

Tupperware-konsulentin työpäiväkirja

Martta Kela

Opinnäytetyö
Liiketalouden koulutusohjelma
2019



Tekijä(t) Martta Kela	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma (HELI)	
Opinnäytetyön otsikko Tupperware-konsulentin työpäiväkirja	Sivu- ja liite- sivumäärä 37
Opinnäytetyön otsikko englanniksi The work diary of a Tupperware consultant	
<p>Tämä opinnäytetyö on portfoliomainen päiväkirjaopinnäytetyö Tupperware-konsulentin työstä. Opinnäytetyö on toteutettu keväällä 2019.</p> <p>Tupperware on Yhdysvalloista lähtöisin oleva muovituotteita valmistava yritys, jonka pääasi- alliset jakelukanavat ovat asiakkaan kotona tapahtuvat Tupperware-esittelyt. Tupperware toimii ympäri maailman ja työllistää miljoonia konsulenteja, jotka eivät ole työsuhteessa Tup- perwareen, vaan toimivat itsenäisinä elinkeinonharjoittajina.</p> <p>Opinnäytetyö kestää 12 viikkoa. Ensimmäisellä viikolla kuvataan lähtötilanne ja asetetaan tavoitteet seurantajaksoille. Varsinainen seurantajakso kestää 10 viikkoa ja sen jälkeen vii- meisellä viikolla arvioidaan, saavutettiinkö tavoitteet. Jokaiselle seurantajakson viikolle on määritelty teema tai viikkokohtainen tavoite, jonka ympärillä kyseisellä viikolla työskennel- lään.</p> <p>Opinnäytetyöprojektin alussa asetetaan tavoitteeksi saada esittelyohjelma tasaiseksi ja pa- rantaa rekrytointitaitoja. Esittelytavoite melkein toteutui, sillä esittelyjen määrä kyllä kasvoi kalenterissa seurantajakson aikana, mutta viikkokohtaista tasoa ei kuitenkaan aivan saavu- tettu. Tähän saattoi vaikuttaa seurantajakson lyhyys ja samaan aikaan käynnissä olleet muut opiskeluprojektit. Rekrytoinnin suhteen seurantajakson aikana tapahtui selkeää kehitystä, sillä rekrytoinnista puhuminen lisääntyi sekä esittelyissä että niiden ulkopuolella.</p> <p>Viikkokohtaiset tavoitteet toteutuivat vaihtelevan hyvin. Yleensä viikon tavoitteet täyttyivät ja toisinaan jopa ylittyivät. Parannettavaa olisi edelleen rekrytoinnissa, mutta se on nyt luonte- vampaa kuin opinnäytetyön alussa. Rekrytoinnista ja konsulenttina aloittamisesta puhuminen on nyt huomattavasti helpompaa. Opinnäytetyö oli pitkä ja raskas prosessi, mutta samalla antoisa. Seurantajakson aikana ajankäyttö tehostui ja aikaansaavuus lisääntyi.</p>	
Asiasanat Tupperware, konsulentti, elinkeinonharjoittaja	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Lähtötilanteen kuvaus	2
2.1	Esittelyjen sopiminen	2
2.2	Esittelyjen pitäminen	2
2.3	Uusien konsulenttien rekrytointi	4
2.4	Kirjanpito.....	4
2.5	Arvio omasta osaamisesta ja kehittyminen.....	4
2.6	Sidosryhmät konsulentin työssä.....	5
3	Päiväkirjaraportointi.....	8
3.1	Seurantaviikko 12 Suurviikko	8
3.2	Seurantaviikko 13 Tiimikokous ja esittelyt	12
3.3	Seurantaviikko 14 Rekrytointi.....	14
3.4	Seurantaviikko 15 Ständipaikkojen etsintä	18
3.5	Seurantaviikko 16 Suuresittely	20
3.6	Seurantaviikko 17 Jokimaan ständi	22
3.7	Seurantaviikko 18 Ständiyhteystietojen soittaminen.....	24
3.8	Seurantaviikko 19 Konsulenttien kertauspäivä	27
3.9	Seurantaviikko 20 Ständitapahtuman suunnittelu.....	29
3.10	Seurantaviikko 21 Kirjanpito.....	31
4	Pohdinta ja päätelmät.....	34
4.1	Tavoitteiden saavuttaminen	34
4.2	Tulevaisuuden suunnitelmat.....	35
	Lähteet	37

1 Johdanto

Teen opinnäytetyöni portfoliomaisena päiväkirjaopinnäytetyönä Tupperware-konsulentin urastani. Tavoitteeni opinnäytetyöjaksolle on uudelleen virittää konsulentin toimintani sellaiselle tasolle, että pystyisin elättämään itseni sillä. Tavoitteeseen päästäkseni minun on tehtävä töitä säännöllisesti, laajennettava asiakaskuntaani ja pidettävä esittelyitä tasaisesti joka viikko. Opinnäytetyöni seurantajakso on aikavälillä 18.3.2019-27.5.2019.

Tupperware on yhdysvaltalainen pääosin keittiötuotteita valmistava yritys, jonka perusti Earl Tupper 1940- luvulla. Ensimmäinen tuote, Ihmekulho, esiteltiin yleisölle vuonna 1946. Kulho oli muovista valmistettu ja täysin nestetiivis, mikä teki siitä ainutlaatuisen markkinoilla. Vaikka tuotteet olivat hyviä, Earl Tupper ei onnistunut niiden markkinoinnissa. Onnekseni hänen avukseen tuli Brownie Wise, joka kehitti kotiesittelykonseptin. Ensimmäinen Tupperware- esittely pidettiin vuonna 1949 ja siitä lähtien kotiesittelyt ovat olleet suuressa roolissa Tupperwaren kehitymisessä. Kotiesittelykonsepti on edelleen voimissaan ja esittelyt ovat Tupperwaren sydän. Nykyään Tupperware toimii yli sadassa maassa ja työllistää miljoonia konsulenteja ympäri maailman. Tupperware on listattu New Yorkin pörssiin. Suomeen Tupperware tuli vuonna 1965 Elisabeth Rehnin maahantuomana. (Tupperware 2019a).

Tupperware on tunnettu laadukkaista muovituotteistaan, mutta valikoimasta löytyy myös metallisia tuotteita, kuten kattiloita. Tupperware kehittää tuotevalikoimaansa jatkuvasti ja esimerkiksi mikroaaltouuniin soveltuvat ruoan-valmistusvälineet ovat erittäin suosittuja. Tupperwarelle tärkeitä asioita ovat laatu ja ympäristöystävällisyys. Käyttämällä Tupperware-astioita kertakäyttömuoviastioiden sijaan luontoa säästyy ja elintarvikkeet säilyvät pidempään. Tuotteilla on elinikäinen materiaali- ja valmistevirhetakuu, mikä takaa asiakkaalle laadukkaan tuotekokemuksen.

Keskeisiä ammattikäsitteitä ovat esittely eli asiakkaan kotona tapahtuva tilaisuus, jossa konsulentti esittelee tuotteita; emäntä/isäntä eli henkilö, jonka luona esittely pidetään; kiitoslahja eli lahja, jonka emäntä/isäntä saa kiitoksena esittelyn emännöinnistä; konsulentti eli henkilö, joka jälleenmyy Tupperware-tuotteita itsenäisenä elinkeinonharjoittajana; päivääminen eli esittelyiden sopiminen; rekryytti eli uusi konsulentti; tiiminjohtaja eli konsulentti, jolla on oma tiiminsä johdettavanaan (voi edetä edelleen kultatiiminjohtajaksi); tukkumyyjä eli henkilö, joka maahantuo Tupperware-tuotteita; tukku- eli myyntikokous eli viikoittainen, tukussa järjestettävä kokous, jossa käsitellään ajankohtaisia asioita.

2 Lähtötilanteen kuvaus

Konsulentin työssä on kolme tärkeää osa-aluetta: päivääminen eli uusien esittelyiden sopiminen, esittelyjen pitäminen ja uusien konsulenttien rekrytointi. Näiden lisäksi konsulentin tulee raportoida esittelynsä ja myyntinsä tiiminjohtajalleen viikoittain sekä osallistua mahdollisimman aktiivisesti myynti- ja tiimikokouksiin.

2.1 Esittelyjen sopiminen

Saadakseen uusia esittelyitä konsulentin täytyy olla aktiivinen. Aloittelevana konsulenttina on helppo lähteä liikkeelle lähipiiristä, kuten ystävistä, sukulaisista ja työkavereista. On tärkeää, että jokaisesta esittelystä saa sovittua uusia esittelyitä uusiin esittelypaikkoihin ja uusille asiakkaille. Tavoite on, että jokaisesta esittelystä sovitaan ainakin kaksi uutta esittelyä: toinen emännän luo sopivan ajan, esim. puolen vuoden päähän, ja toinen jonkun vieraan luo.

Uusia esittelyitä pitää päivätä myös esittelyjen ulkopuolella. Konsulentti pitää aina mukanaan kuvastoja ja tarjousesitteitä, joita voi antaa arkipäivän tilanteissa ihmisille. Loistavia päiväyspaikkoja ovat myös ständit esimerkiksi ruokakaupoissa tai vapaa-ajan messuilla.

Tupperware-tuotteilla on elinikäinen materiaali- ja valmistevirhetakuu, ja konsulentin tehtäviin kuuluu hoitaa myös takuuvaihtoasiakkaat. Konsulentti toimittaa asiakkaan vaurioituneen tuotteen tukkuunsa, jossa selvitetään, onko kyseessä takuuasia. Tuotteen mennessä takuuseen konsulentti toimittaa uuden tuotteen asiakkaalle. Takuuvaihtoasiakkaat ovat myös potentiaalisia päivättäviä.

Päiväämisessä tärkeintä on aktiivisuus, periksiantamattomuus ja itseensä luottaminen. Ihmiset saattavat olla jyrkkäsanaisia ja välillä ilkeitäkin, jos heitä ei kerta kaikkiaan vaan kiinnosta Tupperware. Tällaisissa tilanteissa on tärkeää, ettei jää negatiiviseen kokemukseen vellomaan vaan uskoo seuraavan ihmisen olevan kiinnostuneempi. Ihmisten kommentteja ei kannata ottaa henkilökohtaisesti.

2.2 Esittelyjen pitäminen

Esittelyt ovat Tupperwaren sydän. Useimmiten esittely tapahtuu asiakkaan kotona, mutta tämä ei ole mikään välttämättömyys. Esittelyn voi pitää missä vaan- työpaikalla, koulussa, kesämökillä, torilla.

Kun esittely on päivätty, konsulentti ottaa emäntään yhteyttä 2-3 kertaa ennen esittelyä. Ensin ollaan yhteydessä muutamaa viikkoa aiemmin ja varmistetaan, että sovittu ajankohta käy edelleen. Toisen kerran ollaan yhteydessä noin viikkoa ennen esittelyä, jolloin konsulentti kysyy alustavasti vierasmäärää sekä mahdollisia tuote-/teematoiveita. Kolmannen kerran emännälle soitetaan edellisenä päivänä tai esittelypäivän aamuna, ikään kuin muistutuksena.

Esittelyissä voi olla hyvin erilaisia teemoja, vain mielikuvitus on rajana. Live-esittelyt, eli esittelyt, joissa valmistetaan jotain Tupperware-tuotteilla, ovat omasta mielestäni kaikkein parhaimpia. Niissä emäntä ja esittelyn vieraat pääsevät itse kokeilemaan ja näkemään, miten tuotteet toimivat. Lisäksi emännän ei tarvitse leipoa etukäteen, sillä esittelyssä valmistuu nopeasti esim. kääretorttu tai muffinit. Oma suosikkini on leivän ja levitteen tekeminen esittelyssä. Sillä aikaa, kun leipä paistuu uunissa, kerkeän esitellä mukana olevat tuotteet. Uunista tuleva leivän tuoksu saa myös asiakkaat paremmalle tuulelle, ja mahdollisesti tekemään ostopäätöksiä helpommin.

Konsulentti saapuu esittelypaikalle viimeistään puoli tuntia ennen esittelyn alkua. Itse vien yleensä emännälle jonkun pienen lahjan, kuten pienen Tupperware-tuotteen tai kukan, kiitoksena esittelyn pitämisestä, ellei hän ole saanut lahjaa jo päiväystilanteessa (esim. ständillä). Ennen esittelyn alkua konsulentti laittaa esittelypöydän valmiiksi, tekee tarvittavat valmistelut live-esittelyä varten ja kertoo emännälle mahdollisuudesta aloittaa konsulenttina (ks. edempänä "Rekrytointi"). Kun vieraat saapuvat, esittely voi alkaa.

Varsinainen esittelytilanne kestää yleensä tunnista puoleentoista tuntiin. Tuote-esittelyn jälkeen asiakkaille annetaan aikaa rauhassa täyttää tilauslomakkeitaan ja kysyä tuotteista. Tämän jälkeen yleensä emäntä tarjoaa kahvit, ja vieraiden juodessa kahvia/seurustellessa konsulentti laskee esittelyn kokonaismyynnin ja sopii uusia esittelyitä vieraiden luo.

Esittelyn jälkeen konsulentti tilaa esittelyn tuotteet sähköisellä tilausjärjestelmällä, ja hän voi joko noutaa tuotteet tukusta tai tilata ne Matkahuollolla kotiin. Konsulentti pakkaa asiakkaiden tilaukset ja toimittaa ne emännälle sovittuna ajankohtana viimeistään kahden viikon kuluttua esittelystä. Emännän tehtäviin kuuluu toimittaa tuotteet esittelyn vieraille ja lisäksi kerätä maksut vierailta, eli emäntä toimittaa konsulentille koko esittelyn summan. Emäntä saa kiitoksena lahjaksi kuukausittain vaihtuvan Tupperware-tuotteen.

2.3 Uusien konsulenttien rekrytointi

Tupperwaressa rekrytoida voi kuka vaan, sekä konsulentti että tiimin- tai kultatiiminjohtaja. Rekrytoida voi milloin vaan, ei ole mitään tiettyjä ajankohtia, milloin rekrytointimme olisi ainoastaan käynnissä. Meillä on kuitenkin erilaisia kampanjaviikkoja, jolloin on erityinen rekrytointilahja, jonka uusi konsulentti saa lisälahjaksi aloituslaukkuunsa.

Rekrytoinnissa tärkeintä on kertoa aloittavalle konsulentille, että aloittaminen on ilmaista, apua on tarjolla runsaasti ja myös lopettaminen on helppoa. Rekrytointi tapahtuu yleensä helpoimmin esittelyssä, sillä siellä ihmiset ovat jo valmiiksi ns. ”Tupperware-tilassa”, eli he tietävät mistä on kyse ja ovat valmiit vastaanottamaan informaatiota aiheesta.

2.4 Kirjanpito

Konsulentin työhön kuuluu myös kirjanpidon pitäminen. Jokainen konsulentti on kirjanpitovelvollinen ja vuosimyynnin ylittäessä 10 000 euroa täytyy ilmoittautua Y3- lomakkeella arvonlisäverovelvolliseksi ja näin ollen hankkia Y-tunnus (Verohallinto 2019). Itselläni myyntiraja ei tänä vuonna oletettavasti ylity, joten minulla ei ole Y-tunnusta.

2.5 Arvio omasta osaamisesta ja kehittyminen

Olen toiminut konsulenttina 3,5 vuotta vuosina 2013-2017, josta vuoden toimin myös tiiminjohtajana omassa tiimissäni. Tämän jälkeen asuin ulkomailla vuoden, joten toimintani oli tauolla, mutta nyt ollessani taas Suomessa olen aloittanut uudelleen. Tällä hetkellä olen vain konsulentti, mutta tavoitteeni on edetä tiiminjohtajaksi, kunhan saan toimintani käyntiin. Tiiminjohtajaksi valmistuakseen konsulentilla on oltava vähintään kolme henkilökohtaista (eli itse rekrytoitua) rekryyttiä sekä 20-25 esittelyä tiimissä päivittäin lähiviikolle.

Arvioisin olevani taitava suoriutuja, sillä tiedän, miten asiat tulee tehdä ja olen kehittynyt Tupperware-urani aikana paljon. Esittelyitä pitämällä olen saanut paljon esiintymiskokemusta ja sitä myöten itsevarmuutta. Osaan luontevasti ja liikoja jännittämättä esiintyä ihmisten edessä ja muutenkin kommunikoida ja hoitaa asiakassuhteita ihmisten kanssa. Useat messuilla ja kaupoissa järjestetyt ständit ovat tuoneet minulle lisää rohkeutta lähestyä ihmisiä ja opettaneet, että eri ihmisiä täytyy käsitellä erilaisin keinoin. Yhdelle Tupperware voi olla tuttu jo lapsuudesta ja hän on heti valmis emännöimään esittelyä, kun taas toiselle koko konsepti on täysin vieras ja hänelle täytyy kertoa asiat juurta jaksain. Erityisen palkitsevaa on, jos saa jonkun kenties jopa negatiivisesti Tupperwareen suhtautuneen ihmisen innostumaan tuotteista.

Aloitin Tupperwaren ennen kuin aloitin liiketalouden opinnot Haaga-Heliassa, ja oikeastaan osasyö kouluun hakemiselle oli haluni kehittyä paremmaksi Tupperware-konsulentiksi. Opiskeluvuoteni eivät menneet ihan niin kuin silloin suunnittelin, koska väli vuoden pidettyäni en ihan ole siinä tilanteessa missä toivoisin, mutta tästäkin on hyvä ponnistaa eteenpäin.

Olen käynyt lukuisissa Tupperwaren koulutuksissa, niin myynti-, tuote-, rekrytointi- kuin päiväskoulutuksissa sekä Suomessa että ulkomailla. Lisäksi tiiminjohtajana toimiessani olin useissa johtajuuteen perustavissa koulutuksissa, joita ovat pitäneet Suomen seitsemän tukkumyyjän lisäksi muun muassa Suomen Tupperware aluejohtaja. Nämä kaikki erilaiset koulutukset ovat kehittäneet minua paremmaksi konsulentiksi, avartaneet näkemystäni myyntityöstä ylipäättään, ja tietenkin tukeneet liiketalouden opintojani. Olen usein koulun luennoilla ollessani linkittänyt opittavaa asiaa jo johonkin Tupperwaren koulutuksessa aiemmin oppimaani tai käytännön työssä kohtaamaani.

Jatkossa haluaisin kehittyä rekrytoinnissa. Se on aina ollut minulle jotenkin vaikeaa. Olen huomannut päättäväni ihmisten puolesta jo etukäteen, että ”ei se kuitenkaan halua aloittaa”. Lisäksi en usko omaan kykyihini rekrytoijana. Tähän asiaan auttaa vain harjoittelu ja toistot, joiden avulla uskon saavani rekrytointivarmuuteni kuntoon.

Lisäksi minulla olisi kehitettävää emäntien uudelleen päiväämisessä. Esittelyn jälkeen emäntä tulisi aina päivätä uudelleen tilanteesta riippuen 6-12 kuukauden päähän. Tällä varmistetaan asiakassuhteen säilyminen sekä oman toiminnan jatkuvuus- ei ole toivottavaa, että kalenterista loppuu yhtäkkiä esittelyt. Tähän korjauskeinona minun pitäisi muuttaa omia esittely rutiineja ja ottaa tavaksi aina kysyä emännältä, että milloin otetaan uudeksi. Tämä unohtuu minulta aivan liian usein.

2.6 Sidosryhmät konsulentin työssä

Selvennän konsulentin sidosryhmiä kuvaamalla esimerkkien avulla konsulentin työnkuvaa. Eri sidosryhmät on kuvauksessa *kursivoitu*.

Konsulentti sopii *tapahtumanjärjestäjän* kanssa ständillä toimimisesta tapahtumassa. Tapahtumassa konsulentti kontaktoi *potentiaalisia asiakkaita* pääasiassa *esittelyjen emänniksi*, mutta myös *ostaviksi asiakkaita*. Konsulentti sopii esittelyn asiakkaan kotiin, jolloin asiakas toimii *emäntänä*. Emäntä kutsuu esittelyyn ystäviään ja tuttujaan, jotka toimivat esittelyn *vieraina*. Nämä vieraat pyritään esittelyn aikana muuttamaan *asiakkaita* ja mah-

dollisesti sopimaan uusia esittelyitä heidän luokse, jolloin heistä tulee *emäntiä/isäntiä*. Kun esittely on pidetty, konsulentti raportoi myyntinsä ja uudet sovitut esittelynsä *tiiminjohtajalle* ja tekee esittelyssä tilattujen tuotteiden mukaisen tilauksen *tukkumyyjältä*. Konsulentti osallistuu viikoittaiseen tukkukokoukseen, jossa hän tapaa muita *konsulenteja ja tiiminjohtajia*, joiden kanssa koulutautua ja tehdä yhteistyötä. Konsulentti saa puhelun *takuuasiakkaalta*, joka on löytänyt konsulentin yhteystiedot verkosta ja haluaa reklamoida virheellisestä tuotteestaan.

Eri sidosryhmät voi luokitella asiakkaisiin, yhteistyökumppaneihin ja kollegoihin. Asiakkaita ovat emännät, vieraat, asiakkaat ja takuuasiakkaat. Yhteistyökumppaneita ovat tapahtumien järjestäjät ja muut ständipaikkojen kohdehenkilöt, esimerkiksi kauppiat. Kollegoihin lukeutuvat muut konsulentit, tiiminjohtajat sekä tukkumyyjä.

Sidosryhmät voidaan jakaa myös primäärisiin ja sekundäärisiin. Asiakkaat ovat primääristä sidosryhmää heidän tuoman taloudellisen hyödyn vuoksi. Yhteistyökumppanit ja kollegat ovat sekundäärisiä sidosryhmiä, sillä vaikka ne ovat tärkeitä, niille ei tarvitse kohdentaa samanlaista markkinointia ja viestintää kuin asiakkaille. Jatkuva yhteydenpito kaikkien sidosryhmien kassa on kuitenkin konsulentin toiminnan jatkuvuuden kannalta välttämätöntä.

Asiakkaat ovat sidosryhmänä konsulentille yksi tärkeimmistä, eli primäärinen sidosryhmä. Asiakkaita voi olla erilaisia: esittelyssä kohdattuja asiakkaita, ständeillä ja tapahtumissa kohdattuja asiakkaita tai takuuasiakkaita. Kaikille asiakasryhmille on yhteistä kiinnostus tuotteeseen. Mielikuva Tupperwaresta vaihtelee paljon asiakkaiden keskuudessa. Joidenkin mielestä tuotteet ovat maailman parhaita eikä ilman niitä voi elää, toisten mielestä ylihinnoiteltuja ja turhia. Tupperware-konsulentin haaste on vakuuttaa asiakas tuotteen laadusta ja ympäristöystävällisyydestä. Nykypäivänä muovi materiaalina jakaa mielipiteitä kuluttajien keskuudessa. Tupperware on vastannut tähän tuomalla enemmän tuotetietoa kuluttajille ja tekemällä toiminnastaan läpinäkyvämpää. Esimerkiksi tuotekuvaston alussa on tuotepaketti Tupperware-muovien myrkyttömyydestä ja kestävydestä. Tupperware korostaa, miten paljon kertakäyttömuovin käyttöä voi vähentää käyttämällä laadukkaita, vuosikausia kestäviä Tupperware-tuotteita.

Muovimateriaalin kyseenalaisuuden lisäksi asiakaskuntaa jakaa tietämättömyys Tupperwaresta. Sen ajatellaan olevan mummojen juttu, sillä muistetaan oman mummon käyneen joskus esittelyissä. Konsulenttien joukossa on kuitenkin paljon nuoria ja esitteiden valokuvissa esiintyy usein nuoria ihmisiä.

Tukkumyyjä ja oma tiiminjohtaja ovat konsulentille sidosryhmänä primäärisiä. Oman tiiminjohtajan kanssa ollaan tekemisissä viikoittain, ja häneltä voi aina kysyä apua ja tukea kaikissa tilanteissa. Tiiminjohtaja myös kouluttaa konsulenttejaan paitsi henkilökohtaisesti, myös kuukausittaisissa tiimikokouksissa. Tiimikokoukset ovat myös hyvä paikka kohdata muita oman tiimin konsulentteja.

Tukkumyyjä järjestää viikoittain myyntikokouksen, jossa muun muassa käydään läpi ajankohtaisia asioita ja opetellaan käyttämään eri Tupperware-tuotteita valmistamalla ruokaa yhdessä. Tukkumyyjä järjestää myös erilaisia koulutuksia, kuten päiväys- tai rekrytointikoulutuksia. Koulutuksiin osallistumalla varmistaa oman osaamisensa olevan ajan tasalla ja pääsee tapaamaan muita konsulentteja sekä innostumaan uusista tuotteista. Tukkumyyjiä on Suomessa tällä hetkellä viisi, ja yhdessä Suomen aluejohtajan kanssa he järjestävät myös valtakunnallisia koulutuksia muutaman kerran vuodessa (Tupperware 2019b). Nämä koulutukset ovat loistava tapa verkostoitua muiden suomalaisten konsulenttien ja tiiminjohtajien kanssa, sekä saada uutta näkökulmaa omaan työhönsä.

Yhteistyökumppanit ovat sidosryhmänä sekundäärinen. Yhteistyökumppaneiden kanssa toimiminen on tärkeää uusien asiakkaiden hankkimisen kannalta. Esimerkiksi lähikauppiaan kanssa tehty tiivis yhteistyö takaa sen, että kauppaan pääsee ständille toisenkin kerran. Yhteistyötä voi myös tehdä erilaisten tapahtumien kanssa, esimerkiksi paikallisilla markkinoilla.

Yhteistyökumppaneiden tavoin kollegat ovat sidosryhmänä sekundäärinen. Kollegat voidaan jakaa toisiin konsulentteihin ja tiiminjohtajiin. Toisten konsulenttien kanssa toiminta on vertaistuellista: heidän kanssaan voi jakaa kokemuksia, käydä yhdessä ständeillä ja tehdä muutenkin yhteistyötä, esimerkiksi suuresittelyiden järjestämisessä.

3 Päiväkirjaraportointi

Päiväkirjaraportoinnissa raportoin viikkokohtaisesti sillä viikolla tekemäni asiat. Aluksi kerroin yleiskuvan viikosta ja tavoitteeni, sen jälkeen mitä viikolla tapahtui ja lopuksi mietin, saavutinko tavoitteeni ja mitä olisin voinut kenties tehdä toisin.

3.1 Seurantaviikko 12 Suurviikko

Opinnäytetyöni seurantajakson ensimmäinen viikko on Tupperware Suomen syntymäpäiväviikko, jolloin esittelyissä on erikoistarjouksia ja normaalia suuremmat emännän kiitoslahjat ja vieraslahjat. Tällaisia erikoisviikkoja kutsutaan suurviikoiksi, ja niitä on noin kerran kuukaudessa. Vuoden suurin suurviikko on syyskuussa viikko 37, jolloin Tupperware Nordic (Pohjoismaat ja Baltia) viettää syntymäpäiväänsä. Viikko 12 on Suomessa toiseksi suurin. Tänä vuonna tulee kuluneeksi 54 vuotta siitä, kun Tupperware tuli Suomeen.

Tukun tavoite suurviikolle on, että jokainen konsulentti pitää kolme esittelyä ja jokainen tiiminjohtaja vähintään viisi esittelyä. Itse olen päivännyt tälle suurviikolle vain kaksi esittelyä kiireisen aikatauluni vuoksi. Toinen esittelyistä on sovittu vanhan emännän luokse ja toinen päivätty ständiltä. Tavoitteeni viikolle on 800 euron myynti ja vähintään kahden uuden esittelyn sopiminen. Esittelyjen keskimyynti Suomessa on noin 400 euroa, joten tavoitteeni on realistinen.

Molemmat emännät ovat toimineet emäntinä aiemmin, mikä on hyvä ottaa huomioon esittelyitä valmistellessa. Mikäli emäntä olisi ensimmäistä kertaa tehtävässään, selittäisin tarkemmin koko esittelyn idean, jotta emäntä varmasti ymmärtää sen. Asiakkailla on usein virheellisiä käsityksiä, mitä emäntänä toimiminen tarkoittaa. Luullaan, että vieraita täytyy olla iso määrä ja pelätään, ettei myyntiä tule yhtään. Sääntönä on kuitenkin, että esittely mennään aina pitämään, vaikka paikalle olisi tulossa vain yksi vieras emännän lisäksi. Koskaan ei voi tietää, minkälaisen tilauksen yksikin asiakas voi jättää, ja lisäksi pienissä esittelyissä asiakkailla on parempi mahdollisuus saada henkilökohtaista palvelua, kun konsulentti kerkeää vastata kaikkiin kysymyksiin huolella. Nämä ja muut käytännön asiat, kuten tavaroiden toimitus ja maksu, on hyvä käydä emännän kanssa jo ajoissa läpi.

Otin molempiin emäntiin alkuvuodesta yhteyttä sopiakseni tarkemmin esittelyjen sisällöstä. Yhteydenotto tapahtuu aina ensisijaisesti soittamalla, mutta joskus sopivaa ajankohtaa on yllättävän vaikea löytää, joten joissain tapauksissa emännän valmistelu tapahtuu viestillä. Tällä kertaa sain kuitenkin molemmat emännät kiinni. Soittaessani emännälle esittelyviikolla kysyn alustavan vierasmäärän, jotta osaan varautua riittävällä määrällä kuvastoja ja tarjousesitteitä. Lisäksi kysyn, onko emännällä tai vierailta jotain tiettyjä tuotteita, joita he

toivoisivat esittelyssä näkevänsä. Jos mitään tiettyä tuotetoivetta ei ole, kyselen emännältä vähän teemoja, mikä heitä kiinnostaisi: leivonta, säilytys vaiko kenties ruoanlaitto mikroaaltouunissa. Näin varmistan, että menen paikalle oikeiden tuotteiden kanssa, enkä esimerkiksi pitämään lastentuote- esittelyä porukkaan, jossa kenelläkään ei ole lapsia.

Kysytyäni tuotetoiveet ehdotan emännälle etukäteen miettimääni esittelyn teemaa.

Yleensä pyrin rakentamaan teeman tarjoustuotteiden ympärille, jolloin asiakkaat näkevät miten tarjoustuotteet toimivat, ja niiden ollessa tarjouksessa kynnyksellä ostaa tuote madaltuu. Jos minulla on samalla viikolla useampi esittely, pyrin käyttämään niissä samoja teemoja, jotta esittelyiden suunnittelu on nopeampaa ja aikaa säästyy. Joskus käytän samaa hyväksi havaittua teemaa koko kuukauden. Tällä kertaa tarjoustuotteena on Vent Smart-astiat vihannesten säilytykseen, joten otan teemakseni ruokahävikin minimoinnin oikeanlaisten säilytysratkaisujen avulla. Tämä sopii molemmille emännille.

Kun esittelyn teema on selvä, käyn vielä läpi lahjat. Kerron emännälle, että jokainen paikalle saapuva vieras saa vieraslahjan, joka on tällä viikolla turkoosi Multi Pie Maker pastei- ja leivosten tekoon. Lisäksi kerron emännänlahjoista, jotka ovat sidonnaisia esittelyn myyntiin. Emäntä saa aina jotain, ja mikäli myyntiä on yli 350 euroa, hän saa lisää lahjoja. Myös uudet päiväykset lisäävät lahjojen määrää. En käytä lahjojen selittelyyn hirveästi aikaa, sillä emäntä ei tuotteiden nimien perusteella välttämättä tiedä yhtään, mistä puhun. Pääasia on, että emäntä tietää vieraslahjasta, koska sen avulla saa hyvin houkutelua asiakkaita paikalle. Puhelun lopuksi varmistan vielä osoitteen ja kerron emännälle saapuvani paikalle puoli tuntia ennen sovittua esittelyn alkua, jotta kerkeän laittaa esittelypöydän valmiiksi. Pyydän emäntää rohkeasti olemaan yhteydessä, mikäli hänellä tulee mitään kysyttävää esittelyyn liittyen.

Esittelyt on sovittu torstaille ja lauantaille. Pakkaan esittelylaukkuni valmiiksi jo keskiviikkona ja menen torstaina esittelypaikalle sovituksi 17.30. Minulla ei ole autoa, joten esittelyä sopiessani otan huomioon, miten paikalle pääsee julkisilla liikennevälineillä. Joskus lainaan autoa sukulaisiltani, mutta useimmiten kuljen julkisilla.

Vien emännälle aina pienen lahjan mennessäni esittelyyn. Useimmiten se on Tupperware-tuote, mutta joskus jotain muuta, kuten kukka tai suklaata. Tällä kertaa vien pienen pakastusrasian, joka on aiemmin ollut vieraslahjana ja minulla on jäänyt oma mallikappale ylimääräiseksi. Annan lahjan emännälle heti kättelyssä ja kiitän, että sain tulla pitämään esittelyn. Ennen vieraiden saapumista laitan esittelypöytäni valmiiksi ja rupattelen emännän kanssa. Selitän emännälle vielä käytännön asiat ja sovimme tavaroiden toimituksen kahden viikon päähän.

Vieraiden tullessa paikalle kättelen aina jokaisen ja esittäydyn. Näin muistan asiakkaiden nimet paremmin ja annan itsestäni ammattimaisen kuvan. Kun kaikki vieraat ovat paikalla, aloitamme esittelyn. Aluksi esittelen itseni lyhyesti ja kerron mitä tuotteita tänään esittelen. Pysin aina esittelyn alussa joko kertomaan vitsin tai muuten saamaan asiakkaat nauramaan, jotta esittelytilanteesta tulee rento. Yleensä tässä ei ole ongelmaa, sillä olen pitänyt jo niin monta esittelyä, että saan itsevarmalla ja rennolla otteellani asiakkaidenkin mahdollisen jännityksen lievennettyä.

Esittelen tuotteet ennalta suunnittelemassani järjestyksessä ja annan asiakkaiden kertoa omia kokemuksiaan tuotteista. Aina löytyy joku, joka innostuu kertomaan omasta käyttökokemuksestaan tietyn tuotteen parissa ja muiden asiakkaiden on helppo samaistua hänen kertomukseensa. Laitan tuotteet yleensä lopuksi kiertämään asiakkaiden joukossa, jotta he saavat vapaasti katsoa ja kokeilla niitä.



EcoPure2
Juomapullot 7,5 dl (2)
HINTA:
10,90

BPA-vapaa

Täytä ja
käytä uudelleen
Kylmille ja hiilihapottomille
juomille. Ei saa käyttää
kuumille tai hiilihappo-
pitoisille juomille tai
hiilihappolaitteissa.

#worldwaterweek
#tupperwareforlife

Tupperware[®]
for life

Kuva 1 Viikon 12 juomapullotarjous

Ruokahävikin minimointi- teemani mukaisesti esittelen vihannesten säilytysratkaisuja ja samalla kuorin muutaman porkkanan malliksi astioihin. Lisäksi olin ottanut jo kotoa mukaan astiaan pilkkomani kurkut, jotta asiakkaat näkevät miten ne ovat astiassa muutaman päivän säilyneet. Konkreettiset esimerkit ovat esittelyissä parhaita. Viikon parhaana tarjoustuotteena on kaksi juomapulloa yhden hinnalla (Kuva 1), mikä ei minulle myynnillisesti ole kovin kummoinen tarjous, mutta sanomallisesti sen sijaan on. Viikolla vietetään kansainvälistä vesipäivää, jonka kunniaksi tarjous on. Tupperware korostaa esitteissään kestävää kehitystä ja kertakäyttömuovin vähentämisen määrää, mikä on erittäin ajankohtainen aihe. Lisäksi tarjouksessa mainitaan tuotteen olevan BPA- vapaa, eli se ei sisällä myrkyllistä bisfenoli A:ta. BPA on polykarbonaattimuovien valmistuksessa käytetty yhdiste, jonka avulla muovista saadaan kovempi ja kirkaampi. Sitä käytetään esimerkiksi elintarvikepakkauksissa ja leluissa ja se voi vaikuttaa lisääntymiseen tai hormonitoimintaan negatiivisesti. EU on rajoittanut sen käyttöä, mutta sitä ei ole kokonaan kielletty. (Terveystieteiden ja hyvinvoinnin laitos 2019). Kaikki Tupperware-tuotteet ovat nykyisin BPA- vapaita. Tämä on joillekin asiakkaille, usein pienten lasten vanhemmille, tärkeä ostopäätökseen vaikuttava tekijä.

Esiteltyni tuotteet annan asiakkaiden vapaasti kysyä kysymyksiä, selailta kuvastojaan ja täyttää tilauskaavakkeitaan. Yleensä tässä vaiheessa myös kahvitellaan. Asiakkaan jättäessä tilauskaavakkeen lasken hänelle loppusumman ja kysyn, saisinko tulla hänen luokseen pitämään esittelyn. Yleensä käytän tässä apuna jotain esittelyssä asiakkaasta oppimaani. Esimerkiksi jos olen kuullut hänen puhuvan keittiöremontista, kysyn, milloin pitäisimme uuden keittiön tuparit Tupperware-esittelyn merkeissä. Tällä kertaa sain päivättyä emännän äidin, jonka luokse sovimme kesäesittelyn kesäkuulle. Hän innostui ideasta, sillä ei ole emännöinyt esittelyä vuosikausiin.

Kaikkien asiakkaiden jätettyä tilauksensa lasken esittelyn kokonaismyynnin ja kirjoitan sen pankkipussiin, jonka annan emännälle. Pankkipussista löytyy jokaisen asiakkaan tilauksen summa, esittelyn loppusumma sekä minun tilinumero. Esittelyn vieraat maksavat tilauksensa emännälle, joka maksaa koko loppusumma minulle. Tämä helpottaa minun työtäni huomattavasti, sillä en joudu seuraamaan onko jokaisen asiakkaan maksu tullut tililleni, vaan vain emännän maksu. Lopuksi kiitän kaikkia esittelystä ja lähdän useimmiten ensimmäisenä paikalta. Aikaa esittelyyn valmisteluineen menee noin 2-2,5 tuntia.

Perjantaina saan puhelun lauantaista emännältäni ja hän kertoo joutuvansa perumaan esittelyn perhepiirissä sattuneen onnettomuuden vuoksi. Tällaisissa tilanteissa on tärkeä olla ymmärtäväinen, vaikka tietysti itseäkin harmittaa esittelyn peruuntuminen. Hienoväraisesti ehdotan perumisen sijaan esittelyn siirtämistä myöhemmäksi, ja sovimmekin pa-

laavamme asiaan heinäkuussa. Laitan kalenteriin merkinnän, jotta muistan soittaa hänelle kesällä.

Sunnuntaina on raportointipäivä. Silloin teen tilauksen verkossa tilausjärjestelmässämme ja raportoin viikon tekemiseni tiiminjohtajalleni. Joskus teen tilauksen heti esittelyn jälkeen asioiden ollessa tuoreessa muistissa, mutta tällä viikolla jätin sen sunnuntaille. Tilauksen tekeminen on yksinkertaista. Tukkimme sijaitsee Lahdessa ja asun itse Keravalla, joten yleensä tilaan tuotteet Matkahuollon toimituksella itselleni. Joskus, jos tiedän käyväni tuossa lähiaikoina kokouksessa tai koulutuksessa, valitsen toimitustavaksi noudon. Tilauksen tehtyäni soitan tiiminjohtajalleni ja kerron viikon myyntini ja päiväykseni sekä yleiset kuulumiset. Olen ystäväystynyt tiiminjohtajani kanssa, joten soittelemme useammin kuin kerran viikossa. Häneltä saan aina vinkkejä ja innostusta esittelyihin sekä tukea, jos jokin asia ei meinaa onnistua.

Viikon myyntini oli noin 350 euroa ja päiväyksiä tuli yksi, joten jäin tavoitteestani melko paljon. Tämä johtui pääasiallisesti siirtyneestä esittelystäni. Esittelyjä päivätessä tulisi aina muistaa niin sanottu peruuntumisvara. Jos esimerkiksi suurviikolla tavoittelee kolmea esittelyä, olisi hyvä päivätä niitä ainakin neljä, ellei jopa viisi.

3.2 Seurantaviikko 13 Tiimikokous ja esittelyt

Tällä viikolla minulla ei ole sovittuja esittelyitä. Tärkeää olisi pitää esittelyjä tasaisesti viikoittain, mutta usein esittelyt tulee sovittua painottuen suurviikoille. Tasainen esittelyohjelma takaa myös tasaiset tulot ja tietyn rutiinin toimintaan, siksipä viikon tavoitteenani onkin päivätä uusia esittelyitä.

Tupperwarella on käytössä aktiviteettiohjelma, jossa tietyn myyntitason saavutettuaan saa lahjan (Kuva 2). Aktiviteettijakso on tavallisesti kuukauden mittainen, paitsi suurviikoilla, jolloin voi olla myös viikkokohtaisia myyntitasoja. Aktiviteettilahjat ovat usein uusia tuotteita, jotka ovat mahdollisesti tulevaisuudessa tulossa myyntiin. Esittelyjen tasainen pitäminen on siis kannattavaa myös mallituotteiden hankkimisen kannalta, sillä kun mallit saa aktiviteettilahjoina, niitä ei joudu itse ostamaan.

Aktiviteettiohjelman myyntitasot alkavat kuukaudesta riippuen muutamista sadoista euroista ja nousevat tuhansiin. Yleensä pienimmän myynnin tasoilta saa Tupperware-tuotteita ja korkeammilta, tuhansien tasoilta muita, niin kutsuttuja non-Tupperware-tuotteita. Aktiviteetissa voisi olla esimerkiksi mikro, televisio tai lasten sähköauto. Näin

ollen Tupperwaressa on mahdollisuus ansioitua paitsi rahallisesti, myös materiaalilla. Vuoden aikana voi hankkia aktiviteeteista vaikka joululahjat sukulaisille.

Henkilökohtainen myynti viikoilla 10-13, 2019

Myynti 1 000
Ja saat toukokuun esittelylahjan ja kiitoslahjan.

Myynti 2 000
Ja saat lisäksi:
• Aloha Kulhot 4,5 dl, 1 l, 2 l, 4 l ja 7,5 l
Aloha!

Myynti 3 000
Ja voit valita lisäksi:
• T chefseries Essential Paistinpannu 20 cm ja T chefseries Essential Kattia 1,4 l
• Georg Jensen talouspaperinulatelina.
• Kähler Kabelt maljakko, 26,5 cm, tumman- tai vaaleansininen.
• Lasten aktiviteettisulu.

Myynti 4 000
Ja valitse lisäksi seuraavista:
• Julie Sandlau korvakorut, valitse hopea tai kultapääilyste.
• Menu seinäkymnttilätelineet (2).
• Ferm Living kukkaruukku.
• Lego, valitse pojille tai tytöille.

Myynti 6 000
Ja valitse lisäksi seuraavista:
• Julie Sandlau kaulakoru, valitse hopea tai kultapääilyste.
• Ferm Living kukkateline.
• Philips shaver, valitse naisten tai miesten malli.

Myynti 10 000
Ja valitse lisäksi seuraavista:
• Kähler Hammershai lattiamaljakko, indigo tai harmaa.
• Marshall kovaääninen.
• Georg Jensen kaulakoru, hopeaa.

Myynti 20 000
Ja valitse lisäksi seuraavista:
• Miesten tai naisten polkupyörä.
• Philips led-TV, 65".

Nyt sinulla on mahdollisuus saada tämä upea kulhosetti ...
Aloha

Kuva 2 Maaliskuun aktiviteettikampanja

Maanantaina osallistun viikkokokoukseen videopalvelu Zoomin välityksellä. Tukumme toimii maantieteellisesti todella laajalla alueella, joten viikkokokoukset videoidaan mahdollisimman suuren osallistujamäärän mahdollistamiseksi. Kokouksen teemana on menneen suurviikon alustavat tulokset sekä uusien tuotteiden esittelyä.

Lauantaina meillä on tiimikokous Hartolassa. Kokous pidetään kerran kuukaudessa, yleensä tiiminjohtajan kotona, ja tarkoituksena on käydä läpi ajankohtaisia asioita tiimin kesken, mahdollisesti palkita konsulentteja aiemmasta menestyksestä ja kasvattaa tiimi-henkeä.

Tiimissämme on kymmenkunta henkeä, joista tällä kertaa paikalla oli tiiminjohtajan lisäksi minä ja kaksi muuta konsulenttia. Joukossa oli uusi konsulentti, joten aloitimme esittäytymällä. Kerrottuaani omat taustani tunsin taas pienen epäonnistumisen piston, kun en vielä ole saanut konsulenttitoimintaani kunnolla rullaamaan tauon jälkeen.

Kokouksessa tutustuimme ajankohtaisiin tarjousesitteisiin, uusiin rekryointikampanjoihin sekä teimme ruokaa uusilla tuotteilla. Uusi konsulentti vaikutti innokkaalta ja osa tuosta innosta tarttui myös minuun. Uudessa rekryointiesitteessä oli erään tiiminjohtajan Tupperware-tarina kerrottuna hänen kuvallaan varustettuna. Muistin pari vuotta sitten olleeni tuon kyseisen henkilön kanssa samassa tiiminjohtajakoulutuksessa, ja sain lisää intoa. Jos hänkin on onnistunut menestymään Tupperware-urallaan, miksen minäkin?

Tiimikokouksessa otamme kymmenen minuutin päivästuokion, jolloin jokainen yrittää sopia uuden esittelyn kalenteriinsa. Muistan yhden vanhan emäntäni, jonka luona en ole ollut pitämässä esittelyä aikoihin, ja soitan hänelle. Hän innostuu asiasta ja sovimme esittelyn huhtikuulle. Myös muut konsulentit saavat päivättyä esittelyitä, ja yhdessä onnistuminen kasvattaa yhteishenkeä sekä lisää innostusta. Tupperwaren yksi iskulause on ”Enemmän kuin pelkkä työ”, ja se tarkoittaa juuri tätä yhteisöllisyyttä, sosiaalisuutta ja uusia kavereita ja ystäviä.

Sunnuntaina en erikseen raportoi tiiminjohtajalleni, sillä olen kertonut hänelle viikon toimintani jo edellispäivänä tiimikokouksessa. Minulla on pari irtotilausta tälle viikolle, eli esittelyn ulkopuolelta tulleita tilauksia, mutta sovin asiakkaiden kanssa tilaavani ne vasta ensi viikolla esittelytilaukseni yhteydessä. Näin ollen tämän viikon saldo oli yksi päiväys, joten saavutin tavoitteeni.

3.3 Seurantaviikko 14 Rekryointi

Tällä viikolla minulla on yksi esittely, suurviikon esittelyn tavarantoimitus sekä tavoite päivätä vähintään kolme uutta esittelyä. Tämän viikon emäntäni on perhetuttu ja toiminut emäntänä useasti, joten esittely on melko helppo valmistella. Tunnen paikalle tulevat asiakkaat ja tiedän heidän innostuvan erityisesti tarjouksista ja uutuuksista. Emäntä on kova leipomaan ja tiedän hänen tekevän kahvipöydän täyteen herkkuja, joten en edes ehdota tekevämme esittelyssä yhdessä tuotteilla jotain syötävää. Päätän esitellä uuden Fusion Master- raastimen, sillä en ole esitellyt sitä vielä tässä porukassa.

Esittelypäivänä pakkaan esittelylaukkuni. Esiteltävien tuotteiden lisäksi laukusta löytyy Tupperwaren logoin varustettu pöytäliina, kyniä, kirjoituslustoja, kuvastoja, tarjousesitteitä, ShowHow- kirja eli konsulentille tarkoitettu kirjanen, jossa on yksityiskohtaisempaa tietoa tuotteista, sekä unelmaboksi (Kuva 3). Unelmaboksi on pieni rasia, jota käytän esittelyn alussa apuna itseni esittelyssä, ja sen ideana on esitellä, mitä Tupperware minulle merkitsee. Unelmaboksistani löytyy Brownie Wisen kuvalla varustettu 100 dollarin ”Tupperware-seteli”, joka kuvastaa sekä työstä saatua rahaa että mahdollisuutta päästä mat-

kustamaan. Pinssi tekstillä ”Enemmän kuin pelkkä työ” viittaa ystäviin ja yhteisöllisyyteen, jota Tupperware on elämäni tuonut. Yrtilleikkuri- avaimenperä viittaa laadukkaisiin tuotteisiin, joita on konsulentin urani aikana kertynyt minulle kiitettävä määrä, eikä keittiöni siksi todellakaan muistuta perinteistä opiskelijakeittiötä. Rannekoru tekstillä ”Chain of Confidence” viittaa Tupperwaren myötä saamaani koulutukseen sekä siihen, kuinka paljon olen saanut esiintymisvarmuutta esittelyjen myötä. Lisäksi boksissa on mittanauha, joka kuvastaa sitä, että konsulentin työtä voi tehdä juuri sen verran kuin itselle sopii- vähän tai paljon tai jotain siitä väliltä. Kaiken tämän olen pakannut pieneen Tupperwaren babuskarasiaan, jonka kannessa on horoskooppimerkki härkä syntymäkuukauteni mukaan.



Kuva 3 Unelmaboksini sisältö

Muistan kuulleen unelmaboksista joskus aikoinaan tukkumyyjältämme viikkokokouksessa. Unelmaboksin idea on paitsi helpottaa itsensä esittelemistä, myös toimia eräänlaisena rekrytointin pohjustuskeinona. Usein Tupperware-konsulenttius näyttyy asiakkaalle pelkkänä armottomana myymisenä ja esittelyjen pitämisenä, vaikka todellisuudessa taustalla on paljon muutakin. Lisäksi ajatellaan, että konsulentin pitäisi automaattisesti olla jotenkin todella rohkea ja myyntiorientoitunut. Kun kerron asiakkaalle olleeni itsekin todella ujo ja täysin ilman myyntikokemusta aloittaessani, reaktio on yleensä hämmästynyt.

Rekrytoimassa täytyy ottaa huomioon mitä haetaan ja mihin tehtävään. On myös hyvä pohtia, onko oikeasti tarvetta uudelle henkilöstölle vai voisiko työtehtävät jakaa tehokkaammin jo olemassa olevan työvoiman kesken. Tätä rekrytoinnin aloitusprosessia kutsutaan sisäiseksi etukäteisharkinnaksi ja -hankinnaksi. Kun etukäteisharkinta on tehty, on aika siirtyä ulkoiseen hankintaan, eli miettimään, mistä oikeaa henkilöstöä lähdetään hakemaan. Työpaikan voi julkaista haettavaksi joko itse tai käyttämällä ulkoista rekrytointipalvelua, jolloin konsultti etsii yritykselle pätevän henkilön tehtävään. Konsulttipalvelua käytettäessä palvelu on erittäin ammattimaista ja rekrytointiprosessi laadukas. (Helsilä 2002, 19-54.)

Tupperwaressa rekrytointi tapahtuu hieman eri lailla kuin tavallisesti. Siinä missä toimistoympäristössä toimiva yritys pohtii, olisiko uudelle työvoimalle tarvetta, Tupperwarella on rekrytointi käynnissä jatkuvasti. Suoramarkkinointiyrityksessä työtä on juuri sen verran tarjolla, kuin löytyy tekijöitä sitä tekemään. Tupperware ei myöskään mainosta vapaita työtehtäviään esimerkiksi työvoimatoimiston sivuilla tai paikallislehdessä, vaan kaikki rekrytointimarkkinointi tapahtuu konsulenttien ja tiiminjohtajien toimesta. Aina on voimassa rekrytointikampanja, jonka perusteella uusien konsulenttien mukaan tuomisesta saa lahjoja. Välillä rekrytoinnissa on matkapalkintoja, esimerkiksi viikonlopun mittainen kokonaan kustannettu matka johonkin Euroopan kaupunkiin yhdessä toisten konsulenttien kanssa.

Uusi konsulentti eli rekryytti saa aloittaessaan käyttöönsä aloituslaukun (Kuva 4), joka sisältää 400 euron arvosta Tupperware-tuotteita. Laukku on rekryytillä lainassa, kunnes hän on myynyt 400 euron edestä tuotteita. Tämän jälkeen hän alkaa tienamaan työstään provision mukaan 28,5 % myynnistään. Kun konsulentti aloittaa, hänellä alkaa Onboarding- ohjelma, jonka avulla hän saa heti alusta kattavan koulutuksen ja avun konsulentin uralleen. Ensimmäistä esittelyä kutsutaan aloitus-esittelyksi, ja se pidetään usein uuden konsulentin kotona tai muussa hänen järjestämässään paikassa. Esittelyn pitää tiiminjohtaja tai kokenut konsulentti, mutta esittelyn myynti lasketaan uudelle konsulentille. Aloitus-esittelyssä pyritään sopimaan uudelle konsulentille mahdollisimman paljon uusia esittelyitä, jotta hänen konsulentin uransa saadaan tehokkaasti käyntiin. Onboarding- ohjelma kestää 13 viikkoa, ja siinä on erilaisia viikkokohtaisia myynti- ja esittely tavoitteita, jotka saavuttamalla uusi konsulentti saa lisää Tupperware-tuotteita itselleen. Mikäli konsulentti ei ollutkaan se oma juttu, toiminnan voi myös lopettaa muutaman esittelyn kokeiltuaan. Aloituslaukun tuotteet saa pitää 400 euron myynnin jälkeen. (Tupperware 2019c).



Kuva 4 Aloituslaukun sisältö

Esittelyni menee hyvin ja siitä jää mukava tunnelma. Vieraat ovat innostuneita, sillä he eivät ole vähään aikaan olleet esittelyssä. Paikalla on myös yksi uusi vieras, mikä on aina mukavaa tällaisissa vanhoissa esittelypaikoissa. Annan vieraiden kokeilla itse raastimella raastamista, jotta he saavat tuntumaa sen helppokäyttöisyydestä. Myyntiä tulee pieneen vierasmäärään (4 vierasta) nähden ihan hyvin, mutta tavoitteeni ei tule täyteen. En saa myöskään päivättyä uutta esittelyä, mutta yksi vieras jää miettimään asiaa ja sovimme palaavamme asiaan keväämmällä. Laitan kalenteriini merkinnän, että muistan soittaa hänelle.

Olen sopinut suurviikolla olleen esittelyni tavarantoimituksen lauantaille, ja torstaina saan tavarat Matkahuollosta. Pakkaan tavarat asiakaskohtaisesti muovipusseihin ja laitan mukaan myös vieraslahjan sekä uuden, ajankohtaisen tarjousesitteen. Tuotteet ovat tehtaalta tullessaan jo muovipusseissa, joten pakkausmateriaalia on käytetty melko paljon. Tupperware on kuitenkin kiinnittänyt huomiota tähän, ja on luvannut vähentää kertakäyttöisen pakkausmateriaalin määrää asteittain 30 % vuoteen 2020, 50 % vuoteen 2022 ja 100 % vuoteen 2025 mennessä (Tupperware, 3.).

Tavaroita toimittaessani kerron emännälle mahdollisista jälkitoimituksista ja puutoksista ja miten niiden kanssa toimitaan. Tällä kertaa sain onneksi kaikki tuotteet kerralla toimitettua, joten en joudu tekemään ylimääräisiä matkoja. Annan emännälle emännänlahjan ja kiitän vielä esittelystä. Tässä vaiheessa viimeistään kysyn, milloin pidämme seuraavan esittelyn. Jotkut haluavat pitää pari esittelyä vuodessa, toiset harvemmin. Sovimme palaavamme asiaan taas noin vuoden kuluttua.

Sunnuntaina teen tilauksen viikon esittelystäni ja lisäksi mukaan edellisviikon irtotilaukset. Myyntiä tulee noin 300 euroa. En saa tällä viikolla uutta esittelyä sovittua. Esittelystä sitä ei tullut, ja sen ulkopuolella olin liian laiska tekemään asian eteen mitään. Päätän ottaa ensi viikolla itseäni niskasta kiinni ja alkaa päiväämään.

3.4 Seurantaviikko 15 Ständipaikkojen etsintä

Tällä viikolla minulla ei ole sovittuja esittelyitä, joten keskityn uusien esittelyjen sopimiseen. Olen vähän jumissa esittelyjeni suhteen, ja tämänhetkinen asiakaskuntani on melko suppea. Päätänkin ottaa tällä viikolla selvää, mihin voisin mennä ständille.

Keskiviikkona minuun ottaa yhteyttä asiakas, joka on löytänyt tietoni Tupperwaren nettisivuilta, ja haluaa reklamoida tuotteesta. Hänellä on jo muutaman vuoden käytössä ollut vanha Pikakokki- tuote, josta on haljennut yksi lisäosa. Kerron hänelle, etten voi sanoa asiaan juuri mitään näkemättä tuotetta, joten sovimme asiakkaan tuovan tuotteen minulle seuraavana päivänä. Normaalisti tuotteen nouto kuuluisi minun tehtäviini, mutta koska asun asiakkaan työmatkalla, niin koemme tämän järjestelyn helpoimmaksi.

Tupperwaren tuotteilla on elinikäinen materiaali- ja valmistevirhetakuu. Jos tuotetta on käytetty oikein, mutta se silti jostain syystä hajoaa, asiakas saa uuden vastaavan tuotteen tilalle (Tupperware 2019d). Mikäli tuote ei mene takuuseen, on asiakkaalla kuitenkin mahdollisuus ostaa varaosia suurimpaan osaan tuotteistamme. Kaikista vanhimpiin tuotteisiin varaosia ei enää välttämättä löydy, mutta aika kattavasti kuitenkin. Materiaali- ja valmistevirhetakuu ei kata käytöstä johtuvia vikoja. Yleinen tällainen vika on mikroaaltouunin aiheuttama sulaminen tuotteessa, jota ei ole tarkoitettu mikroon. Jos tuotteessa on jo jokin käytöstä aiheutunut vika, sen takuu raukeaa. Esimerkiksi, jos astian kannesta lohkeaa aukaisuläppä irti, se on takuun piiriin kuuluva vika. Sen sijaan, jos kannessa on viiltojälkiä esimerkiksi veitsestä, myöskään irronnut läppä ei enää kuulu takuuseen. Viiltojäljet ovat käyttövirhe, eikä kannella näin ollen ole enää takuu voimassa.

Asiakkaan tuodessa tuotteen minulle arvioin sen menevän takuuseen, mutta en lupaa asiakkaalle mitään sillä en ole täysin varma. Kerron hänelle vieväni tuotteen eteenpäin tukkuun ja olevani yhteydessä, kunhan tiedän aikataulusta lisää. Joskus takuuvaihto käsitellään nopeasti, jopa kahdessa viikossa, joskus saattaa mennä kaksikin kuukautta. Annan asiakkaalle kuvaston ja kysyn, milloin hän on viimeksi ollut esittelyssä. Hän kertoo siitä olevan jo pitemmän aikaa, ja lopulta sovimmekin hänen luokseen esittelyn toukuussa. Uudesta päiväyksestä innostuneena kaivan vanhat kalenterini esiin ja selailen esittelypaikkoja, joiden emäntiin en ole syystä tai toisesta ollut vähään aikaan yhteydessä. Saankin pienen listan nimiä kerättyä ja päätän soittaa heille myöhemmin tällä viikolla.

Puhelimessa päivääminen on melko vaikeaa ja vaatii harjoittelua. Koska toista ihmistä ei näe, joutuu kiinnittämään erityisen paljon huomiota puheeseen, äänenpainoihin ja sanavalintoihin. En juurikaan jännitä muiden edessä esiintymistä esimerkiksi esittelytilanteessa, mutta puhelimella soittaminen on aina ollut minulle todella vaikeaa. Olen vähän päässyt pelostani yli, mutta tälläkin kertaa olen jännittänyt puhelimessa päiväämistä jo etukäteen.

Soittaessani vanhoja emäntiä läpi esittelen ensin itseni ja sanon esimerkiksi, että ”olin silloin kaksi vuotta sitten luonasi pitämässä esittelyn ja oli niin kivaa, että haluaisin tulla uudelleen”. Yleensä jo emäntänä toimineet henkilöt innostuvat tällaisesta, ja sitten annan vaihtoehtoja. Aloitan ajankohdan haravoinnin vuodenajoilla: ”Kumpi olisi parempi, keväällä vai kesällä?”. Siitä jatkan kysymällä alkuvaihe vai loppukuusta, arkena vai viikonloppuna, lauantaina vai sunnuntaina. Lopulta esittely on sovittu sunnuntaille 16. kesäkuuta klo 12 melkein huomaamatta. Soitin viidelle vanhalle emännälle, joista kahden kanssa sovimme esittelyt kesäkuulle ja yhden kanssa syksylle.

Etsin verkosta lähialueen tapahtumia, jonne voisi mennä ständille. Harmikseni huomasin tänä viikonloppuna olevat messutyypiset markkinat, mutta sinne ei enää ollut vapaita paikkoja näytteilleasettajille. Olin liian myöhään liikenteessä. Pohdimme ständiasiaa tiiminjohtajani kanssa, ja löysimmekin yhdessä tapahtuman Lahdesta Jokimaan ravikeskuksesta. Siellä järjestettäisiin naistenilta kahden viikon päästä. Kysyimme järjestäjältä paikkaa ja saimme sen.

Tällä viikolla onnistuin tavoitteessani mielestäni erittäin hyvin. Sain sovittua uusia esittelyitä, uskalsin poistua mukavuusalueeltani soittelemalla läpi vanhoja emäntiäni ja sain ständipaikankin hommattua. Myyntiä minulla ei tällä viikolla ollut.

3.5 Seurantaviikko 16 Suuresittely

Tällä viikolla minulla on sovittuna yksi esittely ja lisäksi tavoitteenani on päivätä uusia esittelyitä. Torstaille olen sopinut tavarantoimituksen toissaviikon emännän luokse.

Maanantaina ei ole viikkokokousta vaan suuresittely tukussa. Osallistun tapahtumaan paikan päällä, sillä minulla on takuuvaihtotuotteita vietäväksi tukkuun ja lisäksi haluan olla paikalla tukkumyyjän pitämässä esittelyssä. Suuresittely tarkoittaa sitä, että tukussamme Lahdessa pidetään esittely, jonne kaikki konsulentit ja tiiminjohtajat voivat tuoda emäntiään vieraineen mukanaan. Tilaisuus on loistava vaikkapa sellaisille emännille, jotka haluavat toimia emäntinä, mutta esimerkiksi sopivaa tilaa ei löydy. Tukussa järjestettävä suuresittely on tällöin hyvä ratkaisu. Lisäksi se on vähän erilainen kuin normaali, kotioloissa tapahtuva esittely. On myös mukavaa välillä olla jonkun toisenkin pitämässä esittelyssä, kuin oman konsulenttinsa. Konsulentille itselleen suuresittely on kätevä, koska silloin ei tarvitse itsellä esitellä tuotteita, vaan voi vain kutsua emännän ja vieraat paikalle ja myöhemmin toimittaa heille tavarat. Suuresittely on yleensä jokaisen suurviikon maanantaina. Halutessaan suuresittelyitä voi järjestää myös itse, esimerkiksi tiimin tai itseään lähellä toimivien konsulenttien kanssa yhteistyönä.

Tällä kertaa minulla ei ole yhtään asiakasta mukanani suuresittelyyn, vaan olen paikalla kouluttautumismielessä. On antoisaa kuulla välillä muiden esittelevän tuotteita, koska jokainen tekee sen omalla tyylillään ja toisilta voi aina oppia uutta. Lisäksi on tullut muutamia uusia tuotteita, joita en ole vielä itsekään päässyt kokeilemaan.

Jätän edellisviikon asiakkaan takuuvaihdon tukkuun yksinkertaisen lomakkeen (Kuva 5) täyttämällä. Lomakkeeseen listataan kaikki osat, jotka vaihtoon ovat menossa, ja se toimii konsulentille myös kuittina tukkuun jätetyistä tuotteista. Tukun henkilökunta käsittelee takuuvaihdon ja tilaa tarvittaessa uuden vastaavan tuotteen tilalle. Mikäli tuote ei mene takuuseen, asiakkaalla on myös mahdollisuus tilata omakustanteisesti uusi osa rikkoutuneen tilalle varaosana.

Viikko: _____

Konsulentin nro: _____

Tupperware®

Takuuvaihto

Nimi: _____

Osoite: _____

Postinumero/Paikkakunta: _____

Tilmi: _____

Määrä	Nro	Mihin vaihdettu	Tuotteen nimi	Syy	Varaosa*

*Merkitse rasti, jos ostetaan uusi varaosa, mikäli takuu ei kata tuotteen vahinkoa.

Päivämäärä _____ Tupperware-konsulentin allekirjoitus _____

T 585 F 03/12 33005as

Kuva 5 Takuuvaihtolomake

Keskiviikkona ennen esittelyä pakkaan esittelylaukkuni. On suurviikko, ja pääsiäisen takia se kestää tällä kertaa kaksi viikkoa, viikot 16 ja 17. Vieraslahjana on pirteä keltainen babuska, jonka avulla olen kehottanut emäntää houkuttelemaan mahdollisimman paljon vieraita paikalle. En ole aiemmin käynyt tämän emännän luona pitämässä esittelyä, mutta hän on minulle tuttu aiemmista esittelyistä vieraana. Esittelyyn on tulossa leivontahenkistä porukkaa, joten olemme sopineet emännän kanssa tekevämme esittelyssä yhdessä pannukakkua Tupperwaren tuotteilla. Olen varmistanut, että emännältä löytyy tarvittavat raaka-aineet pannukakkuun. Joskus, jos teemme jotain erikoisempaa esittelyssä, vien tarvittavat raaka-aineet itse mukanani esittelyyn, mutta nyt kun kyseessä on melko perustarvikkeet, käytämme emännän keittiöstä löytyviä.

Saavun esittelypaikalle tutusti puoli tuntia aiemmin ja valmistelen esittelypöytäni. Annan emännälle lahjaksi pienen pinkin 3,1 dl juomapullon, josta hän pitää kovasti. Vieraiden saavuttua aloitamme esittelyn, ja vieraat osallistuvat kanssani pannukakun tekoon. Paikalla on alakouluikäinen lapsi, joka innostuu vatkaamaan kerman Speedy Chef- vatkaamalla. On mukavaa, että asiakkaat näkevät lastenkin pystyvän käyttämään tuotteita. Esittely su-

juu kaiken kaikkiaan mukavasti ja tunnelma on hyvä. Myyntiä tulee noin 350 euroa, mutta uusia esittelyitä en saa sovittua. Yksi vieraista saattaisi olla kiinnostunut syksyllä, joten sovimme, että soittelen hänelle elokuussa.

Torstaina pakkaan ja toimitan tavarat toissaviikon emännälle. Sain taas kaikki tuotteet kerralla toimitettua, mikä on aina positiivista. Illalla hoidan viikon raportin kuntoon poikkeuksellisesti torstaina, sillä on pääsiäisviikko. Mietin omaa esittelyjen keskimyyntiäni, joka on hieman alle 400 euroa, ja pohdin, miten saisin sitä nostettua. Yksi keino olisi yrittää saada emännät keräämään irtotilauksia etukäteen esittelyn ulkopuolelta, esimerkiksi työpaikalla tai lasten hoitopaikalla. Ehkä minun pitäisikin alkaa emäntää valmistellessani keskittymään enemmän emännän lahjavaihtoehtoihin ja niiden avulla yrittää motivoida emäntää hankkimaan korkeampi myynti esittelyyn.

3.6 Seurantaviikko 17 Jokimaan ständi

Tällä viikolla minulla ei ole esittelyitä sovittuna. Viikon päätapahtuma on aiemmin sovittu ständi Jokimaan ravikeskuksen naistenillassa, jonne menen tiiminjohtajani kanssa. Tavoitteeni on päivätä ständiltä uusia esittelyitä.

Viikkokokous on pääsiäisen takia poikkeuksellisesti tiistaina. Osallistun videoyhteyden välityksellä, sillä minulla ei ole muuta asiaa tukkuun. Torstaina ständipäivänä tiiminjohtajani hakee minut juna-asemalta ja menemme raviradalle. Tiiminjohtajallani on mukanaan kaikki ständillä tarvittava: pöytäliina, kuvastoja, tarjous- ja rekrytointiesitteitä sekä arvontakuponkeja. Lisäksi olemme saaneet tukusta erikoistarjoukseen pullosetin suoraan ständiltä myytäväksi.

Asiakkaan ostokäyttäytymiseen vaikuttavat monet tekijät. Päätekijät ovat ostohalu ja ostokyky. Ostohalulla tarkoitetaan tarpeita, motiiveja ja asenteita, eli käytännössä sitä, miten tärkeäksi yksilö kokee tuotteen ostamisen ja tarpeen tyydyttämisen. Ostokyvulla viitataan tuloihin, mahdollisiin säästöihin ja luotonsaantiin, eli siihen, mitkä ovat yksilön taloudelliset mahdollisuudet hyödykkeen hankkimiseen. Näiden lisäksi ostokäyttäytymiseen vaikuttavat markkinointi ja toiset ihmiset sekä ostajan taustatekijät. (Bergström & Leppänen 2013, 48-58.)



Kuva 6 Ständipöytä

Asiakkaan ostohalun kannalta on tärkeää se, miltä ständipöytämme (Kuva 6) näyttää. Aivan kuten esittelyissäkin, myös ständillä ollessa pöytä on kuin konsulentin kaupan näyteikkuna, jonka nähtyään mahdollinen asiakas joko päättää tulla ostoksille tai jättää tulematta. Tällä kertaa meillä on melko vähän tavaraa pöydässä, tuotteista vain arvontapalkinto ja myynnissä olevat pullosetit. Kuvastot ja tarjousesitteet ovat keskellä pöytää helposti saatavilla ja hyvin näkyvillä. Harkitsimme laittavamme pöytään myös aloituslaukun tuotteet, mutta totesimme sen täyttävän pöytää liikaa. Lisäksi meillä on pöydän takana Tupperwaren roll-up- mainokset, joilla saamme lisää näkyvyyttä pisteellemme. Tapahtuman teemana on naistenilta. Illan ohjelmaan kuuluu buffet- ruokailu sekä torstai-illan ravit. Paikalla on myös muita näytteilleasettajia ja olemme markkinatyypillisesti kerääntyneet ravirakennuksen yläkertaan, jonne ihmiset voivat ravilähtöjen välillä tulla ostoksille.

Päätavoitteemme on saada ständiltä uusia päiväyksiä. Lisäksi rekrytoimme ja halutessaan ständillä voi myös jättää tilauksen, mikäli ei ole kiinnostunut tai muuten kykenevä emännöimään esittelyä. Meillä on myös arvonta, jossa on palkintona uusi Mahalo Cubix- kulho-sarja. Arvonnan järjestäminen on hyvä keino saada ihmiset pysähtymään ständille, ja lisäksi kätevä keino saada kontakteja. Arvontalipukkeessa kysytään, haluaako henkilö meidän ottavan häneen yhteyttä. Emme ota yhteyttä niihin, jotka sanovat ei.

Mahdollisen asiakkaan tullessa pisteellemme tietysti ensin tervehdimme häntä ja alamme kartoittaa, kuinka tuttu Tupperware on hänelle. Usein asiakas sanoo käyneensä esittelyissä monia kertoja, mutta siitä on jo kauan aikaa. Yllättävän paljon tulee myös niitä, jotka eivät koskaan ole käyneet esittelyissä, mutta ovat ehkä kuulleet niistä. Jotkut suhtautuvat esittelyihin erittäin negatiivisesti ja saattavat vastata hyvinkin kiivaasti "ei". On tärkeää

tarjota esittelyn mahdollisuutta kaikille, mutta yhtä tärkeää on osata lukea tilanne ja ymmärtää, milloin on syytä lopettaa.

Oli asiakas sitten vanha esittelyn kävijä tai uusi tulokas, päiväystilanne etenee suunnilleen samalla kaavalla. Tarjoan jotain ideaa esittelylle, esimerkiksi kesäesittelyä takapihalla tai perjantaista tyttöjen iltaa, tai sitten ajatus voi lähteä jonkun tuotteen ympäriltä. Jos asiakas vaikka sanoo aina halunneensa Mikrokannun, voin ehdottaa esitteleväni sen esittelyssä hänen luonaan ja keittävämmä siinä vaikka perunat. Usein ihmiset innostuvat erilaisista ja personoiduista esittelyvideoista, ja monesti reaktio on: "Ai niinkin voi tehdä!".

Olin yllättynyt, kuinka paljon tuli kysymyksiä siitä, miksi Tupperware muka on parempi kuin mikä tahansa kaupassa myytävä muovituote. On tärkeää osata vastata tällaisiin kysymyksiin asiakkaille oikein ja kertoa muun muassa Tupperwaren käyttämästä BPA- vapaasta muovista. Koska meillä oli pöydässä myynnissä juomapulloja, niihin liittyviä kysymyksiä tuli paljon. Saimme selittää monta kertaa, että kaupan limsapullot ovat kuin ovatkin kertakäyttöisiä, eikä niitä ole tarkoitettu käytettäväksi pitkiä aikoja uudelleen. Kertakäyttöpulloja ei saa kunnolla pestyä ja ne samentuvat käytössä. Niihin ei voi laittaa kuumaa vettä ilman, että pullo menettää muotonsa. Tupperwaren muovipullon sen sijaan saa kunnolla puhdistettua esimerkiksi tiskikoneessakin, ja siihen voi laittaa lähes kiehuvaa vettä.

Saldomme illan tapahtumasta oli muutama myyty pullosetti ja parikymmentä kontaktia. Emme saaneet yhtään esittelyä sovittua suoraan ständiltä, mikä oli vähän pettymys. Tapahtumassa oli paikalla vähemmän ihmisiä kuin oli odotettu ja tilassa oli myös melko kuuma, mikä saattoi osaltaan vaikuttaa ihmisten mielialaan negatiivisesti. Kuitenkin kokemuksena ständi oli hyvä, sillä Tupperware ei ole aiemmin ollut ravitapahtumassa edustettuna. Aiomme mennä vastaaviin tapahtumiin uudelleenkin, ja tästä kerrasta oppineina toivottavasti paremmalla menestyksellä.

3.7 Seurantaviikko 18 Ständiyhteystietojen soittaminen

Tällä viikolla minulla on sovittuna yksi esittely ja yksi tavarantoimitus. Lisäksi meillä on tiimikokous lauantaina.

Maanantaina osallistun viikkokokoukseen videoyhteyden välityksellä. Puheenaiheena on Jubilee, joka on elokuussa järjestettävä, koko Tupperware Nordicin yhteinen seminaaritapahtuma. Siellä julkaistaan Syksy/Talvi 2019 – kuvasto, kouluttaudutaan, jaetaan tunnustuksia ja tavataan kollegoja Suomesta ja muista Pohjoismaista. Tänä vuonna se järjestetään Tanskan Aalborgissa. Jubileehen ansioidutaan myymällä 3000 euroa ja rekrytoimalla

yksi uusi konsulentti viikkojen 18-31 aikana. Olen ollut mukana Jubileessa kerran, vuonna 2014, ja se oli ikimuistoinen kokemus. Alan päässäni tehdä suunnitelmia, miten pääsisin mukaan taas tänä vuonna.

350 euron keskimyynnillä Jubileehen vaadittava myynti tulisi kasaan noin 9 esittelyssä. Lisäksi täytyy olla peruuntumisvara, eli päiväämällä 10+ esittelyä myynti tulisi varmasti täyteen. Rekrytointikin on helpointa esittelyssä. Perus ansioitumistason lisäksi Jubileessa on myös mahdollista saada tunnustuksia. Esimerkiksi rekrytoimalla kaksi uutta konsulenttia ansioitumisjaksolla tai myymällä 2000 euroa heinäkuussa, pääsee Jubileessa lavalle hakemaan palkinnon. Päätän kuitenkin ottaa ensisijaiseksi tavoitteekseni pelkästään Jubileehen ansioitumisen. Sen saavutettua voin mahdollisesti keskittyä muuhun.

Jubileen jälkeen aiheena on päivääminen ja saan jälleen kerran vinkkejä, miten asiat voisi tehdä eri lailla. Olen ollut jo monta vuotta konsulenttina ja kuunnellut kymmeniä eri koulutuksia, mutta silti on jännittävää huomata, miten lähes aina löytyy jotain uutta kokeiltavaa. Ehkä asiat pitää myös joskus kuulla moneen kertaan, ennen kuin ne menevät perille.

Tiistaina otan yhteyttä torstaiseen emäntään. Hän kertoo esittelyyn olevan tulossa viisi vierasta ja toivoo esittelyssä tehtävän jotain. Ehdotan, että tekisimme leivän UltraPro- uunivuoassa ja sille levitteen ExtraChefissä. Tämä sopii emännälle. Hän on toiminut emäntänäni aiemminkin, joten paikka ja ainakin osa vieraista on tuttuja.

Keskiviikkona pakkaan ja käyn toimittamassa tavarat toissaviikon emännälle. Silloin esittelyssä ei tullut päiväyksiä, mikä on aina harmillista. Päätänkin maanantain kokouksessa saamieni oppien mukaisesti päivätä emännän uudelleen sopivan ajanjakson päähän, ja ilokseni emäntä innostuu ideastani. Sovimme esittelyn syksyn suurviikolle 37. Illalla soitan kotona edellisviikon ständiltä tulleet kontaktit läpi. Niitä ei ole kovin montaa, enkä saa päiväyksiä. Kahden kanssa sovimme soittelevamme syksyllä uudelleen, laitan niistä kalenteriin merkinnän. Valmistaudun seuraavan päivän esittelyyn pakkaamalla esittelylaukkuni ja käymällä kaupassa ostamassa tarvikkeet leipään ja levitteeseen.

Torstaina matkalla esittelyyn soitan tiiminjohtajalleni ja juttelemme rekrytoinnista. Kerron hänelle tämäniltaisesta emännästäni ja siitä, kuinka innostunut hän on Tupperwaresta. Tiiminjohtajani kannustaa minua ehdottamaan emännälle konsulenttina aloittamista. Rekrytoinnista puhuminen on aina ollut minulle haastavaa, en rohkene avata suutani aiheesta. Päätän kuitenkin tänään edes yrittää. Vaikkei emäntä innostuisi, ainakin saisin rohkeutta puhua aiheesta.

Esittelyn kääntäminen aloitusesityksi tarkoittaa sitä, että emäntä päättää aloittaa konsulenttina, ja esittely pidetään hänen aloitusesityksensä. Tällöin esittelyn myynti tulee emännälle eli uudelle konsulentille, ja hän saa sillä tehtyä omaa aloituslaukkuunsa. Jos esittelyssä on myyntiä yli 400 euroa, aloituslaukku on käytännössä tehty, joten kynnyksen aloittaa konsulenttina on matalampi. Esittelyn alun perin pitämään tullut konsulentti menettää tällöin esittelyn myynnin, mutta saa kuitenkin aktiviteettikertymänsä myyntiä vastaavan summan. Lisäksi rekrytoinnista saa aina jonkun rekrytointilahjan (Kuva 7), joka usein on esimerkiksi jokin kuvaston kalleimmista tuotteista. Näin ollen rekrytoinnista ei koidu konsulentille taloudellista haittaa, vaikka hän emännän rekrytoidessaan menettääkin esittelystä tulevat rahalliset ansiot.

Rekrytointilahjat viikoilla 6-8

For You!

For us!

SHARE YOUR NEXT ...

... 2 new recruits in the team!

For us!

TIIMIN HAASTE viikoilla 6-8
Tupperware Deco Pen

UUTUUS!

Tervetulo tarjous viikoilla 6-8
Babuska Trio (3) Smurffit
HIINTA: **3,90***

TOP Achievers TRIP

Kuka lähtee Juzcarin Smurffikyliään Espanjaan?

Tiedustele lisää tiiminjohtajaltasi tai tukkumyyjältäsi.

Tupperware

© Tupperware - 2016 - Licensed through I.M.F.S. (Brussels) - www.smurfit.com

Kuva 7 Rekrytointikampanja viikoille 6-8

Kysyn emännältä ennen esittelyä, onko hän koskaan ajatellut konsulentiksi ryhtymistä. Emäntä vastaa ei, mutta on kiinnostunut kuulemaan lisää. Kerron hänelle perusjutut ja saamme hyvän keskustelun aikaiseksi. Jatkamme esittelyyn, jonka aikana mainitsen muutamien kerran konsulenttina aloittamisesta ja näin pidän aiheen emännän mielen päällä. Esittelyn päätteeksi lasken vielä emännälle, kuinka paljon minulle jää rahaa tästä esittelystä. Usein raha on hyvä motivaattori. Emäntä jää aiheesta kiinnostuneeksi, muttei kuitenkaan halua tehdä päätöstä nyt. Kysyn, saako tiiminjohtajani olla häneen yhteydessä ja kertoa aiheesta lisää. Tämä sopii emännälle.

Esittely sujui hyvin ja myyntiä tuli vähän alle 400 euroa. Sain sovittua yhden uuden esittelyn kesäkuulle, mutta mikäli emäntä aloittaisi konsulenttina, tämä esittely siirtyisi todennäköisesti hänelle, onhan kyseessä hänen kaverinsa. Olen tyytyväinen esittelyn saldoon, erityisesti siihen, että uskalsin puhua rekrytoinnista. Raportoin esittelyn välittömästi tiimijohtajalleni ja annan hänelle emännän yhteystiedot, jotta hän voi olla tähän yhteydessä.

3.8 Seurantaviikko 19 Konsulenttien kertauspäivä

Tällä viikolla minulla on sovittuna yksi esittely ja lauantaina osallistun tukussa järjestettävään koulutukseen, konsulenttien kertauspäivään.

Konsulenttien kertauspäivä on noin kerran vuodessa järjestettävä päivän mittainen koulutus, jossa nimensä mukaisesti kertaillaan konsulenttiuden perusasioita. Tukussa järjestettävät koulutukset ovat aina rentoja ja vuorovaikutteisia. Tällä kertaa paikalla on harmittavan vähän konsulenteja, minun lisäksi viisi muuta. Ainakin saamme intensiivisen ja henkilökohtaisen koulutuksen.

Aloitamme koulutuksen aamupalalla. Tukumyyjämme esittelee meille kaikille vielä tuntemattomaksi jääneen MicroPro Grillin, jolla teemme munalla täytetyt paprikat mikrossa. Tupperwarella on paljon mikroaaltouuniin sopivia ruoanvalmistustuotteita, ja tämä on yleensä aihe, joka jakaa asiakaskuntaa. Ihmiset ovat tottuneet käyttämään mikroa vain ruoan lämmittämiseen eikä niinkään ruoan valmistamiseen. Usein pelätään mikron säteilevän uunin ulkopuolelle ja tekevän ruoasta epäterveellistä, mikä ei pidä paikkaansa.

Mikroaaltouunin toiminta perustuu voimakkaalle sähkömagneettiselle säteilylle, joka aiheuttaa mikroon mikroaaltoja. Mikroaaltojen energia saa ruoassa olevat vesimolekyylit liikkeelle, ja nimenomaan molekyylien aiheuttama voimakas liikehdintä saa ruoan lämpenemään tai kypsymään. (Tekniikka Virtuaalikoulu 2019). Mikroaaltouunin sähkömagneettinen säteily ei pääse uunin ulkopuolelle, sillä laite on suunniteltu niin, että se toimii ainoastaan luukun ollessa kiinni. Kun luukku avataan, mikroaaltojen muodostuminen loppuu välittömästi. Näin ollen mikroaaltouunin käyttö on turvallista. (Säteilyturvakeskus 2015). Mikroaaltouunissa ruoan valmistaminen on nopeampaa kuin tavallisessa uunissa, eikä se lämmitä samalla tavalla koko asuntoa. Kesähelteillä mikrossa kokkaaminen on siis erittäin hyvä vaihtoehto. Lisäksi ruoka kypsyy mikrossa nopeammin, jolloin energiaa kuluu vähemmän. Yleensä mikro myös sammuu itsesään, joten riski sen päälle unohtumisesta ja palovaarasta on pienempi, kuin hellaa ja uunia käyttäessä.

Aamupalan jälkeen tukkumyyjämme pyytää meitä miettimään unelmiamme. Saamme kassan lehtiä ja tehtäväksi leikellä sieltä unelmiamme kuvaavia sanoja ja kuvia tehdäksemme omat unelmakartat. Laitan omaani kartan sekä hyvään mieleen ja tyytyväiseen arkeen liittyviä sanoja. Teksti ”tee, nauti ja hymyile vieläkin enemmän” viittaa opinnäytetyöprojektin saattamiseen kunnialla loppuun. Lisäksi mainitsen haaveeni koirasta ja omasta kodista.

Unelmakarttojen tekemisen jälkeen tukkumyyjämme pyytää asettamaan unelmille jonkun hinnan. Asetan omakseni 2000 euroa, joka on puskurin sisältävä koiran hankintahinta. Tämän jälkeen laskemme, montako esittelyä pitäisi pitää unelman saavuttamiseksi. Laskemme arviot käyttäen keskimyyntinä 400 euroa, jolloin esittelystä tienaa noin 80 euroa. Minun pitäisi pitää siis 25 esittelyä, jotta 2000 euroa olisi kasassa. Seuraavaksi alamme kirjoittamaan paperille nimilistaa niistä ihmisistä, jotka voisimme päivätä. Tavoitteena on saada listaan niin monta nimeä, kuin unelman saavuttaminen vaatii esittelyitä. Saan kassaan 17 nimeä, mikä on ihan hyvä alku.

Päiväyslistojen teon jälkeen alamme puhua ajankäytöstä ja sen järkevästä suunnittelusta. Tukkumyyjämme pyytää meitä ”pallottamaan kalenterimme”, eli merkitsemään palleroilla tai muilla merkeillä ajankohdat, milloin voisimme pitää esittelyitä. Tämä tehdään seuraavalle kolmen kuukauden ajanjaksolle. Näin kalenterissa on jo valmiiksi ajankohdat esittelyitä varten päiväämistä helpottamaan. Kalenterista näkee helposti, milloin on seuraava mahdollinen aika pitää esittelyä.

Lopuksi teemme vielä ruokaa yhdessä ja saamme siinä samalla tuotekoulutusta. Käytämme Fusion Master- tuoteperhettä viipalointiin, raastamiseen, pilkkomiseen ja porkkanaspagetin tekoon. Tuotteet ovat minulle hyvin tuttuja uusinta spagettilisäosaa lukuunottamatta. On mukavaa päästä itse testaamaan se, sillä aiemmin olen nähnyt sen vain kuvissa.

Koulutus oli antoisa, mielenkiintoinen ja innostava. Sain uutta inspiraatiota ja näkökulmia omaan tekemiseeni. Kaikki paikalla olleet konsulentit olivat minulle uusia tuttavuuksia, mikä oli myös mukavaa. Yksi heistä asuu Järvenpäässä, ja löysimme heti yhteisen sävelen. Kysyin, olisiko hän innokas lähtemään kanssani ständille Kerava- Järvenpää- akselilla ja hän innostui heti. On mukavaa löytää uusi ihminen, jonka kanssa tehdä yhteistyötä. En asu hirveän kaukana tukusta, mutta samalla suunnalla ei asu kovinkaan monta konsulenttia tukustamme. Siksi esimerkiksi juuri ständille meno on haastavaa, sillä on vaikea saada ketään kaveriksi.

Sunnuntainen emäntäni laittaa minulle edellisiltana viestiä, että joudumme siirtämään esittelyn sairastapauksen vuoksi. Olimme suunnitelleet tekevämme esittelyssä niin sanottua ”Tupperware-pullaa”, jota ei tarvitsen kohottaa kuin kerran ja näin ollen se on nopea esittelyssä käytettävä resepti. Sovimme esittelyn siirtämisestä kolmen viikon päähän. Emäntä haluaa kuitenkin jättää tilauksen tämän viikon tarjoustuotteista, ja sovimmekin toimittavani hänen tilaamansa tuotteet tullessani pitämään esittelyä.

Esittelyn siirtymisen vuoksi olen hieman huolissani toukokuun esittelytilanteestani, sillä minulla ei ole loppukuulle enää yhtään esittelyä sovittuna. Toisaalta kalenterini alkaa olla melko täynnä, joten voi olla, että paikkaan toukokuun esittelyvajetta vasta kesäkuussa, jolloin minulla on esittelyitä päivittäin lähes viikoittain.

3.9 Seurantaviikko 20 Ständitapahtuman suunnittelu

Tällä viikolla minulla ei ole sovittuna esittelyjä. Viikon tehtävänäni on suunnitella ständitapahtuma edellisviikolla tapaamani konsulenttikollegan kanssa.

Maanantaina on viikkokokous tukussa, johon osallistun paikan päällä. Saan samalla haetua toissaviikon esittelyn tilauksen ja muutaman tukussa olleen jälkitoimituksen. Saan viimein jälkitoimituksessa olleen varaosatilauksen, jonka asiakas on tilannut jo kaksi kuukautta sitten. Asiakas asuu kaukana ja on onneksi tuttu, joten hän ei ole pahastunut pitkästä toimitusajasta. Laitan tuotteen heti postiin ja pahoittelen vielä erikoispitkää toimitusaikaa asiakkaalle. Tiistaina pakkaan ja toimitan tavarat toissa viikon emännälle. Muutama tuote jää jälkitoimitukseen, sillä ne olivat tukusta loppu. Pahoittelen asiaa emännälle ja kerron ottavani yhteyttä, kunhan saan tuotteet.

Tiistaina eräs kaverini valittaa minulle, ettei ole vielä löytänyt kesätöitä. Saan heti idean, että hänen pitäisi ehdottomasti aloittaa Tupperware-konsulenttina. Mietin, miten saisin asian markkinoitua hänelle fiksusti, enkä liian hyökkäävästi. Tiedän Tupperwaren olevan hänelle vielä melko tuntematon käsite, hän ei esimerkiksi ole koskaan ollut esittelyssä. Päätän aloittaa asian esittämisen juuri työnteon ja joustavien työaikojen kannalta. Kerron hänelle, että hän voi tehdä tätä juuri sen verran kuin haluaa ja halutessaan vaikka vain siihen asti, että saa kesätöitä muualta. Mahdollisuus osa-aikatyöhön on Tupperwaressa mainio. Olen positiivisesti yllätynyt siitä, miten innokkaasti kaverini suhtautuu asiaan. Hän kuitenkin kieltäytyy kohteliaasti, mutta pidän mielessä kysyväni asiaa häneltä vielä myöhemmin uudelleen, kunhan hän on prosessoinut ideaa mielessään. Olen tyytyväinen itseeni, että rohkenin ehdottaa asiaa.

Keskiviikkona alan suunnitella ständipaikkoja. Puhuimme kollegani kanssa ensin kauppaan menemisestä, mutta hylkäsimme ajatuksen. Kaupoissa ständeily on ihan ok, jos paikka on hyvä, mutta usein kauppaständit ovat vähän huonoja paikkoja päivätä. Lisäksi ne ovat tylsiä ja tuntuu, että ständit tapahtuvat aina vaan kaupoissa. Heittelimme ajatuksia ilmoille ja saimme idean Date Night- tapahtumasta, jolloin ständi tapahtuisikin ilta, jopa yöaikaan. Kesällä on monia tapahtumia mihin mennä ja kollegani kertoo tuntevansa Järvenpää Puisto Blues- tapahtuman järjestäjiä. Tapahtuma järjestetään kesäkuun viimeisellä viikolla. Päätämme ottaa sen ensimmäiseksi kohteeksemme, josta kysyä, kuinka paljon ständipaikka maksaisi. Kollegani lupaa hoitaa yhteydenoton.

Koska kyseessä on melko iso tapahtuma, epäilemme konkreettisen paikan hinnan olevan melko korkea. Siksi suunnitteleme, josko menisimme paikalle feissarityyppisesti ihmisten sekaan jalkautuen. Tällöin tarvitsisimme päällemme jotain sellaista, mistä näkee jo kaukaa meidän olevan Tupperwaren edustajia. Lisäksi logistiset ratkaisut täytyisi miettiä niin, ettemme joudu kantamaan painavia kuvastoja mukamme tuntikausia. Voisimme järjestää arvonnän, jonka palkintona olisi jokin kesä- tai heinäkuun tarjoustuotteista. Arpalipukkeita varten tarvitsemme pussin tai helppokantoisen astian. Lisäksi mukaan täytyy ottaa pieniä päiväyslähjoja, joita voi antaa esittelyn sopiville henkilöille. Loistava päiväyslähja olisi pieni 3,1 dl juomapullo, koska festivaalitapahtumassa usein ihmisillä on jano, ja uudelleentäytettävä pullo olisi mainio.

Ständiä varten tukusta saa aina yhden laatikon kuvastoja (50 kpl) sekä runsaasti ajankoh-
taisia tarjous- ja rekrytointiesitteitä. Koska Puisto Blues on iso tapahtuma, lienee järkevää
varautua 1-2 laatikolla lisää, etteivät kuvastot lopu kesken. Tapahtuma kestää neljä päi-
vää (keskiviikosta lauantaihin), mutta emme ole vielä varmoja, menemmekö paikalle joka
päivä. Itse olen päivät töissä, joten illalla töiden jälkeen ständille lähteminen on melko ras-
kasta. Ideammehan oli kuitenkin Date Night, joten siihen työssäkäyvän aikataulu ainakin
sopii hyvin. Olemme ainakin vielä toistaiseksi menossa ständille kahdestaan, joten ”työ-
vuoroja” ständiläisten kesken ei tarvitse sen suuremmin jakaa. Lauantaina ainakin me-
nemme paikalle koko päiväksi, arkena varmaan joko yhtenä tai kahtena iltana.

Tapahtuma on kesäkuun viimeisellä viikolla, joten silloin on jo julkaistu heinäkuun tarjouk-
set. Näin ollen niitä ja heinäkuun suurviikon vieraslähjaa on hyvä käyttää päiväämiseen.
Mikäli emme saa juomapulloja päiväyslähjoiksi, vieraslähja on myös hyvä vaihtoehto. Sil-
loin emännällä olisi jo valmiiksi malli vieraslähjasta näytettäväksi kavereilleen, ja hän saisi
näin helpommin kutsuttua paikalle vieraita. Keskustelen päiväyslähjavaihtoehtoista tuk-
kumyyjämme kanssa lähempänä ajankohtaa.

Koska olemme paikalla todennäköisesti feissarityyppisesti, emme voi oikeastaan ottaa mitään tuotetta myyntiin suoraan paikan päältä logistisista syistä. Sen sijaan asiakas voi kyllä jättää tilauksen kuvasto- tai tarjoustuotteista, joten mukana pitää olla tilauslomakkeita ja kirjoituslustoja. Kirjoitusluston päällä on myös hyvä täyttää arvontalipuke.

Sunnuntaina raportoin viikon tekemiseni tiiminjohtajalleni. Myyntiä minulla ei ollut, mutta päiväsin esittelyn yhden tutun luokse heinäkuun ensimmäiselle viikolle. Kerron tiiminjohtajalle ständisuunnitelman ja hän pitää sitä hyvänä. Kollegani ei ole vielä varmistanut, pääsemmekö tapahtumaan ja mitä se maksaisi, mutta ainakin meillä on toimintasuunnitelma valmiina. Mikäli se ei onnistu tässä tapahtumassa, voimme mennä johonkin muualle.

3.10 Seurantaviikko 21 Kirjanpito

Tällä viikolla minulla ei ole sovittuja esittelyjä. Minulla on tavoitteena päivätä yksi esittely sekä tehdä kirjanpiti ajantasaiseksi. Olen pyrkinyt tekemään sen viikoittain, mutta jotenkin se aina unohtuu. Täytyisi ottaa kirjanpidon tekeminen osaksi sunnuntaista raportointiani.

Laki arvonlisäverosta 30.12.1993/1501 määrittää arvonlisäveroa suoritettavan valtiolle liiketoiminnan muodossa Suomessa tapahtuvasta tavarankäytön ja palvelun myynnistä. Lain 2 luvun 3 § mukaan vähäisessä toiminnassa myyjä ei kuitenkaan ole verovelvollinen. Vähäisellä toiminnalla tarkoitetaan tilikauden liikevaihdon olevan enintään 10 000 euroa. Poikkeuksen tekee se, jos myyjä on oman ilmoituksensa perusteella merkitty verovelvolliseksi.

Arvonlisäverovelvollinen saa itse valita, ilmoittaako tiedot kuukausittain, neljännesvuosittain vai kerran vuodessa. Toiminnan ollessa pientä vuosi-ilmoittaminen on yleensä helppoa, mutta mikäli myyntiä tulee vuodessa useita kymmeniä tuhansia, kannattaa ilmoittaa tiedot useammin. Vuosi-ilmoittajana arvonlisäverot maksetaan helmikuun loppuun mennessä ja veroilmoitus tulee olla tehtynä huhtikuun alkuun mennessä (Verohallinto 2019). Vero-ilmoitus täytyy tehdä, vaikka olisikaan arvonlisäverovelvollinen. Tässä kohdalla en usko oman myyntini ylittävän 10 000 euroa, joten en ole tehnyt ilmoitusta arvonlisäverovelvollisuudesta.

Aloitan kirjanpidon tekemisen etsimällä kaikki tämän vuoden esittelyiden pankkipussit, irtotilauslomakkeet, tukusta tulleet laskut ja vähennyskelpoiset kuitit. Pankkipussi tarkoittaa esittelyssä täyttämääni lomaketta, johon kirjataan esittelyn päivämäärä, emännän tiedot, asiakkaiden tilauksien summat sekä esittelyn kokonaissumma. Tämä lomake toimii

tarkemmin verkossa ja löysin yhteystiedot mahdollisia ständejä varten. Otin järjestäjään yhteyttä ja sain ständipaikan hankittua. Ilmoitin ständistä tukkumyyjälleni, jotta hänellä on tiedossa, missä olemme edustettuina. Kysyin Järvenpäässä asuvaa konsulenttikollegaa mukaani ja ilokseni hän innostui lähtemään mukaan. Kahdestaan on aina mukavampi olla ständillä, kuin yksin.

Sunnuntaina meillä on sovittuna tiimikokous, joka kuitenkin peruuntuu tiiminjohtajamme oltua synnyttämässä edellisyönä. Kokous oli sovittu videoyhteydellä pidettäväksi juurikin tiiminjohtajan raskaudesta johtuen, joten suuria muutoksia aikatauluuni tämä ei aiheuttanut. Päätän käyttää kokouksesta vapaaksi jääneen ajan päiväämiseen. Minulla on muutama vanha asiakas, joille on pitänyt soittaa päiväysohjelmaa, mutta se on vaan jäänyt. Ehdotan puheluissa rentoa kesäesittelyä puutarhassa, sillä tiedän näiden asiakkaiden kaikkien asuvan omakotitaloissa. Saankin kolmesta puhelusta kahden kanssa sovittua esittelyt kesälle, kolmas jää vielä miettimään asiaa. Sovimme palaavamme asiaan syksyllä.

Olen tyytyväinen tämän viikon tulokseeni. Vaikka minulla ei ollut esittelyä, sain silti kaksi uutta päiväystä. Toukokuu kokonaisuutena ei ollut myynnillisesti hyvä, mutta mielestäni tein suuria harppauksia muilla osa-alueilla. Päiväsin ahkerasti ja osallistuin tukun tapahtumiin. Muistin taas, miten kadonneen innostuksen löytää helposti juurikin kokouksissa käymällä ja muita konsulentteja ja tiiminjohtajia tapaamalla. Lisäksi omat tietotaidot pysyvät ajan tasalla, kun osallistuu säännöllisesti tapahtumiin.

4 Pohdinta ja päätelmät

Opinnäytetyöprojekti oli pitkä ja yllättävän stressaava. Aloin suunnittelemaan projektin aloittamista syksyllä 2018, mutta sen aloittaminen viivästyivät seuraavalle keväälle muiden opintojen aikataulujen vuoksi. Valitessani aiheita ajattelin päiväkirjaopinnäytetyön olevan sopiva vaihtoehto minulle sen joustavuuden takia ja toivoin opinnäytetyön tekemisen kannustavan minua menestymään Tupperwaressäkin. Kävi kuitenkin vähän päinvastoin. Olen aina ajatellut Tupperwaren olevan minulle rento harrastus, mutta sen sidonnaisuus opinnäytetyöhön sai työn välillä tuntumaan pakkopullalta. Oli pakko tehdä asioita viikoittain, jotta opinnäytetyö edistyisi. Vasta seurantajakson loppupuolella löysin innon toimintaan uudelleen, ehkä osittain sen takia, että näin opinnäytetyön lopun hämmöttävän. Kaiken kaikkiaan selvisin projektista kunnialla loppuun asti ja olen tyytyväinen tulokseen.

4.1 Tavoitteiden saavuttaminen

Asetin opinnäytetyöprojektin aluksi itselleni tavoitteeksi toimintani saattamisen säännölliseksi ja tasaiseksi. Tavoittelin sellaista esittelymäärää, jolla pystyisin elättämään itseni. En saavuttanut tätä tavoitetta, mutta esittelymääräni kyllä kasvoi seurantajakson aikana siitä, mitä se oli ennen opinnäytetyöprojektin alkua. Tavoitteeni oli pitää esittelyitä tasaisesti viikoittain. En aivan päässyt tähän, vaan pidin esittelyitä keskimääräisesti joka toinen viikko. Kaksi esittelyä siirtyi seurantajakson ajalta tulevaisuuteen. Päiväsin 11 uutta esittelyä jakson aikana, mikä on ihan hyvä suoritus.

Se, etten päässyt tavoitteeseen, johtui osittain motivaation puutteesta ja osittain myös siitä, että seurantajakso oli melko lyhyt. Esittelyitä on tietysti mahdollista päivätä lyhyenkin aikajakson sisällä, mutta lähtötasoni asiakaskunnan suhteen oli sen verran suppea, että tämä oli hankalaa. Minun olisi pitänyt hanakammin heti seurantajakson alussa lähteä ständeille päiväämään, jotta olisin saavuttanut tavoitteeni. Nyt olin vähän myöhäisheränäinen ja innostuin ständeistä vasta seurantajakson lopulla. Tämä ei tietenkään ole huono asia tulevaisuutta ajatellen, sillä nyt minulla on lähitulevaisuuteen taas enemmän esittelyitä sovittuna, mitä seurantajaksolla. Voisikin siis sanoa minun etenevän hitaasti, mutta varmasti.

Toinen tavoitteeni liittyi rekrytointiin ja rekrytointitaitojeni parantamiseen. Tässä koen kehittyneeni seurantajakson aikana paljon. Puhuin konsulenttiudesta rohkeasti paitsi emännille, myös esittelyjen ulkopuolella tapaamilleni asiakkaille. Rekrytointi ei enää ole minulle samanlainen mörkö, kuin se oli aiemmin.

Vaikken saavuttanut tavoitteitani, olen silti tyytyväinen panokseeni. Yritin parhaani ja tsemppasin itseäni vaikeilla hetkillä, enkä antanut periksi. Vaikken pitänytkään esittelyä joka viikko, sentään pidin esittelyitä. Vaikken saanut rekryyttiä, ainakin uskalsin puhua aiheesta ihmisille. Vaikken kehittynyt maailman parhaaksi päivääjäksi, ainakin kehityin paremmaksi mitä olin aiemmin. Lisäksi sain ständipaikkoja sovittua, mikä on hienoa. Kesäkuulle on nyt kaksi ständiä sovittuna ja uskon niiden menevän hyvin. Enää minulla ei ainakaan ole opinnäytetyötä stressitekijänä.

4.2 Tulevaisuuden suunnitelmat

Opinnäytetyö opetti minulle, kuinka tärkeä rooli tavoitteilla on. Kun asettaa tavoitteita, on jotain, mitä kohti mennä ja minkä takia tehdä töitä. Tavoitteiden kannattaa olla pieniä ja lyhyelle aikavälille asetettuja. Mikäli tavoite on jokin isompi asia, se on hyvä jakaa pienempiin osioihin, jolloin tavoitteen saavuttaminen ei tunnu niin isolta urakalta. Opinnäytetyössä viikkokohtaiset tavoitteet helpottivat hahmottamaan kokonaisuutta ja pitämään toiminnan monipuolisena. Jos yhdellä viikolla keskittyy rekrytointiin ja seuraavalla päiväämiseen, tekemistä ei tunnu olevan niin paljon kuin silloin, jos kaiken tekisi kerralla. Myös lopputulos voi näin olla parempi.

Tulevaisuutta ajatellen aion jatkossa asettaa itselleni kuukausikohtaisia tavoitteita Tupperwaressa. Kesäkuun tavoitteeni on päivätä kahdelta jo sovitulta ständiltä vähintään 10 uutta esittelyä loppuvuodelle. Lisäksi tavoittelen noudattavani kesäkuun esittelyissä 1+1 päiväystekniikkaa, eli sopimaan esittelyn yhden vieraan luokse ja lisäksi päiväämään emännän noin 6-12 kk päähän. Näin saan esittelykalenterini pysymään täytenä. Myynnillisesti kesäkuun tavoitteenani on 2000 euroa myyntiä. Koska olen kesällä myös päivätöissä ja saan siitä palkkaa, aion laittaa Tupperwaresta ansaitsemani rahat säästötilille koiran hankintaa varten.

Kuukausitavoitteen lisäksi kesän tavoitteenani on ansioitua Jubileehen. Vaatimuksena siihen on 3000 euroa ja vähintään yksi rekryytti. Myynnin saan kasaan määräajassa, mikäli jo sovittuna olevat esittelyni pysyvät kalenterissa. Rekryytinkään ei pitäisi olla ongelma, kunhan muistan puhua asiasta aktiivisesti. Laitoin kalenteriini jokaiselle ansioitumisjakson viikolle pienen pinkin muistilapun muistuttamaan rekrytoinnista. Yritän käyttää vanhaa sananlaskua ”pois silmistä, pois mielestä”-päinvastaisesti. Kun asia on koko ajan näkyvillä, ehkä teenkin sen eteen jotain.

Tavoitteiden lisäksi opin paljon ajankäytöstä. Vuorokaudessa on rajallinen määrä tunteja, mutta on itsestä kiinni, miten ne haluaa käyttää. Opiskelun, töiden ja harrastusten yhteen-

sovittaminen on välillä haastavaa, mutta kun kalenteri on hyvin aikataulutettu ja suunniteltu, vapaa- aikaakin jää enemmän. Tällaista joustavaa konsulentin työtä tehdessä kalenteri räjähtää helposti käsiin, jos ei etukäteen suunnittele esittelyjen ja muiden tapahtumien ajankohtia. Lisäksi kaikki muistettavat asiat kannattaa kirjoittaa järjestelmällisesti ylös vaikkapa viikkokohtaisesti, jotta ne eivät aiheuta turhaa stressiä takaraivossa. Kun asia on paperilla, sen muistaa paljon helpommin.

Ajankäyttöön liittyy myös toimeen tarttuminen. Opin seurantajakson aikana, ettei asioiden tekemistä kannata jähkailla ja siirtää aina vaan tulevaisuuteen, vaan reippaasti tarttua toimeen. Varsinkin silloin, jos on kyseessä jokin vähemmän miellyttävä tehtävä. Kun asian hoitaa heti alta pois, sen tekemistä ei tarvitse suunnitella ja murehtia päiväkausia.

Keskustelin tukkumyyjäni kanssa tulevaisuudestani ja hän sanoi toivovansa minun aloittavan uudelleen tiiminjohtajana. Edelliskerralla tiiminjohtajuuteni kariutui juurikin rekrytointiin. Aluksi se sujui, mutta vähän ajan päästä tuli seinä vastaan ja lopulta pieni tiimini kuitui olemattomiin. Tiiminjohtajana lopettaminen jäi harmittamaan, mutta ajattelin jo silloin aloittavani joskus uudelleen. Nyt, kun opinnot loppuvat, minulla olisi aikaa virittää tiiminjohtajuus uuteen, entistä ehompaan kukoistukseen. Ehkä voisinkin ottaa loppuvuoden tavoitteekseni tiiminjohtajana aloittamisen. Tämän tavoitteen voisin palastella kuukausikohtaiseksi esimerkiksi rekrytoimalla joka kuukausi yhden uuden konsulentin, jolloin loppuvuodesta minulla olisi jo hyväkokoinen tiimi kasassa.

Lähteet

Bergström, S. & Leppänen, A. 2013. Markkinoinnin maailma. Edita. Helsinki.

Helsilä, M. 2002. Käytännön henkilöstötyö. Tammi. Tampere.

Laki arvonnlisäverosta 30.12.1993/1501.

Säteiluturvakeskus 2015. Mikroaaltouunit ovat turvallisia. Luettavissa:
<https://www.stuk.fi/aiheet/kodin-ja-toimiston-sateilevat-laitteet/mikroaaltouunit-ovat-turvallisia>. Luettu: 26.5.2019.

Tekniikka Virtuaalikoulu 2019. Mikroaaltouuni. Luettavissa:
<http://tekniikka.virtuaalikoulu.org/Mikroaalto.htm>. Luettu: 26.5.2019.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2019. Bisfenoli A. Luettavissa:
<https://thl.fi/fi/web/ymparistoterveys/ymparistomyrkyt/tarkempaa-tietoa-ymparistomyrkyista/bisfenoli-a>. Luettu: 20.5.2019.

Tupperware. Kuvasto Kevät/ Kesä 2019. 3. Luettavissa:
<https://tupperware.ipapercms.dk/Tupperware/Nordics/FI/2019/magazines/ss19/#/>. Luettu: 20.5.2019.

Tupperware 2019a. Yrityksen taustaa. Luettavissa: <https://www.tupperware.fi/yrityksen-taustaa/tupperwaren-taustaa>. Luettu: 17.5.2019.

Tupperware 2019b. Näin löydät meidät. Luettavissa: <https://www.tupperware.fi/naein-loeydaet-meidaet>. Luettu: 17.5.2019.

Tupperware 2019c. Hyvä alku. Luettavissa: <https://www.tupperware.fi/tyoe/hyvae-alku>. Luettu: 20.5.2019.

Tupperware 2019d. Takuu. Luettavissa: <https://www.tupperware.fi/tuotteet/takuu>. Luettu: 20.5.2019.

Verohallinto 2019. Ilmoittamisen ja maksamisen määräpäivät. Luettavissa:
<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/ilmoittaminen-ja-maksaminen/omaaloitteiset-verot/m%C3%A4%C3%A4r%C3%A4p%C3%A4iv%C3%A4t/>. Luettu: 26.5.2019.