

## Henkilöbrändäys tukena työnhaussa

Inka Korhonen

Opinnäytetyö

Liiketalouden koulutusohjelma

2020



<b>Tekijä(t)</b> Inka Korhonen	
<b>Koulutusohjelma</b> Liiketalouden koulutusohjela	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Henkilöbrändäys tukena työnhaussa	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 22 + 2
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena on verkkoportfolion rakentaminen ja henkilöbrändäyksen vaikutus työnhakuun. Opinnäytetyössä perehdytään verkkoportfolion tekemiseen hyödyntäen henkilöbrändäystä.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperusta perustuu henkilöbrändäykseen ja sen rakentamiseen. Työssä käsitellään mitä henkilöbrändi tarkoittaa ja kuinka siitä rakennetaan sosiaalista mediaa hyödyntäen.</p> <p>Toiminnallisessa osiossa kuvataan, kuinka verkkoportfolion rakentaminen on tapahtunut, mitä verkkoportfolioon sisältyy, kuinka työnäytteet on valittu ja kuinka oma sivusto on rakennettu. Tässä osiossa verkkoportfolio esitellään kokonaisuudessaan.</p> <p>Viimeisessä osiossa löytyy pohdinta, jossa opinnäytetyön tekijä arvioi omaa onnistumistaan, kertoo prosessista ja jatkosuunnitelmistaan. Osiossa käsitellään verkkoportfolion onnistumista. Verkkoportfoliota voi tarkastella osoitteesta: <a href="https://inka-julia97.wixsite.com/website">https://inka-julia97.wixsite.com/website</a></p>	
<b>Asiasanat</b> Verkkoportfolio, Henkilöbrändäys, työllistyminen	

## Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaukset.....	1
1.2	Luova toimisto Krea.....	2
2	Henkilöbrändäys.....	3
2.1	Henkilöbrändin rakentaminen.....	3
2.2	Henkilöbrändin merkitys työhaussa.....	5
3	Portfolion tuottaminen.....	6
3.1	Lähtökohdat.....	6
3.2	Portfolion suunnittelu.....	6
3.3	Kohderyhmä ja ostajapersoona.....	7
3.4	Taidonnäytteiden valitseminen portfolioon.....	9
3.5	Tuotoksen nimi ja kuvaus.....	9
4	Portfolion esittely.....	11
4.1	Työnäytteet.....	14
5	Pohdinta.....	17
5.1	Palaute verkkoportfoliosta.....	17
5.2	Produktin arviointi.....	18
5.3	kehitysideat.....	18
5.4	Jatkosuunnitelmat.....	19
5.5	Opinnäytetyöprosessin arviointi ja oma oppiminen.....	20
	Lähteet.....	23
	Liitteet.....	25

# 1 Johdanto

Tämänhetkisessä liike-elämässä eletään suurta muutosta. Työskentelytavat ja teknologia muuttuvat kovaa vauhtia, ja työntekijöiden on pysyttävä uudistusten mukana. Sama pätee työnhakijoihin. Työnhakijoilta vaaditaan yhä enemmän ja enemmän näyttöä siitä, miksi juuri heidät kannattaisi valita kyseiseen työtehtävään.

Vastavalmistuneiden nuorten on oltava valmiita osoittamaan potentiaalinsa jo heti työnhakutilaisuudessa. Useat työpaikat odottavat vastavalmistuneilta taitoa ja tietoa. Jos todella työpaikan haluaa, pitää osata erottautua massasta. Myös harjoittelupaikan saaminen vaatii paljon ammattikorkeakouluopiskelijoilta – mikään ei tule ilmaiseksi.

Koventuneen kilpailun vuoksi henkilöbrändäys on noussut otsikoihin viime vuosina. Työnhakijan täytyy osata henkilöbrändätä itsensä ja tuoda parhaat taitonsa esille. Etenkin luovilla aloilla erottautuminen työhakuprosessissa on noussut voimakkaasti esille. Työnantajat vaativat luovan alan työntekijöiltä jotain konkreettista, kuten näytteitä aikaisemmista töistä ja projekteista. Tavanomaisen CV:n ja hakemuskirjeen lisäksi luovalla alalla työskentelevien on mahdollista omille nettisivuille luotavan portfolion avulla osoittaa työnantajalle jotain konkreettista omista taidoistaan, kuten työ- tai kouluprojekteja. Työnantajan on helppo tutustua hakijaan ja hänen töihinsä, kun saa linkin nettisivuille. Portfolion avulla erottautuu myös työnhakijana massasta, kun omaa persoonallisuuttaan pääsee tuomaan paremmin esille. Portfolio tuo valtavasti lisäarvoa työnhakuun.

Itselleni portfolio on hyvin ajankohtainen, koska haen harjoittelupaikkaa markkinoinnin alalta. Olen nyt noin vuoden verran opiskellut markkinointia Haaga-Heliassa, ja monenlaisia projekteja liittyen markkinointiin on takana päin. Koen portfolion tukevan työhakuprosessiani vahvasti, koska pääsen näyttämään työnantajalle heti konkreettisesti taitojani. Portfolion ja opinnäytetyön koen olevan kaksi asiaa, jotka vievät minua eteenpäin urallani – molemmat ovat ajankohtaisia asioita, joiden tekeminen on väistämätöntä.

## 1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaukset.

Opinnäytetyön tavoite on luoda portfolio, joka tuo ammattitaitoani työhakuprosessissa esille luovan alan asiantuntijana. Portfolion tavoite on saada itselleni harjoittelupaikka. Portfolion tarkoitus on näyttää työnantajalle, mitä kaikkea olen päässyt jo opiskelujeni aikana tekemään ja mahdollistaa erottuvuuteni työnhaussa. Portfolion jatkuva päivittäminen uran edetessä tukee henkilöbrändäyksen jatkuvuutta. Alatavoitteena on tutustua myös enemmän henkilöbrändäykseen ja sen vaikutukseen työmarkkinoilla.

Etenkin sosiaalisen median vaikutus työhauissa kiinnostaa. Mittareina työssäni käytän omaa työllistymistäni ja palautteita työelämästä. Portfolion myötä toivon saavani harjoittelupaikan, sekä uusia työmahdollisuuksia myös jatkossa Pyydän palautetta myös kollegaltani, minkä koen tärkeäksi kehittymiseni kannalta. Tärkeänä mittarina koen myös oman henkilöbrändini mieleenpainumisen.

## **1.2 Luova toimisto Krea**

Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimii vuonna 2015 perustettu Luova toimisto Krea Haaga-Helian ammattikorkeakoulussa, joka sijaitsee Pasilan kampuksella Helsingissä. Luova toimiston Krean työntekijöinä toimivat Haaga-Helian tradenomiopiskelijat, joiden intohimona on markkinointi. Krea tarjoaa kattavasti erilaisia palveluita, kuten esimerkiksi media-, markkinointi-, ja viestintäsuunnitelmia, some-kampanjoita, tapahtumia ja tutkimuksia. Opiskelijat saavat Kreassa toimeksiantoja yrityksiltä, joiden pohjalta lähteä rakentamaan projekteja, joiden avulla kasvaa markkinoinnin ammattilaiseksi. Krea avaa opiskelijoilleen ovet työelämään markkinoinnin maailmassa. (Krea 2015)

## 2 Henkilöbrändäys

Henkilöbrändäys on noussut vuosien mittaan yhä enemmän esille niin työelämässä, kuin työelämän ulkopuolella. Henkilöbrändäämisen tarkoitus on rakentaa myyväää ja positiivista mielikuvaa esimerkiksi Instagramiin tai Facebookiin. (Sirkiä, 2014)

Jokainen ihminen rakentaa itselleen henkilöbrändiä tiedostamalla tai tiedostamatta. Ja nykypäivänä ihmisen olisi hyvä tuoda itsensä sosiaaliseen mediaan ammatista riippumatta. Henkilöbrändäyksen tarkoitus sosiaalisessa mediassa on tänä päivänä sama asia kuin esimerkiksi toista ihmistä silmiin katsominen ja hymyileminen – halu antaa itsestään positiivisen kuva toiselle henkilölle. Henkilöbrändäyksen etuina on omien positiivisten puolien löytäminen ja persoonallisuus, jota hyödyntäen edetä työmarkkinoilla. (Kortesuo 2019, 83–90). Henkilöbrändäyksen avulla tuodaan esille omaa ajatusmaailmaa ja elämäntyyliä esille sosiaalisessa mediassa. Henkilöbrändin avulla on mahdollista avata omaa maailmaa enemmän katsojille, jolloin samaistuvuutta ja arvostusta on helpompi ansaita.

Miksi henkilöbrändin rakentaminen sitten on tärkeää nyky-yhtesikunnassa? Yhä enemmän arvostusta suurien ketjujen, esimerkiksi Coca-Colan, sijaan saavat pienyritykset, brändit ja räätälöidymät palvelut ja tuotteet (Koivumäki 2019, 52-78). Jotta voi nousta esille esimerkiksi markkinoinnin alalla, on saatava luotua itselleen vahva henkilöbrändi. Henkilöbrändin tarkoitus onkin nousta ihmisten puheenaiheeksi ja saada huomiota, koska nämä tekijät avaavat uusia ovia (Koivumäki 2019, 52-78). Henkilöbrändi ei ole nykypäivänä vain tuote tai palvelu, vaan kokonaiskuva siitä, millainen on alalla. Henkilöbrändin avulla tuot omaa osaamistasi ja ajatusmaailmaa julki, ja näin ollen sinusta aletaan keskustella. (Koivumäki 2019, 52-78)

### 2.1 Henkilöbrändin rakentaminen

Henkilöbrändin rakentaminen vaatii valtavasti töitä, kärsivällisyyttä, aikaa ja jopa rahaa. On myös tiedostettava, että oman brändin rakentaminen saattaa viedä vuosia. Henkilöbrändin avulla rakennetaan kuva itsestään, mitä haluaa tuoda muille esille

Kun henkilöbrändiä lähdetään rakentamaan, on tärkeää selvittää seuraavat seikat (itsensä tunteminen viestintäsi muille sinusta, itsensä jatkuva kehittäminen. (Kortesuo 2019, 83–90). Itsensä tunteminen on henkilöbrändäyksessä tärkeää. On mentävä itseensä ja mietittävä mitä on muille annettavana. Jokainen henkilö on omanlaisensa kokonaisuus ja sitä henkilöbrändäyksessä on tuotava esille. Vaikka ihmiset usein kopioivat

tyylisuuntauksia, mielipiteitä, on silti tärkeää löytää oma ”juttunsa”, koska kukaan ei jaks seurata ihmistä, joka on täysin kopio massasta. Jokaisessa ihmisessä on jotain erilaista annettavaa, mitä muilla ei välttämättä ole. Henkilöbrändiä rakentaessa on tärkeää miettiä, miten juuri erottua miljoonien ihmisten massasta. (Kortesuo 2019, 83–90)

Viestintä kohderyhmälle esimerkiksi sosiaalisessa mediassa on tärkeää. On erittäin tärkeää osoittaa taitosi kohderyhmällesi, ilman että sanot sitä ääneen. Hyvänä esimerkkinä on nopeus. Älä mainosta olevasi nopea, vaan näytä se. Vastaamalla esimerkiksi kommentteihin nopeasti saat ihmiset ajattelemaan sinun todella olevan nopea ja aallon harjalla kulkija. (Kortesuo 2019, 83–90). Henkilöbrändäyksessä teot puhuvat enemmän kuin sanat: kukaan ei usko sanoihisi ennen kuin olet todistanut ne.

Henkilöbrändiä rakentaessa täytyy muistaa, että mikään ei ole pysyvää. Me ihmiset muutamme vuosien varrella, ja näin ollen myös brändi. Henkilöbrändi on jatkuvasti kehittyvä, niin kuin sinäkin. Omaan henkilöbrändiin täytyy olla valmis laittamaan aikaa. Andrei Koivumäki, menestynyt kiinteistövälittäjä ja yksi tunnetuimmista henkilöbrändeistä sanookin ” Auto ei kulje yhdellä tankilla ikuisuutta”. Lähtiessä rakentamaan henkilöbrändiä täytyy olla valmis kehittämään sitä jatkuvasti loppuun asti. Isoimmatkaan brändit, kuten Coca-Cola ei lopeta markkinointiaan, vaikka tuote on yksi maailman ostetuimpia. Ihmiset unohtavatsinut, jos et markkinoi itseäsi jatkuvasti ja reagoi muutoksiin ympärilläsi (Koivumäki 2019, 52-78)

Tärkeintä henkilöbrändäyksessä työhaussa on tuoda itsestäsi positiivinen maine ammatillisessa osaamisessa, joissa tuot esille ammatillista itseluottamusta ja omaa persoonaa. (Hellas, 2017.). Oman sosiaalisen median hyödyntäminen työhaussa on tätä päivää. Jo ammatilliset kommentit ja kannanotot esimerkiksi instagramissa kantavat hedelmää. Jokaisen työnhakijan on nykypäivänä ajateltava mitä itsestään julkaisee verkkoon, koska hyvin suurella todennäköisyydellä työnantaja googlettaa nimesi. (Hellas, 2017)

Nuorille ja vastavalmistuneille oman henkilöbrändin rakentaminen on vahva lisä. On kannattavaa tuoda esille omia vahvuuksiaan ja ajatusmalleja, silloin kun työkokemusta ei ole karttunut vielä. On tärkeää nostaa esille, että on valmis tositoimiin ja luottaa omaan ammatilliseen osaamiseen. Asenne on usein ratkaiseva tekijä työhaussa. (Hellas, 2017)

Kuinka tietää onko henkilöbrändäys onnistunut? Vaikka asia on monimutkainen aihe ja sen onnistuminen on riippuvainen myös vastaanottajan mieltymyksistä ja mielipiteistä, voi henkilöbrändin onnistumista tarkastella eri mittareiden avulla.

Kortesuo on luonut henkilöbrändin onnistumiselle kirjassaan mittarit, jolloin tietää, että on onnistunut. Jotta on onnistunut, pitäisi viiden kohderyhmään kuuluvan henkilön pitäisi tietää henkilöbrändisi. Kaikkia ei pysty miellyttämään, mutta tärkeintä on painua ihmisten mieleen ja saada näkyvyyttä. Rakentajan on tärkeä hyväksyä kohderyhmänsä mielipide omassa henkilöbrändäyksestä, ja kantaa yleästi omaa imagoaan ja mainetta. Henkilöbrändin tarkoitus on viedä omistajaansa eteenpäin elämässä ja auttaa saavuttamaan haluttuja asioita, esimerkiksi uusia työmahdollisuuksia. Kortesus nostaa esille myös, että onnistuneen henkilöbrändin pitää olla yhtenäinen imagon ja aitouden kannalta (Kortesus 2019, 83–90)

## **2.2 Henkilöbrändin merkitys työhaussa**

Henkilöbrändäyksen tarkoituksena on näyttää sopivuutensa työhön. Nykypäivänä suureen suosioon yhteiskunnassa on noussut erilaiset sosiaaliset mediat: Instagram, Facebook, Blogit, Youtube yms. Sosiaalinen media antaa loistavan mahdollisuuden tuoda esille omaa persoonaansa työhaussa, mikä ei välttämättä välity pelkän CV'n tai hakemuskirjeen välityksellä.

Joidenkin mielestä oman henkilöbrändin rakentaminen saattaa tuntua kiusalliselta, mutta olemme kuitenkin kaikki omia brändejämme, halusimme tai emme. Henkilöbrändäys ei välttämättä tuota heti tulosta, mutta rakentamalla omaa vahvaa henkilöbrändiä painut ihmisten mieleen paremmin. On tärkeää olla oikeassa paikassa, oikeille ihmisille. Omaan henkilöbrändiin investointi kantaakin hedelmää pitkällä vasta pitkällä aikavälillä työelämässä – tärkeintä on vain painua ihmisten mieleen (Männistö, 2019.).



### **3 Portfolion tuottaminen**

Seuraavassa luvussa käsittelen portfolion tuottamista. Portfolion toteutin Wix-alustalle, joka mahdollisti täysin ilmaisen sivuston luomisen. Kaikki portfoliooni keräämäni työt ovat minun ja ryhmäläisten Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa tuottamia.

#### **3.1 Lähtökohdat**

Lähtökohtani portfolion luomiseen olivat vaatimattomat. Aikaisempaa kokemusta sivuston luomisesta minulla ei ollut, jolloin aikaa opetteluun meni tovi. En myöskään ollut perehtynyt ennen projektin aloitusta portfolioihin. Oli siis selvítettävä mitä portfolioon sisältyy, miten sivusto luodaan, tekijänoikeudet ja parhaimmat alustat portfolioille.

Lähtökohdat portfolioon lisättävistä työnäytteistä olivat yllättävän hyvät. Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa oli 2,5-vuoden aikana kertynyt paljon potentiaalisia työnäytteitä. Haastavinta kuitenkin oli oikeiden taidonnäytteiden valitseminen portfolioon, koska tärkeintä oli tuoda parhaiten omaa persoonallisuutta esille.

#### **3.2 Portfolion suunnittelu**

Portfolion luominen lähti liikkeelle suunnittelusta. Minun oli valittava portfolioilleni kohdeyleisö. Kohdeyleisön valitseminen oli helppoa, koska portfolioini ensisijainen tarkoitus oli varmistaa itselleni harjoittelupaikka. Portfolioini oli kohdistettu työnantajille. Suunnitteluun sisältyi myös paljon tiedon hankkimista. Halusin hyödyntää mahdollisimman paljon konkreettista tietoa henkilöbrändin rakentamisesta. Harjoittelupaikan saamisen lisäksi halusin portfolioini olevan ”elämäkertä” töistäni, jonka edistämistä jatkaisin myös urani myöhemmissä vaiheissa. Niin kuin luvussa 2.1 käsiteltiin, on jatkuvasti ylläpidettävä omaa henkilöbrändiään ajantasalla, koska kasvamme jatkuvasti itse brändeinä.

Portfolioini pääasiallinen tarkoitus oli harjoittelupaikan saaminen. Minulle työskentelyalustan valitseminen oli tärkeää. Alustan piti olla tarpeeksi helppokäyttöinen aloittelijan työskentelylle. Ennen kaikkea oli tärkeää, että portfolioini oli helposti saatavilla, yhden linkin takana. Nykyaikana erityisen tärkeää on luoda portfolio verkkoon kaikkien saataville, mutta myös mobiiliystävälliseksi. Tärkeimmät kriteerit itselleni työskentelyalustan valinnalle olivat: helppokäyttöisyys, hinta, mobiiliystävällisyys ja visuaalisuus. Wix-käyttöalusta on ilmainen, helppokäyttöinen, monipuolinen ja visuaalisesti alustalla saa tuotettua hyvännäköistä jälkeä

### 3.3 Kohderyhmä ja ostajapersoona

Kohdeyleisön valitseminen oli helppoa, koska portfolionitavoite on saada itselleni harjoittelupaikka. Niin kuin aikaisemmin viittasin, henkilöbrändäyksen ja portfolion ei tule olla kohdistettu kaikille, vaan omalle kohderyhmälleen (Kortesuo 2019, 83–90). Tavoitteenani oli päästä työskentelemään markkinointitiimissä, jossa pääsisin toteuttamaan markkinointikampanjoita, sosiaalista mediaa, markkinoinnin automaatiota ja kuvankäsittelyä.

Kohderyhmäni pääpainotteisesti on markkinoinnin rekrytointivastaavat, jotka etsivät uusia työntekijöitä. Portfoliossa tärkeää oli tällöin tuoda esille omaa ammatillista osaamista ja samalla erottua mahdollisesti jopa tuhansien hakijoiden joukosta (Kortesuo 2019, 83–90). Lähdin rakentamaan ensimmäistä kohdepersoonaani mielenkiintoisen työpaikkailmoituksen perusteella, jonka löysin markkinoinnin Facebook-ryhmästä. Avoimeen työpaikkaan haettiin markkinointikoordinaattoria, jonka päätehtäviin kuuluu markkinointikampanjoiden suunnittelu, sosiaalisen median ylläpitäminen ja markkinoinnin automaatio.



## Anna

### Markkinointipäällikkö

Etsi innokasta sosiaalisen median ja markkinoinnin automaation ammattilaista

- Vahvat sosiaalisen median taidot
- Osaamista markkinoinnin automaatiosta
- Ymmärrystä markkinointikampanjoihin

Kuva 1. Kohdepersoona 1. Anna

Anna (Kuva 1) työskentelee urheilutapahtumiin keskittyvässä yrityksessä markkinointipäällikkönä. Loin kohdepersoonan Facebookista löytämäni työpaikkailmoituksen pohjalta (Liite 1) Tiimiin etsitään markkinointikoordinaattoria, jonka vastuulla olisi markkinointikampanjat, sosiaalinen media, sekä markkinoinnin automaation toteuttaminen. Joukkoon etsittiin vahvaa ja innokasta tiimipelaajaa. Työhakemus vastaa hyvin omaa osaamistani, ja sitä mitä haluan tuoda esille omassa portfolioissani. Anna arvostaa visuaalisuutta, kuvien editointitaitoja ja itsenäistä otetta.

Kohderyhmään kuului myös kollegat. Haluan innoittaa markkinoinnin opiskelijoita ja mahdollisesti jo työelämässä olevat. Lähdin rakentamaan toista kohdepersoonaa tyyppillisen markkinoinnin opiskelijan näkökulmasta.



## Elisa

### Markkinoinnin opiskelija

Juuri aloittanut markkinoinnin opiskelija

- Kiinnostusta sosiaaliseen mediaan
- Halu tietää, mitä opinon sisältävät ja mihin mahdollisuudet työllistyä tulevaisuudessa.

Kuva 2. Kohdepersoonaa 2. Elisa

Elisa (kuva 2) on juuri markkinoinnin opiskelut aloittanut nuori. Elisa on kiinnostunut sosiaalisesta mediasta ja markkinointikampanjoiden suunnittelusta. Hän haluaa saada lisää tietoa markkinoinnin opiskelusta ja toteutettavista projekteista sekä mahdollisuuksista. Myös tulevaisuuden työmahdollisuudet kiinnostavat.

### **3.4 Taidonnäytteiden valitseminen portfolioon**

Portfolion tarkoitus oli näyttää osaamiseni työmarkkinoilla. Koin kuitenkin tärkeäksi valita töitä, joista olen ylpeä, ja näen niiden ilmaisevan parhaiten omaa osaamistani. Jokaisessa ihmisessä on jotain erilaista annettavaa, mitä muilla ei välttämättä ole.

Ammattikorkeakoulussa suurin osa töistä toteutetaan ryhmissä, jolloin kaikki projektit eivät esimerkiksi välttämättä vastaa omaa visuaalista silmää tai näkemystä, kuinka kampanjan kuuluisi edetä. Opintojen aikana erilaisia projekteja oli kertynyt paljon, ja portfolion tarkoitus on tuoda esille parhaimmat työsi. Laatu korvaa määrän! Henkilöbrändäyksessä tarkoitus on tuoda esille omia näkemyksiä ja mieltymyksiä, jolloin koen tärkeäksi miettiä tarkkaan mitkä työnäytteet sopisivat omaan brändiini. Henkilöbrändiä rakentaessa on tärkeää miettiä, miten juuri erotut miljoonien ihmisten massasta. (Kortesuo 2019, 83–90).

Halusin valita portfoliooni töitä, joista olen ylpeä, ja koin niiden tuovan omaa osaamista ja näkemystäni parhaiten esille. Portfolion tarkoitus on antaa itsensä ”loistaa” työnantajan näkökulmasta. Päätin siis alkuun valita 3-4 parhainta työtäni portfolioon. Aikatauluni portfolion tekemiseen oli tiukka, koska harjoittelupaikkahaut alkoivat lähestymään kovaa vauhtia. Näin tällöin järkevämmäksi tehdä sivuston huolellisesti ja valita vain 3-4 parasta taidonnäytettäni portfolioon.

Valitsin työt monipuolisuuden mukaan. Halusin tuoda henkilöbrändini kannalta esille monipuolisuuttani: strategista ja teoreettista markkinointia, kuvien editointi, videoiden tuottaminen ja editointi. Kohderyhmäni kuuluvat työnantajat etsivät työntekijää, joilla hallussa on sosiaalinen media ja visuaalisuus, ja näin tärkeäksi tuoda tätä esille portfoliossani. Kohderyhmääni kuuluville opiskelijoille haluan tuoda esille sen, kuinka monipuolisesti Haaga-Heliassa pääsee toteuttamaan myös visuaalisuutta kaiken teorian lisäksi. Koen olevani visuaalisesti lahjakas ja halusin pitää portfolion harmonisena kokonaisuutena. Oma visuaalinen näkemykseni on ”pelkistetty” ja harmoninen, joten koin tärkeäksi, että työt sopivat myös esimerkiksi värimaailmaltaan portfoliooni.

### **3.5 Tuotoksen nimi ja kuvaus**

Lopullinen tuotos valmistui suhteellisen nopeasti. Alusta, jonka olin valinnut käyttööni oli helppokäyttöinen. Wix-käyttöalusta on ilmainen, helppokäyttöinen, monipuolinen ja visuaalisesti alustalla saa tuotettua hyvännäköistä jälkeä. Sivustolla on mahdollisuus premium-jäsenyyteen, mutta koin ilmaisen version olevan tarpeilleni hyvä tällä hetkellä. Kaiken kaikkiaan alusta oli nopea ja helppokäyttöinen aloittelijalle, eikä portfolion luominen ollut vaikeaa.

Lopullisen tuotokseni nimeksi tuli yksinkertaisesti vain nimeni: Inka Korhonen. Portfolion tarkoitus oli tehdä vaikutus työnantajaan ja olla yksinkertaisuudessaan sivusto minusta, jolloin oman nimen käyttäminen tuntui luonnolliselta ja tarpeeksi yksinkertaiselta. Portfolioni sisältää esittely tekstin itsestäni, CV'n, työnäytteitäni ja linkit sosiaalisiin medioihin. Lisäksi jätin sivustolle yhteydenotto lomakkeen, koska portfolion on tarkoitus rakentua vuosien mittaan kattavammaksi ja edistää urani etenemistä. Suurta ja tavoitettavaa henkilöbrändiä ei rakenneta yhdessä yössä, mutta lähtökohtien sivustollani oli oltava hyvät. Seuraavassa luvussa portfolion visuaalisuutta, asettelua, työnäytteitä ja ennen kaikkea lopputulosta käsitellään laajemmin.

## 4 Portfolion esittely

Portfolion etusivu alkaa lyhyellä esittelytekstillä, jossa kerron: kuka olen, mistä tulen, mitä opiskelen ja lyhyesti mikä on intohimoni (Kuva 3.). Henkilöbrändäyksen etuina on omien positiivisten puolien löytäminen ja persoonallisuus (Kortesuo 2019, 83–90). Tekstin tarkoitus oli olla lyhyt ja helposti luettava, ei elämäkerta. Wix-alustalla sain etusivusta muokattua hyvin haluamani. Halusin noudattaa neutraalia värimaailmaa ja yksinkertaisia linjoja, koska koen niiden parhaiten kuvailevan visuaalista näkemystäni. Vaikka ihmiset usein kopioivat tyyliuntauksia, mielipiteitä, on silti tärkeää löytää oma ”juttunsa”, koska kukaan ei jaksakaan seurata ihmistä, joka on täysin kopio massasta. Jokaisessa ihmisessä on jotain erilaista annettavaa, mitä muilla ei välttämättä ole. Henkilöbrändiä rakentaessa on tärkeää miettiä, miten juuri erottua miljoonien ihmisten massasta. (Kortesuo 2019, 83–90). Kohderyhmäni arvostaa visuaalista näkemystä esimerkiksi kuvien editoinnissa ja kokonaisuuksissa, joten halusin tuoda tätä mahdollisimman paljon esille portfolioissa. Lisäsin maanläheisiä sävyjä ja yksinkertaista linjaa myös kuviini, joiden editoinnin toteutin Canva-alustalla, joka on myös ilmainen.



Kuva 3. Portfolion etusivu

Esittelyni jälkeen sivustolta löytyy työkokemus-osio. Valitsin työkokemuksiini vain viimeisten vuosieni työkokemuksen, koska en kokenut enää 15-vuotiaana tekemiäni kesätöitä niin oleellisiksi. Työkokemus osio on lyhyt, ja siinä tuodaan esille paras osaaminen markkinoinnin alalla: tietotekniset taidot, myynti sekä asiakaspalvelu.



*toukokuu 2019*

*Myyntiassistentti  
J.Rinta-Jouppi*

*Myyntiassistentin työtehtävät: kauppakirjojen tekeminen, laskutus, vakuutuksien tekeminen yms*



*Marraskuu 2018- Huhtikuu 2019*

*Markkinoija  
Trainers House*

*Asiakastaapaamisten sopiminen ja neuvottelu.  
Asiakashaastattelujen tekeminen puhelimitse.  
Osallistuminen ohjausryhmiin ja  
asiakasvalmennuksiin, sekä raportointiin liittyvät  
tehtävät.*



*Kesäkuu 2016- Elokuu 2018*

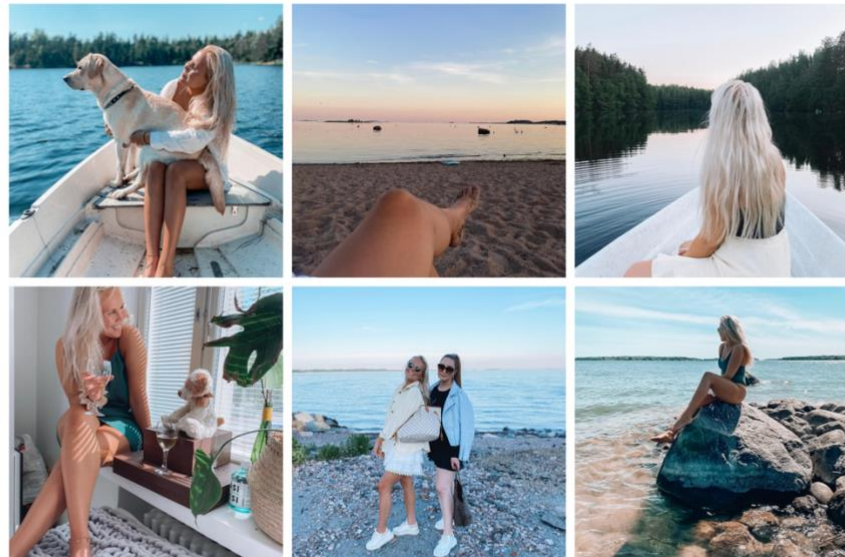
*Rantapelastaja*

*Rantapelastajan tehtävät Hietarannan uimarannalla sekä talvisin uimahalleissa.  
Asiakaspalvelu, ensiapu, pelastustehtävät.*



Kuva 4. Portfolion työkokemus-osio

Instagramin upottaminen sivustoon oli hyvä ratkaisu. Olen aina ajatellut instagramin olevan yksi osa CV'tä tällä alalla ja työnantajan on helpompi tutustua elämääni. Näin ollen pyrin pitämään instagramini aina sellaisena, että jopa työnantajat voivat sitä halutessaan katsoa, vaikka tarkoitus onkin rennommalla otteella julkaista kuvia omasta elämästä. Instagramini kautta kohderyhmäni pääsevät myös näkemään vahvuuteni kuvien editoinnissa. Haluan työllistyä niin, että pääsen käyttämään editointi taitojani. Sosiaalisen median kautta ihmisiä on myös helppo tavoittaa, ja omia ajatuksia saa helposti kuuluviin. Henkilöbrändin kannalta on tärkeää pitää omat sosiaaliset mediat "esittelykelpoisina" (Koivumäki). Henkilöbrändäyksessä oleellista on luoda kuvaa instagramiin elämästä, jota muut kokisivat ihannoitavilta. Ketään ei inspiroisi kuvat täysin arkisista asioista, vaan ihmiset haluavat nähdä enemmän inspiroivia asioita, kuten esimerkiksi laadukkaita kuvia lomamatkoilta tai tyylikkäitä asukokonaisuuksia (Koivumäki).



Show More

Let's Chat!

Kuva 5. Portfolion Instagram

Viimeisenä etusivulla on "Get in Touch" upotus, jossa halutessaan pystyy jättämään yhteydenottopyyntöjä tai kommentteja portfolioon liittyen. Vielä en koe, että tämän kautta yhteydenottoja tulisi, mutta tulevaisuudessa näen sen olevan helppo ja matalakynnyksinen kanava ottaa minuun yhteyttä. Sivuston vieressä kulkee myös koko ajan "Let's chat" osio, jossa on mahdollista lähettää myös viestiä, olettaen nopeaa vastausta. Näin pienellä sivustolla osio ei ole hyvin käytännöllinen, koska kävijämäärät ovat alhaisia ja en aktiivisesti pysty sivustolla vastaamaan kysymyksiin tai kommentteihin. Osio on kuitenkin hyvä lisä ilmaisella työalustalla, ja tulevaisuudessa käytännöllisempi. On tärkeää antaa kuva itsestään, että on helposti lähestyttävissä. Tuolloin annetaan esimerkiksi mahdollisille asiakkaille kuvan itsestäsi, että olen todella kiinnostunut heistä (Kortesus). Jos portfolioissani olisi vaikea tavoittaa minut, antaisin vaikutelman että muiden mielipiteet, yhteydenotot tai mahdolliset kysymykset eivät kiinnosta.



# Get in Touch

Name \_\_\_\_\_ Email \_\_\_\_\_

Subject \_\_\_\_\_

Type your message here...

Submit

Thanks for submitting!

0405493114



Kuva 6. Portfolion "Get in Touch"

## 4.1 Työnäytteet

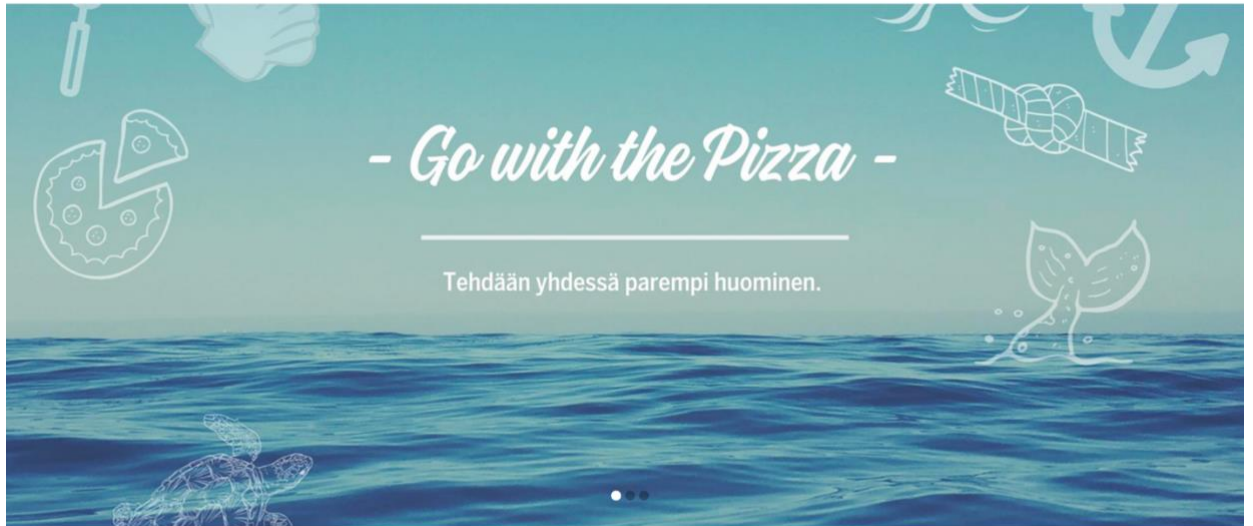
Etusivulta on mahdollisuus siirtyä työnäytteisiin. Valitsin alkuun mielestäni kolme merkittävintä työtäni. Niin kuin aikaisemmin mainitsin, lähdin rakentamaan portfoliotani lyhyellä varotusajalla, harjoittelupaikkojen haun lähestyessä. Tärkeintä minulle oli luoda selkeä ja visuaalisesti hyvä portfolio, jossa olisi parhaimpia töitani. Halusin että työnantajalle on näytettävää, vaikka aikaa ei enää paljoa ollut, ja nettisivujen rakentaminen on aikaa vievää. Kohderyhmääni kuuluvat henkilöt arvostavat visuaalisuutta, ja halusin portfolion tuovan esille kuvien editointi taitojani ja sivustojen luomista. Portfoliossani pääsee kattavasti tutustumaan editoimiini kuviini, visuaalisuuteeni ja projektien luomistaitoihini.



Kuva 7. Portfolion työnäytteet: Avaus

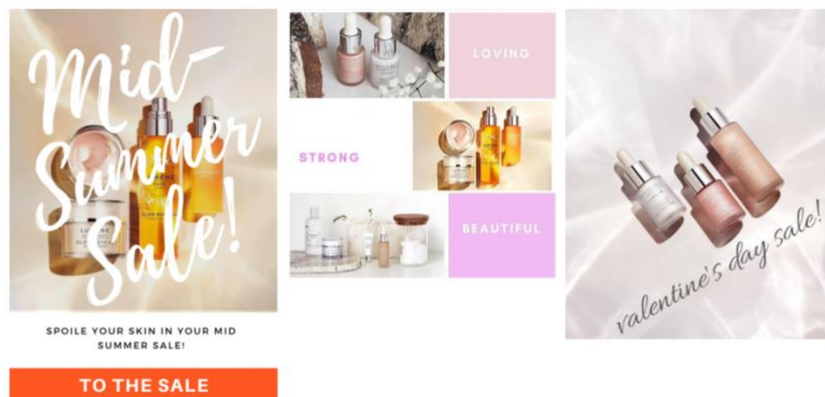
Ensimmäisenä työnä on Avaukselle ryhmätyönä tuotettu projekti. Valitsin työn, koska se oli laadukas ja toi esille monia osaamisalueita. Olin vastuussa projektin visuaalisesta esityksestä, jolloin kädenjälkeni näkyi työssä hyvin. Työ oli myös hyvin monipuolinen: videonkäsittelyä, mainoskuvia, kampanjasuunnittelua ja hyvin yksityiskohtaista sosiaalisen median suunnittelua. Tässä työnäytteessä ilmeni myös se, että Haaga-Helian opiskelijat Kreassa pääsevät todella toteuttamaan oikeita projekteja oikeille yrityksille.

Toisena työnäytteenä oli Kotipizzan rekrytointikampanja (Kuva 7. Portfolion työnäytteet: Kotipizza), jonka tuotin kahdestaan opiskelijakollegani kanssa. Työ on pienessä ja tiiviissä ryhmässä tehty, ja ennen kaikkea hyvin kattava. Olemme hyvin kollegani kanssa tuottanut projektin visuaalisen puolen, etenkin kuvien editoinnin kannalta. Projektissa oli myös kattavasti perehdytty markkinointikampanjoiden suunnitteluun ja budjetointiin. Koin budjetoinnin osaamisen olevan hyvä lisä, koska kaikissa töissä sitä ei pääse tuomaan esille! Kokonaisuutena projekti oli myös hyvin erilainen ja toteutettu tunnetulle yritykselle. Lisäarvoa toi myös se, että tuotos oli mukana Ad profit kilpailussa, joka on tunnettu markkinoinnin alalla. Ad profit kilpailuun pääsy edellyttää taitoa ja tietämystä, ja on arvostettu markkinoinnin alalla. Jälleen työssä näkyi se, että se on toteutettu todella kuuluisalle yritykselle Suomessa, mikä lisäsi ammattimaisuuden tunnetta työnäytteissäni.



Kuva 7. Portfolion työnäytteet: Kotipizza

Viimeisenä työnäytteenä lisäsin kampanjakuvia, joita olin sosiaalisen median kursseilla tehnyt. Tuotokset olivat juuri minun itseni tuottamia, ja ne olivat nopea ja yksinkertainen näyttö sosiaalisen median kampanjoiden taidoistani. Näissä kuvissa pääsin näyttämään kohdeyleisölleni etenkin sosiaalisen median osaamista, koska jokainen kuva oli suunniteltu facebook -tai Instagram alustoille. Näissä kuvissa tuon esille vahvasti omaa selkeää visuaalista näkemystä, mutta myös muuntautumiskykyä, jota tarvitaan työskennellessä eri yrityksille.



0405493114



©2019 by Inka Korhonen. Proudly created with Wix.com



Kuva 7. Portfolion työnäytteet: Kampanjakuvat

## 5 Pohdinta

Opinnäytetyön tavoite on luoda portfolio, joka tuo ammattitaitoani työnhakuprosessissa esille luovan alan asiantuntijana. Portfolion tavoite on saada itselleni harjoittelupaikka. Portfolion tarkoitus on näyttää työnantajalle, mitä kaikkea olen päässyt jo opiskelujeni aikana tekemään ja mahdollistaa erottuvuuteni työnhaussa. Portfolion jatkuva päivittäminen uran edetessä tukee henkilöbrändäyksen jatkuvuutta. Alatavoitteena oli tutustua myös enemmän henkilöbrändäykseen ja sen vaikutukseen työmarkkinoilla. Seuraavaksi käsittelen kuinka onnistuin työssäni, minkälaista palautetta sain työlleni ja kuinka jatkan tästä.

### 5.1 Palaute verkkoportfoliosta

Kun pääsin Offerilla Oy:n markkinoinnin harjoittelijaksi, pyysin palautetta verkkoportfoliostani. Minut Offerille rekrytoivat Venla Korström . (Korström 9.7.2020) toimii markkinointitiimin tiiminvetäjänä ja esimiehenä, ja hän jakoi mielellään ajatuksia portfoliostani vapaamuotoisen keskustelun merkeissä, jonka jälkeen hän vielä lähetti palautteensa kirjallisena.

Korström kertoi heti aluksi portfolion erottuneen työnhaku prosessissa. Monilla hakijoille oli huolitellut CV:t ja kirjeet olivat ammattitaitoisesti kirjoitettuja. Usealta työnhakijalta puuttuivat kuitenkin varsinaiset työnäytteet. Vaikka portfolio olisikin suppea sisällötään, antaa se vaikutelman, että on kiinnostusta alaa kohtaan. (Korström 9.7.2020)

Portfolion ylesikuva oli Korströmin mielestä ammattimaisesti toteutettu ja esteettisesti miellyttävä. Ulkoasu antoi kuvan, että minulla on sisältömarkkinoijan työssä vaadittavia ominaisuuksia, kuten taitoa kirjoittaa sulavasti ja muokata kuvia. Portfolion avulla pystyin hyvin yksinkertaisella tavalla tuomaan esille osaamisen ja kiinnostuksen kohteet työelämässä. Myös työkekemukset osoittivat kiinnostusta alaa kohtaan. (Korström 9.7.2020)

Rekrytoijan näkökulmasta Korström kertoi portfolion olevan erittäin miellyttävä lisä. Portfolio tarjoaa rekrytoijalle konkreettisen näytteen hakijan osaamisesta sekä auttaa hakijaa erottumaan joukosta edukseen. (Korström 9.7.2020)

## 5.2 Produktin arviointi

Opinnäytetyön tavoite on luoda portfolio, joka tuo ammattitaitoani työnhakuprosessissa esille luovan alan asiantuntijana. Portfolion tavoite on saada itselleni harjoittelupaikka näytetyön tavoitteet ovat luoda portfolio, joka tukee ammattitaitoani työnhakuprosessissa. Koin onnistuvani tässä kohtalaisen hyvin. Sain itselleni nopeasti harjoittelupaikan markkinoinnin alalta, editointi tiimistä. Työhaastattelussa kuulin, kuinka portfolioni erotti minut hakijoista ja oli postiviininen yllätys, että hakijalla oli jotain konkreettista näytettävää työtodistusten lisäksi.

Olin itse tyytyväinen portfolioni ulkonäköön. Olin myös alussa tehnyt päätöksen, että työnäytteiden määrä tulee olemaan pieni. Valitsinkin hyvät ja monipuoliset työnäytteet, joista koin ammattitaitoni tulevan esille. Tiesin kuitenkin itsekkin, että annettavaa olisi myös paljon enemmän. Haaga-Heliassa laadukkaita töitä oli takana jo kymmenittäin, ja olisin niiden avulla pystynyt tuomaan osaamistani hyvin paljon enemmän esille. Valitsemissani töissä näkyi isossa osassa visuaalisuutta ja kuvan editointi taitojani, mutta olisin halunnut tuoda itse myös teoreettista osaamistani vielä enemmän esille. Kuitenkin päätavoitteeni oli tässä vaiheessa tuoda juuri näitä taitojani esille työnhakuprosessissa.

Tutkin portfolion luomista kohtalaisesti ennen sen luomista. Luin artikkeleita ja kirjoja, jossa käsiteltiin itsensä markkinointia. Selailin paljon markkinointialan opiskelijoiden ja työntekijöiden portfolioita. Tutkin eri alustoja ja vertailin hyviä ja huonoja puolia. Kuitenkin lyhyen aikataulun vuoksi oli alettava nopeasti töihin ja rakentamaan portfolioa.

Opinnäytetyön tavoite oli luoda portfolio, joka tukee ammattitaitoani työnhakuprosessissa ja siinä voin sanoa onnistuneeni 100-prosenttisesti. Jälkiviisaana kuitenkin tiedän, että olisin pystynyt myös parempaan työnjälkeen ja teoreettiseen tutkimiseen. Kuitenkin tavoite oli tavoitettu, ja portfolio rakennettu. Koen että tämä on hyvä lähtökohta tulevaisuudelle ja oman ammatillisen uran rakentamiselle. Portfoliota on nyt helppo lähteä jatkamaan, ja mikä tärkeintä minulla on nyt sellainen.

## 5.3 kehitysideat

Portfolioni valmistui suhteellisen nopealla aikataululla, joten kehitettävää löytyy varmasti paljon. Tiedonhankintani olisi voinut olla kattavampaa, vaikka koin löytäväni silti hyviä tiedonlähteitä, joista oli paljon apua. Kuitenkin aiheeseen olisi voinut vielä paneutua enemmän. Henkilöbrändäyksestä löytyy tuhansittain tiedonlähteitä ja näkemyksiä, joita olisin voinut hyödyntää portfolion rakentamisessa. Henkilöbrändäykseen olisi ollut myös mielenkiintoista syventyä lisää. Nyt koin käsitteleväni henkilöbrändäystä pintapuolisesti.

Tarkoitukseni olikin keskittyä henkilöbrändäyksen merkitykseen työnhaussa ja sosiaalisen median mahdollisuuksiin nykypäivänä henkilöbrändiin. Koen kuitenkin että aiheesta on mahdollista löytää tietoa syvemmälläkin tasolla, kuin vain näiden kahden aihealueen ympäröimänä.

Portfolion alustavalintaan olin tyytyväinen ja koin sen erittäin toimivaksi. Kuitenkin jälkikäteen sivustoa tutkailtua, huomaa kuinka paljon omille sivuille voi lisätä toimivia efektejä, kun opettelee käyttämään alustaa enemmän. Kuitenkin koen positiiviseksi, että pystyn yhä kehittämään portfoliotani toimivammaksi. Tiedän myös, että laadukkaita työnäytteitä minulta löytyy myös paljon. Työnäytteitä olisi voinut olla myös paljon enemmän, mutta koen kuitenkin onnistuneeni valitsemaan parhaimmat työt tähän tilanteeseen katsottuna. Jatkossa portfolioon voi lisätä vielä työnäytteitä opiskeluajoilta sekä työelämästä. Tällä hetkellä pidän myös alustasta, jolle portfolioni rakensin. Kuitenkin ammattitaitoa kertyessä olisi ammattitaitoisempaa luoda esimerkiksi maksulliset sivut, joihin pystyisin enemmän itse vaikuttamaan. Nyt urani alkutaipaleella koen kuitenkin wix.comin olevan toimiva alusta portfoliolleni.

#### **5.4 Jatkosuunnitelmat**

Niin kuin aikaisemmin on jo useaan otteeseen mainittu, oman henkilöbrändin jatkuva uudistaminen on tärkeää. Koen portfolioni olevan tältä erää valmis, mutta jatkosuunnitelmissa on jatkaa sen edistämistä. Nyt harjoittelun aikana saan varmasti hyviä työnäytteitä ja kehityn valtavasti enemmän markkinoinnin alalla. Aikomuksissa on ajan kuluessa lisätä työnäytteitä portfoliooni.

Haluan lähteä kehittämään portfoliotani niin, että jatkossa opiskeluaikaisten taidonnäytteiden lisäksi sivustolle tulisi työnäytteitä varsinaisesta työelämästä. Nämä kaksi olisi hyvä jakaa kahteen osioon, jolloin lukijat tai mahdolliset työnantajat näkevät kuinka olen kehittynyt opiskeluajoiltani työelämässä. Koen myös kollegoilleni inspiroivaksi nähdä mitä jälkeä pystyin tekemään jo opiskeluaikoinani, ja kuinka paljon olen pystynyt kehittymään työelämään astuttuessa. Tärkeimpänä koen sen, että kaikki näkevät kuinka pystyn kehittymään, koska jokainen ihminen aloittaa jostakin. Kukaan ei ole valmiiksi markkinoinnin ammattilainen, vaan siihen kasvetaan askel askeleelta.

Henkilöbrändäystä tutkineena haluan myös alkaa kiinnittämään enemmän huomiota sosiaalisiin medioihin. Sosiaaliset mediat on loistava kanava tuoda omaa persoonaansa, osaamistaan ja ajatusmaailmojaan esille. Vaikka olenkin aina kiinnittänyt omassa instagramissa huomiota kuvien visuaalisuuteen, yhtenäisyyteen ja postausten

persoonallisuuteen, olen kuitenkin nyt vakuuttunut siitä, kuinka paljon esimerkiksi instagramilla on ammattilista vaikutusvaltaa. Haluan jatkossa tuoda myös enemmän esille ammatillista osaamistani instagramissa, koska olen jo nyt saanut paljon positiivista palautetta, jos jaan jotakin työhön liittyvää sosiaaliseen mediaan. Olen myös paljon keskustellut markkinoinnista kiinnostuneiden henkilöiden kanssa, kuinka paljon he haluaisivat tietää lisää esimerkiksi minun työstäni. Mielenkiintoa löytyy paljon, mutta olen huomannut harvalla olevan tietoa mitä tällä alalla todella tehdään työkseen. Olenkin jo monen ihmisen kuullen sanovan, että keskustellessaan kanssani he ovat saaneet varmistuksen, että haluavat esimerkiksi juuri Haaga-Heliaan opiskelemaan markkinointia. Haluan siis tuoda enemmän työhöni liittyviä asioita sosiaaliseen mediaan, koska koen sen olevan mielenkiintoista. Ennenkaikkea haluan inspiroida kaikkia markkinoinnista kiinnostuneita lähtemään alalle.

Muiden inspiroimisen lisäksi haluan avata itselleni ovia työmaailmassa. Olen ihminen joka haluaa jatkuvasti kehittää omaa osaamista ja päästä etenemään urallaan. Nyt henkilöbrändäystä tutkineena olen huomannut, että siihen todella kannattaa panostaa. Pitkällä juoksulla tulen avaamaan itselleni uusia ovia työelämässä, kun jaksan tehdä töitä vahvan henkilöbrändin rakennuksen eteen.

## **5.5 Opinnäytetyöprosessin arviointi ja oma oppiminen**

Opinnäytetyöni tavoite oli luoda portfolio, joka tukee ammattitaitoani työnhakuprosessissa. Alatavoitteena on tutustua myös enemmän henkilöbrändäykseen ja sen vaikutukseen työmarkkinoilla. Mittareina onnistumisessani käytin seuraavia:

- Työllistyminen/ harjoittelupaikan saaminen
- Palaute verkkoportfoliostani
- Oman osaamisen esilletuonti työhaastatteluissa ja hakemuksissa

Päätavoitteenani oli luoda portfolio, joka tukee ammattitaitoani työnhakuprosessissa, sekä saada harjoittelupaikka. Sain portfolioni avulla mielenkiintoisen harjoittelupaikan sisältömarkkinoinnin tiimissä. Sain erittäin rakentavaa ja positiivista palautetta jo työhaastattelussa portfoliostani, jonka avulla olin erottunut massasta. Myös nykyisen esimieheni palaute oli positiivista, ja kertoi portfolion todella olevan vahvuus työhaussa ja erottuvuudesta. Olen erittäin kiitollinen saamastani palautteesta, koska välillä omaa uskoa koko työhön koeteltiin. Välillä mieleen nousi ajatus, voisiko todella portfolio vaikuttaa

työllistymiseeni. Nyt positiivista palautetta saaneena voin todeta verkkoportfolion olevan yksi merkityksellisimmistä projekteista urani aikana.

Alatavoitteeni oli tutustua henkilöbrändäykseen ja sen vaikutukseen työmarkkinoilla. Löysin kattavasti hyviä ja inspiroivia lähteitä, mutta tiedän että olisin pystynyt parempaakin. Henkilöbrändäyksestä löytyy artikkeleita, kirjoja ja blogeja tuhansittain lisää, joiden avulla olisin saanut parempaa ja kattavaa tietoa. Ahnehdin hieman myös aikataulussa ja olisin voinut jättää enemmän aikaa tietoperustan keruuseen ja tutustumiseen. Onnistuin kuitenkin poimimaan pääpointit henkilöbrändäyksestä, joiden avulla lähtemään rakentamaan omaa henkilöbrändiä.

Aluksi aikataulun laatiminen työlleni oli hankalaa. Työskentelin samalla kokoaikaisesti harjoittelu paikassani. Välillä tuntui, ettei aikaa opinnäytetyölle yksinkertaisesti ole. Loppupeleissä sain kuitenkin aikataulutettuani työni hyvin. Lähdin aluksi ehkä ahnehtimaan liian nopeaa suorittamista, josta sainkin jo palautetta. Kuitenkin sain suunniteltua itselleni sopivan tahdin opinnäytetyöhöni. Kun myös sain aikataulutuksen lyötyä lukkoon, innostuin työstämään projektia yhä enemmän. Koen itselleni kuitenkin sopivaksi rauhallisen tahdin, koska elämäntilanteenikaan ei olisi sallinut liian nopeaa aikataulua. Olin erittäin tyytyväinen suunniteltuun aikatauluuni, joka salli minulle rauhallisen työskentelyn. Vaikka olin hyvin innostunut tekemään opinnäytetyötäni alkukankeuden jälkeen, huomasin välillä olevan myös hankalaa. Joinain päivinä innostuin kirjoittamaan monta tuntia putkeen, joskus oli päiviä kun mikään ei sujunut. Näin ollen olen tyytyväinen rauhalliseen tahtiini, joka salli myös huonommat päivät, jolloin työ ei sujunut. Loppupeleissä sain myös kirittyä aikatauluani kiinni, johon olen tyytyväinen.

Yhteydenpitoani opinnäytetyöohjaajaan olisi voinut olla parempaa. Koin kuitenkin tämänkin osion parantuvan, kun pääsin sukeltamaan kunnolla työhön. Olen hyvin itsenäinen työskentelijä, ja välillä tuntui vaikealta, että piti pitää muita ihmisiä ajan tasalla opinnäytetyöprosessissani. Jälkiviisaana voin sanoa, että olisi pitänyt olla paremmin yhteyksissä opinnäytetyöohjaajaani. Pidin kuitenkin työn itsenäisestä luonteesta. Tein työtä itseäni varten ja itselleni sopivassa tahdissa.

Tiesin opinnäytetyön olevan työläs projekti, mutta olen onnellinen, että suoriuduin siitä hyvin tilanteeseen nähden. Opin suppeasta tietoperustastani huolimatta paljon henkilöbrändäyksestä. Luulin tietäväni kyseisestä aiheesta jo paljon koska se on puhututtanut etenkin nuorten keskuudessa lähivuosina paljon. Huomasin kuitenkin tietävän vain pintaraapaisulta henkilöbrändäyksestä. Oli mielenkiintoista tutustua esimerkiksi Andrei Koivumäen näkemyksiin henkilöbrändäyksestä, koska olen kyseistä



henkilöä seurannut jo pitkään sosiaalisissa medioissa. Oli mielenkiintoista saada selville, että henkilöbrändäyksellä on monialaiset seuraamukset, ja sen jatkuva kehittyminen on erittäin tärkeää. Vaikka joskus ehkä itsekin mietin, voiko hyvällä henkilöbrändäyksellä todella avata niin paljon uusia ovia, mutta nyt olen vakuuttunut sen tärkeydestä nykymaailmassa. Minulla ei myöskään ollut entuudestaan juurikaan kokemusta nettisivujen luomisesta, saatikaan verkkoportfolion luomisesta. Lähdin täysin noviisina tutustumaan verkkosivujen luomiseen ja verkkoportfolion piirteisiin. Rakennettuani simpelin ja toimivan nettisivun portfoliolle, voin sanoa oppineeni paljon. Ennen kaikkea tämä kaikki oppimani tukee minua jatkossakin työelämässä.

## Lähteet

Grapevine. 22.06.2016. Henkilöbrändäys: Saako digi-minäsi töitä? Luettavissa: <https://grapevine.fi/henkilobrandsays-saako-digi-minasi-toita/> Luettu 9.6.2020

Hellas, H. 12.7.2017. Henkilöbrändäys työnhaussa. Oikotie artikkelit. Luettavissa: <https://tyopaikat.oikotie.fi/tyontekijalle/artikkelit/henkilobrandsays-tyonhaussa> Luettu 10.8.2020

Katleena Kortesus, Andrei Koivumäki. 2019. 100 faktaa myynnistä. Alma Talent. Luettu 9.6.2020

Koivumäki, E. 19.2.2017. Henkilöbrändäys – dos ja don'ts. Elina Koivumäki blogi. Luettavissa: <https://www.elinakoivumaki.com/henkilobrandsays-dos-donts/> Luettu 9.6.2020

Krea 2019. Etusivu. Luettavissa: <https://www.krea.fi/> Luettu 9.6.2020

Lavas, I. 7.5.2014. Henkilöbrändin mittaaminen. Case Ville Tolvanen. City blogi. Luettavissa: <https://www.city.fi/blogit/lavas/henkilobrandsays+mittaaminen+case+ville+tolvanen/126949> Luettu 9.6.2020

Männistö, J. 23.8.2019. Kuinka hyödynnän henkilöbrändiä työnhaun tukena. Jaakko Männistö blogi. Luettavissa: <https://www.jaakkomannisto.com/blog/2019/11/11/kuinka-hyodynnn-henkilbrndi-tyonhaun-tukena> Luettu 10.8.2020

Olander, I. 16.9.2014. Mistä rakentuu henkilöbrändi ja maine verkossa? Sometek blogi. Luettavissa: <https://sometek.fi/mista-rakentuu-henkilobrandsays-ja-maine-verkossa/> Luettu 9.6.2020

Puro, H. 29.5.2015. Hyvä henkilöbrändi murtaa muurit. Zento blogi. Luettavissa: <https://www.zento.fi/blog/hyva-henkilobrandsays-murtaa-muurit/> Luettu 9.6.2020

Ville Tolvanen, Tom Laine, Jarkko Kurvinen. 2017. Henkilöbrändi – Asiantuntijasta vaikuttajaksi. Alma Talent. Luettu 9.6.2020

Yle uutiset. Miksi brändätä itsensä somesss? – ”Kilpailu työpaikoista korostaa ilmiötä”.

Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-7376034> Luettu 9.6.2020

Yrittäjät. Andrei Koivumäki teki itsestään brändin: Näin se onnistui. Luettavissa:

<https://www.yrittajat.fi/uutiset/567506-andrei-koivumaki-teki-itsestaan-brandin-nain-se-onnistui#59af3fb8> Luettu 9.6.2020

## **Liitteet**

### **Liite 1. Työpaikkailmoitus: Markkinointikoordinaattori, GoGolf Group**

Haemme nyt energiseen joukkoomme oma-aloitteista, luovaa, mutta systemaattista ammattilaista, jolla on palava innostus tulokselliseen markkinointiin. Et pelkää laittaa käsiä saveen ja haluat joka päivä oppia uutta.

#### **Työtehtävät**

- Markkinoinnin vuosikellon suunnittelu ja toteutus digitaalisissa kanavissa
- Kampanjoiden suunnittelu ja tuotanto yhdessä liiketoimintojen vetäjien kanssa
- Markkinointitoimenpiteiden kehittäminen

#### **Mitä pitää osata**

- Kyky strategiseen markkinoinnin suunnitteluun ja toteuttamiseen
- Kyky tuottaa monipuolista kirjallista sisältöä
- Kokemusta some-kanavien hallinnasta ja sisällön tuotannosta
- Visuaalista osaamista ja näkemystä
- Ymmärrystä markkinoinnin automaatioista

#### **Millainen tyyppi haussa?**

Olet tehokas ja luova, et pelkää vastuuta. Osaat johtaa tiimiä ja saat ihmiset ympärilläsi innostumaan. Sinulla pysyvät projektit aikataulussa ja laitat itse myös kädet saveen. Ennen kaikkea olet huikea tyyppi, kanssasi on kivaa ja inspiroivaa työskennellä.

#### **GoGolf Family tarjoaa:**

- Kivat ja ammattitaitoiset työkaverit
- Joustavat työajat ja mahdollisuuden etätyöskentelyyn
- Vakavaraisen työnantajan ja kilpailukykyisen palkan

