakentaminen juuri itselle sopivalle tasolle on tärkeässä asemassa, sillä yksi markkinointistrategia on verkostojen säätäminen ja kohdentaminen. Verkoston laadun kun määrää, missä määrin pystymme verkostoja käyttämään ja pitämään ne toimivina pelkän koon sijaan. (Gummesson 2005, 223.)

4 TIIMIN MERKITYS JA RAKENNE VERKOSTOMARKKINOINNISSA

Tiimien perustyyppinä on kolme. Näistä kolmesta tiimityypistä verkostomarkkinointiyrityksen tiimi vastaa tyyppiä 1, jonka Skyttä on määritellyt pysyväksi tiimiksi. Pysyvän tiimin vastuualue on olemassa ”toistaiseksi” - ja sen perustarkoitus säilyy, ellei organisaation perusrakenteessa ja -tehtävässä tapahdu muutosta. Pysyvällä tiimillä on vastuullaan kokonainen prosessi tai jokin osa sitä. (Skyttä 2000,58.) Verkostomarkkinointiyrityksen tiimillä on vastuullaan tiimin kasvattamisen ja uusien kouluttamisen prosessi sekä yhteishengen ja -toiminnan ylläpitäminen. Tiimin merkitys verkostomarkkinointiyrityksessä on suuri toiminnan kannalta, koska toiminta perustuu juuri yhdessä tekemiseen ja tiimin toimintaan.

4.1 Tiimin muodostuminen ja jäsenmäärä

Tiimi muodostuu niistä henkilöistä, jotka lähtevät mukaan verkostoimaan ja suosittelemaan tuotteita. Henkilöitä tiimiin rekrytoidaan jatkuvasti lisää, ja yhden verkostomarkkinointiyrityksen linjan sisällä on useita tiimejä. Ne muodostuvat spontaanisti siinä mielessä, että aktiivinen verkostomarkkinointiyritykseen liittyvä uusi verkostoija saa koulutusta toiminnassa jo mukana olevilta verkostoijilta, ja he toimivat tiiminä alussa. Kun koulutusta on annettu tarpeeksi ja toiminta on verkostossa edennyt, siirtyy ylälinja sivuun ja verkostoijan ympärille hänen suosittelutyönsä tuloksena toimintaan liittyneet verkostoijat luovat sen tiimin, joka aktiivisesti pyrkii edistämään toimintaa. Ylälinja tässä vaiheessa ohjaa toimintaa tarpeen vaatiessa, järjestää tiloja ja koulutustilaisuuksia, mutta ei aktiivisesti toimi enää päivittäin tiimin kanssa liiketoiminnan rakentamisessa. Tämän suhteen voitaisiin ajatella, että verkostomarkkinointiyrityksen tiimi olisi myös tiimityyppiä 2, eli projektitiimi, projektinaan saada liiketoiminta sille tasolle, että uudet tiimit voivat alkaa toimia itsenäisesti. (Skyttä 2000, 58.) Mutta koska tiimin toiminnan tarkoitus ja organisaation sille määritteleminen tehtävä pysyvät samoina, kysymys on pysyvästä tiimistä, mutta työn luonne tekee tiimin toiminnasta eteenpäin liikkuvaa ja alati muuttuvaa.

Tiimin jäsenten määrälle ei ole olemassa varsinaista ylärajaa, ja tavallinen henkilömäärä tiimissä on noin 15 - 20 henkeä (Skyttä 2000, 63). Käytännössä tästä suuremman tiimin on hankala toimia, ja myös verkostomarkkinointiyrityksen tiimissä tiimin ylittäessä noin 10 henkilön koon alkaa jakautumista tapahtua ja uusia tiimejä syntyä.

4.2 Useiden tiimien kokonaisuus ja osaaminen tiimissä

Ihminen voi kuulua organisaatiossa enemmän kuin yhteen tiimiin. Käytännössä yhteen pysyvään ja yhteen projekti- tai ad hoc – tiimiin. (Skyttä 2000, 61.) Verkostomarkkinointiyrityksen tiimiytyemisessä voidaankin ajatella tapahtuvan seuraavasti. Se tiimi, joka verkostoijan ympärille muodostuu muista aktiivisista verkoston rakentajista toiminnan ollessa alkuvaiheessa, toimii pysyvänä tiiminä huolimatta siitä, kuinka suuri määrä ihmisiä verkostoijan alla toimii pienissä tiimeissään toiminnan edettyä. Näissä pienissä tiimeissä verkostoijalla on pienempi ja vähemmän aikaa vievä rooli, joka liittyy lähinnä esimerkin antamiseen. Osallisuus tällaiseen tiimiin on enemmän projektitiimissä toimimisen tyyppistä.

Tiimin sisällä on hyvä olla monenlaista osaamista. Verkostomarkkinointiyrityksen tiimissä siihen tuleva osaaminen koostuu mm. kaikista niistä ammattialoista, joiden osaajia tiimissä sattuu olemaan. Osaaminen tiimissä on sattumanvaraista, mutta koulutuksella pyritään kehittämään liiketoiminnan rakentamisen kannalta olennaisia osa-alueita mahdollisimman hyvin. Erityisosaamista voi ja saa hyödyntää, mutta se ei ole välttämätöntä. Tiimin toiminta perustuu koulutukseen ja motivointiin, ei niinkään toiminnan tehokkuuden maksimointiin. Jää jokaisen verkostoijan omalle vastuulle, kuinka nopeasti haluaa verkostoaan kasvattaa. Tiimin sisällä olevan osaamisen suhteen toisessa ääripäässä ovat tiimit, jotka ovat koko organisaatio pienoiskoossa, ja toisessa ääripäässä taas ne, jotka keskittyvät vain tärkeimpään ydinosaamiseen. Yleensä paras ratkaisu löytyy jostakin tältä väliltä. (Skyttä 2000,64.)

4.3 Yksilön ja organisaation arvot

Vaikka verkostomarkkinointiyrityksen tiimin osaamisalueissa voi olla eroja, tiimin jäseniä yhdistää yhteinen arvomaailma. Verkostointityö on sen luonteista, että yrityksen arvojen on vastattava pitkälle yksilön arvoja, jotta toimiminen yrityksessä on tarpeeksi motivoivaa. Ne, jotka eivät jaa arvomaailmaansa yrityksen arvojen kanssa, eivät todennäköisesti ole mukana tiimissä kauaa - eivätkä motivoitu rakentamaan verkostoaan kovin pitkälle. Käyttäytymistä, joka näkyy ulospäin, ohjaa yksilöllä ensisijaisesti motivaatio, joka vaihtelee herkästi. Vastaavalla tasolla työyhteisössä on ryhmävire. Syvemmillä yksilöllä on asenteet ja työyhteisöllä ryhmähenki, joita voidaan aktiivisella ajattelulla ja

käyttäytymisen ohjaamisella muuttaa. Syvimmällä tasolla yksilöllä on arvot ja työyhteisöllä organisaation arvot. Näiden tulisi keskenään olla tasapainossa, jotta tuloksellinen toiminta ei kärsisi. (Skyttä 2000, 66.)

4.3.1 Tiimi-arvot

Tiimi-arvot ovat näkyvillä verkostomarkkinointiyrityksen tiimin toiminnassa ja niiden tarkastelu vahvistaa, että kysymyksessä on tiimi - eikä pelkästään ryhmä ihmisiä omine tavoitteineen.

- Tiimi tekee työtä asiakkaalleen, eli tässä tapauksessa uusille verkostoijille. Heidän auttamisensa toiminnassa ja kouluttamisensa on ensiarvoisen tärkeää liiketoiminnan etenemiseksi. Työtä ei tehdä ylälinjaa tai yritystä varten. Tämä on yksi tärkeimmistä tiimi-arvoista.
- Positiivinen avoimuus on myös painopiste, jonka tulisi näkyä tiimiorganisaation arvostusten joukossa. Tähän verkostomarkkinointiyrityksessä pyritään erityisesti hakemalla koulutusta henkisen kasvun näkökulmasta. Todellisen erilaisuuden ymmärtäminen ja siirtyminen keskustelusta siirtyminen vuoropuheluun ovat avainasemassa.
- Vastuunottohalu on kolmas tiimi-arvo. Tiimi saadaan ottamaan vastuu omasta tontistaan, jos vastuunottoa pidetään tavoittelemisen arvoisena. Verkostomarkkinoinnissa toiminta perustuu siihen, että jokainen aktiivinen jäsen kantaa kortensa kekoon. Yhden työpanoksesta hyötyvät kaikki.
- Joustavuus ja reagointinopeus ovat tiimi-arvoja, joita lisäämällä toimintaan tiimiorganisaatio pystyy muotoutumaan sellaiseksi kuin yhteiset tarkoitukset ja tavoitteet edellyttävät. Verkostomarkkinointiyrityksen tiimissä jokainen voi hoitaa toisen vastuualuetta eikä toiminta pysähdy yhden ihmisen hetkelliseen poissaoloon tai kykenemättömyyteen hoitaa tehtäväänsä. Tässä mielessä verkostomarkkinointi on joustava ja työntekijäystävällinen tapa työskennellä.
- Tiimit ovat itsenäisiä, omaa työtään johtavia ja itseohjautuvia yksiköitä. Verkostomarkkinointiyrityksen tiimiä ei ole rakennettu organisaatiolta

tulevan ohjauksen varaan, vaan tiimi itse huolehtii toimintansa sisällöstä organisaation asettamissa puitteissa.

- Kehittymis- ja muutoshalu ovat tiimiarvoja, joiden tulisi nousta jokaisesta yksilöstä itsestään jotta tiimin toiminta olisi optimaalista. Tähän verkostomarkkinointiyrityksen koulutuksessa pyritään ohjaamaan ja kannustamaan.
- Laajapohjainen osaaminen tiimi arvona toteutuu verkostomarkkinointiyrityksen tiimissä jo pelkästään ihmisten erilaisten ammattitaustojen kautta. (Skyttä 2000, 70 -71.)

5 KOULUTUKSEN ROOLI VERKOSTOMARKKINOINNISSA

Kouluttautuminen on elinikäinen prosessi. Työllä on suuri merkitys ihmisen ajankäytön kannalta varsinkin suhteessa vapaa-aikaan. (Remes 1993,1.) Verkostomarkkinointi tarjoaa keinon, jolla näitä kahta asiaa voi tasapainottaa, ainakin säätelemällä itse työaikaansa. Myöhemmin myös vapautuminen työnteosta jo mahdollisesti ennen eläkeikää on monen motivaattorina verkostomarkkinointibisneksessä. Työssäoppiminen ja tätä kautta kouluttautuminen on tehokas tapa kouluttaa itseään, ja myös selvittää onko oikealla alalla. Verkostomarkkinointi tarjoaa mahdollisuuden tähän vaikka jonkin muun työn ohessa, ennen kuin on varmistunut alavalinnastaan ja siitä, onko sopiva henkilö tekemään verkostomarkkinointia työnä. Tyytyväisyys omaan työhön on tärkeää, kun tarkastellaan ihmiselämän kokonaisuutta, josta työ aikuisiällä vie suuren osan. Työ on paitsi ajallisesti myös henkisesti ihmisen toimintaa säätelevä tekijä. Se vaikuttaa ihmisen persoonalliseen kehitykseen, sosiaalisiin suhteisiin ja myös yhteiskunnalliseen asemaan. (Remes 1993, 2.)

Verkostomarkkinointiyrityksessä tulisi kiinnittää erityisesti huomiota koulutusjärjestelmään. Bonuksia ja tuotteitakin tärkeämpää on, pystyykö yritys tarjoamaan koulutusta, joka on laadultaan sellaista että se voi mahdollistaa elämän

muuttumisen. (Kiyosaki 2001,41.) Tällä tarkoitetaan sitä, että koulutuksen tulisi kattaa sekä tunteisiin, mieleen, fyysiseen että henkiseen puoleen liittyvää koulutusta ollakseen toimivaa ja riittävän kokonaisvaltaista elämän muuttamisen näkökulmasta. Mieleen liittyvä koulutus on tiedollista ja kattaa esimerkiksi tuotteisiin ja liiketoimintaideaan liittyvät tiedot. Tunteisiin liittyvä koulutus on kannustamista ja palkitsemista tehdystä työstä ja sen harjoittelusta rankaisemisen tai virheisiin keskittymisen sijaan. Fyysiseen koulutukseen liittyy ihmisten kohtaamisen taidon harjoittelu ja sen konkreettinen toteuttaminen. Myös oman mukavuusalueen ulkopuolella oleviin tilanteisiin menemisen harjoittelun ja ylipäättään sen mahdollistamisen konkreettisella tasolla tulisi olla osa koulutusta. Henkisellä koulutuksella on tarkoitus muuttaa omaa ajattelutapaansa ja uskaltaa vastuksista huolimatta ylittää omat epäilyt ja pelot. (Kiyosaki 2001, 46.)

Verkostomarkkinointiyrityksen koulutuksessa suuressa roolissa on juuri tämä henkisen kasvun sektori. Koulutuksen sisällössä olennaista on saada koulutusta ja kokemustietoa jo toiminnassa mukana olevilta. Lisäksi Kiyosaki toteaa (2001,45), että verkostomarkkinointi perustuu johtajiin, jotka vetävät toisia ylöspäin. Olennaista on siis myös muiden halu auttaa verkostomarkkinointiyrityksessä toimivia uusia verkostoijia menestymään.

5.1 Muutoksen tarve ja motivaatio koulutuksen tehostajina

Verkostomarkkinointiyritys tarjoaa matalan kynnyksen kanavan hankkia itselleen uutta osaamista ja mahdollistaa tätä kautta myös muutoksen elämässä, mikäli ihminen ei ole tyytyväinen tekemänsä työn sisältöön ja etsii muutosta. Remes kuvaa kirjassaan (1993,3) elämänarvoilla niitä asioita, joita ihminen pitää erityisesti omassa elämässään tärkeinä. Tapa, jolla ihminen arvostaa eri elämänsä osa-alueita, heijastuu siihen, miten ihminen suhtautuu niiden kehittämiseen. Vapaa-ajan ja työn välinen suhde on yksi niistä elämänarvoista, joihin toiminta verkostomarkkinoinnissa voi tarjota mahdollisuuden tehdä muutosta. Työn määrän vähentäminen niin, etteivät tulot vähene, ja tätä kautta vapaa-ajan lisääminen voi olla mahdollista. Koulutusta ajatellen tämä toimii motivaation lähteenä paremmin kuin pelkän rahallisen hyödyn hakeminen. Voitaisiin olettaa, että henkilöä, jonka elämänarvoissa työnteolla on vain vä-

lineellinen arvo, on todennäköisesti hyvin vaikea motivoida työnsä kehittämiseen ja itsensä kouluttamiseen. (Remes 1993,3.)

Oppiminen on alisteinen ihmisen elämäntilanteelle ja oppimista voi tapahtua silloin, kun elämäntilanne on sille suotuinen (Remes 1993,4). Myös verkostomarkkinointi tai siitä kiinnostuminen tapahtuu usein jonkin tarpeen, esim. työttömyyden kautta. Elämässä on tällöin suotuisa tilanne myös koulutukselle, kun tarve tekee elämäntilanteesta oppimiselle mahdollisen.

5.2 Ryhmän merkitys verkostomarkkinointiyrityksen koulutuksessa

Verkostomarkkinointiyrityksen koulutus tapahtuu suurilta osin sen tiimin kautta, jossa henkilö yrityksessä toimii. Jos tiedon luomisen toiminnot syntyvät yhteisten tavoitteiden toteuttamisesta ja niiden vuoksi tehtävän yhteistyön tuloksena, henkilön ura ei ole yksinäisen vastuun ja puurtamisen asia vaan tulosta erilaisten verkostojen ja ihmissuhteiden toiminnasta ja niissä oppimisesta. (Ruohotie 1999,218.) Verkostomarkkinointiyrityksen koulutuksessa tällä on suuri merkitys, sillä kouluttautuminen ja oppiminen pohjautuu juuri verkostojen ja ihmissuhteiden toiminnan hyödyntämiseen ja niissä kehittymiseen. Emotionaalinen tuki uudistumisen aikana, oman tilanteen analysointi ja siitä tehdyt tulkinnat eri näkökulmista ja näistä keskustelu ovat kanavina siihen, että henkilö pääsee kehittämään malleja uuden näkökulman vaativalle toiminnalle. Tässä ryhmän merkitys on uudistavan oppimisen kannalta olennaisessa asemassa ja mahdollistaa koulutuksen kautta siirtymisen uudelle oppimisen tasolle. (Mezirow 1995,6.)

Verkostoitumisessa korostuu erityisesti ihmissuhteisiin liittyvä osaaminen ja yhdessä oppiminen, ja nimensä mukaisesti verkostomarkkinointi tai sen koulutus ei ole yksin vaan ryhmässä toimimista. Vuorovaikutteisen uran kehittyminen vaatii yksilöltä valmiutta pitää ihmissuhteita oman oppimisensa ja kehittymisensä lähteinä. (Ruohotie 1999,219.)

5.2.1 Mentorointi koulutusmenetelmänä

Mentorointi on koulutus- ja oppimistekniikkana verkostomarkkinoinnissa käytetty ja se sopii erittäin hyvin nopeasti reagoivaksi, reaaliaikaiseksi oppimisen muodoksi. Mentorointi on vuorovaikutussuhde kokeneen ja kokemattoman

kollegan välillä. Tarkoituksena on antaa tukea ja auttaa sekä ammatillisessa että persoonallisessa kehityksessä sekä lisätä näiden liikkuvuutta entistä haastavampiin tehtäviin. (Ruohotie 1999,222.)

Mentoroinnin tekniikoita hyödynnetään verkostomarkkinointiyrityksen koulutuksessa osana järjestelmää. Verkostomarkkinoinnissa mentoroinnille on paikkansa juuri sen reaaliaikaisuuden takia, ja lisäksi oppiminen ei jää yksilön itsensä vastuulle vaan tässäkin voidaan hyödyntää tiimiä ja sen kokemusta ja voimaa. Verkostomarkkinoinnissa onkin suurilta osin kyse siitä, että koulutuksessa ja toiminnassa on mukana ihmisiä, jotka haluavat auttaa muita ihmisiä. Tässä olennainen osa on juuri sillä, että koulutus, jota yritys tarjoaa, on kokeemukseen eikä teoriaan perustuvaa. Tärkeää on, että koulutuksessa opetetaan niitä henkisiä ja tunteisiin liittyviä asenteita, joita menestymiseen tarvitaan. (Kiyosaki 2001, 44.)

Verkostomarkkinoinnissa henkisillä voimavaroilla ja positiivisella asenteella on tärkeä merkitys liiketoiminnan rakentamisen kannalta, sillä torjumiselta ja negatiivista suhtautumiselta ei voi välttyä, kun toimintaa esittelee. Se ja sen kestäminen on osa työtä. Verkostomarkkinointi alana herättää monissa voimakkaita ja epäileväisiä tunteita tietämättömyyden takia, eikä alan maine ole väärinkäytösten takia paras mahdollinen. Erilaiset väärinkäytökset saavat yleensä paljon huomiota, ja se saattaa olla ainut tieto joka henkilöllä asiasta on. (Karvinen 1997, 11.)

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on selittää ilmiötä mahdollisimman tarkasti esimerkiksi silloin, kun siitä ei ole aiempaa tietoa saatavilla. ”Etene-
missuunta on aineistosta, eli usein käytetään myös nimeä ”**aineistolähtöinen**” tutkimus”. (Kananen 2008,20.) Opinnäytteitä tai muita tutkimuksia vastaavasta aiheesta ei ollut saatavilla ja kyseistä ilmiötä on tutkittu hyvin vähän, joten opinnäytetyö päätettiin toteuttaa kvalitatiivisella tutkimusotteella.

Tiedonkeruu tutkimusta varten toteutettiin temahaastatteluin, joissa tutkija nauhoitti käydyt keskustelut. Kananen (2008,73) toteaa kirjassaan, että teemat käydään haastateltavan kanssa läpi ja ennakkovalmisteluilla pyritään

varmistumaan koko ilmiön osa-alueiden mukaantulo. Haastattelut käytiin ennalta määriteltyjen teemojen ympärillä läpi niin, että tutkija esitti haastateltaville mahdollisimman avoimen kysymyksen liittyen teemaan ja pyrki olemaan tarkentamatta tai neuvomatta haastateltavaa liikaa kysymyksen sisällöstä, jotta haastattelun tulos ei muuttuisi, vaikka haastateltavat olisivatkin kysyneet tarkennusta. Mikäli tarvetta oli, tutkija syvensi kysymystä saadakseen lisää tietoa. Haastattelut olivat keskustelumuotoisia. Keskustelut kestivät 15 minuutista 25 minuuttiin, ja kaikkien haastateltavien kanssa käytiin läpi samat teemat. Haastateltavat vastasivat kokemuksensa ja taustansa pohjalta tietämättä, mitä muut haastateltavat olivat vastanneet. Teemahaastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina eri aikoihin eri paikoissa.

6.1 Haastateltavien valinta

Haastateltavat valittiin kohdeyrityksen yhdestä tiimistä niin, että he olivat toimineet aktiivisesti liikkeenharjoittajina vähintään vuoden ajan. Tiedot henkilöistä saatiin verkostomarkkinointiyrityksen tiimissä aktiivisesti toimivalta team leaderilta, joka kartoitti aluksi muiden tiimiläisten halukkuutta osallistua tutkimukseen. Tällä pyrittiin takaamaan se, että heillä olisi riittävästi kokemusta teemahaastattelun aihepiiriin liittyen ja että tuloksia pystyttäisiin saamaan. Haastateltavia valikoitui teemahaastatteluihin kaikkiaan neljä henkilöä. Kohdeyrityksen tiimi koostui 200 henkilöstä, joista noin kolmasosa on aktiivisia liikkeenharjoittajia, joilla on yli vuoden kokemus liikkeenharjoittajana toimimisesta.

Haastatteluja toteutettiin niin kauan, että aineisto alkoi toistaa itseään. Tässä tapauksessa toistuminen tapahtui neljän haastattelun jälkeen, jolloin saturoitumista oli sen verran, ettei haastatteluja olisi ollut mielekästä toteuttaa enää enempiä. Etukäteen varauduttiin haastattelemaan 10–15 henkilöä, joihin otettiin puhelimitse yhteys ja varmistettiin heidän halukkuutensa osallistua teemahaastatteluun joulukuussa 2010. Teemahaastatteluja alettiin sopia haastateltavien kanssa siinä järjestyksessä kuin haastateltavat oman aikataulunsa mukaan ehtivät ja ne otettiin ensimmäiseksi, joille haastattelu aika sopi joulukuun 2010 alkupuolella. Haastatteluja toteutettiin kahden viikon aikana neljä kappaletta ja tämän jälkeen aloitettiin niiden analysointi.

6.2 Haastattelujen analysointi

Teemahaastatteluissa haastattelijä esitti kysymyksiä seuraavien teemojen pohjalta:

- Taustan merkitys liiketoiminnan rakentamisessa
- Verkostomarkkinointiyrityksen koulutus ja sen toimivuus
- Verkostomarkkinointiyrityksessä toimivan tiimin tuki
- Liiketoiminnassa vaadittavat taidot ja siinä onnistuminen

Haastattelut purettiin nauhurilta sanatarkasti tekstimuotoon, eli litteroitiin. Litterointi tapahtui sanatarkalla, murreilmaisut ja täytesanat sisältävällä tasolla, mutta eleitä ei kuitenkaan otettu mukaan. Aineistosta etsittiin selitystä ja samankaltaisuuksia pääongelman ratkaisemiseen eli yritykseltä saadun koulutuksen merkitystä verkostomarkkinointiyrityksen tiimin liiketoiminnan rakentamisessa. Aineiston analysoinnissa keskityttiin tähän kysymykseen. Analysointi toteutettiin sisällön analyysinä, koska työn tarkoituksena on kuvata ilmiötä aineiston kautta suhteellisen tiiviisti sanallisessa muodossa ja lisäksi tuottaa ilmiöstä sanallinen ja selkeä kuvaus. (Kananen 2008, 94.)

Tässä vaiheessa litteroinnin jälkeen määritettiin analyysiyksikkö. Kanasen (2008, 94) mukaan analyysiyksikkönä voi olla sana, lause tai lauseista muodostunut kokonaisuus. Analyysiyksiköksi määrittyi aineiston perusteella sana tai lauseen osa. Aineistoa käytiin läpi kokonaiskuvan luomiseksi lukemalla, kuten Kananen (2008, 94) neuvoo. Tämän jälkeen aineiston analysointia jatkettiin jakamalla teemat värikoodeihin.

”Tutkija pyrkii löytämään aineistosta ulottuvuuksia ja käsitteellisiä kerroksia. Koodausjärjestelmän luominen edellyttää teoreettisia ennako-oletuksia, jotta koodaus tukee tutkittavaa ilmiötä.” (Syrjälä etc. 1994,164) (Kananen 2008,89).

Teemojen perusteella keskustelussa esille nousseet aiheet jaettiin samoilla värikoodeilla niin, että kunkin teeman alle kuuluva aihe sai teemaa vastaavan koodin. Näin samat aihekokonaisuudet saatiin aseteltua niin, että myös alakatégoriat oli helppo muodostaa aineistosta. Teemojen alta saadut kokonaisuu-

det muodostavat näin ollen alakategoriat. Alakategorioita esim. teeman *Taus-tan merkitys liiketoiminnan rakentamisessa* alla ovat:

- kuinka kauan haastateltu on toiminut yrityksessä
- koulutusohjelmaan osallistuminen
- aiempi koulutus
- aiempi työkokemus ja
- aiemmasta koulutuksesta hyötyminen.

Tässä vaiheessa vastauksia lähdettiin pelkistämään ja etsimään niistä samoja ilmauksia sisältäviä osuuksia eli aineisto redusoiitiin (liite 1).

Alakategorioita läpikäymällä redusoinnin jälkeen aineistosta etsittiin analyysiyksikköjä (sanoja, lauseen osia), jotka olivat yhteneviä haastateltujen vastauksissa. Tässä klusterointivaiheessa muodostettiin taulukko, jossa esillä ovat sekä yläkategoria (teema), alakategoriat (teemaan liittyvät aiheet) että analyysiyksiköt (sanat, tai lauseen osat) (liite 2). Tätä kautta pystyttiin näkemään tutkimuksen sisältö helpommin ja muodostamaan kuva tutkimusaineiston sisällöstä ja tuloksista. Tulokset purettiin liitteen 3 avulla sanalliseen muotoon seuraavassa luvussa jossa myös jäsentely ja kuvaaminen on toteutettu. Abstrahointivaiheessa aineistosta erotettiin oleellinen tieto epäoleellisesta (Kananen 2008,94) ja etsittiin myös eroavaisuuksia ja otettiin huomioon mahdolliset vaikuttimet henkilöiden vastauksiin, kuten esimerkiksi aktiivisuustaso liiketoiminnassa.

7 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimustuloksissa on esitetty pääkategoria tummennettuna otsikkona ja alakategoriat alaotsikkoina. Niiden alle on koottu teemahaastatteluista puretut analyysiyksiköt, jotka olivat yhteneviä vastaajilla (liite 2). Lainausmerkkeihin on poimittu lainauksia litteroidusta ja klusteroidusta materiaalista tukemaan päätelmiä (liite 1). Lisäksi luvun loppuun on koottu ne eroavaisuudet, joita vastauksissa ilmeni, ja mahdolliset vaikuttimet niihin sekä yhtäläisyydet, jotka

keskustelujen pohjalta nousivat epäsuorasti esiin, mutta jotka eivät suoranaisesti liittyneet teemoihin.

7.1 Taustan merkitys liiketoiminnan rakentamisessa

7.1.1 Toiminta-aika yrityksessä ja koulutusohjelmassa

Haastatellut olivat toimineet yrityksessä kolmesta viiteen vuotta. Yrityksen tarjoamaan koulutusohjelmaan heistä kuului kolme neljästä. Keskusteluissa kävi selväksi, että koulutusohjelmassa olemisella on suuri merkitys liiketoiminnan rakentamisen kannalta etenkin motivaation näkökulmasta.

7.1.2 Aiempi koulutus- ja työtausta ja niistä hyötyminen liiketoiminnan rakentamisessa

Aiempi koulutustausta kaikilla haastatelluilla oli erilainen, ja vain yhdellä neljästä oli liiketalouden koulutusta taustallaan. Kahdella suurin osa työkokemuksesta oli it- alalta, muilla vammaistenhoitotyöstä ja metallialalta. Kaikki haastatellut kokivat, että aiemmasta koulutuksesta on hyötyä liiketoiminnan kannalta, mutta vastaukset olivat vaihtelevia sen suhteen, miltä eri aloilta saadusta koulutuksesta voi hyötyä, paljolti sen mukaan, millä alalla haastateltava itse toimi.

1.”...tietysti joistakin osa-alueista, et mäki kun mä oon ollu kehitysvammasten ja vaikeavammaisten ihmisten hoitaja, niin on ehkä oppinu suvaitsevammaks...”

2.”...mut vois tietty aatella et kyl se jonkin verran helpottaa ... et on jonkinlainen käsitys esimerkiks talouden toiminnasta...”

Tästä voidaan päätellä että jostakin tietystä koulutuksesta ei ole hyötyä liiketoiminnan rakentamisessa sen enempää kuin jostakin toisesta. Kuitenkin vahva osaaminen jollain tietyllä alalla voi määrittää paljolti sitä, millainen rooli liikkeenharjoittajalla on tiimissä.

7.2 Verkostomarkkinointiyrityksen koulutus ja sen toimivuus

7.2.1 Yritykseltä saadun koulutuksen sisältö

Koulutuksessa panostetaan kokemustiedon ja parhaiden käytäntöjen esittelyyn liiketoiminnan rakentamisen suhteen. Koulutus sisältää motivointia sekä tietoa tuotteista ja ohjausta liiketoiminnan rakentamiseen. Koulutukseen sisältyy kuunneltavaa ja luettavaa materiaalia sekä tilaisuuksia, joilla on merkitystä tiimin yhtenäisyyden ja motivoinnin sekä uusien jäsenten mukaan ottamisen ja liiketoiminnan esittelyn kannalta.

”..koulutushan on siinä muodossa että on tilaisuuksia...sitte on kirjallisuutta ja sitten on jatkuva koulutusohjelma joka tulee cd:inä.”

”...jonkun verran on ollu tämmösiä messujen tapasia tuote Expoja ja niissä on ollu tuotekoulutusta...ja sitten tämmönen kokemustieto mikä on mun mielestä tärkeitä..”

7.2.2 Koulutusmateriaalin sisältö ja tärkeys

Materiaali, jota haastatellut olivat saaneet yritykseltä, sisälsi cd:itä, joilla on tärkeä merkitys motivoitumisessa ja tätä kautta koko toiminnassa. Yrityksen materiaaliin sisältyy myös kirjoja, joita yritys suosittelee. Nämä kirjat ovat kaikkien saatavilla, eivätkä ne ole yrityksen itsensä tuottamia vaan julkisia teoksia. Haastateltujen mielestä olennainen materiaali sisälsi myös tietoa tuotteista ja uusien liikkeenharjoittajien valmennuksessa käytettävää materiaalia

Kaikki haastatellut kokivat koulutusmateriaalin erittäin tärkeäksi oman toimintansa kannalta. He kokivat myös, ettei liiketoiminnan rakentaminen onnistuisi ilman yrityksen toimittamaa materiaalia. Erityisesti materiaali oli tärkeää juuri motivoinnin kannalta.

”...se on aivan keskeisen tärkeitä, että esimerkiks ilman tota jatkuvaa koulutusohjelmaa eli näitä cd:itä ei oo kukaan vielä rakentanu tätä liiketoimintaa niinkun semmoselle merkittävälle tasolle.”

”Olennaisen tärkeitä, ilman sitä ei juuri tule tehtyä, siks aion uudestaan liittyä siihen koulutusohjelmaan.”

7.2.3 Koulutuksen ulkopuolinen materiaali

Kaikki haastatellut hankkivat tai hyödynsivät materiaalia varsinaisen koulutuksen ulkopuolelta. Kirjallisuutta käytti kolme neljästä enimmäkseen henkisen

kasvun näkökulmasta. Myös talouteen liittyvää kirjallisuutta luettiin. Mikäli oman ammatin kautta saadusta koulutuksesta oli hyötyä liiketoiminnan rakentamisesta, haastatellut käyttivät sitä. Tämä materiaali toi haastateltavien mielestä lisäarvoa yritykseltä saatuun materiaaliin, muttei ollut ehdottoman tärkeää.

”...kirjallisuuttahan mä luen monenlaisia tällasia niinkun henkiseen kasvuun, ihmissuhdetaitoihin, tämmösiin liittyviä ihan niinkun kautta linjan.”

7.2.4 Osa-alueet, joita yrityksen tarjoama koulutus kehittää

Verkostomarkkinointiyrityksen tarjoama koulutus kehitti haastateltujen mukaan erityisesti henkilön ihmissuhdetaitoja ja tuki enemmänkin omaa kasvua ja kehitystä kuin tarjosi koulutusta joillekin tietyille osa-alueille. Koulutus on niin kutsuttua johtajuuskoulutusta ja sen päätavoitteena haastattelijien perusteella on liikkeenharjoittajan motivointi ja tätä kautta toiminnan ja kokemuksen perusteella ihmissuhde-, esiintymis- ja esimerkiksi taloudellisissa taidoissa kehittyminen.

”...ei niinkään kouluta meitä niinkun sillä niihin tuotteisiin ja myyntiyöhön ja näin, vaan kyllä se koulutus mitä sieltä tulee, se on sitä että tavallaan ite muutetaan ja kasvetaan semmosiks ihmisiks et me pystytään tekemään tätä liiketoimintaa.”

7.2.5 Yrityksen tarjoamassa koulutuksessa tärkeintä

Koulutuksessa haastatellut kokivat tärkeimmäksi tekijäksi tiimin, jossa liiketoimintaa rakennetaan. Tiimin jäsenet paitsi täydentävät toinen toistensa osaamista myös toimivat esimerkkeinä ja kannustajina. Myös tiimityöskentelytaidot koettiin tärkeiksi. Koska yritys, josta esimerkiksi koulutusmateriaali saadaan, on konkreettisesti kaukana, sen liikkeenharjoittajaa lähinnä oleva osa on muu tiimi, ja tätä kautta sillä ja sen tuella on suuri merkitys toimintaan ja liiketoiminnan rakentamiseen. Myös yhteiset tilaisuudet koettiin keskusteluissa tärkeiksi, sillä niissä tiimillä on mahdollisuus nähdä ja saada tukea ja motivointia.

”...tähän Cep-ohjelmaan se ei sinänsä liity, mutta tietenkään tää vahva ja ohjaava ylälinja on niinkun se josta tulee se kaikkein paras tietämys..”

”Koulutuksen suhteen tärkeää on tiimin tuki, toki myös materiaali mut kyllä ne tiimin muut on suuri voimavara ja apu...”

7.3 Kokemus liiketoiminnassa vaadittavista taidoista

7.3.1. Taitoja ja ominaisuuksia, joita liikkeenharjoittajalla tulisi olla

Haastatteluissa nousi esiin ominaisuuksia, joita haastatelluista liikkeenharjoittajalla tulisi olla. Näistä olennaisimpia olivat kyky ajatella kauemmas tulevaisuuteen, sillä palkka tehdystä työstä ei ole heti saatavilla vaan tulee viiveellä, kun liiketoiminta on rakennettu riittävän pitkälle. Tavoitteellisuus oli myös tärkeää sekä toiminnan että motivaation kannalta, sillä toimintaan ei liikkeenharjoittajia kukaan patista ja siksi omat tavoitteet ovat tärkeitä. Riittävä motivoituminen ilman tavoitteita ja tietoa niiden luomista mahdollisuuksista oli haastatelluista epätodennäköistä. Motivaation kannalta tärkeää on myös jatkuva kouluttautuminen ja siinä pysyminen, ja valmius ja kiinnostus siihen nousi myös yhdeksi oleellisista taidoista. Henkinen vahvuus ja kyky sietää erilaisuutta niin ihmisissä kuin ajattelumalleissakin oli myös liikkeenharjoittajalta toivottava ominaisuus, joka mahdollistaa liiketoiminnan rakentamista pitkällä tähtäimellä. Kontaktinluontitaidot nostettiin myös tärkeimpien taitojen joukkoon.

”...se vaatii sitoutumista ja sitä että tekee työtä tavoitteellisesti ja vaatii myös sitä että tietää miksi tekee, että on se oma tavoite kunnossa.”

”Se vaatii nimenomaan sen että kouluttautuu ihan koko ajan, et se ei riitä että on kerran käyny jossakin ja kerran kuunnellu jonkun cd:n...”

7.3.2 Konseptin sisältö

Haastatellut kokivat ymmärtävänsä konseptin ja sen vaatimukset hyvin, ja vastauksista ilmeni, että tässäkin erilaisuuden sietokyvyllä ja omalla vahvuudella oli tärkeä osuus. Vaatimukset ovat alussa tuloksia kovemmat ja työn luonteeseen kuuluu, ettei siihen aina suhtauduta positiivisesti. Motivoinnin näkökulmasta asia nousi teemahaastatteluissa esiin siinä mielessä, että haastatelluista oli oleellista, että liikkeenharjoittaja ymmärtää konseptin luomat mah-

dollisuudet, sillä ilman niiden ymmärtämistä tuskin motivaatio yritystoiminnan rakentamiseen voisi säilyä.

”...sen niinkun paremmin ymmärtää sen mitä se tarkoittaa ja vaatii ja mitä se mahdollistaa.”

”...ymmärrän konseptin, mitä se vaatii ja ymmärrän ne mahdollisuudet mihin sillä voi päästä...”

7.3.3 Kehittyminen koulutuksen ja toiminnan tuloksena

Haastatellut kokivat erityisesti ihmissuhdetaitojensa kehittyneen koulutuksen ja toiminnan myötä. Toiminnalla ja sen tuomalla varmuudella rohkeus lähestyä muita ihmisiä oli kasvanut. Liikkeenharjoittajan kannalta tämä on oleellista, koska toiminta perustuu uusien ihmisten toimintaan mukaan saamiseen. Koulutuksen tuloksena myös tavoitteellisuus ja kyky asettaa tavoitteita oli kasvanut. Tähän kuitenkin selvästi vaikutti se, millaiset henkilön lähtökohdat olivat liiketoiminnan rakentamisen suhteen. Myös taloudellinen ymmärrys oli niillä haastatelluilla kehittynyt liiketoiminnan myötä, joilla ei ollut liiketaloudellista osaamista aikaisemmin.

”..sen ihmisten, eri ihmisten kohtaamisen taito mulla on kehittynyt. Ja sitten mulla on kehittynyt semmonen taloudellisen älykkyyden taito...”

”...yleensä kaikenlainen kontaktinottokyky,aa,sit just sellanen tietynlainen määrätietoisuus ja tavoitteellisuus, tavoitteen asetanta...”

7.3.4 Menestyminen liikkeenharjoittajana

Teemahaastattelussa nousivat esiin myös ne asiat joita menestyminen haastatelluista vaati. Tällaisia taitoja olivat kommunikaatiotaidot, halu ja motivaatio kouluttautua jatkuvasti ja sitoutuminen tehtävään työhön ja organisaatioon sekä tiimiin. Haastatellut nostivat joko suorasti tai epäsuorasti esiin myös positiivisuuden, sillä kun liikkeenharjoittaja esittelee toimintaansa ulkopuolisille, monilla verkostomarkkinointiin liittyy negatiivisia ajatusyhtymiä ja palaute toiminnan esittelijälle voi olla lannistavaa. Positiivinen asenne ja lannistumattomuus ovat siis tärkeitä tekijöitä menestykseen liikkeenharjoittajana ja myös

koulutuksessa ja tiimin toiminnassa tämä otetaan huomioon motivoinnin määrässä.

”..tää toiminta vaatii myös sitkeyttä, pitkäjänteisyyttä ja mun mielestä semmosta positiivista mielenlaatua, positiivista asennetta.”

”..ja kyl tietysti yks tosi tärkeä asia on se että niinkun koko ilmapiiri on sellainen niinkun kannustava ja positiivinen..”

7.4 Tiimin merkitys

7.4.1 Tiimin tarjoama ohjaus ja tuki

Yrityksen tiimi on liikkeenharjoittajista koostuva joukko, joka rakentaa samaa niin kutsuttua ”jalkaa”, jossa liiketoimintaan liitetään aina uusia henkilöitä. Tiimi tukee uusia jäseniä ja kouluttaa vanhoja. Tiimin tarjoamalla tuella ja motivoinnilla sekä ohjauksella on suuri merkitys liiketoiminnassa menestymisen ja yleensä toiminnan mielekkyyden kannalta teemahaastattelun mukaan.

Koulutusta ja ohjausta oli tiimin suunnalta tarjolla kaikkien haastateltavien mielestä niin paljon kuin tarvetta esiintyi. Laadultaan se oli haastattelujen perusteella parasta koulutusta, sillä tiimiläiset toimivat samojen ihmisten kanssa kuin haastateltavat itse ja ne, joilla kokemusta on enemmän, osaavat neuvoa parhaat toimintatavat. Materiaali, jota yritys motivointiin toimittaa, tulee monikansallista lähteistä, ja vaikka sillä on tärkeä merkitys motivoinnissa, vielä tärkeämpää on saada ohjeita niiltä, jotka toimivat samassa kulttuuriympäristössä, osoitti teemahaastattelu. Tiimin ohjaus oli lisäksi haastateltavien mielestä helposti saatavilla olevaa ja sitä annettiin käytännön tasolla myös riittävästi.

” ...mehän saadaan niin paljon ohjausta kun me halutaan. Elikkä jos me halutaan mentorointia , tavallaan ikään kuin semmosta kokemustietoa ylälinjalta tai niiltä jotka on tehny niin sitä saa mun mielestä ihan rajattomasti...”

8 POHDINTA

8.1 Päätelmiä tutkimustuloksista ja teoriasta

Verkostomarkkinointia ei vastaavasta näkökulmasta ollut aiemmin tutkittu. Ilmiönä tai keinona jonkin tuotteen tai palvelun markkinointiin tutkimuksia siitä kyllä löytyi. Tutkimustulokset ja teoria on siis koottu sen ajatuksen pohjalta, joka tutkijalla itsellään on ollut, eikä vertailumahdollisuutta muihin vastaaviin tutkimuksiin verkostomarkkinoinnin näkökulmasta ollut. Koulutuksen näkökulmasta tehtyihin tutkimuksiin ei niinkään tutustuttu, sillä pääasiana tutkimuksessa oli verkostomarkkinointi, ja tarkastelua pyrittiin pitämään riittävän suppeana sen näkökulmasta.

Taustan merkitys liiketoiminnan rakentamisessa ilmeni tutkimustuloksissa niin, että haastatellut kokivat taustalla olevan merkitystä. Ammattitaustat olivat vaihtelevat, mutta kuitenkin kaikki kokivat että pystyivät hyödyntämään aiempaa osaamistaan verkostomarkkinoinnissa. Tästä voidaan päätellä, ettei tietyn koulutuksen omaavalla ole etulyöntiasemaa muihin nähden varsinkaan, kun kaikki kokivat myös yritykseltä saadun koulutuksen olevan erittäin tärkeää liiketoiminnan rakentamisen kannalta. Verkostomarkkinointi työnä mahdollistaa eri alojen osaamisen hyödyntämisen. Liiketaloudellista osaamista hyödynnetään oman yrityksen kirjanpidossa ja talouden hallinnassa yleensä, vammaistyötä kokemuksena erilaisten ihmisten kanssa toimimisessa ja hyväksymisessä verkostomarkkinoinnin suosittelutyössä, tiimitoiminnassa jne. Kuitenkin on huomattava, että varsin monet näistä mainituista osaamisista ovat myös ominaisuuksia. Jokainen verkostomarkkinoija joutuu hankkimaan koulutusta alalle erityisesti sillä osa-alueella, jolla ei itsellä aiempaa koulutusta ole. Tiimillä oli merkitystä myös taustan ja siitä hyötymisen näkökulmasta, sillä tiimissä yksilöiden eri osaamisalueet täydentävät toisiaan.

Haastatellut kokivat, että yrityksen koulutuksella ja siinä erityisesti materiaalin suhteen motivoinnilla ja tiimin tuella oli suurin merkitys liiketoiminnassa onnistumisen kannalta. Haastatteluissa kävi ilmi, että lähes kaikki hankkivat tietoa varsinkin henkiseen kasvuun liittyen myös muista lähteistä eli olivat aktiivisia koulutuksen suhteen ylipäätään. Kuten teoriaosuudessa todettiin, vaatii ainakin vuoden kouluttautumista ja opiskelua, ennen kuin voi tietää edes sopivansa alalle. Myös haastatteluissa ilmeni, että mitä enemmän henkilö oli valmis kouluttautumaan ja käytti siihen aikaansa, sitä motivoituneempi hän oli raken-

tamaan liiketoimintaansa. Tilaisuuksien ja kuunneltavan materiaalin merkitys motivoinnissa oli avainasemassa koulutuksessa. Tärkeimmät osa-alueet joita koulutus teemahaastattelujen perusteella kehitti, olivat ihmissuhdetaitoihin ja omaan kasvuun ja henkiseen kehitykseen liittyvät osa-alueet. Tiimin merkitys korostui tässäkin ja mentoroinnin merkitys koulutustekniikkana eli parhaiden käytäntöjen kertominen ja ohjaaminen läheltä konkreettisella tasolla. Haastatellut kokivat tiimin tärkeäksi koulutuksen suhteen ja siltä saatavan ohjauksen määrän riittäväksi. Tärkeimmäksi asiaksi koulutuksessa nousi tiimin lisäksi materiaali ja sen motivoiva vaikutus.

Teemahaastatteluissa ilmeni, että ominaisuudet, joita liikkeenharjoittajalla tulisi olla, olivat hyvin samanlaisia kuin ominaisuudet, joita yrittäjältä vaaditaan. Tavoitteellisuus, motivoituminen ja jatkuva kouluttautuminen sekä mahdollisuuden näkeminen olivat näistä tärkeimmät. Myös ne osa-alueet, joiden haastatellut kokivat olevan olennaisimpia liiketoiminnassa menestymisen kannalta, olivat paljolti sellaisia, joita yrittäjältäkin vaaditaan: sitoutuminen työhön, organisaatioon ja tiimiin sekä positiivisuus ja lannistumattomuus. Monikaan verkostomarkkinointiin liittyvä ei ehkä täytä näitä ominaisuuksia ja putoaa tästäkin syystä pois toiminnasta. Todellinen haaste verkoston rakentajalle on löytää samanhenkiset yrittäjämäisesti ajattelevat ihmiset. Suunnitelmallisuus ja sitoutuneisuus näkyivät myös aktiivisuudessa, ja aktiivisimmat haastateltavista antoivat ymmärtää tehneensä pitkän tähtäimen suunnitelmia ja puhuivat niistä ja suunnitelmallisuudesta ylipäätään enemmän kuin ne, jotka olivat toimineet vain sivutoimisesti vaihtelevalla innokkuudella. Tässä näkyy mielestäni myös verkostomarkkinoinnin perusidea ja olemus eli pienestä työstä pienet tulokset.

Verkostomarkkinointi työnä vaatii tekijältään paljon, eikä se ole nopea tie rikastumiseen. Se, että itsenäinen liikkeenharjoittaja ohjaa verkostomarkkinointiyrityksessä itse toimintaansa, on toisaalta vapaus, mutta toisaalta se voi lannistaa monet, jotka eivät kykene suunnitelmalliseen toimintaan ja odottavat ohjeita oman toimintansa liikkeelle saamiseksi ja liikkeellä pitämiseksi. Ne osa-alueet, joissa haastatellut kokivat eniten kehittyneensä, olivat erityisesti henkisen puolen koulutukseen liittyviä osa-alueita. Myös fyysisen puolen oppimisella oli merkitystä erityisesti ihmisten lähestymisessä. Talouden toiminnan ymmärrys oli kasvanut, mikä on olennainen osa verkostomarkkinointia jo yritysmuodon ja siihen liittyvien asioiden kannalta.

Motivaatio korostui tiimin ja ihmissuhdetaitojen ohella tärkeimmäksi asiaksi koulutuksen ja ylipäätään koko liiketoiminnan rakentamisen kannalta.

8.2 Jatkotutkimusmahdollisuuksia

Jatkossa voisi olla mielenkiintoista tutkia, liittyykö verkostomarkkinointia työseen tekevien ominaisuuksiin tai luonteenpiirteisiin yhtäläisyyksiä ja ovatko ne yhdistävä tekijä niiden ihmisten välillä, jotka verkostomarkkinointia tekevät - onko olemassa joku tietty ihmistyyppi joka menestyy tällä alalla. Tästä voisi olla hyötyä sen suhteen, millaisiin ihmisiin tai ihmisryhmiin verkostomarkkinoinjan kannattaa suosittelutyössään keskittyä maksimoidakseen tuloksen. Myös perinteisten yrittäjien ja verkostomarkkinoijien vertailu toiminnassa menestymiseen tarvittavien ominaisuuksien näkökulmasta voisi olla mielenkiintoista. Mitä yhteneväisyyksiä heillä on ja liittyykö oman yrityksen perustajien luonteen esimerkiksi enemmän riskinottokykyä tai – halua kuin niillä, jotka valitsevat yrittämiskanavaksi verkostomarkkinoinnin, joka sijoittamisen ja oman panoksen näkökulmasta on turvallisempi vaihtoehto? Kuinka paljon yrittäjämäistä ajattelua verkostomarkkinoijan täytyy omata ja miten he eroavat yksityisyrittäjistä jotka toimivat täysin itsenäisesti oman tuotteensa kanssa?

8.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tuloksia tarkasteltaessa tulee ottaa huomioon, että tutkimuksessa tarkasteltiin vain yhden verkostomarkkinointiyrityksen koulutuksen merkitystä liiketoiminnan rakentamisen näkökulmasta. Yleistettävien tulosten saamiseksi pitäisi samantyyppisiä tutkimuksia tehdä muistakin yrityksistä ja vertailla näitä keskenään. Kuitenkin tutkimuksen luotettavuus suppeasta näkökulmasta on mielestäni hyvä, joskin huomioon täytyy ottaa myös, että jokaisen haastatellun näkemys omasta oppimisesta on subjektiivinen kokemus ja että se, onko henkilö itse paras arvioimaan omaa kehittymistään, voi vaikuttaa tuloksiin. Työn luotettavuutta lisää se, että haastatellut lukivat puretut kommenttinsa läpi ja vakuuttivat, ettei niiden tukinnassa ollut tehty virheitä vastauksia pelkistettäessä. Myös valmiin tutkimuksen luki läpi yksi haastatelluista ja koki sen vastaavan omia vastauksiaan.

Haastateltujen kohdalla on mietittävä sitä, vaikuttaako annetuissa vastauksissa halu antaa verkostomarkkinoinnista työnä tietynlainen kuva, kun haastatel-

lut ovat samassa tilanteessa liiketoimintansa rakentamisen suhteen. Kukaan haastatelluista ei ollut vielä saavuttanut merkittäviä tuloja, ja tällaisen henkilön haastattelu samasta ongelman asettelusta olisi saattanut antaa erilaisia vastauksia. Kuitenkin luotettavuuden suhteen ajattelussa on lähdetty siitä, että mukana toiminnassa oleva suhtautuu positiivisesti työhönsä ja vastaukset heijastelevat tätä.

Oppimisen arvioinnissa itsearvioinnille annetaan jalansijaa myös kouluarvioinnissa ja tästä näkökulmasta uskon itsearvioinnin olevan tarpeeksi luotettava keino kartoittaa kuvaa siitä, mitkä asiat verkostomarkkinointiyrityksen koulutuksessa ovat merkityksellistä yksilön kannalta liiketoiminnan rakentamisen näkökulmasta. Kvalitatiivinen tutkimusote pyrkii saamaan sanallisen selityksen ilmiölle, josta ei ole aiempaa tietoa, ja mielestäni tutkimus onnistui tässä tavoitteessaan. Laadullisen tutkimuksen pääasiana on kyse henkilöiden, paikkojen ja tapahtumien kuvaamisesta, ja tutkimuksen luotettavuutta pyritään turvaamaan kuvaamalla tarkasti tutkimuksen eri vaiheet. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1998, 25.) Tutkimuksessa on pyritty mahdollisimman tarkkaan kuvaamiseen. Lähteiden luotettavuutta on pyritty lisäämään tarkastelemalla samaa asiaa useista lähteistä, ja tutkimuksen lähteiksi valikoituivat ne teokset, jotka sisälsivät mahdollisimman yleistävän kuvan asiasta. Suppeamman kuvan sisältäviä lähteitä on pyritty käyttämään vain vähän jos ollenkaan riippuen tutkijan omasta arvioinnista lähteen luotettavuuden suhteen. Aiheesta löytyi paljon lähteitä, joiden tavoitteena oli saada henkilö innostumaan verkostomarkkinoinnista ja näiden lähteiden asiaperäisyyteen on suhtauduttu tutkimuksessa varauksella.

8.4 Ennako-odotukset ja tutkimuksen merkitys

Tutkimustulokset vastasivat monilta osin ennako-odotuksia, mutta toisaalta verkostomarkkinointityön haasteellisuus ja moniulotteisuus yllättivät. Ennako-odotukset perustuivat paljolti sille pohjalle, millaisen kuvan tutkija oli saanut verkostomarkkinoinnista etukäteen ottaen huomioon, että tutkijan tuttava toimii verkostomarkkinointi yrityksessä aktiivisesti. Tulokset vahvistivat käsityksen siitä, että verkostomarkkinoinnissa menestyminen vaatii paljon työtä ja parhaimmillaan se voi tarjota ihmiselle mahdollisuuden tehdä asioita, joihin muussa työelämässä ei välttämättä saa koskaan mahdollisuutta. Tutkimusel-

la on toivottavasti merkitystä sellaiselle, joka päättää hankkia alasta tietoa muunkin kuin internetin keskustelupalstojen välityksellä pohtiessaan, voisiko verkostomarkkinointi alana tarjota itselle sopivan työskentelymahdollisuuden.

Tutkijalle itselleen tutkimuksella oli merkitystä tulevaisuuden näkökulmasta, sillä työllisyystilanteen huomioon ottaen asiasta nyt tietoa saaneena pidän itse verkostomarkkinointia yhtenä tulevana työskentelymahdollisuutena ja tapana kehittää omaa ammatillista osaamistani yrittäjyyden, myynnin ja markkinoinnin näkökulmasta.

LÄHTEET

Failla, D., 1997. The Basics- Miten rakennetaan suuri ja menestyvä verkosto- markkinointi organisaatio. Turku: Kirjapaino Grafia.

Gummesson, E. 2005. Many- to- many Markkinointi. Helsinki: Talentum.

Hirsjärvi S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1998. Tutki ja kirjoita. Tampere: Tammerpaino.

Kananen, J. 2008. Kvali, Kvantitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylän yliopistopaino 2008. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja sarja: Eva Ijäs.

Karvinen, E. 1997. Sinun elämäsi suuri mahdollisuus. Vantaa: Diomedea Excellence.

Kinkki, S. 1994. Yritystietous. 1. painos. Porvoo: WSOY

Kinkki, S., Hulkko, P. & Mäkinen, I. 1995. 1. painos. Porvoo: Ws Bookwell.

Kiyosaki, R. & Lechter, S. 2001. Bisnes koulu- Ihmisille jotka haluavat auttaa muita ihmisiä. Helsinki: Multikustannus Oy

Kiyosaki, R. & Lechter, S. 2006. Kassavirta Kvadrantti. Helsinki: Multikustannus.

Koiranen, M. 1993. Ole yrittäjä, ulkoinen ja sisäinen yrittäjä. Tampere: Tammer-Paino.

Koiranen, M. & Pohjansaari, T. 1994 Sisäinen yrittäjä. Tampere: Tammer-Paino.

Ludbrook, E. 2004. Hyökyaalto!

Mezirow, J. 1995. Uudistava oppiminen. Helsinki: Painotalo Miktor.

Parkkinen, K. 1999. Yrittämisestä ammatti? Helsinki: Edita.

Remes, P. 1993. Aikuisen positiivinen koulutusvalinta: työssä vai koulussa oppiminen? Julkaisusarja B. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Ruohotie, P. 1999. Oppiminen ja ammatillinen kasvu. 1. painos. Juva: WS Bookwell.

Skyttä, A. 2000. Tiimitys ja sen läpivienti. Vantaa: Otava

Trump, D. & Kiyosaki R. 2006. Rikastu! Helsinki: Multikustannus.

Tietoa Amwaysta, Artikkelit Amwayn sivustolla. Viitattu 22.1.2011.
http://www.amway.fi/cms/about_amway_and_direct_selling/who_is_amway

Mahdollisuus, Artikkelit Amwayn sivustolla. Viitattu 22.1.2011.
<http://www.amway.fi/cms/opportunity>

LIITTEET

Liite 1 Analysointitaulukko teemoittain

Teemat:

- Tausta
- Tarjottu Koulutus
- Liiketoiminnan Rakentaminen
- Verkostomarkkinointiyrityksessä toimivan tiimin tuki

Henkilön nimi, ikä ja kuinka kauan toiminut yrityksessä

1..Joo elikkä Päivi Soikkeli ja 53 vuotta ja nyt tulee 5 vuotta, kun oon toiminu bisneksessä.

2.Timo Lakaniemi , Ikä on 41 ja oon ollu tässä mukana,mm, noin 3 vuotta

3.Marja Pennanen, Mä oon 65 vuotta ja olen neljä vuotta ollu mukana toiminnassa. Koulutusohjelmassa en ole ollu mukana ja välillä on ollu pitkiäkin taukoja että en ole ollu edes käyny noissa Openeissa, eli ihan toimimattomana.

4. Päivi Sahi, toiminut Amwaylla ja ollut koulutuksessa 5 vuotta. 53

Ollut mukana koulutuksessa?

1. Joo, olen.Kun mä otin tunnuksen tähän kauppaan niin mä saman tien otin koulutusjärjestelmän tai sen Cep:in.- Nii justii. – Nii mä ajattelin et jos joku on tehny koulutusjärjestelmän niin mun ei tarvi ite ruveta keksiin mitä tekee.- Niinpä.

2. -Mä oon nyt juuri siihen liittynyt, eli oon sen ensimmäisen paketin vastaan saanu

3. Koulutusohjelmassa en ole ollu mukana ja välillä on ollu pitkiäkin taukoja että en ole ollu edes käyny noissa Openeissa, eli ihan toimimattomana.

5. ollut koulutusohjelmassa koko ajan.

Onko aiempaa koulutusta liiketalouden alalle?

1.No ei.

2. Ei ole, teknisestä korkeakoulusta on jotain teollisuustalous tai jotakin tällaisia luentoja tai muuta mut ei mitää varsinaista liiketalouden koulutusta muuten.

3. Kaikki koulutus on ihan toisenlaisille aloille, ei liiketalouden alalle.

4. No koulutustausta ekonomi

Millä alalla on toiminut suurimman osan työssäolo ajastaan?

1.Mä oon ollu 30 vuotta kehitysvammasten perhehoitajana eli hoitanu kehitysvammaisia ja mielenterveysvammaisia ja lapsia ja aikuisia. –Nii justiin.

2. Enemmän osan olen ollu Tiedolla, It-alan töissä

3. Mä oon ollu metallitehtaassa töissä.

4. oon tehny it-alan asiantuntijatehtäviä kaksykyviis vuotta.

Mitkä taidot henkilö kokee olevan keskeisiä liiketoiminnassa menestymisen kannalta

1.Mm, no kyllä semmoset ihmissuhdetaidot. Ja vuorovaikutustaidot ja tuota, mm, tietynlainen rohkeus tehdä erilaisia valintoja. Et ne on semmosia mun mielestä keskeisimpiä.

2. Hyvät ihmisten välisen kontaktin niinkun kontaktin luomisen ja kommunikaatiotaidot on niinkun ihan ensisijaisen tärkeitä ja tietysti tää motivoituminen ja innostuminen, no siis semmonen että uskoo siihen asiaan ja pystyy vakuuttamaan muita siitä siitä asiasta että tää on oikeesti hyvä, hyvä juttu.

3. Keskeisiä taitoja, ne on enemmän just näitä kontaktoitumiseen liittyviä taitoja, kun niinkään tuotetietoutteen. Se on ehdottomasti tärkeitä.

4. Varmaan totaniin ihan keskeisiä taitoja on ihmissuhdetaidot, sen lisäksi semmosia, jos ajatellaan ihan ominaisuuksia niin on ehkä sitkeys, määrätietoisuus, pitkäjänteisyys,aa,jaa,varmaan ehkä niinkun nää nyt ei oo taitoja vaan enemmän ominaisuuksia, mut näitäkinhän voi kehittää, niin positiivisuus, että ei lannistu vaikka tulee tällasta negatiivista vastaan aika paljonki. Ja tota sitten yks tärkeä asia on sellanen niinkun, öö, et täytyy olla opetettavissa oleva, täytyy olla valmis niinkun omaksumaan uuta tietoa ja uudenlaisia tapoja toimia ja uudenlaisia asenteita ja tämmöstä, et semmonen koulutettavuus ja avoimuus on kans sit sellasia tärkeitä.

Millaista koulutusta henkilö on verkostomarkkinointiyrittäjän koulutusjärjestelmästä saanut?

1.No tuota, Amwaylta ollaan saatu tuotekoulutusta. Jonkin verran, ei kovin paljon mutta jonkunverran on ollu tämmösiä messujen tapasia tuote Expoja ja tota niissä on ollu tuotekoulutuksia, mutta sitte Network 21:lta on saanu kyllä semmosta vuorovaikutustaitoihin, ja tietoa tavallaan kirjoista ja tai semmoista kirjoista ja kirjallisuudesta mitä kannattaa lukee, mistä on ollu tosi paljon hyötyä ja sitten..mm..se että tavallaan tämmönen kokemustieto, mikä on mun mielestä tärkeitä, et semmoset ihmiset jotka on tehny sen liiketoiminnan mihiin oot itte menossa, niin tota on kertonut niinkun niitä omia koettuja kokemus, just sitä kokemustietoa. Eliikkä siitä, se on ollu todella arvokasta.

2. Mä olen käyny näissä Open tilaisuuksissa, jotka sinänsä oo koulutustilaisuuksia vaan ne on näitä informaatiotilaisuuksia, lähinnä ne on suunnattu uusille jäsenille, et semmoset vanhat jäsenet on siellä enemmänkin antamassa lisätietoa sitten tarvittaessa. - Nii. - Kuten sanoin mä oon vasta liittyny tähän Ceppi-ohjelmaan, että en ole vielä saanut kauheesti koulutusta.

3. Mä en ole ite siinä koulutusohjelmassa vieläkään, mä olin välillä mut sitten se, mikähen siinä tuli, se katkes ja nyt pitäis liittyä siihen uudestaan, mut mä oo saanu cd:itä hyvin paljon ja kuunnellu niitä ja lukenu kirjallisuutta jota on suositeltu, kaikki on erittäin hyviä, erityisen tärkeitä on ne cd:t ja tarinat ihmisistä niillä.

4. Mm, no koulutushan on siinä muodossa että on tilaisuuksia erilaisia, openit, bbs:sät, wesit, viikonloppuseminaarit, sitte on kirjallisuutta ja sitten on jatkuva koulutusohjelma joka tulee siinä niinkun cd:nä. – Joo - Ja oikeestaan nää kolme on siinä rinnan, ehkä niinkun tärkein siinä koulutuksessa on tuntuu et just noi cd:t koska niitä tulee kuunneltua ihan päivittäin ja sitte kirjat on semmosia enemmän, niinkun rakentaa sitä on sitä omaa henkistä kasvua varten tavallaan. Mut et tämmösistä lähteistä, ja sit on tietysti tää tiimin merkitys et sitten ne jotka on tehneet tätä aikasemmin tiimissä, et miten ne kouluttaa ja ne niinku antaa tietoo.

Hankkiiko henkilö itse materiaalia, jos niin millaisista lähteistä?

1.No kyllä tavallaan ehkä niinkun kirjallisuutta etsii semmosta et mikä olis tota, aa, niinku justiin semmoseen sanotaanko nyt hienosti,henkiseen kasvuun liittyviä ja niinkun omaan muutokseen ja just semmoseen positiiviseen ajatteluun ja tämmöseen.On paljon tietenki muitakin hyviä kirjoja joita voi lukea.

2. Ööh, Amwayn omilta nettisivuilta, sivustolta tietoo et mitä sieltä löytyy ja oikeastaa en ole hankkinut muista lähteistä juur tähän liiketoimintaan liittyvää tietoa, et tähän nyt kuuluu just nää kommunikaatioasiat, fasilitointiasiat et esimerkiks pystyt järjestää erilaisia tilaisuuksia mihin, niitä on oikeestaan tullu sitten muualta tän muun ammattielämän kautta.

3. Luen niitä henkiseen kasvuun liittyviä kirjoja ja näitä mitkä on niinkun esimerkiksi Kiyosakin kirjoja liittyen kauppaan ja rahaan, juuri muuta sitten en. Kirjat voi ite hankkia, Amway suosittelee joitain kirjoja ja ne voin ostaakin sieltä, tai kirjakaupasta. Se on semmosta kaikille avointa materiaalia, jonka kuka vaan voi hankkia.

4. Itse asiassa kyllä joo, elikkä kirjallisuuttahan mä luen monenlaisia tällasia

niinkun henkisenkasvuun, ihmissuhdetaitoihin, tällaisiin liittyviä ihan niinkun kautta linjan. Ja sitten niinkun se että toisaalta ihan talouspuolelta, ihan jotain talouselämää, kauppalehtee, sen tyyppistä et mitä talodessa liikkuu ja totaniin ja sitte se et käynhän mä, nythän mä kävin ekonomiliiton seminaarissa joka liitty niinkun tällaseen tunneosaamiseen, eli mä haen niinkun, ja sitte mä oon käyny yrittäjyhteisön tälläsissä liiketoiminta seminaareissa eli mä haen sitä tietoo niinkun erilaisita tilaisuuksista, seminaareista ja sitte lukemalla lehtiä ja tietysti telkkarista nyt sitte joskus tulee jotain semmosta joka liittyy sopivasti aiheeseen.

Eli käytännössä kaikki mitä niinku tavallaan voi irti saaha..

- Niin, kaikki mikä liippaa asiaa läheltä jotenkin..

Olipa se suoraan yrityksen tarjoamaa koulutusta tai sitte..

-Niin tai sitten just minkä tahansa tahon joka niinku on jotenki samoilla, no sit esimerkiksi yks kanava on toi positiivareitten sivusto, jossa on hyvin paljon sitä niinkun semmosta henkistä, henkiseen kasvuun, positiivisuuteen liittyvää, se on kans yks kanava.

Millaista materiaalia henkilö on saanut yritykseltä?

1.No sieltähän saa oikeastaan kaiken tarvittavan, mitä tarvii.-Joo.- Et sieltä saa uusille ihmisille, uusien ihmisten valmennuksessa käytettävää materiaalin ja tota kaiken semmosen välttämättömän mikä on tarpeellista niin sieltä kyllä löytyy. Et oikeastaan pärjää ihan hyvin pärjää sillä materiaalilla mitä sieltä on saatavilla.

2. Yritys toimittaa materiaalia tuotteista, siis toiminnastaan tämmöstä esittelymateriaalia, sekä tähän Cep-ohjelmaan liittyvää koulutusmateriaalia lähinnä cd-muodossa

3. Siinä esittelytyössä käytettävää, eli näitä tuotekuvastoja jotka helpottaa sitä puolta, niissä on tietoo tuotteita ja muusta. Sitten tietysti ne cd:t ja siihen motiivointiin liittyvä materiaali tulee sitä kautta sitten.

4. Joo, eli se on nimenomaan networkin koulutusmateriaalia on oikeestaan

nimenomaan ne cd:t.joo ja tietysti kirjojakin saa networkin kautta mut nehän on sellasia kirjoja et niitä myydään ihan normaalisti kirjakaupoissa. - Nii just-Eli niitä saa kirjakauposta tai kirjastoista mutta networkin kautta oikeestaan networkin itsetoimittamat nii on nimenomaan ne cd:t.

Kokeeko saadun materiaalin tärkeäksi?

1.No kyllä se yritykseltä saatu materiaali on ihan ehottomasti ollu semmosta parasta mahdollista niinkun täsmä tietoa ja täsmä materiaalia.Et se oma on vähän semmosta lisää siihen niinkun, voi laajentaa sitä, mutta tuota ehottomasti se Networkin tutkima ja kokeilema ja hankkima ja niinkun tavallaan tuotama materiaali on niinkun ihan, ihan ykkös.

2. On, siis se materiaali muodostuu oikeestaan niinkun tämmösestä parhaista käytännöistä, eli ihmiset kertoo siinä koulutusmateriaalissa lähinnä että miten he ovat asian tehneet, se täytyy tietysti huomioida että nää on pitkin maailmaa nämä ihmiset, erilaisista kulttuureista, sama mikä toimii Amerikassa tai Unkarissa tai jossain muualla, ei välttämättä toimi täällä, eli siinä jää kuulijalle vielä iso vastuu sitten ottaa siitä ne juuri oikeet asiat mitkä on hänelle käyttökelpoisa. –Niinniin.

3. Olennaisen tärkeätä, ilman sitä ei tule juuri tehtyä, siks aion uudestaan liittyä siihen koulutusohjelmaa. Ja sitten tietysti kun käyttää tuotteita niin pystyy sitten kertoa niistä, että se tuotteiden käyttäminen itse on kans tärkeää, jotta voi kertoa tästä kaupasta, ja tavallaan koulutusta itsessään sekin, muun muassa noiden ympäristöasioiden kannalta esimerkiks. Että pakkaukset ja aineet on ympäristöystävällisiä ja niin edespäin, se vaikuttaa valintoihin. Siis myös ne tuotteet ja tieto niistä on tärkeätä, koulutuksessa toki ne cd:t.

4. On, on.suus erit, se on aivan keskeisen tärkeätä, että niinkun esimerkiks se että ilman tota jatkuvaa koulutusohjelmaa eli näitä cd:itä ei oo kukaan vielä rakentanu tätä liiketoimintaa niinkun semoselle merkittävälle tasolle. Et se on aivan, nää on aivan keskeisiä samoin noi kaikki tilaisuudet ja kirjat et ne kyllä on aivan ratkasevassa roolissa et ei tätä pysty tekemään jos ei sitä koulutusta oo mukana.

Mitä osaaminen vaatii liikkeenharjoittajalta?

1. No se vaatii sitoutumista ja se vaatii sitä että tekee työtä tavoitteellisesti ja vaatii niinkun myös sitä että tietää miksi tekee, että on se oma tavoite kunnossa. Sillon tuota, ja se vaatii myös sitkeyttä ja pitkäjänteisyyttä ja mun mielestä semmosta positiivista mielenlaatua, positiivista asennetta.

2. Kontaktin luonti ja sit sen kontaktin ylläpitäminen, kommunikaatiotaidot, ne on ne tärkeimmät.

3. Se on sitä henkisen puolen osaamista enemmän, tällasia niinkun öö, kontaktointia, ihmiskontakteja ja esiintymistaitoa tietysti vällän niillä jotka pitää näitä Oponeita ja siinä on huomannu isoja edistymisaskeleita, joillain jotka sitä on tehny. Mutta se ihmissuhdetaito, se on tärkeä.

4. Se vaatii nimenomaan sen että kouluttautuu ihan koko ajan et se ei riitä että on kerran käyny jossaki ja on kerran lukenu jotaki ja kerran kuunnellu jonkun cd:n, vaan se täytyy olla ihan jatkuva prosessi. ja totaniin sitä tukee sitte seki että networkin koulutuk., näissä johtajuuskoulutus tilanteissa on sitte niinkun koulutusta eri tasosille henkilöille. eli kun on tietyllä tasolla liiketoiminnassa niin sitte pääseekin semmosiin pienempiin tilaisuuksiin jotka on tarkotettu sitte aina niinkun astetta korkeammille tasoille et on jo niinkun edistyny siinä liiketoiminnassa..- Nii justiin.

Millä osa-alueilla yritys kehittää yksilöä?

1. Tarkotatsä yrityksenä Network 21..-Joo sitä koulutusjärjestelmää.- No mun mielestä Network 21 ei niinkään kouluta meitä niinkun sillä niihin tuotteisiin ja myyntityöhön ja näin vaan kyllä se koulutus mitä sieltä tulee se on sitä että tavallaan ite muututaan ja kasvetaan semmosiks ihmisiks et me pystytään tekemään tätä liiketoimintaa.- Ja sitä työtä ylipäätään- Joo ja se tähtää siihen ihmisten kans toimeentulemiseen ja erilaisuuden ymmärtämiseen, erilaisten ihmisten kanssa toimimiseen.-Jees

2. No siis tää koulutus ohjelma sikäli kun minä nyt ymmärrän se ei sinänsä niinkun esimerkiks esiintymistaitoon tuo uutta, se tuo niinkun tavallaan niitä työkaluja, käytäntöjä mitenkä asioita voi tehdä, mitenkä kontakteja voi luoda ja

tota tätä liiketoimintaa esitellä, mut varsinaista koulutusmateriaalia ei just siihen asiaan ole ainakaan mun tähän mennessä saadussa materiaalissa vaan se tulee niinkun henkilöstä itestään, se tulee kokemuksen perusteella että mitä paremmin tutustuu tähän aihepiiriin, oppii tietämään enemmän niin pystyy suuremmalla itseluottamuksella kertomaan muille siitä. Että jos ei itse usko tähän ja niihin tuotteisiin niin ei siinä auta mikään esiintymistaito, sillä tavalla, et kyllä pitäis olla todella vahva näyttelijä että pystys vakuuttavasti kertomaan.

3. Itse oon kehittynyt, tai se henkinen kasvu on ollu iso osa. Se on tärkeä asia ja, no ei se sama ole kun ihmisten kanssa kommunikointi. Siinä mä oon niinkun kehittynyt, kaikilla se varmasti tässä kehitty.

4. -Joo-o

-Kyllä tota.. varmaan niin on ihan keskeisin juttu on nää ihmissuhdetaidot. Semmonen osaaminen aa, se että miten ihmisten kanssa tullaan toimeen, miten niinkun asioita viedään ihmisten kanssa eteenpäin. Se on varmaan ihan se keskeinen, siin ohessa tulee tietysti tällasia kun esiintymistaitoo ja myös sitten niinkun semmonen yks osa-alue on semmonen tavoitteellisuus että oppii asettamaan itselleen tavoitteita. Et semmonen niinkun määrätietonen tavoitteenasetanta.

- Niin justiin. Totanoinniin mulla tuli tästä joku jatkokysymys mieleen mut nyt se katos. Täs oli sitten että mikä niistä on olennaisin tavallaan mutta..

- Kyllä se on mun mielestä ihan se oma kasvu ja just se niinkun tää ihmissuhdetaitojen osan oppiminen, osaaminen.

– Joo.

Mitä henkilökohtaisesti kokenut tärkeimmäksi koulutuksen osalta?

1.No kyllä mun mielestä, Network 21, sehän on maailman suurimpia johtajuuskoulutuksia. Se etenkin se auttaa siinä johtajuuden, et tavallaan ensin ottaa johtajuuden itsetään tai on itelleen johtaja ja sitten pystyy olemaan tiimille johtaja ja tiimin vetämisen taitoja ja tiimissä toimimisen taitoja. Tiimikoulutusta, ihan,mä tossa, niin tietysti alussa ois voinu sanoo että mä oon käynyt, tai oon työnohjaaja, työyhteisökouluttaja toiselta ammatiltani, ja tota siinä oon paljon tämmösten asioiden kanssa ollu tekemisissä, mutta tää koulutus mikä meillä on on ehottomasti parasta koulutusta ollu tiimityöhön ja tämmöseen niinkun vuorovaikutuskoulutukseen ja tämmöseen niinkun ihmisten kans toimeentu-

lemiseen. –Joo. –En oo nähny vastaavaa, tehokkaampaa tapaa oppia. –Kyllä.

2. - Niin.. no miksi teen liiketoimintaa? Tähän vastaushan oli Päivi Sahi ja toi Uppanin Tuija lausui sen tuolla Bbs:sä kerran mut se meni mikistä vähän ohi ja valitettavasti vaan me jotka tiedettiin kuultiin se. Eli totanoinniin tää liiketoiminnan niinkun mikä sen mikä se vahva tai vahvin vaikutin nyt tähän Cep ohjelmaan se ei sinänsä liity mutta tietenkin tää vahva ja ohjaava ylälinja on niinkun se josta tulee se kaikkein paras tietämys ainakin sen toiminnan aluksi, koska he on siinä samassa kulttuurissa, samassa ympäristössä samojen ihmisten kanssa tekemisissä he niinkun tietää ne toimenpiteet, käytännöt mitä siinä tarvitaan, pystytään tekemään. Ja se on niinkun oikeestaan niinkun tän koulutuksen ulkopuolinen semmonen niinkun lisäarvo tälle, jota siis ei voi korvata millään keskitetyllä koulutusohjelmalla. Että tota tän koulutusohjelman puolelta sinänsä niin sieltä tulee mun mielestä just niitä semmosii esimerkkityyppisiä juttuja, miten joku on rakentanu liiketoiminnan.

3. Koulutuksen suhteen tärkeää on tiimin tuki, toki myös ihan materiaali, mut kyllä ne tiimin muut on suuri voimavara ja apu. Toiminnan kannalta ja Openit myös on, mä kattosin että nekin on sieltä tärkeästä päästä.

4. Tohon onpa vaikee totaniin, kyllä varmaan niinkun ihan keskeisin asia siinä on se oma kasvu. Et alkaa uskoo oikeesti siihen että pystyy omat niinkun osaamiset ja vahvuudet, ja omat niinkun mielenkiinnon kohteet niinkun pääsee silleen aidosti esille. Eli voi tehdä niitä asioita joista tykkää ja niitä asioita joissa kokee olevansa hyvä ja se tiimityö niinkun mahdollistaa sitten et jokainen pystyy erikoistumaan niihin omiin vahvuuksiin ja sitten se antaa niinkun toisaalta sitten niinkun uskoa siihen että tän pystyy tekemään kun huomaa että itellä on tiettyjä taitoja ja sitten tiimissä on taas tiettyjä taitoja.. niin tota nyt mä unohdin et mikä se kysymys oli mut ehkä mä jotenkin vastasin

-Joo, niin et mitä oot henkilökohtaisesti kokenu tärkeimmäksi niistä osaluista millä sitä koulutusta saa.

- Joo ja kyl tietysti yks on se että tosi tärkeä asia on se että niinkun koko ilmapiiri on sellanen niinkun kannustava ja positiivinen eli tota sieltä tavallaan niinku saa ammennettua siihen niinku omaan itseluottamukseen liittyviä asioita ja pääsee kokeilemaan semmosii asioita ja semmosten juttujen tekemistä jotka ehkä on aluksi pelottavia. Mutku huomaa että niistä selviää niin sitte siitä saa taas niinku lisää niinku voimaa siihen omaan kehittymiseen sitte.

- Joo, kerro esimerkki mikä on sellanen asia esimerkiks, onks se esiin-

tyminen..?

- No mullahan se oli nimenomaan se. Esimerkiksi että ensimmäiset plänit oli tosi niinku pelottavia ja tänä päivänä ei oo väliä onko nelkyt ihmistä kuuntelemassa vai monta, vai sata tai jotaki että, et tavallaan se mihin ei ois uskonu että koskaan pystyvänsäkään ni on aivan helposti nykyään mahdollista.

- Ja koet että nimenomaan se koulutus on auttanu siinä? Vai onkse enemmän se tiimin tuki kun ihan koulutus..

- Kyl se on se koulutus varmaan kaikkein eniten, ja no hirveen vaikee tietää, varmaan molemmat yhtäpaljonki.

-Mut jokatapauksessa sillä kouluksella on merkitystä?

-On, joo kyllä.

Millaista ohjausta on saatavilla?

1. Kyllä, ohjausta, mehän saadaan ohjausta niin paljon kun me halutaan. Elikkä tota jos me halutaan mentorointia, tavallaan ikään kuin semmos-ta kokemustietoa ylälinjalta tai niiltä jotka on tehny niin sitä saa, mun mielestä ihan rajattomasti, et ainoa ongelma tässä mulla ainakin on oma laiskuus. –Niin et se ei johdu tavallaan siitä, et apua kyllä on- ei, sitä on olemassa ja materiaalia ja kaikkea mahollista ja mitä vaan tarvii niin sitä on, kyse on vaan siitä omasta motivaatiosta ja siitä omasta ahkeruudesta.- Kyllä..
2. Kyllä, kyllä, ei ole ohjauksen puutteesta kiinni.
3. Kyllä, meillä on tämä ylälinja niin äärettömän hyvä että. Aina kun tarvii niin saa apua niinkun vaikka kädestä pitäen, sitä saa milloin haluaa.
4. Joo, ihan niin paljon kun haluan niin ohjaustahan saa aina kun pyytää. Minkälaista se ohjaus on?

Käytännössä sitä että tiimin hekilöt jotka on tehneet pidempään niin ihan käytännössä tulee vaikka kädestä opastamaan neuvomaan, tai tekee asi-oita edellä niinku tällai mentoroi, mentorointina,tai vähän niinkun oppisopi-mustyyllillä että joku enemmän tehnyt tekee edellä muutaman kerran ja mä katson ja teen sitte ite. Et sillä tyylillä, tai sitte ihan keskustellen, neuvonpi-doissa, et kun mietitään mitä nyt kannattas tehdä ja mitä tämmösessä ti-lanteessa, eli keskustelut ja sit toisaalta ihan se käytännön esimerkki.- Joo,selvä.

Mitä konsepti henkilön mielestä sisältää ja millaista osaamista toiminta vaatii?

1. No tuota se on varmaan semmonen hidas niinkun avautumis- ja kasvu-prosessi että enemmän on mukana kaikessa tässä toiminnassa, mitä enemmän kuuntelee niitä ihmisiä jotka on kulkenu sitä tietä minne ite on matkalla. Niin sen niinkun paremmin ymmärtää sen mitä se tarkoittaa ja vaatii ja mitä se mahdollistaa. En voi niin sanoa että täydellisesti ymmärrän koska mä uskon että se ymmärrys kasvaa niinkun koko elämän ajan ja se kokemus.

2 Mielestäni kyllä, ja ymmärrän konseptin, mitä se vaatii ja ymmärrän ne mahdollisuudet mihin sillä voi päästä, eli omalla kohdalla enemmän se että miksi en liiketoiminnassa ole niin aktiivinen kuin voisin olla niin se liittyy enemmän ehkä niinkun ajankäytön valintaan, motivoitumiseen, sinänsä tähän niinkun toimintaan.

3 Kyllä ymmärrän, sen kannattavan tai hyvän liiketoiminnan rakentaminen, et pitää tuotaniin hirveesti panostaa siihen että sen sais menemään eteenpäin. Työtä se vaatii ja lannistumattomuutta. Suunnitelmia totaniin ja niitä niinkun täytyy ylläpitää ja että se tulo ei tule jos ei tee töitä. Tässä on ihan se, työn määrä vastaa sitten tuloa, ja aina ei kaikki heti innostu, lannistumattomuus on semmonen tarpeellinen kans. Mutta sitten se mahdollisuus ja sen laiset, niistä kuulee cd:itä, se saa niinkun taas jatkamaan.

4 Koen, kyllä mä koen ymmärtäväni aivan täysinkin ja erittäin kipeästi myös tunnen sen mitä se vaatii ☺ just eilen siis tulini helsingistä -Joo totaniin mitä mä oon ajatellu tässä?-varmaan sitten ehkä sekin että onko koulutus riittävän hyvä että-niin et pystyy käsittää- tai nii kun – niin että se koulutus antaa riittävän hyvän kuvan siitä yrityksen toiminnasta?-Joo kyllä

Millä osa-alueilla itse kehittynyt tai kokee tärkeäksi?

1 No semmosilla, sen ihmisten, eri ihmisten kohtaamisen taito on mulla kehittyny. Ja sitten mulla on kehittyny semmonen aa, taloudellisen älykkyyden taito, mitä mä lähin hakemaankin, koska mä olin taiteilija enkä mä ymmärtäny rahan päälle mittään, niin mä ajattelin kun mä lähin tähän että ehkä voisin vielä oppia tekemään, tienamaan rahaa, se oli tavote. Ja kyllä mä oon oppinu ymmärtään sen mitä tarkoittaa taloudelli-

suus ja sen niinkun miten, Kiosakin kirjoista on saanu tosi hyvää tietoo et miten sen talouden pitä's pelata et se pelaa. – Niin.- Miten rahaa pitä's tulla sisään ja virrata ulos☺. –Kyllä , aivan.

- 2 Tuo..missä olis eniten kehittyny, en minä tiedä,jos on saanu koulutusta enemmän, ehkä siihen ihmisten lähestymiseen ja esiintymiseen ja kohtaamiseen, se tulee kokemuksen kautta, eikä sitä voi opettaa, se on tehtävä ite. Jokainen tekee sen omalla tavallaan, se et esimerkiks jos minä ja Päivi puhutaan samalle ihmiselle liiketoiminnasta niin se lähestymistapa on ollu silleen erilainen et Päivi yrittää kertoo mahdollisimman vähän ja saada sillä ihmisen paikalle ja mulla taas sitten, kun ihminen kumminkin haluaa tietoa ja on utelias ja pitää jotakin antaa niin minä sit hiukan enemmän pyrin kuvailemaan et mitä tämä on. Ja tietysti jättää ne mehukkaimmat yksityiskohdat sinne sitten kun se saadaan houkuteltua tonne Openiin muuta, kuitenkin niinkun tää koko se millätavalla niinkun sen homman tekee niin se on niin henkilökohtanen. Ja sitäkään ei vielä tiedä sitten ellei tunne tätä kohdetta oikeen hyvin että mikä tapa nyt sitten toimii juur tällä.
- 3 Bisneksen kautta kehittyny on, pienemmällä huomiolla on ollu ennen ne ihmishuuhdetaidot jotka tässä täytyy olla. Ne on kehittyny. Mun on aika helppo jo nykyään mennä tuolla missä mä liikun vieraalle ihmiselle puhumaan, esittelemään tätä asiaa. Se tulee jossain vaiheessa enemmän ja vähemmän kaikille jotka lähtee siihen niinkun mukaan, vaik se tuntuu sillä tavalla ennen kuin sitä tekee, se tuntuu tosi sellaselta hankalalta. Että en mä voi mennä, että miten saa sanottua ne asiat järkevästi, kyl-lähän se koulutus siihen auttaa ja openit ja bbs:sät, tilaisuudet on niitä tärkeitä kyllä tässä myös. Vaikka siinä on siinä puhumisessa vielä oppimistakin, mutta se tulee ajan kanssa, sen näkee niistä jotka on tehny enemmän tai kauemman. Ja sit kun niitä onnistumisia tulee niin sittehän se on, se palkitsee.

4 No varmaan ainakin se esiintymistaito on yks, ja sitten yleensä kaikenlainen kontaktinotto kyky..aa..sit just sellanen tietynlainen määrätietoisuus ja tavoitteellisuus, tavoitteenasetanta ja se tietynlainen sinnikäs pyrkiminen siihen tavoitteesen, et on niinkun sellaset selkeet ajatukset et mitä haluaa ja mitä tekee. Yks osa-alue mikä on kehittyny aivan huimasti on niinkun yleensä se että tota, että on oppinu ajattelemaan niin, siis ihan oman ajatusmaailman muuttuminen siihen suuntaan, että elämässä oikeesti saa mitä haluaa, että kannattaa haluta asioita, ne saa kun sitkeesti haluaa. -Niin.

Mitä osa-alueita tarjotulla koulutuksella on mahdollista kehittää?

1.No varmasti se on tota, semmoset asiat mä koen ainakin itessäni et on kehittyneet että must on tullu rohkeampi tekemään semmosia ratkaisuja elämässä mitkä on enemmän mulle itelleni niinkun sopivia että mulle on tullu vähän niinkun, muhun vähemmän vaikuttaa muitten mielipiteet.- Nii just.- Elikkä mä en tota välitä niin siitä mitä kaikki muut puhuu, mä vaan teen sitä mikä on mulle paras ja mun elämälle ja mun perheen elämälle ja mun läheisille hyvä.- Joo, kyllä.

2. Varmaan lähinnä sille kohdalle, eli kertoo näitä esimerkkejä, käytäntöjä, esimerkkejä, nämä nimelistat esimerkiks yks juttu, että loppuviimein ihmiset tuntee paljon muita ihmisiä, vaikka ensin aattelee etten mä tunne ketään. Eli siihen kontaktien luontiin ja sitten just näihin muihin niin sanottuihin parhaisiin käytäntöihin että millä tavalla, ja just motivoinnissa nää esimerkit on vahvoja että ei saa ensimmäisiin kymmeneen kieltävään vastaukseen pysähtyä et ei täst tuu mitään, koska ainakin näitä mitkä on esiintyneet näissä isoissa tilaisuuksissa on kertoneet pidin Planin, kymmenen kertaa peräkkäin, pidin Planin ei mitään ja sitten niinkun jostakin kohtaa pikkuhiljaa alkaa, kyl täs on niinkun enemmän kuin mikä tällä koulutusohjelmalla niinkun taitojen kehittämisessä on niin vielä enemmän tämän motivaation kehittämisessä, että saa ihmiset uskomaan tähän konseptiin ja niihin mahdollisuuksiin. Eihän tällä kaikki menesty ja rikastu, se on jokaisesta itsestään kiinni, tää on sillä tavalla reilu konsepti että tässä vaikka ensin oot ollu mukana, jos et tee töitä et mitää saakaan. Tää on ihan siis työtä, niinkun joku muukin, vaan erilaista työtä ja vielä sillä tavalla et tässä teet ensin työn ja sitten se mahdollinen palkka tulee viiveellä, tietenkin siinä on se etu et että se palkka kun sitä alkaa tulla niin se on sitten pysyvää tuloa.

3 Eli kaikkia, ootas, et tähän just sitä että ihmissuhdetaidot, esiintyminen semmosta extraa mitä tämä kehittää, rahapuoleen liittyväkin, taloudellista ajattelua, ainakin kirjoista, rohkeushan tässä tulee, ei voida koulutusmateriaalista ottaa suoraan ja siten tämä näin, että on ne hyvät ja ihanat ihmiset siinä tiimissä, joiden kanssa on mukava työskennellä, ja saa siitä paljon itelleen osaamista, jo pelkästään siitä porukasta ja tekemisestä, se antaa sisältöä elämään sellasta ihan erilaista, mitä ei ole ennen ollu.

4 No tota se kehittää oikeestaan tällasta liiketoiminnallista osaamista ja ajattelua, sit se kehittää aa.. ihmissuhdetaitoja ja muutakin henkilökohtasta henkistä kasvua, ja sit tietysti ihan konkreettisesti tällasta tuotetietämystä, ympäristöasioista tietämistä, ympäristöön liittyviä asioita...noi on ne mitä mulla tulee mieleen.

Onko aiemmalla koulutustaustalla merkitystä menestymisen kannalta?

1 Ei välttämättä mutta tietysti joistakin osa-alueista, et mäki kun mä oon ollu kehitysvammasten ja vaikeavammasten ihmisten hoitaja niin on ehkä opettanut mua ehkä suvaitsevaisemmaks ja semmoseks, erilaisten ihmisten kans on oppinu, hyväksyvämmäksi. Ja sitten mä koen et tuo kouluttaja, työyhteisön kouluttajan taidot, ne on opettanu mulle vuorovaikutustaitoja. Että mä luulen että niistä on vähän ollut hyötyä, mutta ei nyt kovin paljon, tässä työssä, että tai mä luulen että, tai mä ekaks ajattelin et niistä olis enemmän ollu hyötyä, mut ei niistä haittaakaan oo ollu. Mut ehkä se johtuu jo mun omasta persoonallisuudesta että mä oon aikasemmin valinnu semmosia töitä mitä mä oon tehny.

2 On merkitystä, ehdottomasti kyllä, et jos on just tämmöstä kommunikaatio, esiintymiskoulutusta esimerkiksi niin on esim jossain asiakasyhteystoiminnassa ollu mukana ja koulutettu siihen niin se on ehdoton etu, se että pääsee nopeesti tähän niinkun kontaktien alkuun.

3.Sillä että mikä koulutus on, ei ole väliä, musta tässä voi kuka vaan menestyä. Toki jostain voi olla, mm, apuja, mutta kun näkee vaivaa kuka vaan voi, eikä kaikki ketkä osais jo jotain, rahaan tai kauppaan liittyvää ymmärrä muuten tätä ajatusta, persoona vaikuttaa kanssa paljon, enemmän kun ammatti. Mulla ei tietysti ole aiempaa koulutusta tällaseen itellä.

4. Ei välttämättä. Koska ihan oikeesti on ihmisiä esimerkiks vartijan koulutuksella jotka on smaragdeja tänä päivänä.on ihmisiä jotka on sairaanhoitajan koulutuksella perustajan platinana, on ihmisiä jotka on lastentarhan opettajan koulutuksella platina-niin-on totanii aivan tosi monenlaisia, mut vois tietty aatella et kyl se jonkin verran helpottaa et on jo ennen, et on jonkin verran niinkun jonkinlainen käsitys esimerkiks talouden toiminnasta, kyllä siitä apua on. Ja kyllä sitten taas kielitaidolla on merkitystä, et koulutus sitten taas on osittain englanninkielistä ja ne jotka ei sitä pysty englanniks kuuntelemaan ne jää niistä osioista paitsi. Et vaikka useimmat koulutusjutut on käännetty suomeksi mut ihan kaikki ei, ja jotain ihan huippu cd:itä tulee USA:sta niin ne jotka ei englantia osaa niin ne jää niistä paitsi. Joo- Kyl sillä jonkinlaista merkitystä on, mutta se ei oo mitenkään ratkasevaa, että kyllä ihan oikeesti kuka tahansa millä tahansa koulutus- ja ammattitaustalla voi päästä mihin tahansa jos on vaan riit-

tävän sitkee ja sinnikäs. Ja opetettavissa oleva et ottaa tän systeemin vastaan.

Liite 2 Kategorisointi

Yläkategoria	Alakategoria	Sana, tai lauseen osa
-Taustan merkitys liiketoiminnan rakentamisessa	-kuinka kauan toiminut yrityksessä	-3 - 5 vuotta
	-koulutusohjelmaan osallistuminen	-3 neljästä kyllä
	-aiempi koulutus	-3 neljästä eri aloilta, ei liiketalouden koulutusta
	-miltä alalta aiempi työkokemus	- vaihtelevasti
	-aiemmasta koulutuksesta hyötyminen	- useiden eri alojen koulutuksista voi hyötyä
Verkostomarkkinointiyrityksen koulutus ja sen toimivuus	Yritykseltä saadun koulutuksen sisältö	<ul style="list-style-type: none"> - kokemustieto - käytännöt - tilaisuudet

	<ul style="list-style-type: none">- cd:t motivaatioon
Koulutus materiaalin sisältö	<ul style="list-style-type: none">- Motivointi materiaali, cd:t- Tuotetietoutteen
Materiaalin tärkeys	<ul style="list-style-type: none">- erittäin tärkeää- motivoitumiseen
Ulkopuolinen materiaali, sisältö	<ul style="list-style-type: none">- kirjallisuus, suositellut kirjat- henkiseen kasvuun- talouteen
Mitä yrityksen koulutus kehittää	<ul style="list-style-type: none">- ihmissuhdetaidot- riipuen omasta kiinnostuksesta mahdollista kehittää eri osa-alueita- henkinen kasvu ja muutos- liiketoiminnallisia taitoja- parhaat käytännöt, tuotteet
Tärkeintä koulutuksessa	<ul style="list-style-type: none">- tiimin tuki- tiimi koulutus- tilaisuudet (Openit jne.)

Kokemus liiketoiminnassa

vaadittavista taidoista

Millaista osaamista tarvitaan

- kykyä ajatella kauemmas tulevaisuuteen
- tavoitteellisuutta
- henkistä vahvuutta
- erilaisuuden sietokykyä
- kontaktinluontitaitoja

Konseptin sisältö

- ymmärrettävä
- mahdollisuuksien ymmärtäminen tärkeää

Oma kehitys toiminnan myötä

- Ihmissuhdetaidot
- rohkeus lähestyä
- tavoitteellisuus

Menestyminen vaatii

- kommunikaatiotaidot
- jatkuva koulutautuminen
- sitoutuminen

Tiimin tuki

Saatu ohjaus

- riittävää
- käytännön tasolla
- helposti saatavilla olevaa
- erittäin tärkeää