

Portfolion rakentaminen avoimen työnhaun tueksi

Mariele Aug



Tekijä Mariele Aug	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Portfolion rakentaminen avoimen työnhaun tueksi	Sivu- ja liitesivumäärä 19 + 1
<p>Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aiheena on henkilökohtaisen portfolion rakentaminen avoimen työnhaun tueksi. Opinnäytetyön toiminnallinen osuus esittelee portfolion rakentamista ideoinnista toteutukseen. Portfolio esittelee ammatillista osaamista monipuolisesti ja esittelee hakijan persoonaa potentiaalisille työnantajille.</p> <p>Ensimmäisenä työlle asetetaan tavoitteet. Pää tavoite oli rakentaa ammattitaitoa monipuolisesti korostava portfolio avoimen työnhaun tueksi. Lisäksi tavoitteena oli portfolion rakentamisen myötä tunnistaa hakijan osaaminen paremmin ja sen myötä kasvattaa itsevarmuutta tuleviin työnhakutilanteisiin.</p> <p>Tietoperustaa varten haastateltiin kahta markkinoinnin parissa työskentelevää asiantuntijaa, jotta saatiin ajankohtaisia näkemyksiä alan työnhakuun. Haluttiin muun muassa tietää minkälainen työhakemus erottuu edukseen, minkälaista lisäarvoa portfolio tuo hakemukseen ja vinkkejä markkinoinnin alan työnhakuun.</p> <p>Toiminnallisessa osuudessa kerrotaan, kuinka portfolion tarve syntyi, kun mielekkäitä avoimia harjoittelupaikkoja oli vain vähän tarjolla. Toteutuksen vaiheita avataan kuvilla, vaikkakin portfolio löytyy opinnäytetyöstä liitteenä. Lisäksi toiminnallisessa osuudessa kerrotaan, kuinka portfolioa käytettiin työnhaussa ja minkälaisiin tuloksiin se johti.</p> <p>Lopuksi arvioidaan portfolion onnistumista ja esitetään kehitysehdotuksia tulevaisuutta varten. Viimeisenä käsitellään vielä opinnäytetyöprosessia ja oppimista.</p>	
Asiasanat Portfolio, markkinointi, työnhaku	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tausta ja portfolion tarve.....	1
1.2	Tavoite ja rajaus.....	2
2	Erottautuminen työnhaussa.....	3
2.1	Minkälainen työhakemus erottuu joukosta?.....	3
2.2	Mikä on tärkeintä työhakemuksessa?	3
2.3	Minkälaista lisäarvoa portfolio tuo työhakemukseen?	4
2.4	Mitkä muut hakijan toimenpiteet ovat tärkeitä työtä hakiessa?	4
2.5	Neljä vinkkiä markkinointialan työnhakuun	5
3	Portfolion toteuttaminen	7
3.1	Ideointivaihe.....	7
3.2	Portfolion suunnittelu ja sisällön valitseminen	8
3.3	Toteutusvaihe	9
3.4	Portfolion käyttäminen ja tulokset.....	14
4	Pohdinta.....	17
4.1	Portfolion onnistuminen ja kehittäminen.....	17
4.2	Opinnäytetyön prosessin arviointi ja oma oppiminen.....	18
	Lähteet	20
	Liitteet.....	21
	Liite 1. Portfolio	21

1 Johdanto

Aloilla, joissa työn tuloksena on jotain konkreettista, suositetaan työnäytteiden esittelyä. Esimerkiksi luovilla aloilla portfolio on lähes aina näytettävä töitä hakiessa, koska työnäytteistä näkee, mitä hakija osaa. (Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulu.)

Tämä opinnäytetyö on laadultaan toiminnallinen, ja sen aiheena on ammattitaitoa osoittavan portfolion rakentaminen sekä sen käyttäminen työnhaun tukena. Opinnäytetyön tuotoksena syntyy työnhaussa käytettävä portfolio ja se löytyy työstä liitteenä. Portfolio esittelee osaamistani monipuolisesti työnäytteiden, valokuvien ja blogitekstien avulla. Lisäksi portfolioon on lisätty linkit suoraan LinkedIn-profiiliin ja Instagram-tilille tuodakseen esiin persoonallisuuttani. Portfolion tarkoitus oli auttaa minua erottumaan eduksi muista työnhakijoista, jo hyvin kilpailulla alalla. Lisäksi kerron kuinka lähestyin yrityksiä sekä lähettämieni hakemusten tuomista tuloksista

1.1 Tausta ja portfolion tarve

Tarve portfoliolle syntyi, kun ensimmäisen markkinointialan harjoittelupaikan hakeminen tuli ajankohtaiseksi. Tavoitteenani ja toiveenani oli päästä itseäni oikeasti kiinnostavaan yritykseen työharjoitteluun, jotta oppisin ja kehittyisin markkinoinnin alalla vielä lisää. Ymmärsin kuitenkin jo markkinoinnin opettajien sekä vierailevien yritysten edustajien puheista, että kilpailu avoimista työpaikoista on kovaa. Koska tarjolla olevia harjoittelupaikkoja ei olisi riittänyt kaikille halukkaille minun tuli keksiä keino erottautua hakijoiden joukosta.

Aloittaessani työharjoittelupaikan etsimisen huomasin nopeasti, että avoimia paikkoja haluamiini tai minulle soveltuviin positioihin oli hyvin vähän. Tämän takia päätinkin listata ylös minua itseäni kiinnostavat yritykset ja lähestyä niitä avoimella hakemuksella. Koska yritykset eivät hakeneet työntekijää tai harjoittelijaa, oli erottautuminen ja itsensä markkinointi vieläkin tärkeämpää.

Mielestäni työnhaku on muuttunut radikaalisti siihen suuntaan, että työnhakijat yrittävät saada yrityksiä kiinnostumaan itsestään. Olen nähnyt sosiaalisessa mediassa ja julkisuudessa paljon avoimia videohakemuksia ja esimerkiksi Twitter-palvelussa löytyy oma hashtag #työnhakuvideo näille hakemuksille. Idea henkilökohtaisen portfolion rakentamiseen syntyi, kun halusin maksimoida erottautumiseni avoimia työhakemuksia lähettäessä. Lisäksi markkinoinnin suuntautumisopinnoissa sen tärkeyttä painotettiin paljon.

Portfolio on minusta oiva tapa esitellä omaa osaamista mielenkiintoisesti ja samalla osoittaa kiinnostusta haettavaa yritystä sekä alaa kohtaan.

1.2 Tavoite ja rajaus

Tämän opinnäytetyön päätavoite oli rakentaa ammattitaitoani monipuolisesti korostava portfolio avoimen työnhaun tueksi. Portfolion tarkoitus on tuoda esille persoonaani, havainnollistaa ammattitaitoani projektitöiden, kuvien ja tekstien avulla. Lisäksi tavoitteena oli portfolion rakentamisen myötä tunnistaa omaa osaamistani paremmin sekä saada varmuutta oman ammattitaidon myymiseen muun muassa työhaastattelutilanteisiin.

Tämä opinnäytetyö on rajattu käsittelemään portfolion käyttämistä vain avoimien työhakemusten tukena, eikä esimerkiksi sellaisissa tapauksissa missä portfolioa pyydetään liitteenä. Lisäksi työ käsittelee vain luonteeltaan ammatilliseen tarkoitukseen rakennettua portfolioa.

2 Erottautuminen työnhaussa

Tätä opinnäytetyötä varten halusin selvittää markkinoinnin parissa ja etenkin rekrytoinneista vastaavien henkilöiden ajatuksia alan työhakemuksista, ja siitä mihin työnhaussa kannattaa panostaa. Tässä kappaleessa avataan taustaa markkinointialan työhakemuksiin, portfolion relevanssiin työnhaussa sekä vinkkejä alan työnhakuun. Haastatteluvastauksien tukena käytetään myös muuta tietoperustaa.

Käytin tietoperustani pohjana kahden markkinoin parissa työskentelevän henkilön asiantuntijahaastattelua. Haastateltavina olivat Ruohonjuuren Digitaalisen markkinoinnin johtaja ja Columbia Roadin Senior Design Consultant. Molemmat haastateltavat toimivat alan rekrytoinnin parissa.

2.1 Minkälainen työhakemus erottuu joukosta?

Työhakemus on myyntipuhe, jonka tavoitteena on vakuuttaa työnantaja siitä, että juuri sinä olet oikea työntekijä yritykselle. Hyvällä työhakemuksella voit erottua muista työnhakijoista helposti jo silloin, kun työnantaja vastaanottaa hakijoiden asiakirjoja. Persoonallinen ja erottuva työhakemus voi olla esimerkiksi tarinan, esitelmän, internet-sivun, blogin, sarjakuvan tai pelin muodossa. (Duunitori.)

Koska kilpailu markkinoinnin alan työpaikoista on kovaa ja hakemuksia lähetetään paljon, parhaiten erottuva työhakemus on visuaalisesti hieno sekä ammattimainen. Oman persoonallisuuden esiin tuominen ja se, että itse hakemus jo esittelee hakijan osaamisia käytännössä, on eduksi. Konkreettiset esimerkit, kuten referenssit ja portfolio tuovat työhakemukseen lisäarvoa ja havainnollistavat hakijan osaamista. (Waltari 2.4.2020.)

Persoonalliset, myyvät, ytimekkäät ja rohkeat hakemukset ovat sellaisia mitkä erottuvat joukosta. Myös perinteisistä poikkeavat formaatit, kuten videohakemukset ovat jääneet mieleen. (Kiiskinen 2.4.2020.)

2.2 Mikä on tärkeintä työhakemuksessa?

Kaikkein tärkeintä toivottujen tietojen, kuten osaamisen ja työhistorian lisäksi on aito innostuneisuus ja intohimo hakemaansa työpaikkaa kohtaan. Työhakemukset, joissa hakija kertoo, miksi haluaa työskennellä juuri tässä kyseisessä yrityksessä ja mitä lisäarvoa hakija voisi tarjota erottuvat edukseen. (Waltari 2.4.2020.)

Todella usein hakemuskirjeissä ei ole mainittu lainkaan yritystä tai toimialaa, johon kandidaatti on hakemassa. Viittaaminen yritykseen, yrityksen tuotteeseen, palveluun, yrityskulttuuriin tai esimerkiksi itseään kiinnostavaan toimialaan ovat tapoja erottua positiivisesti edukseen hakijoiden massasta ja osoittaa rekrytoijalle aitoa kiinnostusta yritystä ja työpaikkaa kohtaan. (aTalent Recruiting.)

Työhakemuksessa on tärkeintä korostaa niitä osaamisalueita, jotka ovat relevantteja haetavan työtehtävän ja työnantajan näkökulmasta relevantteja. Turhat latteudet, kuten ”olen sosiaalinen ja positiivinen” kannattaa jättää pois, sillä ne eivät oikeasti tuo hakemuksen lukijalle lisäarvoa sanojen subjektiivisuuden takia, hän kun ei voi niitä validoida. (Kiiskinen 2.4.2020.)

2.3 Minkälaista lisäarvoa portfolio tuo työhakemukseen?

On aloja, joilla työnäytteillä voi menestyksekkäästi todentaa omaa ammattitaitoaan. Näillä aloilla onkin yleistynyt portfolion esittely joko sähköisessä muodossa, Cd-levynä tai paperilla kansiomuodossa. Se sopii hyvin esimerkiksi projektin, mainoskampanjan, omien työnäytteiden tai asiantuntijuuden esittelyyn. (Hoppe & Laine 2014, 42)

Portfolio tuo työhakemukseen mukaan konkretiaa ja havainnollistaa hyvin hakijan osaamista ja mitä hän on käytännössä tehnyt. Portfolio on todella hyvä ja mielenkiintoinen osa hakemusta ja se kannattaa aina ehdottomasti liittää mukaan hakemukseen, jos vain on mahdollista. (Waltari 2.4.2020.)

Portfolio on loistava tapa konkretisoida omaa osaamista avaamalla esimerkiksi prosesseja, tavoitteita sekä tuloksia. Portfolion avulla rekrytointipäätöstä tekevän henkilön on paljon helpompi arvioida kandin ja työnantajan yhteensopivuutta, jolloin päätöksenteko rekrytointiprosessin jatkamisesta nopeutuu. (Kiiskinen 2.4.2020.)

2.4 Mitkä muut hakijan toimenpiteet ovat tärkeitä työtä hakiessa?

Työhakijan oma aktiivisuus ja innostuneisuus haettavaa positiota kohtaan. Mikäli työpaikkailmoituksessa on annettu mahdollisuus ottamaan yhteyttä, niin tämän hyödyntäminen lisäkysymysten esittämiseen kannattaa hyödyntää. Myös hyvä ja ajatuksella kirjoitettu saatekirje on hakijalle aina eduksi. (Waltari 2.4.2020.)

Jokainen organisaatio haluaa palkata motivoituneita työntekijöitä ja kaikkein motivoituneimpia ovat yleensä ne, jotka näkevät kaiken sen vaivan, jonka omatoiminen yhteydenotto vaatii. Tehtäväsi on selvittää, onko yrityksessä tarvetta kaltaisellesi osaajalle. (Hoppe & Laine 2014, 21)

Mikäli työhakemus lähetetään sähköpostitse, on tärkeää panostaa sähköpostin otsikkoon sekä itse sisältöön. Vaikka liitteenä oleva työhakemus olisi kuinka hyvä, vastaanottaja täytyy ensin saada avaamaan lähetetty sähköposti ja lukemaan siinä oleva saate. (Kiiskinen 2.4.2020.)

2.5 Neljä vinkkiä markkinointialan työnhakuun

Suunnitellessa työhakemusta tulisi olla rohkea ja luova sekä pohtia kuinka erottuisit satojen hakemusten joukosta. Korosta hakemuksessa niitä osa-alueita osaamisestasi mitä haettava positio vaatii. Esimerkiksi, jos työtehtäviin kuuluu vahvasti videotuotanto, niin lähetä hakemus videomuodossa. Lisää hakemukseesi mukaan linkit sosiaalisen median profiileihisi. Muista, että varsinkin markkinoinnin alalla esimerkiksi Instagram-tili toimii yhtä lailla portfolion tavoin, osoittaen hakijan visuaalista osaamista. Lisäksi verkostoituminen on tärkeää. Liity erilaisiin alan Facebook-ryhmiin ja osallistu keskusteluihin. Näin pääset rakentamaan omaa henkilöbrändiä mikä on alalla tärkeää. (Waltari 2.4.2020.)

Laatuun panostaminen on tärkeämpää kuin määrä. Älä lähetä identtistä massahakemusta kaikkiin mahdollisiin yrityksiin, vaan valikoi muutama aidosti kiinnostava paikka ja panosta hakemuksen yksilöintiin. Kannattaa myös etsiä piilotyöpaikkoja. Mahdollisen uuden työntekijän tarve on jo olemassa, mutta prosessissa ei vielä olla siinä vaiheessa, että rekrytointi-ilmoitus olisi julkaistavissa. Tähän saumaan on hyvä iskeä osuvalla avoimella hakemuksella. Myyvä ote työn hakemiseen on tärkeää. Asennoidu työhakemuksen kirjoittamiseen kuin laadukkaan tuotteen esittelytekstiin. Tämä vaatiikin työnhakijaa ajattelemaan omaa osaamista tuotteena tai palveluna. Lisäksi erilaisten formaattien kokeileminen työhakemuksessa kannattaa. (Kiiskinen 2.4.2020.)

Suomen kokeneimpiin uravalmentajiin lukeutuva Pilvi Nybom, Incoaching Oy:stä kokosi näppärän listan vinkeistä, joita noudattamalla haet töitä entistä tehokkaammin. (MonsterKlubi.) MonsterKlubi sivustolla Nybom painottaa miettimään omia vahvuuksia sekä osaamista, sillä työnhaku on hänen mukaansa ennen kaikkea oman talentin myyntiä ja markkinointia. Lisäksi hän kehottaa olemaan valveutuneita siitä, että vain osa työpaikoista tulee julkiseen hakuun. Nybomin mukaan suurin osa työpaikoista täytetään ”piilotyönhaun” keinoin. Hän lisää, että omien verkostojen hyödyntäminen piilotyönhaun keinona on tärkeää

tämän päivän työnhaussa. Lisäksi Nybom korosti, että oman motivaation korostaminen haettavaa työpaikkaa sekä yritystä kohtaan on tärkeää. (MonsterKlubi.)

3 Portfolion toteuttaminen

Tässä kappaleessa käsittelen toiminnallisen työn eli portfolion toteutuksen vaiheita. Kerroin portfolion tarpeen syntyisestä, ideoinnista, suunnittelusta, toteuttamisesta ja sen käyttämisestä työhaussa. Tämän opinnäytetyön päätavoite oli rakentaa ammattitaitoani monipuolisesti korostava portfolio avoimen työnhaun tueksi. Portfolion tarkoitus on tuoda esille persoonaani, havainnollistaa ammattitaitoani projektitöiden, kuvien ja tekstien avulla. Lisäksi tavoitteena oli portfolion rakentamisen myötä tunnistaa omaa osaamistani paremmin sekä saada varmuutta oman ammattitaidon myymiseen muun muassa työhaastattelutilanteisiin.

Aloittaessani työharjoittelupaikan etsimisen huomasin, että minulle soveltuvia positioita ei ollut avoimena kuin muutama. Tämän takia päätin lähestyä minua itseäni kiinnostavia yrityksiä avoimella hakemuksella.

Avointa työhakemusta käytetään silloin, kun työpaikkailmoitusta ei ole, vaan potentiaalista työnantajaa lähestytään oma-aloitteisesti. (Ukko Work.) Ukko Work -sivustolla kerrotaan, että avoin hakemus on markkinointikirje minkä avulla markkinoidaan itseään rekrytoijalle. Koska lähestymäni yritykset eivät hakeneet markkinointialan harjoittelijaa koin, että minun tulee erottautua edukseni jollain keinolla. Tarve portfoliolle syntyi tästä ajatuksesta.

3.1 Ideointivaihe

Portfolion ideointi käynnistyi siitä, kun pohdin mitä osaamista portfoliolla halusin potentiaalisille työnantajille näyttää. Koska hakemat positiot olivat markkinoinnin alalla, lähdin katsomaan asiaa siltä kantilta. Lähdin hakemaan tietoa työpaikkailmoituksista, että minkälaisia taitoja markkinoinnin alan työntekijältä odotetaan.

Management Institute of Finland haki markkinoinnin harjoittelijaa ja sen työpaikkailmoituksessaan korostui alan keskeisimmät vaatimukset. Yrityksen ilmoituksessa edellytettiin seuraavien taitojen perusteiden osaamista: Sosiaalisen median käyttökokemus ja osaaminen, sisällöntuotanto, kuvankäsittely- ja taitto-ohjelman osaaminen. Lisäksi yritys listasi seuraavat osaamiset eduksi: Hakukoneoptimoinnin perusteet, hakukonemainonta ja analytiikka sekä sosiaalisen median markkinointi. (Management Institute of Finland.)

Yleisimmät odotukset hakijalle mitkä nousivat esille, olivatkin sosiaalisen median käyttökokemus ja tuntemus, sisällöntuotanto valokuvilla sekä teksteillä ja markkinoinnin ideoimista toteutukseen asti.

Erinäisten yritysten vaatimusten ja osaamistoiveiden pohjalta tulin siihen tulokseen, että oman osaamisen monipuolisuuden korostaminen olisi työnhaun kannalta eduksi. Ideoinnin lopuksi päätin esitellä portfolioissani asiakasprojekteja kuvin sekä tekstein. Lisäksi halusin nostaa portfolioissa esiin sisällöntuotannollista osaamista visuaalisesti ja tekstintuotannon muodossa.

3.2 Portfolion suunnittelu ja sisällön valitseminen

Suunnitteluvaiheessa kävin ensimmäiseksi läpi portfolioon käytettävän potentiaalisen materiaalin. Tässä vaiheessa olin suorittanut enemmistön Haaga-Helian markkinoinnin ja viestinnän suuntautumisopinnoista ja niissä toteutettujen projektien tuotokset olivat valmiina. Koska lähes jokaisella toteutuneella kurssilla oli projektin toimeksiantajana oikea yritys, koin materiaalin olevan verrattavissa työelämässä toteutuneisiin projekteihin ja siksi relevantteja portfolioon.

Materiaalia läpi käydessäni listasin kaikki projektit mitkä olisivat hyödyksi työnhaun tukena portfolioissa. Relevantteja työnäytteitä projekteista valikoitui neljä. Jokaisesta valikoidusta projektista oli haluttua havainnollistavaa visuaalista materiaalia ja keräsin niistä talteen sellaiset kuvat, jotka havainnollistivat työn keskeiset toimenpiteet.

Kuvien lisäksi oli ajateltava mitä konkreettista halusin projekteista kertoa. Koska en halunnut portfolioista liian pitkää ja tekstirikasta, oli tiivistäminen tärkeää. Ajatuksenani oli tiivistää jokaisen projektin ydinajatus muutamalla lauseella. Oleellisimmiksi asioiksi nousivat toimeksiantojen tavoitteet, projektissa tehdyt keskeiset toimenpiteet sekä lopullinen ehdotus toimeksiantajalle. Nämä kolme kategoriaa tiivistivät tärkeimmän tiedon.

Opinnoissa toteutettujen projektien lisäksi halusin näyttää portfolioissa muutakin ammattitaitoa korostavaa sisältöä. Koska keskeisiksi markkinoinnin työtehtäviksi nousi sisällöntuotanto eri muodoissa, halusin korostaa myös sitä portfolioissani. Jo suoritettuun Haaga-Helian Digitaalisen markkinoinnin kurssin sisältöön kuului tuottaa alaan liittyviä blogitekstejä, joita päädyin käymään läpi portfolioa varten. Blogiteksteistä valikoitui kolme erilaista kirjoitusta liittyen keskeisesti digitaaliseen markkinointiin. Kirjoittamisen ja yritysprojektien toteuttamisen lisäksi halusin portfolioissani tuoda esiin myös osaamiseni valokuvauksen parissa.

Eteeni suunnittelussa siihen vaiheeseen, että sisältö oli lähestulkoon valittu. Seuraavassa vaiheessa toteutin portfolion rakenteen havainnoinnin ja jäsentelyn paperille. Tässä vaiheessa pohdin sivumäärää, järjestystä ja samalla ulkoasua. Suunnittelun etenemisessä tuli hidaste, kun eteeni tuli portfolion alustan valitseminen. Vaihtoehtoina oli joko toteuttaa portfolio verkkosivuna, Power Point-esityksenä tai Google Slides-ohjelmalla.

Erilaisten digitaalisten työkalujen hyödyntäminen on tärkeä osa markkinointia. Työkalujen avulla tehostetaan työnkulkua. (Suomen Digimarkkinointi Oy.) Koska Googlen työkalut eivät olleet minulle ennestään tuttuja, päädyin itseni kehittämisen vuoksi toteuttamaan portfolion Google Slides-ohjelmalla.

3.3 Toteutusvaihe

Portfolion toteutusvaihe käynnistyi tutustumalla Google Slidesiin. Huomasin, että Google Slides on hyvin samankaltainen kuin Power Point ja sen käyttö oli heti sujuvaa sekä helppoa. Helpoksi sen käytön teki samankaltaisuus Power Pointiin, mutta mielestäni eri toimintojen työkalut olivat loogisemmin löydettävissä. Google Slidessä myös diojen muokkaaminen ja vaihtaminen sujui ongelmitta. Ohjelman kanssa olikin helppo kokeilla erilaisia variaatioita ulkoasun suhteen.

Helppokäyttöisyytensä vuoksi portfolion kansi syntyi ensimmäisenä. Halusin pitää portfolion tyylin mahdollisimman minimalistisena ja selkeänä, joten kansikuvaan tuli ainoastaan ”Portfolio”, oma nimeni sekä vuosiluku. Seuraavalla sivulla halusin esitellä portfolion omistajan ja kertoa hieman mitä kyseinen portfolio pitää sisällään.

Portfolion sisältö

Tästä presenaatiosta löydät esimerkkejä projekteista, joihin olen osallistunut Haaga-Heliassa opiskellessani. Jokainen työ on tehty yhteistyössä oikeiden toimeksiantajien kanssa.

Lisäksi mukana on esimerkkejä tekemästani sisällöntuotannosta.

Kerron mielelläni lisää projekteista sekä omasta roolistani osana tiimiä.



Yhteystiedot:

Sensuroitu opinnäytetyöhön

Kuva 1 Portfolion esittelysivu

Esittelyosion jälkeen siirryin portfolion rakenteessa toimeksiantajayritysten kurssiprojekteihin. Koska halusin noudattaa portfolioissa siistiä ja selkeää ilmettä, päädyin tekemään jokaisen projektin alkuun kansisivu, missä ilmenee yrityksen logo ja sen alle projektin keskeisin tavoite kuten kuvassa 2. nähdään.



Kuva 2 Projektityön kansikuva

Kansikuvan jälkeiselle sivulle kokosin tiivistetysti projektin tavoitteen, tehdyt toimenpiteet sekä ehdotukset omien otsikoiden alle. Toteuttamista helpotti paperille suunnittelemani ideat sisällön suhteen ja sain keskeiset asiat esitettyä tiivistetysti.

Muokkasin sivun ulkoasua vasta, kun kaikki haluamani tekstisisältö oli kirjoitettu. Halusin portfolion ilmeestä selkeän, mutta yhtenäisen. Lukijaystävällisen kokemuksen vuoksi lisäsin projektityön toimeksiantajayrityksen logon jokaiselle sitä koskevalle sivulle, kuten kuvassa 2. ja 3. nähdään.



The image shows a project page for Inwido. The page is divided into three main sections: 'Tavoite' (Goal), 'Toimenpiteet' (Actions), and 'Ehdotukset' (Suggestions). The Inwido logo is in the top right corner. The text is in Finnish.

Inwido

Tavoite
Inwido halusi kasvattaa Pihla-tuotteiden eli ovien ja ikkunoiden myyntiä verkkokaupassa.

Toimenpiteet
Projektin aloitettiin lähtötilanteen kartoituksella, jossa analysoitiin seuraavia asioita:
- Verkkokaupan ostopolku
- Uusiasiakashankinnan kanavat

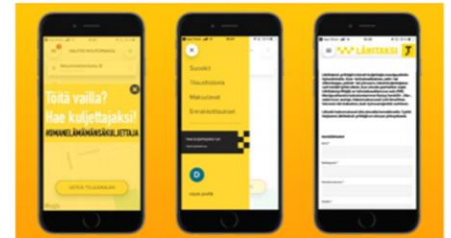
Ehdotukset:
- Ostopolun ja hakukoneoptimoinnin parantaminen
- Verkkokaupan promoaminen messuilla
- Kaupalliset yhteistyöt
- Sosiaalisen median sisältöjen tarkempi kohdentaminen relevantille yleisölle
- Verkkokaupan yhteydessä oleva interaktiivinen suunnittelupalvelu

Kuva 3. Projektityön toinen sivu

Jokaisesta portfolioon valitusta projektista löytyi visuaalista aineistoa ja tekstiä kurssia varten tehdyistä raporteista ja esityksistä. Laajojen projektien selittäminen muuttamalla lauseella osoittautui suunnitelmasta huolimatta hankalaksi. Portfolioon valikoituikin kuvat, joissa projektien sisältö avautui laajemmin, kuten kuvassa 4. nähdään.

Rekrytointimalli

- Perusidea: Kuljettajat rekrytoivat uusia työntekijöitä saaden bonuksia jokaisesta uudesta rekrytoidusta kuljettajasta. Kuuden kuukauden jaksoissa pidetään myös kuljettajien kesken rekrytointikilpailu, jossa eniten rekrytoinut kuljettaja palkitaan.
- Kuljettajan rekrytointiin tukena houkuttelevia mainoksia LähiTaksin autojen sisällä: selkänojan ja hanskalokeron päällä. Mainosten tarkoituksena saada asiakas kiinnostumaan kuljettajan työstä ja tiedustelemaan kuljettajalta lisätietoa. Kyseisissä tapauksissa työnhakija mainitsee kuljettajan työtä haettaessa.
- Mainitessaan työhakemuksessa auton numeron/kuljettajanumeron, työnhakija olisi etusijalla rekrytointiprosessissa
 - Prosessin helpottamiseksi auton numero/kuljettajanumero olisi hyvin näkyvällä paikalla auton sisällä
 - Mobiilisovellukseen tulisi mahdollisuus täyttää työhakemus nopeasti ja vaivattomasti, mainoksissa myös kehoitettaisiin käyttämään sovellusta töitä haettaessa.



Kuva 4 Projektityötä tekstein kuvaileva sivu

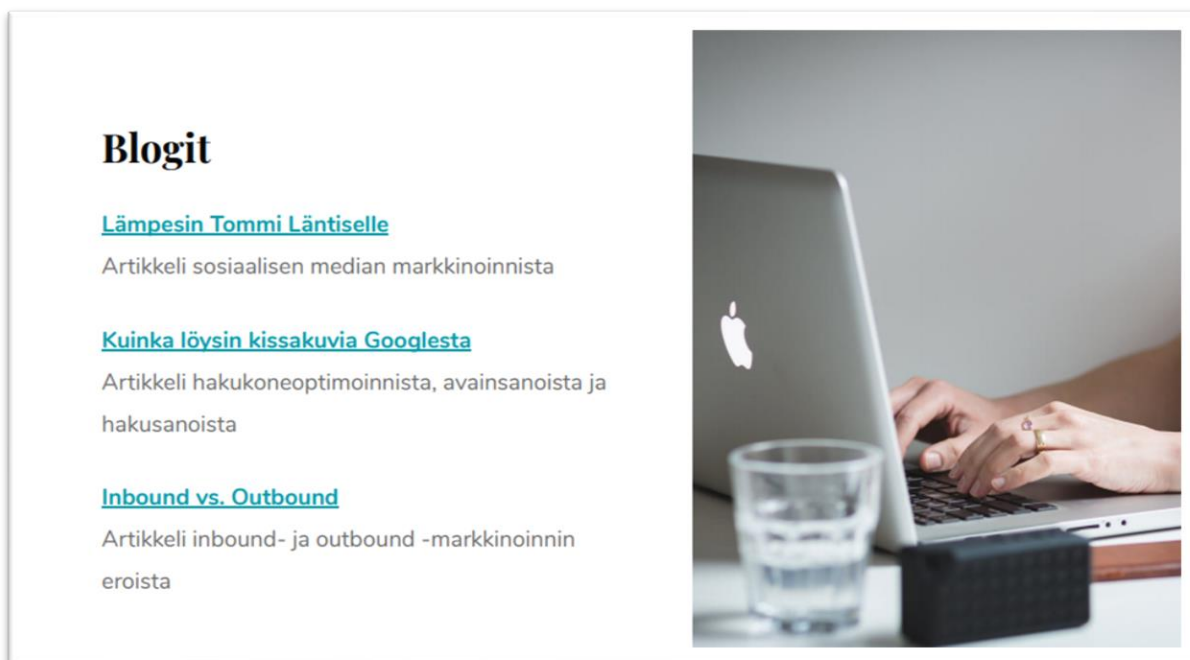
Suunnitelman mukaisesti portfolioon valikoitui neljä erilaista ja työnhaun kannalta relevanttia projektityötä. Jokaisessa projektissa erilaiset markkinoinnin toimet olivat pääroolissa. Lisäksi digitaalinen osaaminen, innovatiivinen ajattelu sekä myynnillinen aspekti korostuivat. Nämä kaikki elementit olivat juuri niitä mitä portfolioissa halusin tuoda esiin. Halusin esitellä projektityöt heti ensimmäisenä esittelysivun jälkeen.

Projektitöiden jälkeen halusin osoittaa myös muuta ammattiosaamistani sisällöntuotannon saralla. Projektitöiden jälkeen tein portfolioon uuden välilehden otsikolla "Esimerkkejä sisällöntuotannosta". Siitä seuraavalla sivulla oli kuudesta valikoidusta valokuvasta koostuva kuvakollaasi, kuten kuvassa 5. nähdään.



Kuva 5 Portfolion sivu valokuvanäytteistä

Visuaalisen osion jälkeen lisäsin portfolioon suunnitelman mukaisesti kolme erilaista blogitekstiä. Google Slides-alustaan sai upotettua ulkopuolisia linkkejä ja nimetä ne haluamallaan tavalla. Päädyin nimeämään linkit blogitekstin omilla otsikoilla. Koska otsikot eivät kertoneet tai antaneet viittauksia blogin sisällöstä, päädyin jo suunnitelmassa kertomaan otsikon alle, mistä teksteissä on kyse, kuten kuvassa 6. näkyy.



Kuva 6 Portfolion blogisivu

Blogisivun jälkeen halusin lisätä vielä jotain lukijalle lisäarvoa tuovaa. Päädyin lisäämään portfolion viimeiselle "Kiitos" -välilehdelle "lisää minusta" alaotsikon. Alaotsikon alle lisäsin linkit LinkedIn sekä Instagram-profiiliini. LinkedIn-profiilin halusin lisätä sen vuoksi, että minun työhistoriani ja ammatillinen osaaminen on helposti tarkasteltavissa suoraan portfolion kautta. Instagram-profiilini lisäsin portfolioon sisällöntuotannollisesta syystä sekä osoittamaan vahvaa osaamista sosiaalisen median parissa. Linkkien lisäämisen kautta halusin, että potentiaalinen tuleva työnantaja voi halutessaan tutustua minuun hieman lisää jo portfolion kautta.

Perusteellisesti tehdyn suunnitelman ansiosta toteutusvaihe sujui ongelmitta ja loogisessa järjestyksessä. Viimeisenä vaiheena tarkastin portfolion ulkoasun läpi, oikoluin tekstit ja asettelin kuvat niin, että portfolio muotoutui eheäksi ja selkeäksi kokonaisuudeksi. Latasin portfolion pdf-tiedostona, jotta se on helppo lisätä hakemuksiin liitteeksi.

3.4 Portfolion käyttäminen ja tulokset

Tässä osiossa käsittelen portfolion käyttöönottoa työnhaussa ja sen tuomista tuloksista. Koska lähtökohtana oli olemassa olevien markkinointialan harjoittelupaikkojen vähyyys, halusin lähestyä yrityksiä avoimella hakemuksella.

Aloitin työharjoitteluun hakemisen listaamalla itseäni kiinnostavat yritykset paperille ja etsimällä oikeiden henkilöiden yhteystiedot. Valikoituneet yritykset olivat sellaisia, joissa halusin työskennellä oman kiinnostuksen kohteen vuoksi. Tällainen yritys oli esimerkiksi Musti ja Mirri. Musti ja Mirri on ruotsalaisomisteinen lemmikkieläintarvikkeiden erikoisliikeketju, joka on Pohjoismaiden suurin. (Wikipedia.) Lisäksi listalle valikoitui myös yrityksiä missä olen ollut asiakkaana pitkään. Tällainen yritys oli esimerkiksi Ruohonjuuri. Ruohonjuuri Oy on vuonna 1982 perustettu eko- ja luomutuotteiden erikoismyymäläketju. (Wikipedia.) Lisäksi listalle valikoitui yrityksiä, jotka vain vaikuttivat kiinnostavilta työnantajilta.

Lähestyin yrityksiä sähköpostitse ja itse avoin hakemus muotoutui sähköpostiviestiin. Jokainen sähköposti otsikoitiin napakasti ”Työharjoittelija ilmoittautuu” -tekstillä, tarkoituksena oli estää viestin hukkuminen muun saapuvan postin joukkoon. Kirjoitin hakemustekstit kohdennetusti kyseiselle yritykselle, kertoen miksi halusin hakea juuri tähän yritykseen harjoittelijaksi ja mistä yritys oli minulle tuttu. Lisäksi teksti sisälsi informatiivisen osion opintojeni tilanteesta sekä siitä minkälaista harjoittelua olin hakemassa. Viestin lopussa kerroin työnäytteideni olevan portfolio muodossa liitteenä. Jokaiseen sähköpostiviestiin liitettiin liitteeksi tehty portfolio sekä ansioluettelo. Kuvassa 7. nähdään hakemusteksti yritykselle Musti ja Mirri

Minä ja seniorikoira Pippuri olemme olleet Mustin ja Mirrin vakioasiakkaita jo useamman vuoden ajan. Aina, kun asioimme myymälöissänne, saamme erinomaista ja asiantuntevaa asiakaspalvelua. Nyt haluaisin olla mukana vahvistamassa tätä kokemusta myös digitaalisissa kanavissa. Tästä syystä halusinkin lähestyä teitä avoimella hakemuksellani!

Olen kolmannen vuoden tradenomiopiskelija Haaga-Heliassa ja olen päässyt opinnoissani siihen vaiheeseen, että teoria tulisi laittaa käytäntöön työharjoittelun merkeissä. Olen suuntautunut markkinointiin ja viestintään, mutta myynnillinen maailma kiehtoo minua myös. Olenkin erityisen kiinnostunut näiden yhteispelistä.

Olen 30-vuotias helsinkiläinen innostuva, idearikas ja tiedonjanoinen nainen. Ammatillisen arvomaailmani kulmakivenä on oma kehittyminen ja sen kautta parhaan tuloksen saavuttaminen. Olen nopea oppimaan ja pyrin kehittämään itseäni myös vapaa-ajallani. Luonteeltani olen sosiaalinen, iloinen sekä avulias.

Kerron itsestäni mielelläni lisää kasvotusten. Liitteenä löydät portfolioni ja CV:n.

Kuva 7 Sähköpostitse lähetetty avoin hakemusteksti yritykselle Musti ja Mirri

Kahden viikon ajan lähetin avoimia hakemuksia portfolion kanssa yhteensä seitsemään-toista eri yritykseen. Vastauksia takaisinpäin sain yhteensä kymmenen kappaletta. Näistä kielteisiä vastauksia työharjoittelun osalta oli kuusi kappaletta. Jokaisessa kielteisessäkin vastauksessa oli paljon positiivista palautetta hyvästä hakemuksesta sekä varsinkin paljon kehuja portfoliostani. Sain kiitosta portfolion ulkoasusta, kattavuudesta ja monipuolisuudesta. Monet kiittelivät kovasta panostuksesta ja kertoivat arvostavansa vaivannäköäni. Kyseiset yritykset kertoivat myös säilyttävänsä hakemukseni, mikäli heillä tilanne muuttuu.

Vastauksista neljä kappaletta johti haastattelukutsuun. Kävin kahdessa eri yrityksessä työhaastattelussa, joista molemmista minulle tarjottiin työharjoittelupaikkaa digitaalisen markkinoinnin parissa. Molemmissa tapaamisissa haastattelijat olivat tulostaneet portfolioni ja tehneet muistiinpanoja kysyäkseni minulta lisätietoja työnäytteistä. Toinen yritys valikoitui työhaastattelun perusteella sopivammaksi työharjoittelupaikaksi itselleni. Kahteen viimeiseen työhaastatteluun ei edetty, jo sovittu harjoittelupaikan löytyttyä.

Digitaalisen markkinoinnin työharjoittelu alkoi vuoden 2020 tammikuussa ja päättyi saman vuoden huhtikuussa. Harjoittelujakson jälkeen yrityksestä tarjottiin minulle vakituista työ-sopimusta samoihin tehtäviin ja se jatkui suoraan harjoittelujakson jälkeen.

4 Pohdinta

Opinnäytetyöprosessi oli viimeinen Haaga-Heliassa suoritettava etappi ja siihen motivoi valmistuminen ja työelämään kokonaan siirtyminen. Koska minut vakinaistettiin markkinoinnin assistentin pestiin, halusin saada opinnäytetyön tehtyä siten, että se voisi olla hyödyksi myös muille.

Tämä luku on yhteenveto portfolion onnistumisesta ja opinnäytetyöprosessista kokonaisuudessaan. Ensimmäiseksi arvoinkin portfolion onnistumista ja sitä olenko tyytyväinen sen tuomiin lopputuloksiin. Lisäksi pohdin tulevaisuuden mahdollisuuksia portfoliolle sekä esitän kehitysideoita. Aivan lopuksi arvioin opinnäytetyöprosessia kokonaisuudessaan. Kuinka onnistuin, minkälaisia haasteita kohtasin ja mitä opin tästä kaikesta.

4.1 Portfolion onnistuminen ja kehittäminen

Koska portfolion idea syntyi tarpeesta erottua työhaussa ja melko pikaisella aikataululla, koen onnistuneeni portfolion rakentamisessa erittäin hyvin. Perusteellisen suunnitelman ansiosta portfolion toteuttaminen sujui vaivattomasti. Olen tyytyväinen portfolion tämänhetkiseen sisältöön ja ulkoasuun.

Koska materiaalit kurssiprojekteista olivat runsaita ja kokonaisuudet monimutkaisia, oli tärkeiden asioiden tiivistäminen ensisijaista. Minun tuli katsella asioita objektiivisesti ja sen avulla saada työhaun kannalta tärkeimmät asiat kerrottua. Tämä tuotti toisinaan haasteita, koska asiat olivat itselleen hyvin selkeitä. Onnekseni sain käyttää puolisoani testiyleisönä, jonka avulla projektien tiivistäminen helpottui.

Mielestäni suurin hidaste portfoliota tehdessäni oli sen alustan valitseminen. Ensimmäinen idea oli tehdä portfolio verkkosivuna, mutta koin sen vievän liikaa aikaa. Toinen vaihtoehto oli Power Point esitys, mutta koin sen olevan taas liian vanhanaikainen. Hetken tutkittuani erilaisia variaatioita päädyin Googlen Slides-työkaluun. Halusin haastaa itseäni hieman käyttämällä itselleni uutta alustaa ja onnistuin siinä mielestäni hyvin. Olen myös tyytyväinen valintaani, sillä nykyisessä työpaikassa käytetään ainoastaan Googlen työkaluja.

Kokonaisuudessaan olen todella tyytyväinen siihen, että päädyin tekemään portfolion työhaun tueksi. Sitä tehdessäni opin tunnistamaan omia vahvuuksiani paremmin ja sitä kautta tuomaan niitä esiin itsevarmemmin työhaastattelutilanteissa. Uskon myös, että ero-

tuin muiden hakijoiden joukosta edukseni ja sainkin paljon kehuja panostuksestani. Portfolion käyttäminen työnhaussa johti oman alan harjoittelupaikan saamiseen ja siitä vakituisen työsuhteeseen. Täten koen, että asettamani tavoitteet täytyivät täysin.

Kun kokemusta ja uusia työnäytteitä kerääntyy, voi portfoliotakin muokata sen mukaan. Koska rakentamani portfolio sisältää tällä hetkellä vain koulussa tehtyjen projektien työnäytteitä, sen päivittäminen tulee ajankohtaiseksi ennemmin tai myöhemmin. Kun materiaalia on enemmän ja monipuolisemmin, on portfolioa helpompi päivittää kohdennetusti painottumaan tietyille osaamisalueelle, kuten verkkokaupan kehittämiseen ja markkinointiin.

Itseni kehittämisen kannalta en ole sulkenut pois ajatusta siitä, että portfolion siirtäisi tulevaisuudessa verkkosivulle. Omien verkkosivujen pystyttämisen kautta oppisin uuden taidon sekä pääsisin ilmaisemaan persoonaani vieläkin enemmän, esimerkiksi videotervehdyksen muodossa. Verkkosivun linkki olisi myös helppo lisätä sähköposteihin sekä hakemuksiin mukaan.

4.2 Opinnäytetyön prosessin arviointi ja oma oppiminen

Opinnäytetyö on mielestäni aina ollut se iso projekti mihin koko opiskelu kulminoituu, ja sen vuoksi se on tuntunut itselleen melko stressaavalta projektilta. Stressiä lisäsi, kun minun oli alkuun hankala keksiä opinnäytetyölleni aihetta, kunnes ohjaajan kanssa keskusteltua päädyimme tähän ja olen siihen erittäin tyytyväinen.

Opinnäytetyöprojektia aloittaessa olin jo työelämässä ja asennoidun opinnäytetyöhön siten, että halusin vain saada sen tehdyksi. Opinnäytetyön suunnitelmaa tehdessäni motivaationi kuitenkin kasvoi ja halusin rakentaa lopullisesta työstäni selkeän sekä eheän kokonaisuuden. Sellaisen, josta voisin olla ylpeä ja mistä saattaisi olla jollekin hyötyä.

Aloitin suunnitelman ja aikataulun tekemisen ajoissa ja pyrin noudattamaan omia asettamia aikarajoja. Huomasin kuitenkin tuudittautuvani siihen, että minulla on hyvin aikaa aloittaa opinnäytetyön raportoiminen ja täten omat aikatauluni pettivät. Koen, että suurimman työn tein viimeisen kuukauden aikana.

Hankalin osuus minulle oli tietoperustan koostaminen. Olin suunnitellut, että aloitan raportoinnin minulle hankalimmasta osuudesta, eli tässä tapauksessa tietoperustasta. En kuitenkaan saanut sitä etenemään, jolloin jätin sen myöhemmäksi. Halusin käyttää opinnäytetyössäni ajankohtaista tietoa tämän päivän työnhausta ja erottautumisesta työnhakijana. Koska tällaista tarvittavaa tietoa en onnistunut löytämään, päädyin yhdessä ohjaajani

kanssa, että haastattelen tietoperustaani varten kahta asiantuntijaa. Heidän haastattelu-vastauksensa avasivat myös omia silmiäni ja huomasin, että olin itsekin käyttänyt heidän vinkkaamiaan asioita omassa työnhaussa. Mielestäni heidän antamansa vastaukset ovat arvokasta ja hyödyllistä tietoa opinnäytetyön kannalta. Haastattelukysymykset rakensivat tietoperustan rungon ja asiantuntijoiden vastauksia oli täten helppo täydentää muilla lähteillä.

Toiminnallisen osuuden raportointi oli taas täysin päinvastainen kokemus. Aloitin raportin kirjoittamisen siitä, sillä portfolion koko prosessi oli minulle hyvin selkeä. Vaikkakin itse portfolio on opinnäytetyön liitteenä, halusin helpottaa lukijaa lisäämällä kuvia tekstini tueksi. Näin lukijan on paljon helpompaa ymmärtää mistä kerron. Mielestäni onnistuin kertomaan ja perustelemaan kaikki valinnat portfolion suhteen selkeästi. Portfoliosta tuli minun näköiseni ja käytin sitä ylpeänä harjoittelupaikkaa hakiessani.

Kokonaisuudessaan voin sanoa olevani tyytyväinen opinnäytetyöprosessiin sekä portfoliooni. Suoriuduin tästä projektista itselleni armollisena oudossa maailman tilanteessa ja nyt minulla on portfolio mitä voin jatkossa käyttää työnhaussa. Opin tunnistamaan omia taitoja paremmin ja koen olevani jatkossa itsevarmempi työnhakija. Voin nyt hyvin mielin päättää tämän projektin ja jatkaa työni parissa minkä portfolioni avulla sain hankittua.

Lähteet

aTalent Recruiting. Miten erottua työnhaussa muista hakijoista? Luettavissa: <https://atalent.fi/blog/miten-erottua-tyonhaussa-muista-hakijoista>. Luettu: 2.5.2020.

Duunitori. Työhakemus. Luettavissa: <https://atalent.fi/blog/miten-erottua-tyonhaussa-muista-hakijoista>. Luettu: 3.5.2020.

Hoppe, T., Laine, T. 2014. Työnhakuopas: Mitä, Miten, Missä? E-Kirja. Alma Talent Oy.

Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulu. Tulevaisuuden työhakemukset ovat muutakin kuin tekstiä paperilla. Luettavissa: <https://www.xamk.fi/tutkimus-ja-kehitystoiminnan-blogi/tulevaisuuden-tyohakemukset/>. Luettu: 6.5.2020.

Kiiskinen, J. 2.4.2020. Senior Design Consultant. Columbia Road. Haastattelu. Helsinki.

Management Institute of Finland. Markkinoinnin harjoittelija. Luettavissa: <https://mif.fi/markkinoinnin-harjoittelija/>. Luettu: 14.11.2019.

MonsterKlubi. Uravalmentajan 10 vinkkiä tehokkaaseen työnhakuun. Luettavissa: <https://www.monsterklubi.fi/uravalmentajan-10-vinkkia-tehokkaaseen-tyonhaakuun/>. Luettu: 3.5.2020.

Suomen Digimarkkinointi Oy. Googlen työkalut, jotka digimarkkinoijan tulee ottaa haltuun. Luettavissa: <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/googlen-tyokalut>. Luettu: 26.4.2020.

Ukko Work. Mikä on avoin työhakemus? Voiko sen syödä? Luettavissa: <https://www.ukko-work.fi/avoin-tyohakemus-mika-se-on/>. Luettu: 18.4.2020.

Waltari, H. 2.4.2020. Digitaalisen markkinoinnin johtaja. Ruohonjuuri. Haastattelu. Helsinki.

Wikipedia. Musti ja Mirri. Luettavissa: https://fi.wikipedia.org/wiki/Musti_ja_Mirri. Luettu: 23.4.2020.

Wikipedia. Ruohonjuuri. Luettavissa: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Ruohonjuuri>. Luettu: 23.4.2020.

Liitteet

Liite 1. Portfolio

Portfolio

Mariele Aug | 2019

Portfolion sisältö

Tästä presenaatiosta löydät esimerkkejä projekteista, joihin olen osallistunut Haaga-Heliassa opiskellessani. Jokainen työ on tehty yhteistyössä oikeiden toimeksiantajien kanssa.

Lisäksi mukana on esimerkkejä tekemästani sisällöntuotannosta.

Kerron mielelläni lisää projekteista sekä omasta roolistani osana tiimiä.



Yhteystiedot:

Sensuroitu opinnäytetyöhön

inwido

Pihla-tuotteiden myynnin kasvattaminen verkkokaupassa

inwido

Tavoite

Inwido halusi kasvattaa Pihla-tuotteiden eli ovien ja ikkunoiden myyntiä verkkokaupassa.

Toimenpiteet

Projekti aloitettiin lähtötilanteen kartoituksella, jossa analysoitiin seuraavia asioita:

- Verkkokaupan ostopolku
- Uusiasiakashankinnan kanavat

Ehdotukset:

- Ostopolun ja hakukoneoptimoinnin parantaminen
- Verkkokaupan promoaminen messuilla
- Kaupalliset yhteistyöt
- Sosiaalisen median sisältöjen tarkempi kohdentaminen relevantille yleisölle
- Verkkokaupan yhteydessä oleva interaktiivinen suunnittelupalvelu



Uusien asiakkaiden houkuttelu ensisijaista → somemarkkinoinnin tehostaminen eri keinoin

- Instagram
 - Lisää sisältöä
 - Oma hashtag
 - Asiakkaiden kuvien ja valmiin aktiivisuuden hyödyntäminen
 - Kuvissa linkki verkkokauppaan
- Facebook
 - Facebookin ja Instagramin yhdistäminen
 - Maksettu mainos → keski-ikäiset, joiden kiinnostuksena rakennus ja urakointi, sijainti pääkaupunkiseudun ulkopuolelle

○ Kampanjat

- Hakukoneoptimointi
 - Luonnolliset haut
 - Panostetaan ongelmakohtaisiin hakusanoihin

○ Messut

- Lisätään verkkokaupan näkyvyyttä messuilla

○ Kaupallinen yhteistyö

- Remontti-ohjelma
- Yritykset

OSALLISTU ARVONTAANI

Voittajalle käyttöön
5000 €
ikkunoihin ja oviin.

Osallistu arvontaan

Pihlan ViSu-palvelu

Suunnittelupalvelu, jossa asiakas pystyy mallaamaan eri ikkunoita ja ovia eri materiaaleja vasten.

Käyttäjä pystyy lataamaan ViSu-palveluun eri pintamateriaaleja itse.





Rekrytointikonseptin kehittäminen



Tavoite

Olemassa olevien rekrytointikeinojen tehostaminen, uuden konseptin kehittäminen ja sen visualisointi prototyypin avulla.

Ehdotus:

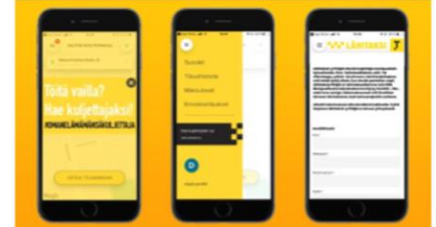
Nykyisten työntekijöiden hyödyntäminen rekrytoinnissa: bonusmalli, joka motivoi olemassa olevia kuljettajia rekrytoimaan uusia.

Toimenpiteet

Taksialan ja kilpailijoiden analysointi rekrytoinnin ja työntekijöiden palkitsemisen näkökulmasta.

Rekrytointimalli

- Perusidea: Kuljettajat rekrytoivat uusia työntekijöitä saaden bonuksia jokaisesta uudesta rekrytoidusta kuljettajasta. Kuuden kuukauden jaksossa pidetään myös kuljettajien kesken rekrytointikilpailu, jossa eniten rekrytoinut kuljettaja palkitaan
- Kuljettajan rekrytoinnin tukena houkuttelevia mainoksia LähiTaksin autojen sisällä: selkänöjassa sekä hanskalokeron päällä. Mainosten tarkoituksena saada asiakas kiinnostumaan kuljettajan työstä ja tiedustelemaan kuljettajalta lisätietoa. Kyseisissä tapauksissa työnhakija mainitsee kuljettajan työtä haettaessa
- Mainitessaan työhakemuksessa auton numeron/kuljettajanumeron, työnhakija olisi etusijalla rekrytointiprosessissa
 - Prosessin helpottamiseksi auton numero/kuljettajanumero olisi hyvin näkyvällä paikalla auton sisällä
 - Mobiilisovellukseen tulisi mahdollisuus täyttää työhakemus nopeasti ja vaivattomasti, mainoksissa myös kehoitettaisiin käyttämään sovellusta töitä haettaessa.



Rekrytointimallin aikajana kuljettajan näkökulmasta



East Asia Mart®

東亞超市

Verkkokaupan tunnettuuden ja myynnin lisääminen

East Asia Mart®

東亞超市

Tavoite

Verkkokaupan tunnettuuden sekä myynnin kasvattaminen suomalaisten kuluttajien keskuudessa.

Toimenpiteet

Projekti aloitettiin tutkimalla kuluttajien käyttäytymistä verkkokaupassa LuckyOrange-ohjelman avulla. Asiakasymmärryksen lisäämiseksi hyödynsimme myös digitaalista mystery shopping -metodia.

Ehdotus:

Kanta-asiakasjärjestelmä, missä kerätään pisteitä ja saadaan erilaisia etuja.

Linkki prototyyppiin:

Sensuroitu opinnäytetyöhön

Folksam

Digitaalisen asiakasportaalin parantaminen

Folksam

Tavoite

Asiakasportaalin kehittäminen asiakasystävällisemmäksi ja helppokäyttöisemmäksi.

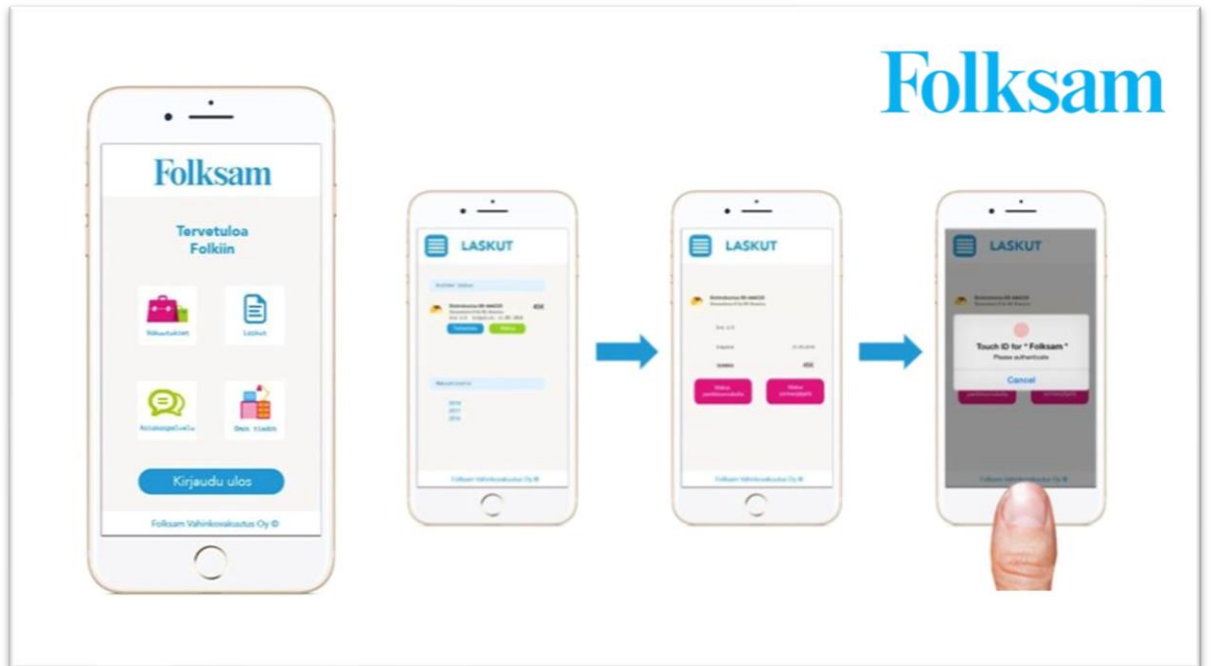
Toimenpiteet

- Olemassa olevien asiakastietojen laadullinen ja määrällinen tutkimus.
- Kilpailijoiden itsepalvelukanavien analysointi.

Ehdotus:

Mobiilisovellus Folk, jonka kautta pääsee hoitamaan kaikki vakuutusasiat helposti sormenjälkitunnistautumisen avulla.

Päätöksen takana oli helppous: asiakas voi hoitaa vakuutusasiansa milloin ja missä tahansa.



Esimerkkejä sisällöntuotannosta

2018-2019



Blogit

[Lämpesin Tommi Läntiselle](#)

Artikkeli sosiaalisen median markkinoinnista

[Kuinka löysin kissakuvia Googlesta](#)

Artikkeli hakukoneoptimoinnista, avainsanoista ja hakusanoista

[Inbound vs. Outbound](#)

Artikkeli inbound- ja outbound -markkinoinnin eroista



Kiitos!

Lisää minusta:

<https://www.linkedin.com>

<https://www.instagram.com>

Sensuroitu opinnäytetyöhön