



Päiväkirja yrittäjyyden alkutaipaleesta

Johannes Erkkilä

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Amk-opinnäytetyö

2021

Tradenomin tutkinto

Tiivistelmä

Tekijä

Johannes Erkkilä

Tutkinto

Tradenomi

Raportin/Opinnäytetyön nimi

Päiväkirja yrittäjyyden alkutaipaleesta

Sivu- ja liitesivumäärä

75 + 0

Tämä päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö seuraa kirjoittajan kymmentä ensimmäistä viikkoa täysipäiväisenä valokuvausyrittäjänä syys-marraskuussa 2021.

Opinnäytetyön tavoitteena on käynnistää toiminta kuvausyrittäjänä ja seurata työssä kehittymistä ennalta määriteltyjen teemojen avulla. Työ sisältää lähtötilanteen kuvauksen, 10 raportointiviikon päiväkirjamerkinnot sekä pohdintaosion. Raportointiviikot ajoittuivat 30.8.-5.11.2021 väliselle ajanjaksolle.

Työskentelyä seurataan viikoittaisiin teemoihin peilaten. Jokainen raportointiviikko päättyy viikkoanalyysiin, joka kokoaa kunkin viikon havainnot yhteen. Viikkoanalyysit on koottu yhteen opinnäytetyön pohdintaosioon. Johtopäätelmissä tarkastellaan työssä kehittymistä ja viikoittaisten teemojen kautta esiin nousseita havaintoja.

Opinnäytetyö tarjoaa rehellisen katsauksen yrittäjän arjesta ja siitä, millaisia toimintamalleja mielekkäiden ja tehokkaiden työpäivien suunnitteluun voidaan hyödyntää. Se kertoo, millaisista työtehtävistä ja ajatuksista yrittäjän arki koostuu, millaisia haasteita yrittäjyyden aloittamiseen liittyy ja miten haasteet voidaan hyödyntää oppimiskokemuksena. Työssä esiteltyjä toimintamalleja voidaan hyödyntää myös yrittäjyyden ja opiskelun yhdistämisessä.

Opinnäytetyön aikana havaittiin päivittäisten valintojen merkitys, essentialistinen lähestymistavan hyödyllisyys yrittäjyydessä sekä työpäivien suunnittelun ja päivittäisten rutiinien merkitys työn tehokkuudessa ja ajankäytön haasteiden ratkaisemisessa. Kirjoittajan kehittyminen itsensä johtajana opinnäytetyöprosessin aikana oli merkittävää.

Asiasanat

Yrittäjyys, itsensä johtaminen, ajanhallinta, valokuvaus

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tavoitteet ja rajaukset	1
1.2	Keskeiset käsitteet	2
2	Lähtötilanteen kuvaus	4
2.1	Oman nykyisen työn analyysi	4
2.2	Sidosryhmät työpaikalla	6
2.3	Vuorovaikutustaidot työpaikalla	7
3	Päiväkirjaraportointi	9
3.1	Seurantaviikko 1: Raportointiviikkojen valmistelu	9
3.2	Seurantaviikko 2: Asiakashankinta	13
3.3	Seurantaviikko 3: Asiakashankinta (asiakaspalvelu)	21
3.4	Seurantaviikko 4: Digimarkkinointi (Instagram)	27
3.5	Seurantaviikko 5: Digimarkkinointi (hakukoneoptimointi)	35
3.6	Seurantaviikko 6: Uuden oppiminen	41
3.7	Seurantaviikko 7: Motivaatio	46
3.8	Seurantaviikko 8: Ajanhallinta ja työpäivien suunnittelu	50
3.9	Seurantaviikko 9: Ajanhallinta ja työpäivien suunnittelu (rutiinit)	56
3.10	Seurantaviikko 10: Ajanhallinta ja työpäivien suunnittelu (rutiinit)	61
4	Pohdinta	66
4.1	Johtopäätökset	66
4.2	Oman oppimisen arviointi	68
	Lähteet	71

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö seuraa toiminimiyrittäjä Johannes Erkkilän kymmentä ensimmäistä viikkoa täysipäiväisenä valokuvausyrittäjänä syksyllä 2021. Opinnäytetyö toteutettiin päiväkirjamallisena. Päiväkirjan raportointiviikot ajoittuvat 30.8.–5.11.2021 väliselle ajanjaksonalle. Yksi raportointiviikko pitää sisällään työpäivien päiväkirjamerkinnot sekä viikon koostavan viikkoanalyysin.

Opinnäytetyö tarjoaa kiinnostavan ja rehellisen katsauksen siitä, millaisista asioista ja ajatuksista nuoren yrittäjän arki koostuu, millaisia haasteita yrittäjyyden aloittamiseen liittyy ja miten haasteita käsitellään. Lisäksi se seuraa, miten kuvauksen itseoppinut yrittäjä pärjää kilpailulla alalla ja käyttää edukseen itsensä johtamisen taitoja sekä ammattikorkeakoulussa hankittua liiketalouden osaamista. Työssä esiteltyjä toimintamalleja voidaan hyödyntää myös yrittäjyyden ja opiskelun yhdistämisessä.

1.1 Tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyön tavoitteena on käynnistää yritystoiminta kuvausyrittäjänä ja seurata työssä kehittymistä ja itsensä johtamista viikoittaisten teemojen avulla. Raportointijakson aikana yritykselle luodaan verkkosivut ja Instagram-tili. Raportointiviikoilla kunkin työtehtävien tavoitteenasettelu on kerrottu niin viikko- kuin päivätasollakin. Lisäksi viikoilla kahdeksan on sovellettu lähdemateriaaliin perustuen viiden tärkeimmän päivittäisen tavoitteen menetelmää.

Opinnäytetyö rakentuu neljän teeman ympärille, jotka ovat asiakashankinta, digimarkkinointi, motivaatio ja uuden oppiminen sekä ajanhallinta ja työpäivien suunnittelu. Jotta työn laajuus pysyisi kohtuullisissa rajoissa, on teemoja rajattu opinnäytetyöhön sopivaksi. Asiakashankinta rajataan hyvään myyntitekniikkaan tutustumiseen sekä asiakaskokemuksen ja asiakaspalvelun tutkimiseen. Digimarkkinoinnin osalta opinnäytetyö käsittelee hakukoneoptimointia sekä Instagramin hyödyntämistä markkinoinnissa. Motivaation osalta käsitellään työssä motivoitumista ja erilaiset motivaatioteoriat rajataan pois. Oppimista tutkitaan työssä kehittymisen näkökulmasta. Ajanhallinnan ja työpäivien suunnittelun osalta käsitellään rutiineja, työajan tehokasta käyttöä sekä oleellisten työtehtävien valitsemista.

Taulukko 1. Peittomatriisi

Oman ammatillisen kehittymisen tavoitteet	Tietoperustan luku raportissa	Seurantaviikko	Oman ammatillisen kehittymisen tulokset
Asiakashankinta	3.2, 3.3	2–3	4.1
Digimarkkinointi	3.4, 3.5	4–5	4.1
Motivaatio ja uuden oppiminen	3.6, 3.7	6–7	4.1
Ajanhallinta ja työpäivien suunnittelu	3.8, 3.9, 3.10	8–10	4.1

Ensimmäinen raportointiviikko on varattu valmisteleville toimenpiteille. Ammatillinen kehittyminen raportointijaksolla ja työssä tehdyt havainnot kootaan opinnäytetyön lopun Pohdinta-lukuun, jossa kehittymistä kuvataan kunkin teeman osalta. Lisäksi lopussa arvioidaan omaa oppimista ja opinnäytetyöprosessia kokonaisuudessaan.

1.2 Keskeiset käsitteet

Asiakashankinta – Yrityksen myynnin kasvattamiseen tähtäävä toiminta. Voidaan jakaa uusasiakashankintaan, lisämyyntiin nykyisille asiakkaille sekä entisten asiakkaiden uudelleenostojen kasvattamiseen. (Bergström & Leppänen 2021, 358.) Useissa yhteyksissä termillä tarkoitetaan nimenomaan uusasiakashankintaa. Opinnäytetyössä asiakashankinta käsittää kirjoittajan oman verkoston kontaktoinnin, josta tavoitellaan entisiä asiakkaita sekä kokonaan uusia asiakkuuksia.

Digimarkkinointi – Markkinoinnin osa-alue, jossa käytetään sähköisiä jakelu- ja viestintäkanavia. Digitaalinen markkinointi sisältää esimerkiksi sosiaalisen median mainonnan, hakukoneoptimoinnin, hakukonemarkkinoinnin, sähköpostimarkkinoinnin sekä bannerimainonnan. (Bergström & Leppänen 2021, 31; Digitaalinen markkinointi 2020.) Opinnäytetyössä digimarkkinointi rajataan hakukoneoptimointiin ja Instagramin hyödyntämiseen.

Itsensä johtaminen – Ihmisen kokonaiskunnon kehittämiseen tähtäävä vaikutusprosessi, joka jakautuu fyysisen, psyykkisen, sosiaalisen, henkisen sekä ammatillisen kunnon kehittämiseen. Sydänmaanlakan Oy Minä Ab -mallin elementit ovat keho, mieli, tunteet, arvot sekä työ. Kukin ihminen toimii tämän kokonaisuuden itsenäisenä johtajana. (Sydänmaanlakka 2017, 7, 29–30, 297.)

Motivaatio – Toiminnan aikaansaava voima, joka voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen motivaatioon. Motivaation taso määräytyy ihmisen sisäisten tekijöiden sekä ulkoisten vuorovaikutustekijöiden perusteella. (Arajärvi & Thesleff 2020, 294–295.)

2 Lähtötilanteen kuvaus

Ensikosketukseni ammattimaisempaan toimintaan kuvaustyössä oli vuoden 2019 helmikuussa, kun kuvasin ja editoin ensimmäisen musiikkivideoni. Video oli kooste Lapin kierteestä Juhani Tikkanen -nimisen artistin kanssa. Onnistuneesta videosta motivoituneena jatkoin kuvaustöitä koulun ja muiden töiden ohella satunnaisin väliajoin. Projektit ovat liittyneet enimmäkseen videokuvaukseen.

Tällä hetkellä teen kuvaustöitä toiminimellä, joka on perustettu huhtikuussa 2020. Samalla toiminimellä laskutan myös musiikkialan työt, joita teen keikkailun sekä musiikin sovittamisen merkeissä. Vuoden 2021 alussa aloin tutustua erityisesti valokuvaukseen ja etenkin potrettikuvauksen tekniikoihin. Kuluneen vuoden ajan olenkin keskittynyt enimmäkseen potrettikuvaukseen.

Raportointijakson aikana tavoitteena on luoda taitelijanimi, Instagram-tili sekä verkkosivut kuvaustöitä varten. Näin edistetään työllistymistä valmistumisen jälkeen. Valo- ja videokuvauksen saralla olen täysin itseoppinut, eikä minulla ole alan koulutusta. Päättyöni ammatikorkeakoulun ohella ovat olleet tähän asti muusikon työt. Koska olen toiminut alalla ammattilaisena jo useamman vuoden, on verkostoni ja sitä kautta kuvaustöiden asiakaskuntani tähän mennessä koostunut enimmäkseen musiikkialan toimijoista: aloittelevista artisteista, yhteistä sekä instrumentalisteista.

2.1 Oman nykyisen työn analyysi

Valo- ja videokuvauksyrittäjänä työtehtäväni ovat hyvin moninaisia ja vaihtelevat paljon päivän ja projektin mukaan. Kuvaukset lähtevät yleensä liikkeelle suunnittelusta asiakkaan kanssa. Kun suunnittelu on saatu päätökseen, seuraa kuvausvaihe. Kuvausten pituus vaihtelee projektin mukaan. Tekemäni kuvaukset ovat tähän mennessä vieneet yleensä maksimissaan yhden päivän. Potrettikuvaukset kestävät yleensä noin kahdesta kolmeen tuntiin, kun taas mainosvideon kuvaamiseen on hyvä varata koko päivä tai vähintään useampi tunti.

Kuvausten jälkeen alkaa jälkikäsitteily. Tämä työvaihe vie projektista riippuen muutamasta tunnista useampaan päivään. Jälkikäsitteily vie usein enemmän aikaa kuin itse kuvaukset. Valokuvien käsitteily on omassa tapauksessani lähes aina huomattavasti nopeampaa kuin videoeditointi, koska kuvankäsittely on lähinnä kevyttä valojen, värien ja varjojen muokkausta Adobe Lightroomissa. Jälkikäsitteily vaatii editointiohjelmistojen osaamista sekä ymmärrystä kuvanmuokkauksen periaatteista.

Kuvaustyöstä selviytyminen vaatii ensinnäkin teknistä osaamista kameran kanssa. Kuvaustilanteessa säätöjä ei voi juurikaan jäädä harkitsemaan, vaan ymmärrys sekä kuvauksen yleissäännöistä että oman laitteen käytöstä tulee olla korkealla tasolla. Tekninen osaaminen on kuitenkin vasta ensiaskel onnistuneisiin kuviin. Hedgecoen (2010, 8–9) mukaan hyvä valokuvaaja kykenee tarkastelemaan maailmaa muita ihmisiä laajemmalla perspektiivillä. Huolimatta kameratekniikan kehityksestä, kuvan sommittelun ja muut taiteelliset valinnat päättää aina kuvaaja itse. Nämä valinnat erottavat keskinkertaiset ja erinomaiset kuvat toisistaan. (Hedgecoe 2010, 8–9.)

Lisäksi erittäin tärkeitä ominaisuuksia ovat itsenäisyys, kalenterinhallinta, kyky ja into oppia jatkuvasti uutta sekä sinnikkyys. Nämä ovat taitoja, joita ilman on haastavaa toimia itsenäisenä yrittäjänä. Myös sosiaaliset taidot ovat hyvin keskeisessä osassa, sillä kuvaustilanne sisältää lähes aina muiden ihmisten kanssa työskentelyä.

Aiempaa kokemusta kuvaajana olen kerryttänyt sekä kouluprojekteissa että omien verkostojeni kautta. Kouluprojektit ovat olleet erinäisiä videoita liittyen markkinoinnin kurseihimme. Koulun ulkopuolella olen kuvannut ja editoinut musiikkivideoita, muutaman lyhyen mainosvideon sekä kuvannut potretteja ja promokuvia. Kaikki koulun ulkopuoliset projektit ovat tulleet oman verkostoni kautta. Minkäänlaista markkinointia en juurikaan ole tehnyt. Tähän aionkin kiinnittää huomiota raportointijakson aikana.

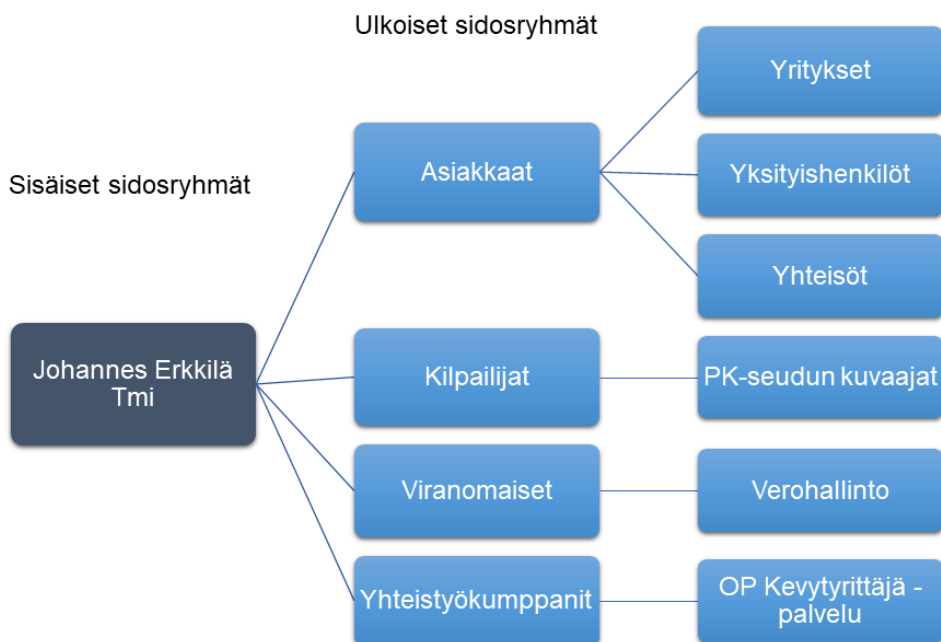
Osaamisen tason suhteen koen olevani tasolla kaksi, eli *taitava suoriutuja*. Koen taitotasoni kuitenkin olevan enemmän kallellaan aloittelevaan toimijaan kuin kokeneeseen asiantuntijaan. Ymmärrän, mitä työtehtävistäni suoriutuminen vaatii ja osaan tarvittaessa itsenäisesti opiskella uuteen työtehtävään tarvittavat taidot. Lisäksi kykenen arvioimaan, millaista työnjälkeä voin luvata asiakkaileni juuri nyt. Merkittävää ammattikokemusta ei koulun ja muiden töiden ohella ole kuitenkaan vielä päässyt kertymään. Uskon kuitenkin kehittyväni nopeasti, kun laitan raportointijaksolla keskittymiseni kuvaamiseen ja editointiin.

Video- ja valokuvausyrittäjyyden lisäksi toimin lisäksi keikkailevana muusikkona ja musiikintekijänä, ja musiikkiala onkin ollut yrittäjäyteni pääosassa tähän asti. Yrittäjäyys on siis tältä osin minulle tuttua. Raportointijaksolle osuu muutamia keikkaviikonloppuja. Pyrin kuitenkin kaikkina arkipäivinä tekemään kokonaisia työpäiviä kuvausyrittäjyyden parissa.

2.2 Sidosryhmät työpaikalla

Yksin toimivana pienyrittäjänä sidosryhmäni ovat varsin yksinkertaiset. Sisäisiin sidosryhmiin ei kuulu muita kuin minä itse yrittäjänä ja yrityksen ainoana työntekijänä. Olen tois-
taiseksi itse vastuussa kaikesta yritykseni toiminnasta.

Ulkoisiin sidosryhmiini kuuluvat ensinnäkin asiakkaat. Näitä ovat yksityishenkilöt, yritykset sekä yhteisöt. Asiakkaistani yksityishenkilöihin jaottelen potrettikuvattavat henkilöt, jotka käyttävät kuvia omissa henkilökohtaisissa sosiaalisen median kanavissaan. Heidän kanssaan kuvaukset ovat usein noin tunnin kestäviä henkilökuvauksia miljöössä. Yritysassiak-
kaihini kuuluvat sekä toiminimiyrittäjät että osakeyhtiöt. Heidän tarpeitaan ovat usein sosi-
aalisen median materiaali sekä erilaiset markkinointimateriaalit, esimerkiksi musiikinteki-
jöillä ja artisteilla heidän tuleviin julkaisuihinsa liittyvät mainosvideot ja -kuvat. Usein artistit
ja musiikintekijät pyörittävät toimintaansa toiminimen avulla, joten toiminimiyrittäjät ovat
ehdottomasti asiakaskunnastani suurin. Yhteisöjä asiakkaistani ovat esimerkiksi lauluyhty-
eet ja kuorot, jotka harjoittavat toimintaansa yhdistyksen kautta. Heidän tarpeensa liittyvät
usein musiikkivideoihin, mainosmateriaaliin sekä promokuvaan.



Kuva 1. Sidosryhmäkaavio

Toinen ulkoinen sidosryhmä on viranomaiset. Näihin kuuluu tapauksessani Verohallinto sekä lähitulevaisuudessa myös jokin työeläkeyhtiö YEL-maksujen muodossa. Viranomai-

syhteistyö on tällä hetkellä varsin vähäistä, sillä kirjapitoni ja kaikki siihen liittyvät ilmoitukset hoitaa toistaiseksi OP Kevytyrittäjä -palvelu, jonka lasken yhteistyökumppanikseni. He hoitavat suuren osan kirjanpidostani sekä kaikki lakisääteiset ilmoitukset. Kilpailijokseni katson pääkaupunkiseudun muut yksityisyrittäjinä toimivat kuvaajat, sillä toimintani keskittyy toistaiseksi vain pääkaupunkiseudun alueelle enkä koe kilpailevani samoista asiakkaista suurempien tuotantoyhtiöiden kanssa.

Työni kannalta keskeisimmät sidosryhmien mielipiteet ja intressit ovat asiakkailla. Heidän intressinsä toteuttamalla takaan liiketoimintani jatkuvuuden. Koen kuvaustyön vahvasti asiakaspalvelutyönä. Jotta lopputulos olisi asiakkaalle mieluinen, on minun kuunneltava asiakkaan toiveita tarkasti ja pyrittävä toteuttamaan nämä toiveet mahdollisimman hyvin. Omilla taiteellisilla näkemyksilläni voin pyrkiä tuomaan luovuutta ja uusia näkökulmia kuvauksiin, mutta omat intressini eivät saa mennä asiakkaiden tarpeiden edelle.

2.3 Vuorovaikutustaidot työpaikalla

Kuvausyrittäjyydessä ensimmäinen vuorovaikutustilanne on usein asiakkaiden kontaktointi tai asiakkaan yhteydenottoon vastaaminen. Tässä tärkeää on vastata mahdollisimman lyhyellä viiveellä. Lisäksi viestinnän tulee olla selkeää, ystävällistä ja ymmärrettävää. Kuvausta suunniteltaessa tulisi heti pyrkiä hahmottamaan asiakkaan toivoma kokonaiskuva sekä työn määrään ja hintaan vaikuttavat seikat. Tällöin tarjouksen tekeminen on huomattavasti helpompaa ja välttyään yllätyksiltä työn edetessä.

Tarjousta tehdessä haastavaksi koen työni hinnoittelun; miten hinnoittelen työni niin, että asiakas hyväksyy tarjoukseni, mutta voisin kuitenkin laskuttaa tekemästäni työstä. On syytä muistaa, että ilmaiseksi tehty työ on usein alussa edellytys portfolion kasvattamiseen. Etenkin kuvausurani alkuvaiheessa olisi hyvä luoda mahdollisimman monia asiakassuhteita, eikä näiden suhteiden luominen saisi estyä liian korkean hintapyyynnön takia. Liiketoiminnan kasvattamisen vuoksi koen kuitenkin parhaaksi pyrkiä laskutettavien töiden pariin mahdollisimman pian. Näin annan myös ammattimaisemman kuvan toiminnastani.

Lisäksi itse kuvaustilanteeseen liittyy paljon vuorovaikutusta. Potrettikuvauksessa tai esimerkiksi musiikkivideon kuvauksissa kuvattavien ohjeistaminen on keskeisessä osassa työn sujuvuuden kannalta. Kuvaajana tehtäväni on johtaa tilannetta ja antaa selkeitä ohjeita, sekä ennen kuvauksia että niiden aikana. Ennen kuvauksia on hyvä informoida kuvattavaa siitä, mitä tänään ollaan tekemässä ja millaisia ottoja tai tyyliä olemme hake-massa. Kuvausten aikana on minun tehtävänäni varmistaa, että kaikki näyttää hyvältä, koska näen kokonaiskuvan. Kun vuorovaikutussuhde asiakkaan kanssa on kunnossa, kuvaukset sujuvat tehokkaammin ja vaivattomammin.

Projektin loppupuolella vuorovaikutustilanne syntyy, kun ensimmäinen luonnos tai lähes valmis tuotos lähetetään kommentoitavaksi. Tässä haasteita voi aiheuttaa epäselvästi rajattu työkokonaisuus. Tärkeää onkin rajata selvästi, mitä muutostoiveita asiakkaalta hyväksyy, jotta muutostoiveiden määrä pysyy kohtuullisena. Tähän auttavat kuvausten suunnitteluvaiheessa sovitut selkeät raamit kuvauksen kokonaisuudesta, kuten editoitavien kuvien määrästä ja tavasta, jolla kuvien valinta tehdään.

Kokonaisuudessaan oma vuorovaikutusosaamiseni on mielestäni varsin hyvällä tasolla. Erityisesti voisin vielä kehittää oman osaamiseni myymistä potentiaalisille asiakkaille. Lisäksi voisin vielä kehittää vuorovaikutustaitojani kuvaustilanteessa, jotta kuvaukset sujuisivat mahdollisimman sujuvasti ja ammattimaisesti.

3 Päiväkirjaraportointi

3.1 Seurantaviikko 1: Raportointiviikkojen valmistelu

Viikon tavoitteena on suunnitella tulevia viikkoja, aloittaa portfolion kasaaminen ensi viikon asiakashankintaa varten sekä tehdä selvitystä mahdollisista uusista investoinneista.

Maanantai 30.8.2021

Päivän tavoitteena on luoda yleiskuvaa tulevilta viikoilta sekä luoda alustavaa runkoa viikoittaisille työtehtäville. Jaottelin viikoittaiset työtehtävät taulukon 2 mukaisesti. Ensimmäinen viikko koostuu suunnittelusta, viikot kaksi ja kolme asiakashankinnasta, viikot neljä ja viisi verkkosivuston ja sosiaalisen median näkyvyyden rakentamisesta, viikot 6–9 kuvauksista ja editoinnista sekä viikko 10 kuvien editoinnista.

Taulukko 2. Työtehtävien jaottelu raportointijakson aikana

Viikko 1	Suunnitteluviikko
Viikot 2–3	Asiakashankinta
Viikot 4–5	Verkkosivut ja sosiaalinen media
Viikot 6–9	Kuvauksia ja editointia
Viikko 10	Editointia

Jotta kehittyisin kuvaajana mahdollisimman nopeasti, on pyrkimykseni syksyn aikana implementoida valokuvausrutiineja päivittäiseen arkeeni. Oman kokemukseni mukaan systeemit ja rutiinit edistävät oppimistani tehokkaimmin. Kayn (30.9.2020, 1:23-6:03 min.) mukaan yksi päivittäinen rutiini on pyrkiä ottamaan joka päivä 27 valokuvaa. Ottamalla 27,4 valokuvaa päivässä kertyy valokuvia vuodessa 10 000. Tämä päiväkohtainen kuvamäärä on useimmille kuvaajille sopiva päivittäinen tavoite, joka ”venyttää ihmisiä tarpeeksi” heidän kehittyäkseen kuvaajana. (Kay 30.9.2020, 1:23-6:03 min.) Luku perustuu ruotsalaisen psykologin Anders K. Ericssonin kehittämään ja Malcolm Gladwellin tunnetuksi tekemään 10 000 tunnin teoriaan, jonka mukaan uuden taidon kokonaisvaltaiseen hallintaan vaaditaan 10 000 tuntia keskittynyttä harjoittelua (Turunen 15.7.2017).

Kayn päivittäinen 27:n kuvan tavoite tuntuu selkeältä rutiinilta, jonka aion ottaa käyttöön ensimmäiselle viikolle. Katson tämän jälkeen, mitä tuntemuksia rutiini herättää ja toimiiko se toivomallani tavalla.

Tiistai 31.8.2021

Päivän tavoitteena on tutkia syksyn mahdollisia investointeja. Pidän erittäin mahdollisena, että investointeja syntyy raportointijaksolla. Esimerkiksi tietokoneeni tarvitsisi päivitystä. Huolellisen tutkinnan tuloksena olen kallistumassa Lenovo Legion T7 -tietokoneeseen. Legion T7 tarjoaisi huomattavan harppauksen laskentatehossa suhteessa nykyiseen tietokoneeseen, joka on useita vuosia vanha. Esimerkiksi videoiden editointi nykyisellä tietokoneellani on tuskallisen hidasta.

Usein olisi kustannustehokkaampaa kasata kone itse tilaamalla osat erikseen, mutta nyt maailmanlaajuisen komponenttipulan nostaessa hintoja ja vaikeuttaessa osien saatavuutta pidän valmiiksi kasattua konetta potentiaalisena vaihtoehtona. Näin saan koneen käyttöön jo raportointijaksolle ja tiedän, että osat toimivat varmasti yhdessä. Lisäksi säästän huomattavan määrän aikaa, joka kuluisi osien etsimiseen sekä koneen kasaamiseen.

Tietokoneen lisäksi myös kamerakalustoni kaipaisi päivittämistä. Potentiaalinen kamera voisi olla Canonin lippulaivamalli EOS R5, jonka ominaisuuksia ovat Canonin (Canon s.a.) mukaan esimerkiksi 45 megapikselin kenno, 12-bittinen 8K RAW-video sekä automaattitarkennus, jossa hyödynnetään syväoppimiseen perustuvaa tekoälyä.

Päivä kului kokonaan hankintoja tutkiessa, jonka jälkeen tein vielä päivän 27:n kuvan kuvausrutiinin ulkona. Huomaan kuvausrutiinista heti, että valtaosassa kuvista puuttuu suunnitelmallisuus ja harkinta, kun tavoitteena on vain saada tietty kuvamäärä täyteen. Mielestäni kehittymisen kannalta keskeistä olisi pyrkiä harkittuihin kuvasommitteluihin ja suunnitelmallisuuteen.

Keskiviikko 1.9.2021

Päivän tavoitteena oli edistää portfolioa, ja päivä kului kokonaan aiheen parissa. Portfolio olisi hyvä saada ensi viikon asiakashankintaa varten ainakin osittain valmiiksi. Näin pystyn näyttämään asiakkaille osaamiseni tason konkreettisesti. Tutkin eri nettisivuvaihtoehtoja ja päädyin valitsemaan Adobe Portfolion nettisivujeni pohjaksi. Adobe Portfolio ei aiheuta minulle erillisiä kuluja, koska palvelu sisältyy Adobe Creative Cloudiin, jonka tilaus minulla on jo voimassa. Näin saan pidettyä juoksevat kulut mahdollisimman alhaalla.

Toteutan portfolion kasauksen kaksivaiheisena. Ensin kerään parhaat valokuvani yhteen ja tästä karsin vielä lopulliset kuvat portfolioon. Tarkoitukseni on päivittää portfolioa seurantajakson aikana sitä mukaa kun uusia kuvia syntyy. Kerättyäni kuvia portfolioon suunnittelin verkkosivujen ulkoasua sekä sivujen jaottelua. Jaottelen sivut tässä vaiheessa kahteen kategoriaan: henkilökuvaus ja ilmakuvaus. Näistä minulla on eniten materiaalia valmiina ja saan sivut nopeimmin kasattua.

Illtapäivällä kävin tutustumassa Oura-sormukseen. Sormus mittaa esimerkiksi sykettä, askelia, yleistä aktiivisuutta sekä kehon lämpötilaa (Oura 2020). Olisikin mielenkiintoista seurata vireystilaa ja unenlaatua raportointijaksolla sekä sitä, miten erilaiset työpäivät vaikuttavat näihin. Sormuksen avulla pystyisin seuraamaan aktiivisuuttani ja pitämään paremmin huolta riittävästä levosta.

Päivän päätteeksi otin vielä päivittäiset 27 valokuvaa ulkona katukuvauksen parissa. Huomasin, että kuvista puuttui jälleen suunnitelmallisuus, jota kaipaan. Rutiniä täytyy vielä miettiä uudelleen.

Torstai 2.9.2021

Päivän tavoitteena oli suunnitella yrityksen nimeä, kalibroida tietokoneen näytöt sekä jatkaa portfolion kokoamista. Aloitin päivän suunnitteleamalla, millä nimellä tekisin töitä kuvausyrityksenä. Pyrin välttämään oikean nimen käyttöä kahdesta eri syystä: minulla on täysnimikaima, joka on myös toiminut luovalla alalla. Tämä on aiheuttanut joitain sekaannuksia jo nyt. Toiseksi haluaisin pitää oikean nimen yhdistettynä musiikkialaan.

Täysnimikaimat jättävät jälkensä sosiaaliseen mediaan ja vaikeuttavat näkyvyyttä Googlessa. Nimervalinnan tärkein kriteeri on, millaisen viestin se välittää kohderyhmälleen. Nimen olisi hyvä olla ”lyhyt, helposti muistettava, helposti käytettävä, erottuva sekä omaa työtä tukeva.” (Korteso 5.9.2016)

Ideoin aamupäivän nimiehdotuksia ja sain niitä varsin pitkän listan. Annoin ajatusteni juosta vapaasti ja otin kaikki mahdolliset ideat talteen. Nimi olisi hyvä saada päätettyä ensi viikkoon mennessä, jolloin aloitan asiakashankinnan. Potentiaalisin nimiehdotus tällä hetkellä on Johannes Aleksii Photography.

Loppupäivän käytin portfolion kasaamisen sekä portfoliokuvien editoimiseen. Päivän loppuksi kalibroin tietokoneeni molemmat näyttöni X-Rite Pro -laitteella. Laitteella saadaan säädettyä näytön valkoinen piste, kirkkaus, kontrasti ja gamma (Scandinavian Photo s.a.). Näin voin luottaa paremmin siihen, että tietokoneeni näyttöjen värit vastaavat todellisuutta.

Perjantai 3.9.2021

Päivän tavoitteena oli tehdä selvitystä kotisivujen perustamisesta sekä jatkaa yhä portfolion kasaamista. Aloitin päivän tutkimalla webhotelleita ja verkkotunnusten tarjoajia. Potentiaalisimmalta vaikuttaisi Domainhotellin tuote, jossa hinta on halpa ja näin saan pidet-

tyä juoksevat kulut alhaalla. Lisäksi ensimmäisen vuoden saisi tarjoushinnalla. Illalla vuorossa oli musiikkitoita Turussa, joten päätin työpäivän hieman aiemmin keretäkseni harjoitella illan kappaleet sekä tehdä kaikki tarvittavat valmistelut.

Viikkoanalyysi viikosta 1

Ensimmäinen viikko onnistui asettamieni tavoitteiden suhteen varsin hyvin. Viikon teemana oli valmistelevat toimenpiteet ja tulevien viikkojen suunnittelu, ja työpäivät koostuivatkin pääosin näihin liittyvistä asioista.

Investointien suhteen sain tehtyä hyvää selvitystä potentiaalisista hankinnoista. Hankintoja täytyy kuitenkin vielä harkita. Verkkokauppa.comin (s.a.) mukaan Canon EOS R5:n tämänhetkinen hinta on noin 3625 € ilman arvonlisäveroa, ja Canon RF 24-70 mm f.2.8L IS USM -zoom-objektiivi maksaa noin 1855 € ilman arvonlisäveroa (Verkkokauppa.com s.a.) Kokonaishintaa kertyy siis 5480 € ilman arvonlisäveroa. Jos muita hankintoja ei oteta huomioon, teoriassa pärjäisin tällä kombinaatiolla monta vuotta ammattilaisena. Jos ajatellaan, että voisin ensi vuonna laskuttaa aloittelevana kuvaajana 100 € + alv. 24 % tunnin henkilökuvauksista, tarvitsisin omien kulujeni jälkeen noin 60 henkilökuvausta summan kattaakseni. Tämä tarkoittaisi viittä henkilökuvausta kuukaudessa, olettaen, että en tekisi mitään muita kuvauksia.

Taitelijanimen pohdinta kuvaustöihin jäi vielä kesken. Tämä ei toisaalta ole katastrofi, sillä aion aloittaa ensi viikon asiakashankinnan jo valmiista kontakteistani, eikä verkkosivujen puuttuminen sinällään haittaa. Nimi pitäisi kuitenkin päättää ensi viikolla, jotta voin varata verkkotunnuksen.

Kokeiltuani 27:än päivittäisen kuvan rutiinia huomasin jo tällä ensimmäisellä viikolla, että rutiini kaipaa hienosäätöä. Kuvista puuttuu suunnitelmallisuus, sillä huomasin keskittyväni vain asetetun kuvamäärän mahdollisimman nopeaan saavuttamiseen. Parempi rutiini voisi olla vaikkapa 10 mahdollisimman harkittua kuvaa päivässä. Lisäksi kuvausrutiini saattoi helposti jäädä tekemättä, jos sen jätti tehtäväksi illalle. Tällöin auringonvaloa ei enää ollut riittävästi.

Portfolion kasaaminen eteni myös suunnitelmieni mukaan. Työtä kuitenkin vielä riittää, jotta kuvat olisivat julkisesti nähtävillä. Portfolion kasaaminen on haastavaa, koska kuvia voisi muokata loputtomiin ja pyrkiä täydellisyyteen. Viikkoaikataulussa tulee kuitenkin pysyä, ja se, että saa tehdyksi, on lähes aina parempi kuin täydellisyyden tavoittelu. Lisäksi

huomasin, että useampana päivänä saatoin jatkaa töiden tekemistä esimerkiksi illalla ennen nukkumaanmenoa. Tähän on hyvä kiinnittää jatkossa huomiota, etteivät työpäivät veny liian pitkiksi.

3.2 Seurantaviikko 2: Asiakashankinta

Viikon tavoitteena on aloittaa asiakashankinta sekä jatkaa verkkosivujen rakentamista.

Maanantai 6.9.2021

Päivän tavoitteena oli suunnitella tulevien viikkojen asiakashankintaa ja koko päivä koostui tästä suunnittelutyöstä. Lähdin liikkeelle segmentoimalla kohderyhmiä, jotka näen potentiaalisimpina asiakkaina ja joihin keskitän fokukseni tänä syksynä.

Segmentointi tarkoittaa oman asiakaskohderyhmän löytämistä ja tunnistamista. Segmentti on rajattava tarpeeksi spesifisti – näin pystytään tunnistamaan kohderyhmälle ominaisia piirteitä ja ennakoimaan sitä, miten kohderyhmä käyttäytyy ostaessaan. Segmentointi perustuu asiakkaiden tarpeiden tunnistamiseen ja näiden tarpeiden täyttämiseen. Tavoitteena on löytää kohderyhmät, joiden tarpeet yritys pystyy täyttämään kilpailijoitaan kustannustehokkaammin ja paremmin. Segmentti ja asiakas tarkoittavat eri asioita. Segmentti tarkoittaa ryhmää, joka haluaa asiakkaaksi, mutta ei vielä ole ostanut yritykseltä mitään. Asiakas tarkoittaa henkilöä, joka ei välttämättä edes kuulu segmenttiin, mutta on jo ostanut yrityksen tuotteita tai palveluita. (Tuunanen & Aaltonen 2021, 43; Leväinen s.a.)

Pienyrittäjät sortuvat usein niin sanottuun ”kaikkea kaikille” -ajatteluun. Tällöin sekä ajalliset että taloudelliset resurssit valuvat hukkaan väärin asiakkaisiin keskittyessä. Keskeistä olisi pyrkiä valitsemaan kohderyhmät, jotka tuottavat eniten arvoa yritykselle. (Tuunanen & Aaltonen 2021, 43–44; Leväinen s.a.) Jaottelen asiakkaani tässä vaiheessa kolmeen kohderyhmään, johon keskitän resurssini. Ensimmäinen ryhmä on potrettikuvattavat henkilöt. Heidän tarpeenaan on saada laadukkaita kuvia itsestään sosiaalisen median kanaviin. He voivat käyttää kuvia myös esimerkiksi työhakemuksissaan ja ansioluetteloissaan.

Potrettikuvaukset mahdollistavat portfolioni nopean kasaamisen ja kuvaajana kehittymisen. Henkilökuvaukset on helppo järjestää, sillä ne vaativat vain kahden ihmisen aikataulujen sovittamisen. Henkilökuvaukset vievät myös verrattain vähän aikaa, noin tunnista kahteen tuntiin. Voi kuvata potretit Helsingin alueella ja lähellä kotiani Ullanlinnassa, jossa on monia hyviä kuvauspaikkoja. Tämän lisäksi potrettikuvat toimivat hyvänä markkinointikeinona: kuvattavat jakavat kuvia sosiaalisen median kanavissaan, ja merkitsevät minut

kuvaajaksi. Näin kuvani leviävät tehokkaasti eri kaveripiireissä ja saan näkyvyyttä. Kilpailuetunani on hyvät ihmissuhdetaidot sekä kokemus potrettikuvauksesta.



Kuva 2. Asiakassegmentit ja heidän tarpeensa

Toinen kohderyhmäni on pienyrittäjät, jotka tarvitsevat kuvia ja videoita nettisivuilleen sekä sosiaalisen median kanaviinsa. Tähän ryhmään kuuluvat esimerkiksi kampaajat sekä pienet kahvilat ja vaatekaupat. Sosiaalisen median materiaali voi olla kuvia tuotteista vaatekaupassa tai yleiskuvia kahvilan tunnelmasta. Keskittymällä tähän kohderyhmään edistän kuvaustaitojani ja luon pohjaa kestäville asiakassuhteille. Pienissä yrityksissä päättäenältä on usein kokonaan yhden tai muutaman henkilön käsissä, joten pääsen nopeammin suoraan neuvotteluyhteyteen yrityksen omistajan kanssa.

Kolmas kohderyhmäni on aloittelevat artistit ja musiikkialan ammattilaiset. Heidän tarpeita voidaan olla esimerkiksi promokuvat ja musiikkivideot. Kilpailuetunani on, että tavoitan heitä kattavasti omasta verkostostani ja ymmärrän musiikkialaa hyvin.

Tiistai 7.9.2021

Päivän tavoitteena oli jatkaa asiakashankinnan suunnittelua. Tutkin erityisesti uusasiakashankinnan ja vanhojen asiakassuhteiden kehittämisen suhdetta. Musiikkitöiden takia vietin tiistaina muutaman tunnin Tukholmassa, joten hyödynsin ajan keräämällä kuvia (esim. kuva 3) portfoliooni, joka osaltaan edistää asiakashankintaani, kun saan verkkosivujani eteenpäin.

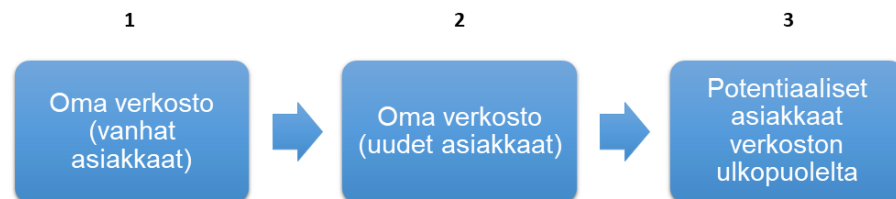


Kuva 3. Verkkosivuja varten otettuja kuvia Tukholmasta

Yrityksen myyntiä voidaan edistää uusasiakashankinnalla tai nykyisten asiakkaiden ostoja kasvattamalla. Uusasiakashankintaa pidetään usein keskeisenä tekijänä yrityksen toiminnan jatkuvuuden kannalta. Vanhojen asiakkuuksien säilyttäminen ja yhteistyön syventäminen on kuitenkin usein vielä uusasiakashankintaakin keskeisempää, sillä lisämyynti nykyisille asiakkaille on kustannustehokkaampaa. Uusasiakashankintaan kuluu merkittävästi enemmän resursseja kuin vanhojen asiakkuuksien säilyttämiseen. Voidaankin kärjistää, että ”vanhan asiakkaan pitäminen maksaa euron, uuden hankkiminen 10 euroa.” Nykyisten asiakassuhteiden syventämisen ja kehittämisen yhtenä etuna on myös kommunikoinnin helppous. Koska vastapuolena on ennestään tuttu henkilö, on kommunikointi luontevaa. (Balac 2009, 103–106; Bergström & Leppänen 2021, 358.)

Lisäksi vanhojen asiakkuuksien etuna on luottamus. Yhteistyö asiakkaan kanssa perustuu luottamuksellisen suhteen luomiseen. Luottamuksellinen suhde antaa myös joustovaraa mahdollisten virheiden sattuessa, koska myyjäyrityksen asema suhteessa kilpailijoihin on vahvempi. (Balac 2009, 106.) Omalla kohdallani tämä on merkittävä tekijä. Koska työnjälkeni ei urani alkuvaiheessa välttämättä aina ole ammattimaisen tasaista, mahdollistavat luottamukselliset asiakassuhteet hienoista vaihtelevuutta työn laadussa ja suojaavat virheiden sattuessa.

Aion aloittaa asiakashankintaprosessini kontaktoimalla asiakkaita, joiden kanssa olen jo tehnyt yhteistyötä. Voin ottaa vanhoihin asiakkaihin yhteyttä matalalla kynnyksellä ja toteuttaa Kontaktoinnin helposti puhelimitse. Tämän jälkeen siirryn potentiaalsiin uusiin asiakkaisiin verkostoni sisällä. Tässäkin vaiheessa toki tunnen tai tiedän asiakkaan jollain tasolla. Kolmannessa vaiheessa raportointijakson jälkeen kontaktoin potentiaalisia asiakkaita verkostoni ulkopuolelta.



Kuva 4. Syksyn aikana sovellettava asiakashankinnan jaottelu

Keskiviikko 8.9.2021

Päivän tavoitteena oli aloittaa asiakashankinta käytännön tasolla ja koko työpäivä kuluikin näissä merkeissä. Tutustuin myös myynnin tekniikkaan, jota hyödynsin asiakkaita kontaktoidessani. Kerron tästä lisää viikkoanalyysissa.

Lähdin liikkeelle suunnitelmani mukaan kontaktoimalla entisiä asiakkaitani. Eilen käsittelemäni kommunikoinnin helppous tuttujen asiakkaiden kanssa tuli hyvin esiin. Pystyin lähestymään asiakkaita helposti WhatsApp -viestien ja Instagramin avulla ja keskustelu oli vaivatonta. Koen myös, että olen pystynyt aiemmin luomaan luottamuksellisen suhteen asiakkaisiin, ja tästä on nyt hyötyä.

Eräässä yhtyeessä, jonka kanssa olen tehnyt paljon yhteistyötä, kiinnostusta löytyi sekä koko yhtyeen että yksittäisten laulajien tasolla. Etenkin yksittäisistä henkilökuvauksista oli kiinnostuneita. Eilen suunnittelemani segmentointi siis näyttää ainakin tässä vaiheessa toimivalta.

Torstai 9.9.2021

Päivän tavoitteena oli jatkaa kuvausneuvotteluja ja portfolion kasaamista. Sovimme kolme henkilökuvausta ensi viikon tiistaille, keskiviikolle ja perjantaille. Näyttää yhä vah-

vemmin siltä, että juuri henkilökuville löytyy kysyntää, ainakin entisten asiakkaideni joukossa. Lisäksi eräs entinen asiakkaani oli kiinnostunut bändin promokuvista sekä musiikkivideosta.

Olen varsin tyytyväinen asiakashankinnan tuloksiin tähän mennessä. Kuten arvelinkin, löytyy verkostostani kiinnostuneita henkilöitä. Aion kuitenkin jatkaa aktiivista asiakashankintaa vielä, jotta tuleville viikoille riittää paljon töitä. Aikataulujen sopiminen vaatii aikaa ja kuvaukset saatetaan sopia useiden viikkojen päähän. Lisäksi moni lupaa mietinnän jälkeen palata asiaan, mutta asia syystä tai toisesta jää kesken.

Perjantai 10.9.2021

Perjantaina viikon kontaktointi alkoi tuottaa tulosta ja tavoitteena oli tehdä tarjous musiikkivideosta ja promokuvista. Kennerin ja Leinon (2020, 69–70) mukaan tarjouksen tulisi olla personoitu. Lisäksi tarjouksen tulisi sisältää vain sitä, mitä asiakas todella tarvitsee. Tarjouksen tulisi olla rakenteeltaan selkeä ja edetä loogisesti. Lisäksi keskeistä olisi tuoda esiin, millaisia hyötyjä asiakas saa yhteistyöstä. Hinnoittelussa tulisi pyrkiä enemmän myymään arvoa kuin hintaa. Tärkeintä on hinnoitella tuote niin, että asiakas kokee hinnan sopivaksi, oli kyseessä sitten yli- tai alihinnoittelu. (Kenner & Leino, 2020, 69–70.) Tein tarjouksestani henkilökohtaisemman yhdistämällä videon ja kuvat yhdeksi kokonaisuudeksi. Kerroin, että näin voimme kuvata molemmat kätevästi samalla kerralla, ja että näin saamme samanlaista tyyliä sekä kuviin että videoihin. En lisännyt tarjoukseen mitään ylimääräistä. Kun tein tarjouksen viestillä, pyrin ilmaisemaan tarjouksen mahdollisimman selkeästi ja loogisesti, jotta väärinymmärryksiltä vältytään. Hinnoittelussa painotin kokonaispaketin edullisuutta.

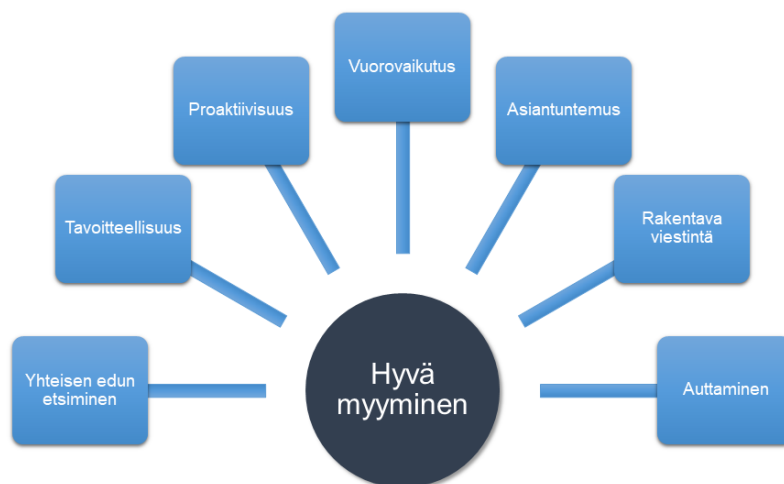
Viikkoanalyysi viikosta 2

Ensimmäinen asiakashankintaviikko onnistui mielestäni hyvin. Sain sovittua useat kuvaukset tuleville viikoille. Tämän lisäksi neuvottelut ovat vielä kesken useamman asiakkaan kanssa. Olisin kuitenkin voinut olla hieman tehokkaampi ja kontaktoida vielä reilusti enemmän. Aion jatkaa kontaktointia vielä ensi viikolla.

Kaisa Hernberg käsittelee kirjassaan *Asiantuntija epämukavuusalueella: Kirja sinulle, joka inhoat myymistä* hyvän myymisen elementtejä. Hernbergin (2013, 71) mukaan hyvän myymisen elementtejä ovat vuorovaikutus, asiantuntemus, rakentava viestintä, auttaminen, yhteisen edun etsiminen, tavoitteellisuus ja proaktiivisuus.

Myyntillisessä vuorovaikutuksessa myyjä osaa sekä kuunnella että havainnoida asiakasta ja etsiä tämän käytöksestä signaaleja, joita voi käyttää hyödyksi myyntitilanteen edistämiseksi. Onnistuneen vuorovaikutuksen päämääränä on tuottaa hyötyä sekä myyjälle että asiakkaalle. Hernbergin mukaan olennaista on, ”mitä ongelmaa tai ongelmia asiakas oikeasti pyrkii ratkaisemaan?” (Hernberg 2013, 71.)

Myyjän viestinnän tulee olla rakentavaa. Tämä tarkoittaa, että myyjä pyrkii ennen kaikkea jakamaan rakentavia parannusehdotuksia ja välttämään ”besserwisseröintiä” ja toisten ivaamista. Hyvän myymisen elementtejä ovat myös asiantuntemus ja proaktiivisuus. Myyjän tulee tuntea oma tuotteensa tai palvelunsa ja pystyä myös luomaan asiakkaalle uudenlaisia ratkaisuja tämän ongelmiin. Lisäksi myyjä on vastuussa siitä, että neuvottelut ja kaupanteko kulkevat koko ajan eteenpäin. (Hernberg 2013, 73, 79, 90.)



Kuva 5. Hyvän myymisen elementit (mukaillen Hernberg 2013, 72)

Hyvä myyminen on tavoitteellista. Neuvottelutilanteessa on tärkeää tietää, mitkä ovat myyjän tavoitteet ja mistä on valmis tinkimään, jotta tavoitteisiin päästään. Tavoitteet tulisi pitää mielessä koko myyntitilanteen ajan. Myyminen on myös yhteisen edun etsimistä. Myymisen ei tule olla painostamista tai tyrkyttämistä. Tavoitteena on etsiä riittävän suuret yhteiset intressit, joiden kohdatessa kauppa syntyy ja molemmat osapuolet saavat hake-mansa hyödyn. Keskeistä on, että kumpikin osapuoli kokee kaupassa saavansa enemmän kuin mitä menettää. Lisäksi myyminen on auttamista. Myyjän perimmäisenä tavoitteena on löytää ratkaisuja asiakkaan ongelmiin. Kun myyjän motivaatio kumpuaa auttamisen halusta, hän keskittyy löytämään ratkaisuja asiakkaan perimmäisiin ongelmiin, ja asiakas aistii tämän. (Hernberg 2013, 81, 84, 86, 93.)

Vanhojen asiakkaiden suhteen kontaktointi tuotti odotetusti tulosta. Alla on yksi käymistäni keskusteluista asiakkaan kanssa. Hyödynsin keskustelussa Hernbergin (2013, 72) hyvän myymisen elementtejä. Kirjain A tarkoittaa asiakasta ja kirjain M myyjää.

M: *Moi Ville! Mitä kuuluu? Keskityn tämän syksyn erityisesti kuvaustöihin ja mietinkin, olisiko sinulla tarpeita kuville tai videoille? Olisi kiva tehdä taas töitä sinun kanssasi, kun viime kuvauksista on jo aikaa!* **A:** *Moi! Hyvää kuuluu! Itse asiassa olen julkaisemassa ensimmäisen singleni tänä syksynä ja tarvitsisin siihen levynkansikuvan. Mitään valtavaa budjettia ei kylläkään ole käytettävissä.*

M: *Kuulostaa hyvältä! Kerään juuri kuvia portfoliooni ja en ole ennen tehnyt levynkantta. Tämä työnäyte sopisi loistavasti portfolioon eikä sinullekaan koituisi mahdolltomia kustannuksia (yhteisen edun etsiminen). Minkä tyylistä kuvaa olet ajatellut?* **A:** *Se onkin vähän haastavampi kysymys. Mulla ei ole mitään valmista visiota kannen suhteen. Tämä on ensimmäinen julkaisu niin en ole ihan varma, miten lähtisin rakentamaan visuaalista ilmettä.*

M: *Okei! Ymmärrän, että ensimmäinen julkaisu mietityttää, kokemusta on (vuorovaikutus – asiakkaan signaalien tunnistaminen). Veikkaan, että minulla syntyy ideoita heti kun kuulen kappaleen. Voisitko jakaa sen yksityisellä linkillä niin katson, mitä syntyy? (auttaminen). Kuluu kaksi päivää, ja otan uudelleen yhteyttä.* **M:** *Moi Ville! Kerkesitkö laittaa vielä sitä linkkiä? Onko sinulla herännyt jotain uusia ajatuksia kannesta? Voitaisiin miettiä kuvauspäivää, niin saadaan kansi rauhassa valmiiksi julkaisuun mennessä (proaktiivisuus).*

A: *Joo, laitoin sen nyt linkillä! Mietin siluettikuvaa ja siihen kappaleen nimeä valkoisella tekstillä. En vain oikein ole varma, kannattaako panostaa levynkanteen ihan kuvaajan kanssa. Jos tekisin vain itse yksinkertaisen kannen Photoshopilla.* **M:** *Kuuntelin biisin, kuulostaa hyvältä! Ajatus siluettikuvasta on hyvä ja se toimii usein hyvin, mutta tämän kappaleen tunnelmaan voisi sopia myös studiossa otettu lähikuva värikästä taustaa vasten (rakentava viestintä, asiantuntemus). Näin tämä olisi vähän enemmän linjassa myös Instagram-kuviesi värimaailman kanssa ja saamme kasvojesi tutuksi yleisölle, kun kyseessä on ensimmäinen julkaisusi (asiantuntemus).*

M: *Ja suosittelen ehdottomasti ottamaan laadukkaita kuvia. Varsinkin ensimmäisen julkaisun kohdalla on tärkeää, että kansi on laadukas ja huolella mietitty. Saamme tästä kyllä hyvän kuvan! Lisäksi voisimme ottaa samalla studiossa kuvia Instagramia varten, niin voit käyttää niitä ennen singlen julkaisua (tavoitteellisuus, proaktiivisuus, asiantuntemus). Jos et halua vielä tehdä päätöstä, niin voit myös miettiä asiaa kaikessa rauhassa (vuorovaikutus – asiakkaan signaalien tunnistaminen).* **A:** *Kuulostaa kyllä hyvältä! Ehkä voisin ottaa*

kuvat sinun kanssasi. Sinulla on kyllä selvästi hyvää visiota näihin hommiin! Miten etenemme tästä?

M: *Voisimme lyödä päivän ja kellonajan saman tien lukkoon! Mikä ajankohta olisi sinulle kaikkein paras?* (proaktiivisuus). **A:** *Okei, tehdään näin! Sopisiko ensi viikon perjantai? Hienoa, kun pääset kuvaamaan ja sinulla oli näkemyksiä tilanteeseen!*

Edellisestä keskustelusta ja muista viikon aikana käymistäni vastaavista keskusteluista opin ennen kaikkea sen, että iso osa myyntityöstä on aktiivista asiakkaan kuuntelemista ja ongelmien ratkomista. Myös Tuunanen ja Aaltonen (2021, 140) määrittelevät hyvän myyjän ensisijaisesti asiakkaan kuuntelijana ja ymmärtäjänä. Heidän mukaansa ”myynnissä asiakkaan kuunteleminen on hyve yksi.” Myyjän tehtävänä on myyntikeskustelun aikana pääasiassa esittää tarkentavia kysymyksiä sekä tehdä muistiinpanoja. Ajoittain on myös hyvä esittää asiantuntijuuttaan omilla näkemyksillä. Keskeistä on kuitenkin asiakkaalle jäävä tunne neuvottelujen jälkeen; tunne että myyjä osoitti aitoa kiinnostusta asiakkaan ongelmaa ja asiakasta itseään kohtaan. (Tuunanen & Aaltonen, 2021, 138.) Bergströmin ja Leppäsen (2021, 317) mukaan myyjän menestys riippuu myyjän tiedoista, taidoista sekä motivaatiosta. Hyvän myyjän tärkeimpiä ominaisuuksia ovat kommunikaatiotaidot, tuotetuntemus, motivaatio, asiakastuntemus sekä päättäväisyys. Koska myytävät tuotteet, myyntitilanteet sekä asiakkaat vaihtelevat, voidaan myyntityössä pärjätä hyvinkin erilaisilla luonteenpiirteillä. (Bergström & Leppänen 2021, 317.)

Pohdin viikon aikana, miten voisin aloittelevana kuvaajana viedä yritystoimintaani tehokkaasti eteenpäin, kun tässä vaiheessa kilpailuvalttinani ei vielä ole rautainen ammattitaito ja huipputason tasainen työnlaatu. Päädyin tutkimaan, millaisin keinoin pystyisin panostamaan asiakkaan tarpeiden täyttämiseen ja etenkin hyvään asiakaskokemukseen.

Asiakaskokemus on kokonaisuus, joka koostuu mielikuvista, tunteista ja kohtaamisista joita asiakkaalle syntyy yrityksen kanssa asioidessaan. Asiakaskeskeisyys rakentuu asettamalla asiakas yrityksen toiminnan ja strategian keskiöön. Tärkeää olisi kyetä katsomaan asioita asiakkaan näkökulmasta. Asiakaskeskeisyyden rakentaminen on prosessi, joka ei tapahdu hetkessä vaan vaatii pitkäaikaista sitoutumista. Näin ollen asiakaskokemus ei synny vain yksittäisen tilanteen tai tapahtuman lopputulemana, vaan se on erilaisten, eri yhteyksissä tapahtuvien kohtaamisten tulos. Kun asiakas tuntee, että yritys on kiinnostunut, välittää ja on sitoutunut asiakassuhteeseen, vahvistaa tämä asiakaskokemusta. Näiden tunne- ja muistikokemusten summana rakentuu asiakasuskollisuus, joka johtaa edelleen asiakkaan suositteluihin. (Holma ym. 2021, 24–25; Korkiakoski & Gerdt 2016, luku 3.)

Korkiakoski ja Gerdt (2016, luku 3) painottavat asiakaskokemuksen rakentamisessa hyvää palvelua. Hyvä palvelu synnyttää tunnekokemuksen ja jättää näin muistijäljen asiakkaan mieleen. Tämän takia ”hyvä palvelu muistetaan aina edullista hintaa kauemmin.” (Korkiakoski & Gerdt 2016, luku 3.) Hyvään asiakaskokemukseen ja erityisesti hyvään palveluun pyrkiminen onkin omalla kohdallani keino erottua kokeneemmista kilpailijoista. Kun asetan asiakkaan toimintani keskiöön, luon kestäviä asiakassuhteita, jotka kantavat myös yksittäisten projektien yli. Ensi viikolla tavoitteenani on tutkia hyvän palvelun hyödyntämistä toiminnassani.

3.3 Seurantaviikko 3: Asiakashankinta (asiakaspalvelu)

Viikon tavoitteena on vielä maanantain ajan jatkaa asiakashankintaa. Lisäksi viikolle sovitettiin kolmet henkilökuvaukset, joten päätin niiden yhteydessä tutkia hyvän asiakaspalvelun soveltamista henkilökuvauksissa.

Maanantai 13.9.2021

Aiemmin laatimani suunnitelmani mukaan kontaktoin tänään potentiaalisia asiakkaita verkostostani, joiden kanssa en ole vielä tehnyt yhteistyötä kuvaajana. Näin pystyn kartuttamaan kokemusta ja koostamaan portfoliotani ennen yritysasiakkaisiin siirtymistä raportointijakson jälkeen.

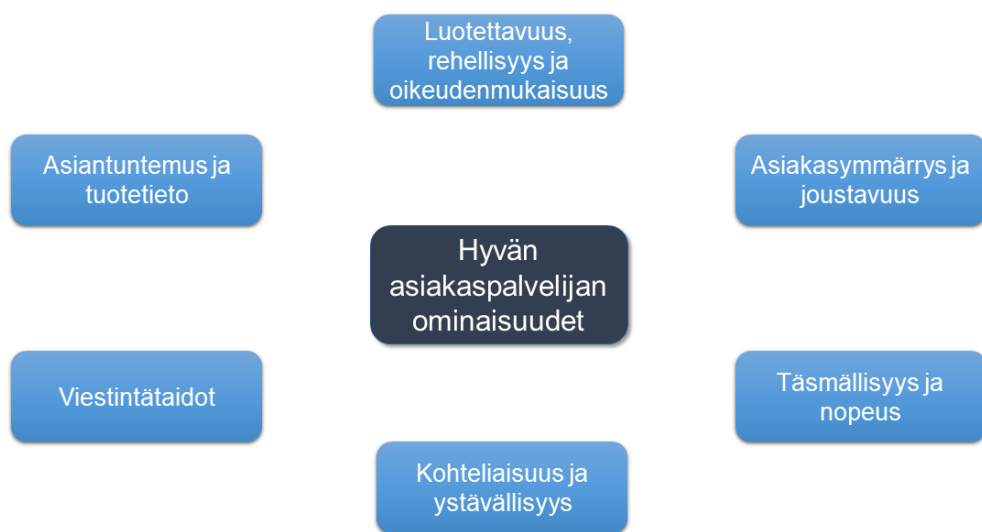
Hyödynsin keskusteluissa edelleen viime viikolla oppimiani hyvän myymisen elementtejä. Kontaktoin viittätoista potentiaalista uutta asiakasta henkilökohtaisesti viestillä. Koska huomasin viime viikolla, että henkilökuvien kysyntä on suurinta, päätin lähteä tavoittelemaan nimenomaan henkilökuvauskeikkoja. Päivä kului kontaktoinnin merkeissä. Kaikkiin yhteydenottoihin en vielä saanut vastausta.

Olin alun perin suunnitellut jatkavani potentiaalisten asiakkaiden kontaktointia koko viikon ajan. Päätin kuitenkin maanantain jälkeen, että tämä riittää asiakashankinnan osalta tältä erää, sillä kalenteri on jo alkanut täyttyä mukavasti kuvauksista tulevina viikkona. Haluan jättää kuvien käsittelylle tarpeeksi aikaa.

Tiistai 14.9.2021

Tiistain tavoitteena oli tutkia hyvän asiakaspalvelun elementtejä. Lisäksi vuorossa olivat henkilökuvaukset Helsingissä. Tutkittuani viime viikolla asiakaskokemuksen ja -palvelun tärkeyttä, aloitin tiistain tutkimalla, millaisista piirteistä hyvä asiakaspalvelu koostuu, koska haluan panostaa asiakaskokemukseen kuvauspalveluissani.

Hernberg (2013, 70) määrittelee asiakaspalvelun liiketoimintafunktioksi, jonka tarkoituksena on huolehtia jo olemassa olevien asiakkaiden tarpeista. Myös myynnilliset elementit voivat sisältyä asiakaspalveluun. (Hernberg 2013, 70.) Bergström ja Leppänen (2021, 134) määrittelevät asiakaspalvelun toiminnaksi, jonka tavoitteena on asiakkaiden auttaminen sekä opastaminen. Bergströmin ja Leppäsen (2021, 135) mukaan hyvän asiakaspalvelijan ominaisuuksia ovat asiantuntemus ja tuotetieto, luotettavuus, rehellisyys ja oikeudenmukaisuus, kohteliaisuus ja ystävällisyys, asiakkaan ymmärtäminen ja joustavuus, viestintätaidot sekä täsmällisyys ja nopeus.



Kuva 6. Hyvän asiakaspalvelijan ominaisuudet (mukaillen Bergström & Leppänen, 2021, 135)

Iltapäivällä vuorossa oli henkilökuvaukset Helsingin Tuomiokirkolla. Kuvaukset sujuivat hyvin ja otin mielestäni parhaimmat potrettikuvani tähän mennessä (esim. kuva 7). Pilvinen sää tarjosi sopivan pehmeän luonnonvalon ja Tuomiokirkon miljöö istui erinomaisesti vallitsevaan valaistukseen. Lisäksi kuvattava poseerasi todella luontevasti kameran edessä.



Kuva 7. Editoitu kuva tiistain henkilökuvauksista Helsingin Tuomiokirkolla

Pyrin hyödyntämään aamulla opiskelemiani vinkkejä kuvauksissa ja seuraamaan näiden vaikutusta työn sujuvuuteen. Pyrittyäni aktiivisesti hyvän asiakaspalvelijan ominaisuuksien toteuttamiseen, koen kuvauksien sujuneen hieman aiempaa rennommin, ammattimaisemmin ja nopeammin.

Keskiviikko 15.9.2021

Päivän tavoitteena oli ottaa hyvät henkilökuvat ja panostaa niiden aikana jälleen hyvään asiakaspalveluun. Otimme henkilökuvat Eiran alueella Helsingissä. Itse kuvaukset sujuivat hyvin, vaikka sää oli sateinen. Asiakkaani oli aikataulusta myöhässä mutta hyvän asiakaspalvelun mukaisesti en tehnyt tästä numeroa, vaan hoidin kuvaukset ammattimaisesti loppuun asti. Kuvausten jälkeen siirsin kuvat tietokoneelleni ja valitsin jo valmiiksi parhaita kuvia muistiin.

Tuntuu, että henkilökuvauksia on helppo järjestää ja niille löytyy juuri nyt kysyntää. Aionkin todennäköisesti keskittää työskentelyäni erityisesti tähän kategoriaan. Muutenkin pidän ihmisten kuvaamisesta paljon! Ihmisistä otetut kuvat välittävät mielestäni hyvin tunteita katsojalleen. Se on minulle valokuvissani tärkeä elementti.

Torstai 16.9.2021

Torstai noudatteli pitkälti keskiviikon kaavaa. Vuorossa oli jälleen henkilökuvaukset Eirassa. Kuvaukset sujuivat jälleen hyvin ja niiden jälkeen siirsin kuvat tietokoneelle ja valitsin heti parhaita kuvia talteen. Tämän jälkeen aloitin editoimaan eilisen ja tämän päivän kuvia.

On ollut mielenkiintoista tutkia kuluneella viikolla asiakaspalvelun ja kuvaustyön suhdetta. En ole aikaisemmin miettinyt asiaa syvällisemmin. Uskon, että osatekijänä menestyneiden kuvaajien taustalla on erinomaisten kuvaustaitojen lisäksi hyvät ihmissuhdetaidot. Teknologian kehittymisen myötä laadukkaat kuvat ovat yhä useampien ihmisten toteutettavissa. Ihmissuhdetaidot eivät kuitenkaan ole teknologialla korvattavissa. Tässä riittääkin tutkimista jatkoa ajatellen.

Viikon kuvaukset ovat sujuneet mielestäni hyvin. Usein asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä ja kehuneet erityisesti kuvausten tunnelmaa ja tehokasta ajankäyttöä. Juuri tähän pyrinkin. Asiakkaat ehdottavat melko usein Etelä-Helsinkiä kuvauslokaatioksi. Tämä sopii minulle loistavasti, sillä asun lähetyvillä.

Perjantai 17.9.2021

Päivän tavoitteena oli muokata verkkosivut valmiiksi sekä aloittaa viikolla otettujen kuvien editointi. Koska olin saavuttanut maanantaina tavoitteeni kontaktoinnissa, halusin omistaa koko perjantaipäivän verkkosivujeni edistämiseen, joiden viimeistelyyn ei ole löytynyt aikaa.

Päätin kuvaajanimekseni Johannes Alekski Photography, ja ostin domainin johannesaleksi.com. Kyseisen nimen avulla voin kirjoittaa esimerkiksi sähköpostien allekirjoitukset Johanneksena, mikä tuntuu luontevammalta kuin täysin keksitty nimi. Alekski on kolmas nimi ja sen käyttö tuntuu luontevalta. Lisäksi nimi on helppo lausua ja kirjoittaa.

Aamupäivä kului nettisivujen rakentamisen merkeissä. Iltapäivällä aloitin editoimaan kuvia. Koska haluan noudattaa hyvää asiakaspalvelua toiminnassani, pyrin myös editoimaan kuvat mahdollisimman nopeasti asiakkaille.

Viikkoanalyysi viikosta 3

Viime viikolla tutustuin myyntiin ja asiakashankintaan. Opin, että asiakaskokemus on tärkeä tekijä, johon haluan panostaa yrityksessäni. Asiakaskokemuksen keskeinen elementti taas on asiakaspalvelu (Korkiakoski & Gerdt 2016, luku 3). Tutkin keskiviikkona hyvän

asiakaspalvelijan ominaisuuksia ja sovelsin näitä viikon potrettikuvauksiin keskiviikkona, torstaina ja perjantaina.



Kuva 8. Hyvän asiakaspalvelijan ominaisuuksien hyödyntäminen henkilö kuvauksissa (mukaillen Bergström & Leppänen 2021, 135)

Asiantuntemuksen ja tuotetietouden osalta suunnittelin kuvauslokaatiot etukäteen ja suunnittelin missä järjestyksessä etenemme. Näin kuvaukset etenivät tehokkaasti. Lisäksi keskityin antamaan kuvattavalle vinkkejä poseeraukseen ilmeisiin liittyen. Pyrin olemaan hyvin saavutettavissa etenkin ennen kuvauksia, jotta pystyn reagoimaan asiakkaan mahdollisiin kysymyksiin. Näin tapahtui esimerkiksi perjantaina, kun asiakas tiedusteli sopivaa vaatetusta. Pyrin olemaan täsmällisesti paikalla jo ennen kuin kuvattava saapuu. Lisäksi pidin huolen, että emme jää yhteen lokaatioon liian pitkäksi aikaa, vaan etenemme tehokkaasti. Täsmällisyys liittyy myös valmiiden kuvien toimittamiseen, jotka pyrin toimittamaan mahdollisimman nopeasti.

Kuvauksiin saapuessani tervehdin ystävällisesti ja kyselin, miten asiakkaan päivä on sujunut. Lisäksi pyrin kannustamaan kuvattavaa läpi kuvausten ja pidin positiivista tunnelmaa yllä. Kerroin myös rehellisesti, jos jokin tausta tai poseeraus ei toiminut ja tein tämän rakentavasti. Pyrin myös joustavuuteen aikatauluissa. Esimerkiksi torstain kuvauksissa myöhästymme hieman sovitusta aikataulusta, mutta en antanut tämän häiritä kuvausten tunnelmaa. Lisäksi tarkkailin asiakkaan vireystilaa, ja kun näytti siltä, että vireystila laskee, pidimme pienen tauon ja vaihdoin kuvauslokaatiota.

Korkiakoski ja Gerdt (2016, luku 3) mukaan hyvä palvelu syntyy vastaamalla asiakkaan odotuksiin. Tämän takia ”asiakkaan ymmärtäminen on hyvän palvelun lähtökohta.” Palvelutilanteessa keskeistä on asiakkaan signaalien tulkitseminen ja niiden perusteella toimiminen. Signaalit voivat olla sanallisia tai sanattomia. Hyvä asiakaspalvelu vaatii siis asiakaspalvelijalta tietotaidon lisäksi herkkyyttä ja tunneälyä. Yrityksen palvelukulttuurin ydin on aito halu palvella asiakasta. Asiakaspalvelu vaatii nöyryyttä sekä pyrkimystä tarkastella asioita asiakkaan näkökulmasta. Tätä kutsutaan Korkeakosken ja Gerdtin mukaan ”can do -asenteeksi.” Hyvän asiakaspalvelun eteen joudutaan näkemään vaivaa; usein olisi helpompi kieltäytyä asiakkaan toiveista. (Korkiakoski & Gerdt, 2016, luku 3.)

Pohdin viikon aikana myös hyvien asiakassuhteiden merkitystä sekä sitä, miten pystyisin edistämään näiden suhteiden jatkuvuutta omalla toiminnallani niin kuvaustilanteessa kuin sen ulkopuolellakin. Bergströmin ja Leppäsen (2021, 364) mukaan asiakassuhteet voidaan jakaa niiden vaiheiden mukaan potentiaalisiin-, satunnais-, kanta-, ja entisiin asiakkaisiin. Potentiaaliset asiakkaat eivät ole vielä ostaneet yrityksen tuotteita. Potentiaaliset asiakkaat jaotellaan suspekteihin, joilta asiakastietoa ei ole kerätty, ja prospekteihin, joista on saatavilla jonkin verran asiakastietoa. Satunnaisasiakas asioi silloin tällöin yrityksessä. Kanta-asiakkaat käyttävät yrityksen palveluja säännöllisesti ja he ovatkin tärkeimpiä asiakkaita yritykselle. Näitä asiakassuhteita tulisi hoitaa asiakkaita menettämättä ja markkinointikeinot tulisi sovittaa kunkin asiakasryhmän mukaan. Erityisesti ensiostajat ovat yritykselle tärkeitä. Ensiostajien tyytyväisyys on asiakassuhteen jatkon kannalta merkittävää, sillä asiakassuhteen kehittyminen riippuu ensiostosta ja sitä seuraavasta asiakaskokemuksesta. (Bergström & Leppänen 2021, 364–365.)

Mäntynevan (2019, 31) mukaan asiakassuhteiden jatkuvuus perustuu sidoksiin yrityksen ja asiakkaan välillä. Tärkeätä olisi myös, että nämä sidokset ovat mahdollisimman vahvoja ja että niitä olisi mahdollisimman monta: jos yksi sidos katkeaa, ei tämä katkaise asiakassuhdetta. Sidokset voidaan jaotella esimerkiksi sosiaalisiin, taloudellisiin, rakenteellisiin ja asiakastuntemukseen perustuviin sidoksiin. Esimerkiksi sosiaalisen sidoksen tapauksessa asiakasyrityksen työntekijän työsuhteen päättyminen ei katkaise asiakassuhdetta, jos muita sidoksia yritykseen vielä on. (Mäntyneva 2019, 31.) Kuvaustoiminnassani keskeimpiä sidoksia ovat sosiaaliset sekä asiakastuntemukseen perustuvat sidokset. Kuvaustilanteet perustuvat lähes aina kahden ihmisen väliseen kanssakäymiseen. Näissä luon jonkintasoisen sosiaalisen suhteen jokaiseen kuvattavaan. Asiantuntemuksen sidos syntyy, kun tunnen asiakkaan ja hänen tarpeensa. Lisäksi tiedän, millaisesta tyylistä hän pitää ja miten hänen kanssaan on parasta toimia kuvaustilanteessa. Asiakkaalla on siis isompi kynnys tehdä seuraava kuvaus jonkun toisen kanssa.

Lisäksi on syytä tunnistaa, mitkä kilpailuedut sitouttavat asiakkaita ja erityisesti avainasiakkaita myyjäyhteykseen (Mäntyneva 2019, 31). Omia kilpailuetujani ovat hyvä asiakaspalvelu, hyvät ihmissuhdetaidot sekä kuvauskalustoni ketteryys. Voin toteuttaa kuvauksia lähes missä vain kevyellä kalustolla ja erilaisiin tarpeisiin.

Kahden viime viikon aikana olen tullut lopputulemaan, että haluan pitää yritystoiminnasani keskeisenä elementtinä hyvän asiakaspalvelun ja panostaa tähän koko raportointijakson ajan. Erityisestä huomiota kiinnitän niiden asiakkaiden asiakaskokemukseen, jotka ostavat palvelujani ensimmäistä kertaa. Näin luon vakaan pohjan hyvälle asiakassuhteille, jotka edesauttavat menestymistäni tulevaisuudessa.

3.4 Seurantaviikko 4: Digimarkkinointi (Instagram)

Viikon tavoitteena on luoda Instagram-tili sekä suuntaviivat tuleville julkaisuille. Selkeyden vuoksi kirjaan tästä eteenpäin päiväkohtaiset tavoitteet kursivoidulla tekstillä kunkin päivän alussa.

Maanantai 20.9.2021

Päivän tavoitteena on aloittaa markkinointisuunnitelman laatiminen.

Markkinoinnin tärkein tehtävä on kasvattaa yrityksen myyntiä; levittää tietoa yrityksen myymistä tuotteista ja palveluista ja lopulta saada ihmiset ostamaan niitä. Myynnin kasvattamiseen hyvä työkalu on markkinointisuunnitelma. (Liimatainen 2020, 16; Puranen 26.6.2018)

Internetistä löytyy monia päteviä malleja markkinointisuunnitelman laatimiseen. Pienyrityksiä ajatellen nämä ovat kuitenkin usein jäykkiä ja raskaita, sillä pienyrityksien kilpailuetuna ovat ketteryys ja valmius nopeaan reagointiin. Markkinointisuunnitelman kevytversioita on helppo päivittää tarpeen vaatiessa ja se pysyy paremmin ajan tasalla kuin pitkä markkinointisuunnitelma. (Nokkonen-Pirttilampi 2014, 49.)

Nokkonen-Pirttilammen (2014, 49–57) markkinointisuunnitelma koostuu seitsemästä kohdasta, jotka ovat markkinoinnin tavoite, asiakkaat, tavoitteiden saavuttaminen, markkinointikeinot, yrityksen asemointi, yrityksen identiteetti sekä budjetti. Sovellan markkinoinnistani tätä yksinkertaistettua markkinointisuunnitelmaa. Tavoitteenani on lisätä yritykseni tunnettua ja sitä kautta hankkia uusia asiakkaita. Alatavoitteena on saada 100 uutta Instagram seuraajaa raportointijakson loppuun mennessä. Pyrin myös ohjaamaan kävijöitä verkkosivustolleni.

Viikolla kaksi jaoin kohderyhmäni kolmeen osaan. En kuitenkaan keskity musiikkialaan markkinoinnissa, koska tavoitan heitä jo valmiiksi tarvittaessa. Markkinointini osalta tavoittelen siis vain kahta kohderyhmää; henkilökuvattavia sekä pienyrittäjiä. Heidän tarpeinaan ovat viime viikolla käsittelemäni laadukas sosiaalisen median materiaali sekä markkinointimateriaali. Markkinointikeinona käytän sosiaalista mediaa sekä verkkosivujani.

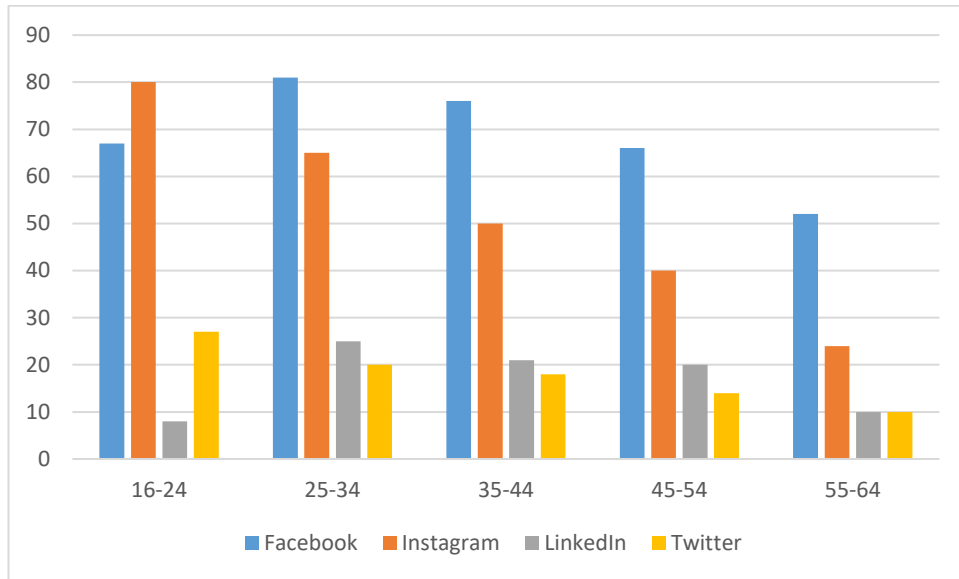
Nokkonen-Pirttilammen (2014, 53) mukana yrityksen identiteetti tulisi tiivistää 3–4 sanaan, jotka kuvaavat yritystä. Kiteytän omani seuraaviin adjektiiveihin: laadukas, ketterä ja ystävällinen. Asemoin yritykseni ketteräksi ja laadukkaaksi toimijaksi, joka toteuttaa pienyrittäjien tarpeita. En käytä markkinointiin toistaiseksi rahaa. Lasken kuitenkin syksyn henkilökuvaukset osittain markkinoinniksi, joten voidaan ajatella, että markkinoinnin kustannuksena on näihin kuvauksiin kuluviin työtuntien hinta.

Tiistai 21.9.2021

Päivän tavoitteena on aloittaa sosiaalisen median suunnitelman laatiminen.

Sosiaalisen median suunnitelma tulisi pohjautua markkinointisuunnitelmaan. Ideaalitilanteessa sosiaalinen media ei ole oma erillinen yksikkönsä, vaan sosiaalisen median toiminta lisätään muiden yrityksen toimenpiteisiin sekä teoriassa että käytännössä. Sosiaalisen median suunnitelma voidaan jaotella tavoitteisiin, kohderyhmään, kanaviin, aikataulutukseen, sisältösuunnitelmaan, resursseihin, budjettiin sekä mittareihin (Siniaalto 2014, 25, 55). Koska strategianani on keskittyä sosiaalisen median osalta aluksi ainoastaan Instagramiin, käsittelee sosiaalisen median suunnitelmani pelkästään Instagramia.

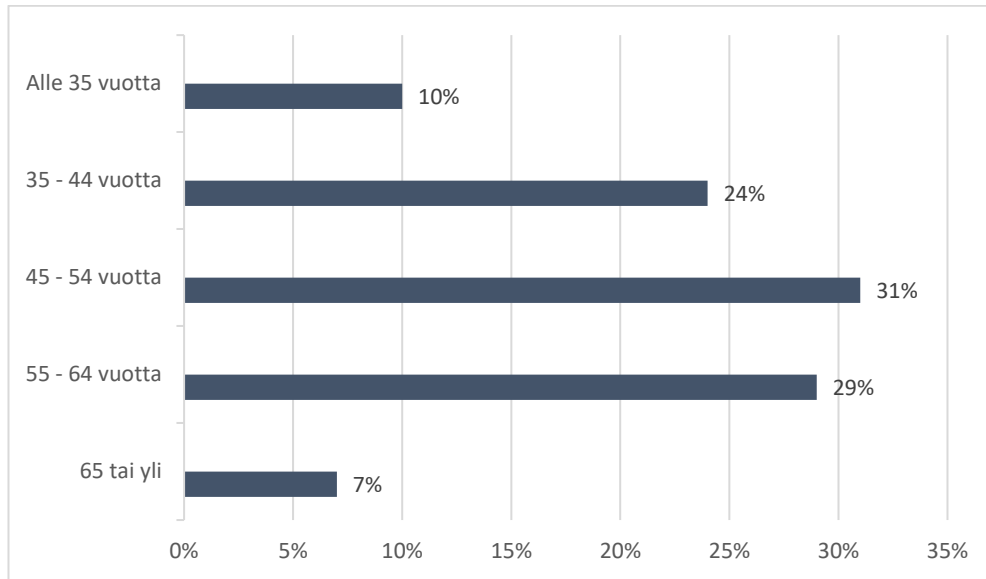
Tavoittelemani kohderyhmät ovat henkilökuvattavat sekä pääkaupunkiseudun pienyrittäjät. Henkilökuvattavien suhteen tavoittelen lähtökohtaisesti naispuolisia 20–34-vuotiaita pääkaupunkiseutulaisia. Kuten aiemmin mainittua, heidän tarpeinaan ovat laadukkaat sosiaalisen median kuvat itsestään. Pienyrittäjien tarpeena taas on sosiaalisen median markkinointimateriaali.



Kuva 9. Facebookin, Instagramin, LinkedInin ja Twitterin seuranta ikäluokittain, prosenttia Suomen väestöstä vuonna 2020 (mukailien Tilastokeskus 2020)

16–24-vuotiaiden ikäluokassa Instagram on suosituin sosiaalisen median kanava. Sitä käyttää 80 prosenttia ikäluokasta. Toiseksi suosituin kanava on Facebook, jota käyttää 67 prosenttia ikäluokasta. Twitteriä käyttää 27 prosenttia, ja LinkedInia 8 prosenttia ikäluokasta. (Tilastokeskus 2020.)

25–34-vuotiaiden ikäluokassa Facebook nousee suosituimmaksi kanavaksi. Sitä käyttää 81 prosenttia ikäluokasta. Instagramia käyttää 65 prosenttia ikäluokasta. LinkedInin suosio kasvaa tässä ikäluokassa. Sitä käyttää 25 prosenttia 25–34-vuotiaista. (Tilastokeskus 2020.) Kuvan 10 mukaan tavoittaisin henkilökuvattavien kohderyhmän parhaiten Instagramista ja Facebookista. Keskityn kuitenkin henkilökuvattavien tavoittamisen osalta Instagramiin. Perustelen valintani edempänä.



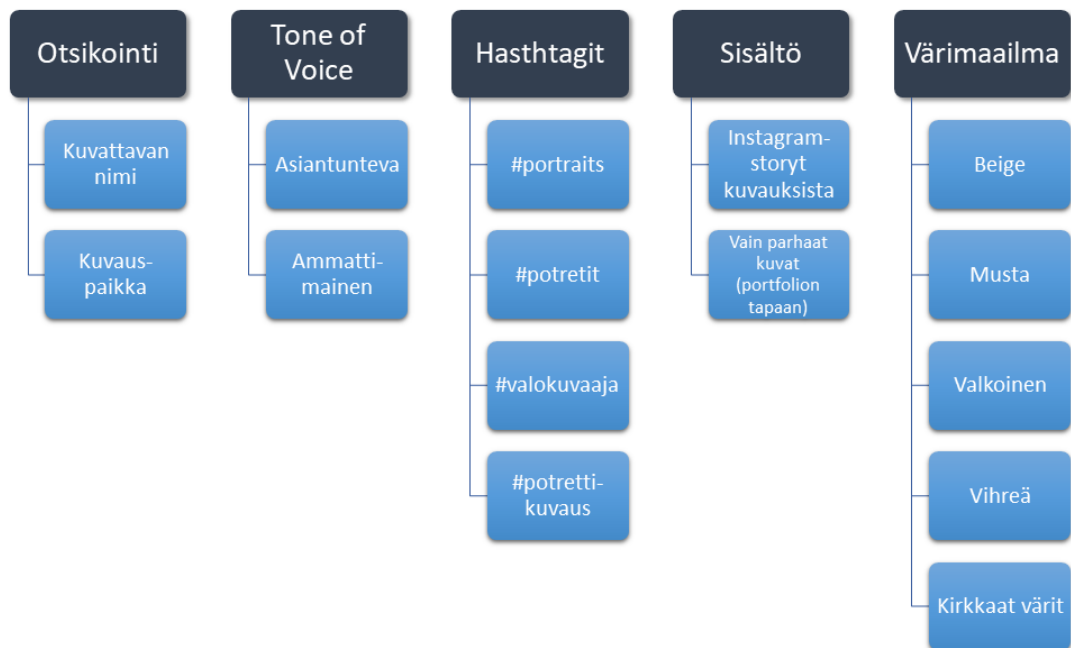
Kuva 10. Suomen yksinyrittäjien ikäjakauma vuonna 2019 (n=1874) (mukailien Suomen Yrittäjät 2019)

Suomen Yrittäjien toteuttaman kyselyn mukaan vuonna 2019 suomalaisista yksinyrittäjistä 24 prosenttia oli 35–44-vuotiaita. 45–54-vuotiaita yksinyrittäjistä oli 31 prosenttia. 55–64-vuotiaita yksinyrittäjiä oli 29 prosenttia vastanneista. Alle 35-vuotiaita yksinyrittäjistä oli vain 10 prosenttia. (Suomen Yrittäjät 2019.) Pienyrittäjien tavoittamiseen paras kanava sosiaalisessa mediassa olisi Facebook, koska yksinyrittäjiä tavoitetaan ikäjakauman perusteella tarkasteltuna eniten sieltä (kuva 9).

Teen kuitenkin tietoisien valinnan, ja keskityn tällä viikolla sosiaalisen median kanavista ainoastaan Instagramiin. Se on mielestäni paras paikka kuvieni esittelyyn, koska saan luoda Instagramista toisen portfolion nettisivujeni rinnalle. Instagramissa kuvieni tyyli on helppo nähdä yhdellä silmäyksellä, ja henkilökuvattavat voivat kätevästi merkata minut kuvaajaksi ja näin johdan liikennettä Instagram-tililleni. Mielestäni on parempi keskittyä aluksi tekemään yhtä kanavaa huolellisesti. Saatua Instagramin haluamalleni tasolle, siirryn parhaaksi katsomassani ajankohdassa myös Facebookiin.

Ennen Instagramin ensimmäistä julkaisua olisi tärkeää määritellä, mitä yritystoiminnan tavoitteita käyttäjätillillä hakee. Yrityksillä on erilaisia syitä liittyä Instagramiin. Näitä voivat olla esimerkiksi brändin tunnettuuden lisääminen, potentiaalisten asiakkaiden sitouttaminen, liikenteen ohjaaminen verkkosivuille, asiakaspalvelu sekä tuotetietoisuuden levittäminen. (Herman, Butow & Walker, 2018, luku 3.) Tavoitteenani on markkinointisuunnitelmani mukaisesti lisätä yritykseni tunnettuutta, näkyvyyttä, kasvattaa palvelujeni kysyntää ja sitouttaa entisiä asiakkaita.

Julkaistavan sisällön suhteen tulisi tietää äänensävy, värimaailma, käyttääkö kuvia, videoita vai kuvituskuvaa, tuleeko kuvien päälle tekstiä, filttäreitä ja millaista otsikointia ja hashtagia julkaisuissaan käyttää. (Herman ym. 2018, luku 3). Äänensävyn suhteen pyrin hillittyyn ja ammattimaiseen viestintään, jonka avulla pyrin luomaan uskottavuutta aloittelevana toimijana. Sisältösuunnitelmani on julkaista aluksi potretteja sekä ilmakuvia dronella, jotta profiilini ei olisi liian yksipuolinen. En julkaise videoita, paitsi joka kuvauksista Instagramin tarinat-osioon yhden tarinan, johon merkitsen kuvattavan henkilön. Näin saan näkyvyyttä, mikäli kuvattava jakaa tämän omassa tarinassaan.



Kuva 11. Instagram-julkaisujen tyyli (mukaillen Herman ym. 2018, luku 3)

Pyrin aluksi noudattamaan seuraavia teemoja värivalinnoissa ja kuvien tyyliissä: beige, musta, valkoinen, vihreä ja kirkkaat värit. Mitään tiettyä filteriä kaikkiin kuviin en käytä enkä myöskään lisää tekstejä kuvien päälle. Otsikoin kuvat kuvattavan nimellä sekä kuvauspaikalla. Valitsemani hashtagit ovat: #potretit #potrettikuvaus #portraits ja #valokuvaaja. Mittareinani Instagramissa onnistumiseen ovat sovelluksen yritystyökalut, josta näkee esimerkiksi tietyllä ajanjaksolla tavoitetut käyttäjätilit sekä vuorovaikutukset esimerkiksi kuviin ja Instagram-tarinoihin.

Keskiviikko 22.9.2021

Päivän tavoitteena on editoida ja julkaista Instagram-kuvat.

Aloitin aamun editoimalla kuvia viime viikon kuvauksista, jotta saan lähetettyä ne asiakkaille ja laitettua omaan Instagramiini. Loin Instagram-käyttäjän nimellä @johannesaleksipho. Päivä kului kokonaan kuvia editoidessa. Halusin varata tarpeeksi aikaa kuvien valintaan ja editointiin, koska suurin osa näistä kuvista tulee näkymään pidemmän aikaa heti profiiliini saavuttaessa. Iltapäivällä lähetin valmiit kuvat kolmelle asiakkaalle ja julkaisin valitsemani kuvat omalle käyttäjätilleni. Muita työtehtäviä en keskiviikkona tehnyt.

Torstai 23.9.2021

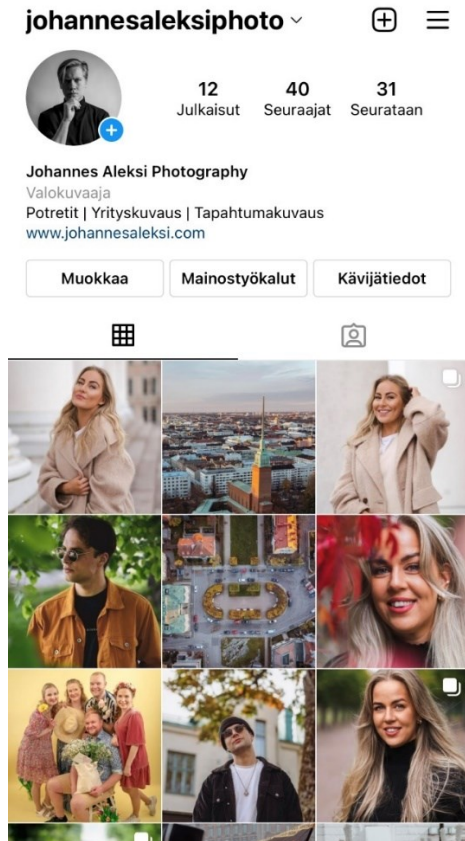
Päivän tavoitteena on jatkaa Instagram profiilin parantelua. Lisäksi aamulla on videokuvaukset Etelä-Helsingissä.

Päivä alkoi videokuvauksilla, jossa kuvasimme sosiaalisen median materiaalia erään albumin julkaisun yhteyteen. Oli mukavaa työskennellä vaihteeksi videokuvauksen parissa. Aamupäivä kului kuvauksissa. Tämän jälkeen jatkoin Instagram-profiilin ehostamista.

Instagram-bio on tilin nimen alla näkyvä maksimissaan 150 merkin pituinen lyhyt kuvaus kyseisestä käyttäjätillistä. Bioa voidaan verrata 30 sekunnin hissipuheeseen – sen tavoitteena on vakuuttaa uudet vierailijat seuraamaan käyttäjätiliä. Bio luo ensivaikutelman tiliä, ja sen tulisikin tarkasti välittää juuri sitä viestiä, jota käyttäjätillillä halutaan välittää. Bioon tulisi valita kolme asiaa, joita haluaa profiilissaan korostaa. Näiden tulisi vedota kohderyhmiin, joita halutaan tavoittaa. Lisäksi tulee määritellä, millaista tyyliä biossa haluaa käyttää. Tyylin tulisi olla brändin mukainen. (Herman ym. 2018, luku 2.)

Myös profiilikuvan tulisi edustaa yrityksen brändiä (Herman ym. 2018, luku 2). Kortesuon (2014, 61) mukaan kasvokuvan käyttäminen sosiaalisen median profiileissa lisää luottamusta käyttäjää kohtaan. Joka palvelussa tulisi käyttää samaa kuvaa, jotta ihmiset tunnistavat profiilin vaivattomammin ja osaavat kytkeä profiilit samaan henkilöön. (Kortesuon 2014, 61.)

Kuten kuvasta 12 nähdään, aikaisemmin määrittelemieni kohderyhmien mukaan lisäsin Instagram-bioon seuraavat termit: potretit, yrityskuvaus ja tapahtumakuvaus. Pysin luomaan ammattimaisen vaikutelman. En kirjoittanut bioon vielä tässä vaiheessa mitään ylimääräistä tekstiä tai emojiä. Profiilikuvakseni valitsin mustavalkoisen kuvan itsestäni, jonka olin ottanut aiemmin. Vaihdan kuvan todennäköisesti myöhemmin hieman värikkäämpään kuvaan. Lisäksi lisäsin linkin nettisivuilleni, jonne pyrin ohjaamaan liikennettä Instagramin kautta.



Kuva 12. Kuvakaappaus @johannesaleksipho -käyttäjän Instagram-profiilista (Instagram 22.9.2021)

Tämän jälkeen etsin seurattavia henkilöitä ja selasin kiinnostavia valokuvaukseen liittyviä käyttäjätilejä. Huomasin aikani alkavan kulua Instagramin selailuun, joten päätin käyttää loppupäivän aamulla kuvattujen videoiden editointiin, koska ensimmäisen videon tuli olla valmiina jo perjantaina.

Perjantai 24.9.2021

Päivän tavoitteena on editoida videoita.

Koska olin viikon aikana saanut Instagramin haluamalleni tasolle, varasin perjantapäivän videoiden editoinnille, joita on editoitavana yhteensä kymmenen kappaletta. Koko päivä kului videoita editoidessa. Oli mukavaa vaihtelua tehdä töitä vaihteeksi videokuvan parissa, sillä muut raportointijakson työt ovat olleet valokuvausta.

Viikkoanalyysi viikosta 4

Opin edellisiltä viikoilta, että yhden viikon aikana on syytä fokusoida tekemistä korkeintaan muutamaan asiaan. Siksi viikon neljä tavoitteena oli ainoastaan keskittyä Instagram-profiilin julkaisemiseen ja sosiaalisen median hyötyihin tutustumiseen.

Aktiivinen sosiaalisen median käyttö auttaa pitämään yrityksen ihmisten mielissä ja tarjoaa ilmaista näkyvyyttä, mikäli yritykseltä löytyy aikaa ja taitoa sisällöntuotantoon ja seuraajien keräämiseen (Azedani 2016, 36). Kortesuon (2014, 17) mukaan sosiaalisen median läsnäolon myötä yrittäjä tuntuu ikään kuin valmiiksi tutulta, koska potentiaalinen asiakas näkee verkon kautta yrittäjän tyylin, persoonan, asiantuntemuksen sekä viestintätavan. Lisäksi sosiaalisen median läsnäolon avulla karsitaan asiakkaita jo etukäteen: mikäli potentiaalinen asiakas pitää yrittäjän tyylistä, hän ottaa yhteyttä, ja vastaavasti tyylistä pitämätön asiakas ei ota yhteyttä. Näin karsitaan tyytymätön asiakas jo etukäteen. (Kortesuon 2014, 17.) Lisäksi sosiaalisen median käyttö edistää asiakasuskollisuutta, mahdollistaa tarkasti kohdennetun mainonnan ja mainonnan mittaamisen sekä auttaa yritystä pysymään paremmin tietoisena myös kilpailijoiden toiminnasta (Azedani 2013, 36–37).

Pohdin viikon aikana, miten voisin sitouttaa asiakkaita kuvaustoimintaani, etenkin henkilökuvaustavien osalta. Saavutetaanko asiakkaiden sitouttamisella mitään merkittäviä etuja kuvausyrittäjyydessä?

Asiakkaan sitoutumisella tarkoitetaan asiakkaan ja brändin välisen suhteen syvyyttä. Se muodostuu luottamuksen tasosta sekä kanssakäymisen muodoista, aktiivisuudesta sekä pituudesta. Ihannetapauksessa asiakkaan sitoutuminen etenee niin brändin kuin asiakkaan aloitteesta markkinoinnin, sosiaalisen median ja erilaisten kokemusten kautta. (Atherton 2020, 23.)

Sosiaalisessa mediassa sitoutumisella tarkoitetaan vuorovaikutusta julkaisuissa, kuten kommentteja, tykkäyksiä sekä seuraamisia. Vuorovaikutus voidaan jakaa merkitykselliseen vuorovaikutukseen, joka käsittää kommentit ja keskustelut sekä passiiviseen vuorovaikutukseen, joka tarkoittaa tykkäyksiä sekä jakamisia. Asiakkaan sitouttamisessa näistä tärkeämpi vuorovaikutuksen muoto on merkityksellinen vuorovaikutus. Mitä enemmän ja monipuolisemmin asiakas on yhteydessä brändiin, sitä paremmin asiakas myös brändiin sitoutuu. (Atherton 2020, 23.)

Seuraajakuntani sosiaalisessa mediassa on vielä pieni. Mitä aktiivisemmin kuitenkin toimin eri sosiaalisen median kanavissa, sitä enemmän ja monipuolisemmin saan kosketuspisteitä potentiaalisten asiakkaiden kanssa. Myös vanhojen asiakassuhteiden kannalta on hyvä pyrkiä aktiiviseen sosiaalisen median käyttöön; näin pysyn asiakkaiden mielessä.

Nähtäväksi jää, saavutanko todellisuudessa merkittäviä etuja pyrkiessäni sitouttamaan asiakkaita sosiaalisen median kautta, vai saavutetaanko todellinen hyöty itse kuvaustilan-

teessa ja viime viikolla käsittelemääni asiakaskokemukseen panostamalla. Uskon vahvasti, että hyvin tehty työ puhuu kuitenkin lopulta puolestaan. Sosiaalista mediaa voin kuitenkin käyttää hyvän asiakaskokemuksen rinnalla liiketoimintani vauhdittajana.

Internetin ja sosiaalisen median myötä markkinointi on muuttunut yrittäjävetoisuudesta kuluttajavetoisuuteen. Kuluttajat päättävät itse, milloin, missä ja miten he haluavat hankkia informaatiota. Lisäksi kuluttajat tuottavat itse informaatiota verkossa, ja osallistuvat yritysten toimintaan esimerkiksi tuotekehittelyn saralla. Sosiaalisen median hallinta on tulevaisuudessa avainasemassa yritysten liiketoiminnan onnistumisen ja jatkuvuuden kannalta. Digimarkkinointi ja sosiaalinen media tulisi liittää osaksi yrityksen liiketoimintasuunnitelmaa. Internetin ja sosiaalisen median merkitystä yrityksille ei voida enää väheksyä. (Kananen 2018, 11, 15.) Varmaa on, että sosiaalinen media tulee pysymään yhtenä keskeisimmistä osista yritystoiminnassani. Kanavia ja toteutustapoja tulee kuitenkin vielä tarkastella yritystoiminnan edetessä. Tilanteet ja yritystoiminnalle hyödyllisimmät kanavat saattavat muuttua nopeastikin.

Tammikuussa 2021 maailmassa oli 4,2 miljardia aktiivista sosiaalisen median käyttäjää. Tämä tarkoittaa 53,6 prosenttia koko maailman väestöstä. 16–64-vuotiaat käyttävät maailmanlaajuisesti keskimäärin 2h 25 minuuttia sosiaalista mediaa päivässä. Maailmanlaajuisesti 44,8 % ihmisistä etsii tietoa brändistä sosiaalisesta mediasta. (Hootsuite & We Are Social, 2021, 8, 21, 55.) Sosiaalinen media tarjoaa oivallisen alustan kansainvälistymistä ajatellen. Etenkin Instagram on tähän hyvä kanava, sillä siellä voin hashtagien avulla tavoittaa valtavan määrän ihmisiä ympäri maailmaa. Lisäksi jokin suuri valokuvaukseen keskittynyt Instagram-tili voi jakaa kuvani, ja näin voin saada ainutlaatuista näkyvyyttä, jota en muualta ilmaiseksi saisi. Siksi haluan lähteä rakentamaan Instagramiani huolellisesti heti urani alkuvaiheessa.

3.5 Seurantaviikko 5: Digimarkkinointi (hakukoneoptimointi)

Viikon tavoitteena on ehottaa verkkosivuja ja edistää niiden näkyvyyttä Googlessa.

Maanantai 27.9.2021

Päivän tavoitteena on tutustua hakukoneoptimointiin.

Hakukoneoptimoinnilla (SEO) tarkoitetaan toimia, joiden tavoitteena on edistää sivuston orgaanista näkyvyyttä hakukoneissa. SEO on lyhenne sanoista Search Engine Optimization. On yleisesti tiedostettua, että valtaosa tiedonhakijoista ei mene ensimmäistä hakutulossivua pidemmälle. Mikäli yritys ei sijoitu ensimmäisen sivun ensimmäiselle puoliskolle,

verkkonäkyvyys laskee huomattavasti. Hakukoneoptimoinnin avulla verkkosivustolle pyritään tuomaan lisää orgaanista liikennettä sekä parantamaan tämän liikenteen laatua. Hakukoneoptimointi on tehokkain tapa lisätä verkkosivun kävijämääriä. (Elbanna s.a; Heinze, Fletcher, Rashid & Cruz 2020, 175; Kananen 2018, 159.)

Tyypillinen SEO-strategia perustuu viiteen avainkohtaan, jotka ovat ostajapersoonan hakusanojen ymmärtäminen, laadukkaan sisällön tuottaminen sekä sivuston sisäinen-, ulkoinen- ja tekninen optimointi (Heinze ym. 2020, 180). Komulainen (2018, 155–158) jakaa optimointiprosessin tekniseen optimointiin, avainsanojen valintaan sekä sisällön optimointiin. Elbanna (s.a) jaottelee optimoinnin kolmeen kategoriaan: sivuston sisältöön, tekniseen optimointiin sekä ulkoiseen optimointiin. Sovellan tällä viikolla näiden jaottelujen yhdistelmää käyttämällä keinoja, jotka pystyn toteuttamaan nykyisellä sivustollani.

Tiistai 28.9.2021

Päivän tavoitteena on jatkaa hakukoneoptimointia.

Aloitin päivän viimeistelemällä sivustoni sisältöä. Kirjoitin esittelytekstin itsestäni sekä muutin tekstien kokoa, jotta ne näkyvät tarpeeksi selkeästi sivua selatessa. Tämän jälkeen aloitin keräämään määrittelemilleni kohderyhmilleni sopivia hakusanoja.

Yritettäessä lisätä sivuston kävijämääriä on keskeistä saada sivustolle ostavaa asiakasvirtaa, jotka ovat kiinnostuneita yrityksen tuotteista. Jos vierailijoita houkutellaan sivustolle väärin perustein, poistumisluvut kasvavat ja tämän myötä hakukonenäkyvyys heikkenee. Tämän takia on tärkeää tehdä hakusanatutkimus, jossa selvitetään, millaisilla hakutermeillä juuri omaa palvelua etsitään. (Elbanna s.a; Kananen 2018, 103.)

Hakusanatutkimuksessa keskeistä ovat kuinka paljon hakusanaa haetaan, kuinka relevantti se on liiketoiminnalle sekä millainen kilpailu sillä on. Vähän haettua hakusanaa ei ole järkevää käyttää, koska se ei ohjaa liikennettä sivustolle. Relevanttiuden suhteen pyritään välttämään liian yleisiä hakusanoja. Esimerkiksi ”kenkä” -hakusanan sijaan relevantimpi hakusana olisi ”naisten kengät netistä”, joka lähtökohtaisesti jo viittaa siihen, että hakija on nimenomaan ostamassa kenkiä. Kova kilpailutilanne vaikeuttaa hakusanan näkyvyyttä, ja etenkin uusien sivustojen voi olla haastavaa pärjätä kilpailussa. Tästä syystä olisi siksikin hyvä keskittyä pitkän hännän hakusanoihin, joiden kilpailutilanne on kevyempi. (Elbanna s.a.)

Hakusanojen etsinnän kanssa kohtasin haasteita, sillä Google Keyword Planner vaatii sisäänkirjautumisen Google Ads-palveluun, enkä lukuisista yrityksistä huolimatta päässyt sisään. Vastaavat ilmaiset palvelut antoivat kyllä hakea hakusanoja, mutta vaativat hetken

kuluttua maksullisen version hankkimista. Jouduin siis hieman soveltamaan hakusanojen tutkimisen kanssa. Edellä on hakusanoja, jotka totesin oppimani perusteella hyväksi ja joiden kilpailutilanne oli sopiva: valokuvaaja Helsinki, valokuvaaja hinta, valokuvaaja Uusimaa, henkilökuvaus, henkilökuvaus Helsinki, potrettikuvaus, yrityskuvaus, dronekuvaus, tapahtumakuvaus sekä cv-kuvaus Helsinki. Koska portfolioni ei ole vielä laaja, joudun pitämään nettisivuni yksinkertaisena. Etusivulta löytyvät parhaimmat kuvat ja info -sivulta yhteystietoni. Keskityn siis nyt vain näiden kahden sivun ehostamiseen. Tein jo valmiiksi omat sivut yrityskuvauksille ja tapahtumakuvauksille, ja julkaisen nämä sivut, kun lisää kuvia kertyy.

Päivä kului kokonaan hakukoneoptimointiin tutustuesssa ja sitä aloitellessa. Google Adsin ongelmat vaikeuttivat työntekoa ja aiheuttivat turhautumista. Sain kuitenkin hyvän kokonais kuvan hakukoneoptimoinnista.

Keskiviikko 29.9.2021

Päivän tavoitteena on jatkaa hakukoneoptimointia. Lisäksi luvassa on kuvaukset Vallilassa.

Päivä alkoi henkilökuvauksilla Vallilassa, joiden jälkeen jatkoin hakukoneoptimointia sivuston sisällön parissa. Pyrin lisäämään hakusanoja sivustolleni mahdollisimman moneen paikkaan.

Title-tagit on maksimissaan 65 merkin mittainen elementti, joka näkyy sivun otsikkona Googlen hakutuloksissa. Se on hakukonenäkyvyyden kannalta tärkein yksittäinen elementti. Myös title-tagissa tulisi käyttää joitakin suunnitelluista hakusanoista. Elbanna (s.a.) Kanasen (2018, 85) mukaan yleisiä ilmauksia kuten "etusivu" tulisi välttää.

Adobe Portfolio on ollut hakukoneoptimoinnin kanssa varsin vaikeakäyttöinen ja ohjeita löytyy heikosti. Haluan pitää sivuston visuaalisen ilmeen selkeänä, ja otsikoinnin vaihto vaikutti myös sivun visuaaliseen näkymään. Haluan loogisuuden vuoksi pitää etusivun myös nimettynä etusivuksi. Koska sivuston päivitykset näkyvät Googlen hakutuloksissa muutaman päivän viiveellä, oli haastavaa ennustaa, miten muutokset sivun eri osioissa vaikuttavat käytännön tasolla.

Rowlesin (2018, 84) mukaan hakukoneoptimointia ei tule kuitenkaan tehdä käyttäjäkokemuksen kustannuksella. Ensin on tärkeää keskittyä sivuston käyttäjään ja vasta sen jälkeen sovittaa sivut mahdollisimman hakukoneystävällisiksi. Hakukoneiden algoritmit muuttuvat jatkuvasti ja hakukonetuloksiin vaikuttavien erilaisten tekijöiden kanssa ajan ta-

salla pysyminen on todella haastavaa. Tästä syystä tulisikin keskittyä ennen kaikkea hyödyllisen ja sitouttavan sisällön luomiseen. (Rowles 2018, 84, 91.) Koen siis olevani oikealla polulla, kun keskityn ensisijaisesti asiakasystävällisyyteen ja siihen, että sivustoani on miellyttävää selata. Sitouttavaa ja hyödyllistä sisältöä voisin luoda jatkossa esimerkiksi blogin avulla.

Sain lopulta lisättyä avainsanat ”henkilökuvaus, yrityskuvaus ja tapahtumakuvaus” etusivun title-tagiiin sekä sivun toiseen otsikkoon ja osittain bio-tekstiini. Tämän lisäksi lisäsin avainsanat Adobe Portfolion järjestelmään kunkin sivun asetuksiin, jossa on vielä erillinen paikka avainsanoille hakukoneita varten.

Torstai 30.9.2021

Päivän tavoitteena on jatkaa optimointia teknisen optimoinnin merkeissä: lisätä alt-tekstit sekä panostaa sivuston mobiiliystävällisyyteen.

Sivuston teknisen optimoinnin elementtejä ovat muun muassa alt-tekstit, url-osoitteet sekä mobiiliystävällisyys. (Elbanna s.a.) Jotta sivut olisivat mahdollisimman helppokäyttöiset mobiililaitteilla, tarkastin että kuvat näkyvät riittävän suurina ja oikeilla paikoillaan. Saman tein tekstiosioille. Tämän jälkeen lisäsin kuviini alt-tekstit.

Alt-teksti on teksti, joka näkyy sivustolla kuvan paikalla, mikäli kuva ei ole syystä tai toisesta saatavilla. Alt-teksti kertoo, mitä kuva sisältää. Se hyödyttää myös näkövammaisia, sillä äänilaitteet voivat lukea tekstin. Alt-tekstistä tulisi löytyä myös avainsanoja. (Elbanna s.a, Heinze, ym. 2020, 196.) Elbannan (s.a.) mukaan URL-osoitteessa tulisi myös käyttää kohdehakusanaa. Sivuston selkeyden vuoksi pidän kuitenkin toistaiseksi url-osoitteet ennallaan.

Motivaationi verkkosivujeni optimointia kohtaan alkoi torstaina huveta huolestuttavasti. Ymmärsin, että hieman keskeneräisillä sivuillani on todella vaikeaa pärjätä hakutuloksissa vuosia toimineiden valokuvaajien joukossa. Lisäksi koko viikon jatkunut tunne siitä, että sisältöä on liian vähän enkä pysty toteuttamaan mitään optimoinnin toimenpidettä täysimääräisesti, vain vahvistui. Olin varsin ylpeä itsestäni, kun sain lopulta päivän tavoitteet suoritetuksi.

Perjantai 1.10.2021

Päivän tavoitteena on jatkaa hakukoneoptimointia.

Metakuvaus on hakutuloksen otsikon alla näkyvä teksti. Metatekstit eivät suoraan vaikuta hakukonesijoitukseen, mutta voivat toimia kiinnostuksen herättäjänä muiden hakutulosten

joukossa ja tätä kautta ohjata lisää liikennettä sivulle. Mikäli teksti on kiinnostava ja klikkauksia tulee enemmän kuin normaalisti, voi Google nostaa sivua ylemmäksi hakutulosten joukossa. (Elbanna s.a.)

Meta-tietojen tekstin tulisi olla lyhyttä, informatiivista sekä lukijaa kiinnostavaa kokonaisin lausein kirjoitettua tekstiä, joka kertoo ytimekkäästi sivuston sisällöstä. Pelkkien avainsanojen käyttöä tulisi välttää. (Kananen 2018, 84.) Lisäsin metakuvakset Adobe Portfolioon kunkin sivun kohdalle niille varattuun paikkaan. Metakuvaukseen laitoin tekstin: ”Kuvia, jotka herättävät tunteita. Laadukkaasti ja ammattitaidolla. Ota yhteyttä ja kysy lisää! Henkilokuvaus, yrityskuvaus, tapahtumakuvaus.” Katson muutaman päivän päästä, miltä teksti todellisuudessa näyttää hakutulosten joukossa.

Viikon päätteeksi loin vielä Google My Business -tilin. Google My Business on työkalu, jonka avulla käyttäjä voi hallita yrityksen näkyvyyttä esimerkiksi Google Mapsissa sekä Google-haussa ja auttaa käyttäjiä löytämään yrityksen (Google s.a.). Ottamalla palvelun käyttöön lisään edelleen näkyvyyttäni Googlessa. En kuitenkaan saanut tiliä vielä käyttööni, sillä aktivointikoodi lähetetään kirjeitse, ja kirjeen saapumiseen kuluu yleensä noin kaksi viikkoa.

Viikkoanalyysi viikosta 5

Viides raportointiviikko ei sujunut aivan odottamallani tavalla. Menin todennäköisesti asioiden edelle yrittäessäni jo tässä vaiheessa optimoida sivujani. Hakukoneoptimointi ja siihen tutustuminen vei paljon aikaa ja hakusanojen tarkka rajaaminen tuntui turhauttavalta, vaikka opinkin edellisillä viikoilla, että asiakassegmentti tulee rajata tarkasti.

Opin kuluneiden kahden viikon aikana erityisesti laadukkaasti sisällön merkityksen. On haastavaa rakentaa näkyvyyttä, ja etenkin hakukoneystävällisiä kotisivuja, jos laadukasta sisältöä ei ole. Sama haastavuus pätee myös Instagramiin, joskin sen kokoaminen oli helpompaa, sillä Instagram-profiilini käsittää kokonaisuudessaan vain yhden sivun. Tässä mielessä oli varsin onnistunut valinta aloittaa markkinointi ja näkyvyyden kasvattaminen ensin Instagramin puolelta.

Lisäksi otetut kuvat toimivat referensseinä, ja referenssit puhuvat aina puolestaan. On haastavaa näyttää osaamistaan pelkillä sanoilla. On vaikeaa todeta olevansa yrityskuvaaja, jos ei ole kuvannut yhtäkään yritystä. Jälkikäteen ajateltuna olisi ollut viisaampaa käyttää viikon työtunnit tässä vaiheessa esimerkiksi referenssikuvien hankintaan.

Verkkosivujen sisällön, visuaalisuuden ja teknisten ratkaisujen oikeanlainen suunnittelu ja toteutus ovat sivuston löydettävyyden perusedellytys. Hakukoneoptimointi on orgaanisen asiakashankinnan perustoimenpide, joka lisää yrityksen myyntiä ilman markkinointikustannusten kasvattamista. Hakukoneoptimoinnin osaamista voidaan hyödyntää yrityksen kilpailuedun kasvattamisessa suhteessa toimijoihin, jotka eivät käytä hakukoneoptimointia. (Kananen 2018, 101–102; Komulainen 153.) Jatkoa ajatellen oli hyvä jo nyt sekä tutustua optimointiin että tehdä sitä käytännössä.

Hakukoneoptimointi muuttuu alati ja vaatii jatkuvaa seurantaa ja arviointia. Tulosten näkyminen voi viedä kolmesta kuukaudesta useisiin vuosiin resursseista ja optimoinnin kohteen koosta riippuen. Keskeistä on pysyä ajan tasalla hakukoneoptimoinnin muutoksissa ja seurata alan trendejä sekä työkaluja. Asiakassegmentin sekä sen tarpeiden ja motivaatiotekijöiden ymmärtäminen ja yhdistäminen niin sisällöntuotantoon kuin sivuston optimointiinkin ovat perustavanlaatuisia vaatimuksia kaikille yrityksille. Haluttaessa verkkosivuille oikeanlaista asiakasvirtaa, eli maksavia asiakkaita, tulee yrityksen jatkuvasti seurata ja ymmärtää asiakkaiden toimintaa ja ajattelumaailmaa. (Heinze ym. 2020, 203; Kananen 2018, 103; Rowles 2018, 100–101.)

Vaikka kohtasin viikon aikana haasteita ja motivaation puutetta, uskon että tekemistäni optimoinnin toimenpiteistä on hyötyä tulevaisuudessa. Tietämykseni aiheesta kehittyi huomasti. Lisäksi sivut näkyvät nyt ainakin hieman todennäköisemmin kohderyhmilleni. Aion kuitenkin tänä syksynä laittaa resurssejani ensisijaisesti sosiaaliseen mediaan: se tuntuu luontevimmalta ja tehokkaimmalta vaihtoehdolta saada näkyvyyttä juuri nyt. Hakukonenäkyvyys tulee ottaa pidemmän aikavälin tavoitteeksi, jota edistän tasaisin väliajoin. Sivustoa optimoimalla parannan myös asiakaskokemusta ja tuon lisää potentiaalisia asiakkaita sivustolleni.

Koin ajoittain turhautumisen tunteita kahdella edellisellä viikolla Instagramin ja verkkosivujen näkyvyyden kanssa työskennellessäni. Lähtökohtanani on aikaisemmin ollut, että annan työni puhua puolestani. Tämä ajattelu on kuitenkin osaltaan virheellinen; on haastavaa, ellei mahdotonta ylipäättään saada tätä puolestaan puhuvaa työtä ilman sopivaa esiläoloa, etenkin aloittelevana toimijana.

Uskon, että vaikka näkyvyys aloittelevana yrittäjänä olisikin pientä, ja markkinointiin ja oman työn myymiseen panostaminen tuntuisi ajoittain turhautavalta (suhteessa pääasiallisiin työtehtäviin ja niiden merkityksellisyyteen yrittäjälle), on tärkeää olla yrittäjyyden alkutaipaleesta asti esillä eri kanavissa. Näin yrittäjä pääsee kasvattamaan tietotaitoaan ja ymmärtämään markkinoinnin toimenpiteistä ja strategioista mahdollisimman varhaisessa

vaiheessa. Tämä tietotaito on arvokasta pääomaa, jota voidaan hyödyntää koko yrittäjäuran ajan ja etenkin tulevaisuudessa, kun yritystoiminta ja markkinointiin käytettävät resurssit kasvavat.

3.6 Seurantaviikko 6: Uuden oppiminen

Viikon tavoitteena on suorittaa kauko-ohjaajan online-koe dronen käyttöä varten sekä harjoitella akkusalaman käyttöä kuvauksissa.

Maanantai 4.10.2021

Päivän tavoitteena on hoitaa juoksevia asioita.

Varasin maanantain juoksevien asioiden hoitamiseen, joihin kuuluivat muun muassa tulevien kuvausten suunnittelu, laskutus sekä salaman hakeminen postista. Jotta voisin käyttää dronea kuvauksissani, minun tulee suorittaa drone-operaattorin teoriakoe. Uusi lainsäädäntö yhtenäistää dronesäännökset EU:n alueella, ja kaikkien vähintään 250 gramman dronea lennättävien tulee rekisteröityä dronetoimijarekisteriin (Droneinfo 2021). Omalla kohdallani koe on suoritettava lauantaihin 9.10 mennessä. Tämän takia keskitän viikon työtunteja teoriamateriaalin opiskeluun ja suoritan kokeen perjantaina.

Toinen viikon aikana opiskeltava asia on akkusalaman käyttö. Hankin Godox Witstro AD400 Pro -akkusalaman henkilökuvauksia varten. Tarvitsen salamaa erityisesti ensi viikon kuvauksissa, joten tarvittava perusosaaminen on hankittava tällä viikolla. Harjoittelen salaman käyttöä kuvauksissa viikon aikana.

Tiistai 5.10.2021

Päivän tavoitteena on rakentaa kuvausstudio, jossa harjoittelen uuden salamalaitteen käyttöä.

Päivä koostui kokonaan studion rakentamisesta asuntooni. Työ vei vahvasti mennessään ja uppouduin tekemiseen niin, että unohdin ajan kulun kokonaan. Todettuani studion olevan riittävän valmis, harjoittelin uuden salaman käyttöä. Koin alussa turhautumisen hetkiä, sillä en meinannut saada salamaa toimimaan. Lisäksi kiireen tuntu varjosti mieltäni; tunne siitä, että voisin käyttää työtuntini johonkin tärkeämpään, vaikka tiedostin, että juuri nyt tärkeintä olisi oppia käyttämään salamaa.

Sitkeä tiedonhaun avulla löysin lopulta oikeat asetukset kamerastani. Tunne oli todella palkitseva, kun salama välähti ensimmäisen kerran. Olisi ollut helpompaa luovuttaa ja yrittää seuraavana päivänä uudelleen, mutta salaman käytön perusteet oli opittava tänään.

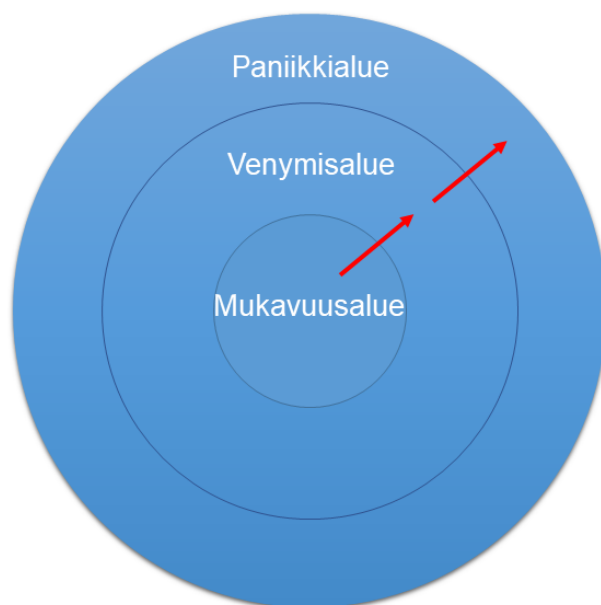
Keskiviikko 6.10.2021

Päivän tavoitteena on harjoitella salaman käyttöä kuvauksissa.

Keskiviikkona aamupäivällä vuorossa oli henkilökuvaukset Helsingin Kaapelitehtaalla. Salaman käyttö ensimmäistä kertaa aiheutti epävarmuuden tunteita. Uuden tilanteen kohtaaminen tuntui epämukavalta, mutta toisaalta innostavalta mahdollisuudelta. Ajoittain kriittiset tunteet omasta osaamisesta nousivat pintaan. Illalla vuorossa oli katukuvauksen harjoittelua erään tutun valokuvaajan kanssa. Näissäkin kuvauksissa olin uuden asian äärellä, sillä en ole juuri tehnyt vastaavaa kuvausta ennen. Yhdessä pääsimme vaihtamaan näkemyksiä aiheesta, ja kuvaukset olivatkin lopulta todella opettavaiset.

Päivän kuvauksia yhdistivät epävarmuustekijät ja epämukavuusalueella toimiminen. Ajoittain itsekritiikki ja epäilykset omasta osaamisesta nousivat mieleeni. Koin hyväksi ratkaisumalliksi näiden ajatusten tiedostamisen ja kohtaamisen, mutta niin, että en antanut näille tuntemuksille liikaa valtaa, vaan keskityin tekemään parhaani niistä huolimatta.

Sydänmaanlakka (2017, 77) jaottelee toimintamme mukavuusalueelle, venymisalueelle sekä paniikkialueelle. Mukavuusalueella hallitsemme ja tunnemme tehtävän asian hyvin ja koemme olomme turvalliseksi. Vietämmekin suurimman osan ajastamme mukavuusalueella. Kääntöpuolena on, että mukavuusalueella opimme harvemmin uusia asioita. (Sydänmaanlakka 2017, 77.)



Kuva 13. 14. Mukavuus-, venymis- ja paniikkialue (mukaillen Sydänmaanlakka 2017, 77)

Venymisalueella kohtaamme uusia asioita ja haasteita. Joudumme ponnistelemaan oppiaksemme. Kun siirrymme paniikkialueelle, kohdatut haasteet ovat todella vaikeita ja saattavat johtaa epäonnistumiseen. Keskeistä on nähdä epäonnistumiset henkilökohtaisen kasvun paikkana ja oppia selviytymään epäonnistumisten kanssa. Venymis- ja paniikkialueen kokemusten kautta oma mukavuusalueemme laajenee. (Sydänmaanlakka 2017, 78.)

Kuluneen viikon aikana olen erityisesti huomannut mukavuusalueelta poistumisen hyödyt. Kun pyrkii jatkuvasti laajentamaan osaamistaan ja kohtaa haastavatkin asiat rehellisesti ja analyttisesti, on kehittyminen nopeaa. On kuitenkin hyvä tiedostaa, että vaikka todellinen kasvu ja oppiminen tapahtuvatkin mukavuusalueen ulkopuolella, on syytä välttää jatkuvaa epämukavuusalueella toimimista. Koen, että näin voidaan rauhassa pysähtyä reflektimaan työskentelyä.

Torstai 7.10.2021

Päivän tavoitteena on harjoitella salaman käyttöä kuvauksissa sekä opiskella huomista koetta varten.

Torstaina vuorossa olivat jälleen kuvaukset, jotka sujuivat erinomaisesti. Salaman käyttö luonnistui jo huomattavasti paremmin kuin edellisinä päivinä. Uskalsimme myös ennakkoluulottomasti kokeilla uusia sommitteluideoita, vaikka ne ajatuksen tasolla aluksi tuntuivatkin omituisilta. Vaikka raportointijakson kuvaukset ovatkin sujuneet varsin ongelmitta, olen niiden aikana joutunut useaan otteeseen mukavuusalueeni ulkopuolelle, kun taitotasoani on koeteltu eri tavoin. Koen, että nämä epämukavuusalueella vietetyt hetket alkavat nyt tuottaa tulosta. Juuri niiden takia kehityn. Loppupäivän käytin perjantain kokeeseen opiskeluun.

Perjantai 8.10.2021

Päivän tavoitteena on suorittaa kauko-ohjaajan online-koee.

Aloitin päivän käymällä läpi kokeen itseopiskelumateriaalia. Kun tunsin oloni riittävän varmaksi, siirryin kokeen pariin. Koe olikin olettamaani huomattavasti helpompi, ja tein sen varsin nopeasti. Jälkikäteen ajateltuna olisin pärjännyt vähemmälläkin lukumäärällä. Toisaalta oli hyvä opiskella asiat huolellisesti, koska tiedoille on varmasti käyttöä tulevaisuudessa enkä voinut etukäteen tietää tarkasti kokeen vaativuudesta. Koska viikon kuvauksista oli vielä kuvia editoitavana, päätin varata loppupäivän kuvien editointiin.

Viikkoanalyysi viikosta 6

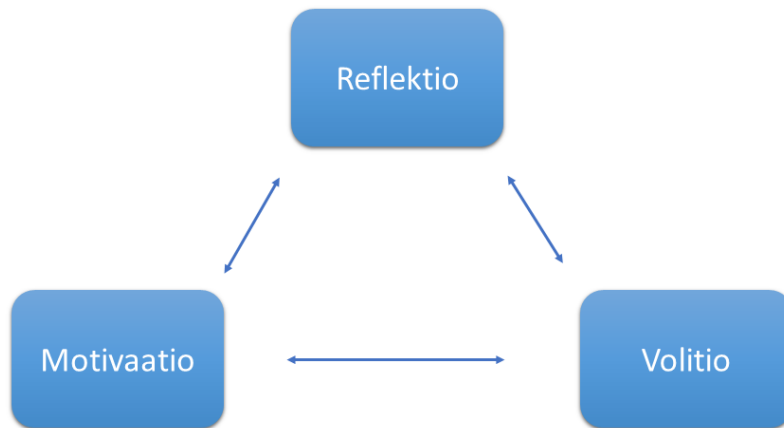
Viikko sujui asettamieni tavoitteiden mukaisesti. Oli jälleen hyvä keskittää tekeminen viikon aikana huolellisesti vain kahteen asiaan. Drone-operaattorin koe olikin huomattavasti helpompi, kuin luulin, ja työtunteja olisi voinut käyttää muuhunkin. Olen kuitenkin opinnäytetyön aikana oppinut, että asiat eivät aina mene suunnitellusti. Nyt ongelma oli kuitenkin positiivinen, sillä aikaa jäi perjantaina vielä kuvien editointiin.

Longan (2020, 38) mukaan taitojen oppiminen tapahtuu kolmen vaiheen kautta, jotka ovat kognitiivinen-, assosiatiivinen sekä autonominen vaihe. Kognitiivisessa vaiheessa haemme opiskeltavasta asiasta tietoa ja opimme sääntöjä, joita hyödyntämällä kykenemme oppimaan taidon. Kognitiivisessa vaiheessa suoritus on katkonaista ja vaikeaa, sillä suuri määrä uutta tietoa kerralla kuormittaa työmuistia. (Lonka 2020, 38)

Assosiatiivisessa vaiheessa opiskellut säännöt otetaan käytäntöön harjoitusten avulla. Suorituksen hahmotuskyky paranee, ja osasuoritukset jäsentyvät suuremmiksi hahmotusyksiköiksi. Toiminta helpottuu ja sen kuormittavuuden taso laskee, mutta yllättävät tilanteet ja häiriötekijät saavat suorituksen silti helposti sekaisin. (Lonka 2020, 38)

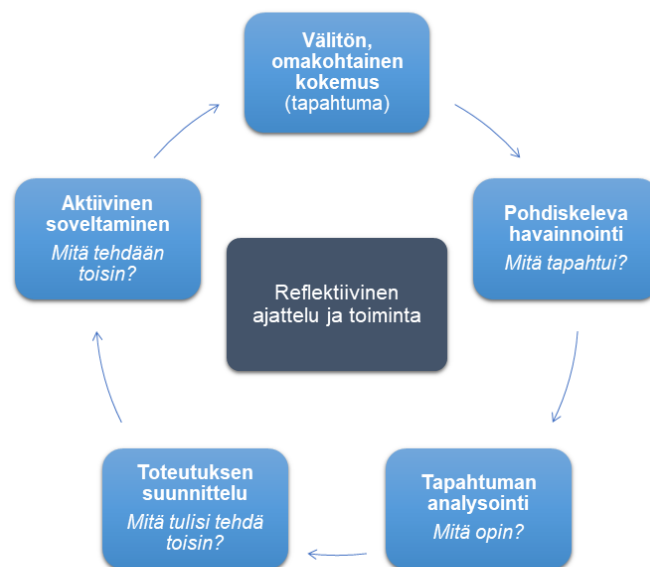
Autonomisessa vaiheessa tekeminen automatisoituu, eikä toimintaa tarvitse tietoisesti säädellä. Ongelmanratkaisukyky kehittyy ja taitojen osa-alueiden automatisoituessa luovaan ongelmanratkaisuun jää aiempaa enemmän henkisiä resursseja. (Lonka 2020, 38) Huomaan selvästi toimintani automatisoitumisen työssäni verrattuna lähtötilanteeseen; henkisiä resursseja jää nyt kuvaustilanteessa enemmän taiteelliseen tulkintaan ja sommitteluun keskittymiseen. Ennen kaikkea kehittymistä on tapahtunut itse kuvausteknisen osaamisen lisäksi myös yrittäjän taidoissa. Osaan paremmin tarkkailla ja havainnoida omaa työntekoani sekä sitä, miten käytän aikaani. Pystyn toimimaan järjestelmällisemmin ja tehokkaammin. Viikon päätteeksi kykenen paremmin analysoimaan kulunutta viikkoa sen onnistumisineen ja epäonnistumisineen.

Kupiaan ja Peltolan (2019, 159) mukaan työssä kehittyminen rakentuu kolmesta kulmakivistä: motivaatiosta, volitiosta sekä reflektiosta. Motivaatio mahdollistaa työhön ryhtymisen, ja sen herättely on avainasemassa työssä oppimisen ja kehittymisen kannalta. Ilman konkreettisia tekoja kehittymistä ei kuitenkaan tapahdu. Volition eli toimeenpanemisen taidon avulla ryhdytään toimeen ja synnytetään näitä työssä oppimisen mahdollistavia kokemuksia. (Kupias ja Peltola 2019, 159.)



Kuva 14. Työssä kehittymisen kolme kulmakiveä (mukaillen Kupias ja Peltola 2019, 162)

Kupiaan ja Peltolan (2019, 159) mukaan pelkkä motivaatio ja työtehtävien suorittaminen ei kuitenkaan vielä kehitä tekijäänsä, sillä oppiminen vaatii aina pysähtymistä ja reflektointia. Sydänmaanlakan (2017, 81) mukaan reflektointi on oppimisen avain. Sydänmaanlakka (2017, 81) määrittelee reflektoinnin seuraavasti: ”Reflektointi on oman toiminnan, sen perusteiden ja seuraamusten arviointia ja pohtimista. Se on omien kokemusten systemaattista analysointia, käsitteellistämistä ja uudenlaisten toimintamallien hahmottelua.” Kupiaan ja Peltolan (2019, 45) mukaan reflektiivisyys on edellytys ammattilaisuudelle. Se on opeteltavissa oleva taito, jota tulisi pyrkiä kehittämään. Reflektointi voi kohdistua niin omiin ajatusmalleihin, toimintatapoihin kuin tunteisiin. Olennaista on pysähtyä ja tarkastella näitä monesta eri näkökulmasta. (Kupias ja Peltola 2019, 45)



Kuva 15. Reflektiivinen ajattelu ja toiminta (mukaillen Sydänmaanlakka 2017, 83)

Reflektointi onkin ollut avainasemassa työssäni kehittymisen kannalta. Raportointijakson aikana olen oppinut, että kun valmistaudun huolellisesti työtilanteisiin, luon pohjaa onnistuneille suorituksille ja kuten aiemmin mainitsin, voin käyttää kapasiteettini kuvaustilanteessa paremmin itse kuvaukseen keskittymiseen. Työtilanteeseen valmistautumisen pohjana on aina edellisten kuvausten työnjäljen analyttinen ja kriittinen tarkastelu.

Yrittäjyydessä ja erityisesti yksinyrittäjyydessä korostuu yrittäjän itsensä vastuu uusien asioiden opettelemisesta ja soveltamisesta käytäntöön. Omalla kohdallani uusien asioiden opiskelun mielekkyys riippuu siitä, ovatko opiskeltavan asian hyödyt selkeästi nähtävissä käytännön tasolla.

Motivaation ja inspiraatioon ei voi kuitenkaan aina luottaa, sillä päivästä riippuen saattaa motivaation taso vaihdella, vaikka työtehtävät pysyisivätkin samana. Olenkin kokenut tärkeäksi opetella keinoja, joiden avulla saan myös vähemmän mielekkäät tehtävät hoidettua ajallaan. Lisäksi koen tärkeäksi tuntea keinoja, joilla voin tarpeen vaatiessa herätellä inspiraatiotani luovan työn tekemiseen. Tässä on auttanut omien toimintamallien kriittinen tarkastelu ja itsetuntemus. Kun olen tiedostanut ja oppinut, missä vaiheessa päivää tai millaisessa ympäristössä itse suoriudun parhaiten mistäkin tehtävistä, voin hyödyntää tätä tietoa työpäivien suunnitteluun.

Olen viimeisten viikkojen ja etenkin kuluneen viikon aikana oppinut, että rohkeus heittäytyä ja mennä kohti haastavia, opettavaisia tilanteita vaatii ennen kaikkea itsensä johtamisen taitoja ja hyvää itsetuntemusta. Epäonnistumisen kokemukset voivat olla hyvinkin lannistavia. Lannistavien ajatusten voima on kuitenkin vain niin suuri, kuin niille antaa itsessään painoarvoa.

Vaihtelevat tuntemukset omasta työstä ja motivaatiotason vaihtelu ovat inhimillisiä piirteitä. Mielestäni keskeistä on kohdata nämä tunteet, pysähtyä kuuntelemaan niitä ja ammentaa niistä oppia seuraavaa työtilannetta varten. Näin luodaan työn ympärille kehittymistä ruokkiva ajattelumalli, jossa jokainen työtilaisuus voidaan hyödyntää oppimiskokemuksena.

3.7 Seurantaviikko 7: Motivaatio

Viikon tavoitteena on alkuviikosta panostaa henkilökuvauksiin ja käyttää loppuviikko kuvien editointiin. Lisäksi pidän keskiviikon vapaana, jotta pääsen palautumaan. Perjantai kuluu pääosin musiikkitöiden merkeissä.

Maanantai 11.10.2021

Päivän tavoitteena on panostaa henkilökuvauksiin kolmissa kuvauksissa.

Maanantaina vuorossa oli kolmet kuvaukset ja päivä oli hyvin kiireinen. Päivä alkoi henkilökuvauksilla Helsingin Karhusaarella. Itse kuvaukset onnistuivat varsin hyvin, mutta kovon tuulen takia salamani kaatui ja valonmuokkain hajosi. Pystyimme kuitenkin jatkamaan kuvaukset loppuun asti, ja asiakas oli tyytyväinen.

Tämän jälkeen suuntasin kaksihenkisen kansanmusiikkiyhtyeen promokuvauksiin Helsingin Merihakaan. Haimme urbaania tunnelmaa ja tässä myös onnistuimme. Illalla vuorossa oli vielä studiokuvaukset. Tässä vaiheessa päivää luova energiani alkoi jo olla lopussa. Lopulta työpäivälle kertyi pituutta 15 tuntia, kun lasketaan mukaan opinnäytetyön kirjoittamiseen kulunut aika. Päivä tuntui kuitenkin kuluvan nopeasti, koska itse tekeminen oli mielekästä ja motivoivaa.

Sinokki (2016, 43) määrittelee motivaation seuraavasti: ”Motivaatio on psyykinen tila, joka ohjaa henkilön vireyttä, aktiivisuutta ja ahkeruutta toimia omien tavoitteidensa saavuttamiseksi.” Motivaatio säätelee ja ohjaa toimintaamme kohti tavoitteitamme sekä toimii energianlähteenä käyttäytymisellemme. Se määrittää toiminnan sitoutumisen, intensiteetin sekä vaikuttaa valitessamme tehtäviämme. (Sinokki 2016, 43.) Longan (2020, 171) mukaan motivaatio on aina kohteellista; motivaatio ei kaikissa tapauksissa kumpua ihmisen sisältä, vaan se useimmiten syntyy ihmisen muodostaessa elävän suhteen kyseiseen asiaan. Mikäli innostus ei kanavoidu tiettyyn kohteeseen tai toimintaan, saattaa se jäädä ainoastaan ohimeneväksi tunnetilaksi. Tämä ei saa ihmistä aidosti liikkeelle. (Lonka 2020, 171.) Voin siis olla oikeassa vireystilassa hyvinkin innostunut jostakin aiheesta, mutta mikäli itse tekemisen kohde ei motivoi, en jaksa sitoutua aiheeseen pitkäjänteisesti.

Tiistai 12.10.2021

Päivän tavoitteena on ottaa hyvät henkilökuvat päivän kuvauksissa.

Ensin vuorossa oli henkilökuvaukset jälleen kerran Ullanlinnan alueella. Kuvaukset olivat nopeita ja tehokkaita. Huomaan, että tehokkuuteni kuvauksissa on edistynyt merkittävästi viimeisten viikkojen aikana. Tämän jälkeen siirryin kuvauksiin Tapiolan alueelle. Kuvaukset sujuivat rennoissa tunnelmissa, ja olin todella tyytyväinen kuvausten tulokseen. Reflektoidessani motivaatitani tässä vaiheessa, huomaan kuitenkin kaipaavani vaihtelua, sillä viime viikot olen tehnyt lähes ainoastaan henkilökuvauksia.

Keskiviikko 13.10.2021

Vapaapäivä

Torstai 14.10.2021

Päivän tavoitteena on editoida kuluneen ja edellisen viikon kuvia.

Päivä koostui kokonaan kuvien editoinnista. Mitään erityistä ei päivän aikana oikeastaan tapahtunut. Koen tämän merkkinä siitä, että työ alkaa sujua rutiininomaisesti eikä aiheuta vahvoja tuntemuksia, kuten motivaation puutetta. Koen, että editointi sujuu, vaikka vireys-tilani olisikin heikko. Se ei vaadi minulta suuria ponnisteluja.

Motivaatio voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen motivaatioon. Sisäinen motivaatio tarkoittaa, että toiminta on itsessään palkitsevaa ja siihen keskittyminen on vaivatonta. Ollessaan sisäisesti motivoitunut, ei ihminen tarvitse ulkoisia palkkioita työstä selviytyäkseen. On keskeistä huomata, että sisäinen motivaatio ei kumpua ihmisen sisältä, vaan se edellyttää merkityksellisen suhteen tai toiminnan muodostumista tekijän ja motivaation kohteen välille. Sisäinen motivaatio syntyy toiminnan tai sen toteutustavan ollessa itsessään motivoivia. Ulkoisessa motivaatiossa houkuttimena toimivat ulkoiset palkkiot tai rangaistukset. Tämä ruokkii enemmän suorittamiskeskeisiä tunteita kuin oppimistunteita. Mikäli ulkoisia palkkioita tai rangaistuksia korostetaan liikaa, sisäinen motivaatio voi kuihtua kokonaan. (Lonka 2020, 171.) Kuvia editoidessani työ on itsessään palkitsevaa, ja näen välittömästi työni tulokset. Siksi siihen keskittyminen on helppoa.

Perjantai 15.10.2021

Päivän tavoitteena on editoida kuvia.

Perjantai- aamuna jatkoin kuvien editointia muutaman tunnin ajan. Editointi sujui hyvin ja motivaatiotasoni editoinnissa on edelleen hyvä. Muuta erityistä raportoitavaa ei perjantai- aamusta ole. Loppupäivä perjantaista kului musiikkialan töissä.

Viikkoanalyysi viikosta 7

Viikko sujui työtehtävien puolesta varsin hyvin. Oli motivoivaa keskittyä pelkästään kuvauksiin sekä editointiin. Pohdin viikon aikana, millaisin keinoin voisin jatkossa edistää ja ylläpitää työmotivaatiotani. Sinokin (2016, 146–152) mukaan keinoja työmotivaation edistämiseksi ovat ulkoiseen ja sisäiseen motivaatioon vaikuttaminen, työn tuunaaminen, kiireen hallitseminen sekä ajatusten ja tunteiden hallitseminen.

Sisäinen motivaatio koostuu neljästä elementistä, jotka ovat vapaaehtoisuus, kyvykkyys, yhteenkuuluvuus sekä ihmisen perustarve tehdä hyvää. Vapaus tarkoittaa mahdollisuutta vaikuttaa oman työn toteuttamisen yksityiskohtiin. Kyvykkyys auttaa kehittämään omaa

osaamista työn ohessa. Yhteenkuuluvuudella tarkoitetaan sitä, että yksilö kokee olevansa oleellinen osa työyhteisöä. Hyvän tekeminen on ihmisen psykologinen perustarve, ja työn kytkeytyminen johonkin itseään suurempaan päämäärään lisää motivaatiota. Voidaankin puhua kutsumustyöstä. (Sinokki 2016, 146–147.)

Lisäksi motivaation kannalta keskeistä on kokemus työn tärkeydestä ja mahdollisuus itsensä toteuttamisesta. Kun työllä on merkitys suuremmassa kokonaisuudessa, kasvaa myös työmotivaatio. Itsensä toteuttamisen edellytyksenä on kyky löytää keinot itsensä toteuttamiseen ja sitä kautta tulosten aikaansaamiseen. Pyrkimys hyvään sekä työn kytkeytyminen suurempaan päämäärään ovat keskeisessä asemassa työn ja elämän merkittävyyteen liittyvissä tuntemuksissa. (Sinokki 2016, 146–147.)

Työn tuunaamisella tarkoitetaan toimia, joiden avulla työntekijä kykenee vaikuttamaan työnsä sisältöön. Näitä ovat esimerkiksi tehtävänkuvan muokkaaminen uusilla työtehtävillä, sosiaalisten suhteiden tarkastelu työpaikalla, omien työhön liittyvien ajatusten muokkaaminen, selkeiden tavoitteiden asettaminen sekä työkuorman kohtuullistaminen. Myös ajankäytön hallinta sekä taito priorisoida työtehtäviä parantavat työntekijän motivaatiota. Esteenä priorisoinnille voivat olla esimerkiksi perfektionismi ja kiire. (Sinokki 2016, 149.)

Myös omilla ajatuksillaan voi vaikuttaa työmotivaatioon. Parhaita tapoja työmotivaation edistämiseksi ovat keinot oppia kiitollisuutta ja toiveikkuutta. Muita merkittäviä tekijöitä ovat esimerkiksi sinnikkyuden, oppimisen ilon, sosiaalinen älykkyyden sekä vaatimattomuuden harjoittaminen. Näitä voidaan edistää tiedostavan läsnäolon eli mindfulnessin avulla. (Sinokki 2016, 152.)

Yrittäjänä minua motivoi mahdollisuus vaikuttaa työnkuvaani, työskentelytapoihini, työaikaani sekä työmäärääni. Lisäksi koen yrittäjänä pystyväni vaikuttamaan ympäristööni ja käyttämään lahjojani täysin eri tavalla kuin palkkatöissä ollessani. Tunnen myös yrittäjänä meneväni kohti unelmiani. Lisäksi pystyn kasvattamaan liiketoimintaani itse ja sen kasvataminen on teoriassa täysin omista teoistani ja valinnoistani kiinni. Kuvaustyössä näen välittömästi työni jäljen. On hienoa nähdä ottamani kuvat asiakkaan käytössä. Projektin matka pelkästä ideasta konkreettisiksi kuviksi on palkitseva.

Koen myös rahan keskeisenä motivaattorina siinä mielessä, että työn tehokkuus, tulokset ja työlle omistautuminen näkyvät usein myös palkassani, toisin useimmissa palkkatöissä. Lisäksi rahalla voin kasvattaa liiketoimintaani ja tehdä haluamiani investointeja. Voin myös palkita itseäni hyvin tehdystä työstä niin uusilla työvälineillä kuin työn ulkopuolisilla asioilla.

Usein kuulee sanottavan, että kun tekee työnsä hyvin, raha kyllä seuraa perässä. En täysin allekirjoita tätä ajatusta. Yrittäjän on tärkeää miettiä myös rahaa ja sitä, kuka on valmis maksamaan tarjotusta lisäarvosta. Ilman rahaa ei liiketoiminta voi jatkua. Luovan työn tekijänä koen hyväksi ajattelumallin, jossa hyväksytään uran alkuvaiheeseen liittyvät taiteelliset kompromissit. Myöhemmin uralla voi toteuttaa enemmän itseään ja taiteellisia näemyksiään, kun taloudellinen vakaus on turvattu. Oma toimintaani yrittäjänä ohjaava lähtökohta on päästä toteuttamaan itseäni sopivassa määrin ja käyttämään lahjojani niin, että saan työstä myös palkkaa.

Olisin kaivannut viikolle vielä selkeämpää rakennetta työtehtävien tekoon. Kuvien editointia voi tehdä varsin rennosti, eikä paineen tuntua juuri ole. Koska kuvia on editoitavana paljon, olisi hyvä pyrkiä tehokkaaseen ajankäyttöön. Olen oppinut, että yrittäjyys on ennen kaikkea jatkuvaa uuden oppimista sekä oikeiden työskentelytapojen etsimistä. Tutkin ensi viikolla tehokkaiden työpäivien suunnittelua, jotta pystyisin työskentelemään mahdollisimman tehokkaasti ja valitsemaan vireystilaani parhaiten sopivia työtehtäviä.

3.8 Seurantaviikko 8: Ajanhallinta ja työpäivien suunnittelu

Viikon tavoitteena on editoida edellisten viikkojen kuvia ja tutkia tehokasta ajankäyttöä.

Maanantai 19.10.2021

Päivän tavoitteena on editoida viime viikon kuvia.

Päivä kului kokonaan viime viikon kuvia editoidessa. Tutustuin myös tehokkaaseen ajankäyttöön. Torfinn Slåen (2015, 38) esittelee kirjassaan *Vähemmän suorituksia, enemmän saavutuksia* 5ADAY-periaatteen. 5ADAY on toimintamalli, jossa kirjataan iltaisin seuraavan päivän viisi tärkeintä tavoitetta ylös, tärkeysjärjestyksen mukaan numeroituna. Näin luodaan tehtäväläistä tulevalle työpäivälle ja kohdistetaan keskittyminen päätavoitteiden kannalta tärkeimpiin asioihin. Lisäksi alitajunta alkaa jo yön aikana tehdä töitä tavoitteiden eteen. Samaa rutiinia voidaan käyttää myös viikko- ja kuukausitason tavoitteiden kirjaamiseen. 5ADAY perustuu amerikkalaisen kouluttajan Ivy Leen kehittämään metodiin, jossa päivittäisiä tavoitteita asetetaan kuusi kappaletta. (Slåen 2015, 38–39.)

Aion kokeilla 5ADAY-periaatteen noudattamista tällä viikolla. Koska koen opinnäytetyön kirjoittamisen ja tietoperustaan tutustumisen yhtenä tärkeimmistä asioista juuri nyt, varaan tähän aikaa aamuisin keskittymiskyyni ollessa parhaimmillaan.

Tiistai 20.10.2021

Päivän tavoitteet:

1. Tutustu opinnäytetyön tietoperustaan.
2. Aloita editointi asiakkaalle 1.
3. Aloita editointi asiakkaalle 2.
4. Aloita editointi asiakkaalle 3.
5. Suunnittele bändin Facebook-kansikuvaa.

Päivä kului taas lähinnä kuvien editoinnin merkeissä. Huomaan, pitkät editointisessiot putkeen tuntuivat ajoittain uuvuttavilta. Vaikka työtehtävät olisikin suunniteltu huolellisesti ja ne olisivat motivoivia, on toimeen tarttuminen silti ajoittain haastavaa.

Tällaisissa tilanteissa apuna voi käyttää Pomodoro-tekniikka, jossa keskittyminen laitetaan 25 minuutin ajaksi yhteen ennalta määritellyyn asiaan. Keskittymistä häiritsevät asiat, kuten puhelimen ja sähköpostin ilmoitukset laitetaan pois päältä. 25 minuutin työskentelyn jälkeen pidetään viiden minuutin tauko. Neljännen keskittymisjakson jälkeen pidetään pidempi tauko. Pomodoro-tekniikan teho perustuu selkeään keskittymisjakson rajaamiseen, yhteen tehtävään keskittymiseen kerrallaan sekä aloittamisen kynnyksen madaltamiseen. (Sarkkinen 19.5.2020.)

Keskiviikko 21.10.2021

Päivän tavoitteet:

1. Tutustu opinnäytetyön tietoperustaan.
2. Viimeistele ja lähetä kuvat asiakkaalle 1.
3. Viimeistele ja lähetä kuvat asiakkaalle 2.
4. Aloita bändin Facebook-kansikuvan työstäminen.
5. Viimeistele ja lähetä kuvat asiakkaalle 3.

Päivä kului jälleen editoinnin parissa. Kun reflektoin 5ADAY-tekniikan hyödyntämistä editointityössä, huomaan kaksi tärkeää asiaa. Ensinnäkin koen, että on hyvä jakaa saman projektin editointia useammalle päivälle. Näin voin ottaa riittävästi etäisyyttä kuviin ja palata niihin taas uudelleen. Palatessani kuvien pariin huomaan usein korjattavaa ja saan uusia ideoita.

Toiseksi, vaikka editoisinkin eri projektien kuvia, ei työpäivän käyttäminen kokonaan pelkään editointiin ole tehokasta. Koen, että eri aihepiirin työtehtävät päivän aikana tuovat virkistävää vaihtelua työpäivään. Ihannetilanteessa työpäivä koostuisi siis luovan työn lisäksi vaikkapa paperitöistä tai muista rutiininomaisemmista tehtävistä. Kokeilen säätää päiväohjelmaa tämän mukaisesti.

Torstai 22.10.2021

Päivän tavoitteet:

1. Kirjoita opinnäytetyötä.
2. Aloita kirjanpidon toimia.
3. Tee tarjous asiakkaalle.

4. Aloita kuvien editointi asiakkaalle 4.
5. Jatka bändin Facebook-kansikuvan työstöä.

Työpäivän jakaminen erilaisiin työtehtäviin toimii kohdallani hyvin. Koen tärkeäksi kuitenkin keskittyä yhteen asiaan vähintään puolentoista tunnin ajan, jolloin pystyn syventymään aiheeseen tarpeeksi. Huolimatta työtehtävien monipuolisuudesta on iltapäivän keskittymiskyvyn puute silti edelleen läsnä. Erityisesti kahden ja neljän välillä työtehoni laskee merkittävästi. Tämä on teema, johon voisin tutustua tarkemmin ensi viikolla. Olisi hyvä löytää rutiini, jonka avulla voisin käyttää iltapäivän tunnit hyödyksi. Yksi vaihtoehto olisi käyttää iltapäivällä pari tuntia esimerkiksi urheiluun, ja palata sitten töiden pariin.

Perjantai 23.10.2021

Päivän tavoitteet:

1. Kirjoita opinnäytetyötä.
2. Jatka kuvien editointia asiakkaalle 4.
3. Viimeistele Facebook-kansikuva.
4. Jatka kirjanpitoa.
5. Aloita kuvien editointi asiakkaalle 5.

Päivä sujui jälleen hyvin ja saavutin asettamani tavoitteet. Jatkoa ajatellen olisi hyvä määrittellä tavoitteet vielä selkeämmin, esimerkiksi *kuvien editoinnin jatkaminen* on hieman epämääräinen käsite. Toisaalta on todettava, että työhön tarttuminen oli todella helppoa ja koin työskenteleväni rennommin ja luovemmin, kun pystyin editoimaan paineettomasti. Olenkin varsin tyytyväinen valmiisiin kuviin (esim. kuva 16).



Kuva 16. Editoituja kuvia viikon 7 kuvauksista

Eräs asia, joka on tullut erityisesti kuvia editoidessa vastaan, ja jonka koen ajoittain haittaavan työntekoani, on perfektionismi. Markukselan (2021, 242) mukaan perfektionismi on

halua pyrkiä virheettömään suoritukseen sekä haluttomuutta hyväksyä täydellisyyttä heikompa suoritusta. Se on synnynnäisen temperamentin, persoonallisuuden sekä opittujen asenteiden yhdistelmä. (Markuksela 2021, 242.) Perfektionismi onkin asia, jota olen opinäytetyön aikana joutunut käsittelemään, kun tehtävää on ollut paljon. Koen perfektionismin hidastavan työntekoani. Uskon kohtuullisesta perfektionismista olevan kuitenkin enemmän hyötyä kuin haittaa työn tuloksia ajatellen.

Viikkoanalyysi viikosta 8

Työpäivän tehokkaan ajankäytön kannalta keskeistä on valita tehtävät huolellisesti ja soveltaa ajankäyttöä kuhunkin päivään sopivaksi. Tehtävien oikealla määrällä on keskeinen osa työn miellyttävyydessä, ja työtehtäviä tulisi valita vain sopiva määrä. Samaa työtehtävää ei ole syytä jatkaa tarpeettoman pitkään. Voimavaramme ovat rajalliset ja tietyn tehtävän pakonomainen jatkaminen vastoin omia tuntemuksia kuluttaa energiaa ja laskee työtehoa. Myös taukojen pitäminen riittävän usein on tärkeää voimavarojen riittävyyden kannalta. (Pihlaja 2018, 196–197.)

5ADAY-rutiini perustuu ajatukselle, jossa seuraaviin työtehtäviin siirrytään vasta, kun yksi asia on saatu loppuun. En kuitenkaan koe tätä parhaana työskentelytapana itselleni. Väliillä työtehtävässä saattaa tulla haasteita, jotka eivät tunnu ratkeavan. Tällöin koen viisaammaksi, että jätän asian hautumaan ja siirryn seuraavaan työtehtävään. Myöhemmin päivällä asia voikin ratketa helpommin.

5ADAY -rutiini tuntuu mielestäni muuten toimivalta. Olen toki aiemminkin käyttänyt päivittäisiä tehtävälistoja apuna työskentelyssä, mutta viiden tavoitteen rajausta auttaa paremmin keskittymään työn kannalta kaikista tärkeimpiin asioihin. Se selkeyttää työpäivän ajankäyttöä ja lisää keskittymiskykyä. Lisäksi työtehtävien rajausta tuntuu rauhoittavan myös vapaa-aikaani. Yrittäjänä työt kulkeutuvat väkisinkin ajatuksissa joltain osin myös vapaa-ajalle ja töitä voisi tehdä vuorokaudenajasta riippumatta. Kun päivän aikana edistettävillä asioilla on luotu selkeät raamit, on vapaa-ajalla rentoutuminen helpompaa.

Pihlajan (2018, 198) mukaan työpäiviä suunnitellessa olisi syytä jättää myös joustovaraa yllättävien, kiireellisten tilanteiden varalle. Tehtävien priorisointia ja uudelleenjärjestelyä tulee tehdä, mikäli yllättäviä tilanteita ilmenee. (Pihlaja 2018, 196.) Joustovaraa tarvitsin myös kuluneella viikolla, esimerkiksi tilanteessa, jossa sain tarjouspyynnön asiakkaalta. Työtehtävä siirtyi prioriteettilistani kärkeen ja jätin muut työtehtävät hetkeksi odottamaan.

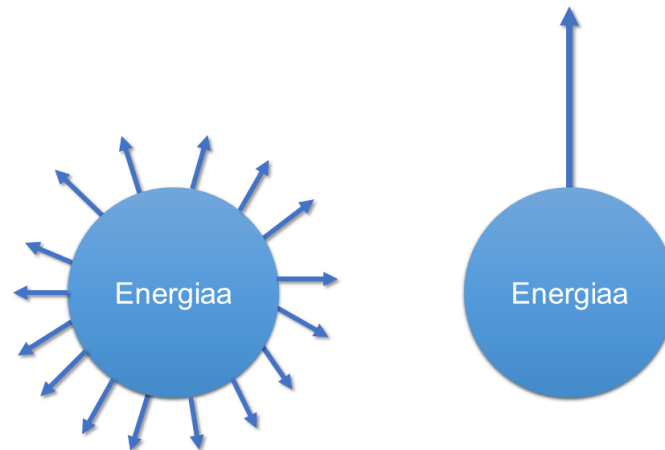
Ajankäytössä on keskeistä tehtävien jaottelu vireystilan mukaan. Tehokkaita työskentelyaikoja voi löytyä työpäivän eri kohdista, ja etsimällä ja kokeilemalla löydetään kullekin sopivimmat ajankohdat esimerkiksi luovaan työskentelyyn. (Pihlaja 2018, 199–200.) Oma keskittymiskyky on parhaimmillaan heti aamulla sekä myöhään illalla. Asioiden jäsentelyä ja analyyttistä pohdintaa vaativat tehtävät sujuvat parhaiten aamulla, ja tällöin pyrin edistämään opinnäytetyötäni. Iltapäivällä keskittymiseni herpaantuu ja huomaan kaipaavani taukoja. Mikäli seuraisin omaa ihanteellista työskentelyrytmiäni, on ongelmana se, että työpäivä ei tunnu päättyvän missään vaiheessa; päivä alkaa ja päättyy työnteolla. Olisikin hyvä löytää rutiineja, joiden avulla saisin nostettua vireystilaani iltapäivällä. Näin iltapäivä jäisi palautumiseen ja työn ja vapaa-ajan jaottelu olisi selkeämpää.

Pomodoro-tekniikan käyttäminen auttoi keskittymään myös väsyneimpinä hetkinä. Usein 25 minuutin aikajakso oli sopiva keskittymiseen. Kun vireystilani oli alhaisempi, valitsin noin 15 minuutin keskittymisjaksoja. Näin pidin huolen, että työn aloittamisen kynnyks on riittävän matala. Usein pääsinkin työn imuun näiden lyhyiden jaksoiden kautta ja sain töitä edistettyä.

Kun reflektoin työpäivien suunnittelua, koin viikon aikana ajoittain haasteita työtehtävien arvottamisessa; mitkä ovat tärkeämpiä asioita juuri nyt? Olisikin hyvä rajata tavoitteet selkeästi juuri viiden tärkeimmän tavoitteen mukaan myös viikko- ja kuukausitasolla. Näin tavoitteita kohti eteneminen olisi selkeämpää, kun päivän työtehtävät voisi suoraan johtaa isommasta kokonaisuudesta.

Essentialismi on ajattelumalli, jossa lähtökohtana on pyrkimys tehdä oikeita asioita useiden asioiden sijasta. Ympäristömme on täynnä mahdollisuuksia, joihin voisimme tarttua, mutta resurssimme ovat rajalliset. Essentialisti pysähtyy tasaisin väliajoin kysymään itseltään: ”Panostanko juuri nyt oikeisiin toimiin?” Essentialismissa siis erotellaan olennainen epäolennaisesta. (McKeown 2021, 14–15.)

McKeownin (2021, 15) kuvaaja (kuva 17) työskentelyenergian suuntautumisesta kuvastaa hyvin essentialistista ajattelutapaa. Keskittyessämme moneen asiaan kerralla, etenemme hieman joka suuntaan. Kun energia suunnataan harkitummin, edetään asioissa, jotka ovat todella merkityksellisiä, ja näissä edetään myös huomattavasti pidemmälle. Lähtökohtana on pyrkiä tekemään ”vähemmän, mutta parempaa.” (McKeown 2021, 14–16.)



Kuva 17. Essentialistin työskentelyenergian jakautuminen (mukaillen McKeown 2021, 15)

McKeown (2021,17) jaottelee ihmiset essentialisteihin ja nonessentialisteihin. Nonessentialisti ajattelee, että kaikki on tärkeää ja se on ehdittävä tekemään. Hän ahnehtii tekemistä, jolloin työn laatu kärsii ja paine on kova. Myös hallinnan tunne puuttuu. Lopulta nonessentialisti tuntee itsensä uupuneeksi. Essentialisti taas ymmärtää, että hän voi tehdä valintoja. Hän tekeekin näitä valintoja harkiten ja suostuu vain olennaisiin asioihin. Hän ymmärtää, että vain harvoilla asioilla on todella merkitystä. Essentialistilla on hallinnan tunne omasta työstään ja hän tuntee iloa työskennellessään. (McKeown 2021, 17.)

	Nonessentialisti	Essentialisti
Miten ajattelee?	KAIKKEEN ON REVETTÄVÄ "Minun täytyy." "Se kaikki on tärkeää." "Kuinka ehdin tehdä kaiken?"	VÄHEMMÄN MUTTA PAREMPAA "Voin tehdä valintoja." "Vain harvoilla asioilla on aidosti merkitystä."
Miten toimii?	AHNEHTII HILLITTÖMÄSTI Toimii paineen alaisena. Suostuu pyyntöihin harkitsemattomasti. Yrittää saada työt tehdyksi viime hetkellä.	PYRKII HALLITUSTI VÄHEMPÄÄN Pysähtyy erittelemään, millä on aidosti merkitystä. Kieltäytyy kaikesta muusta paitsi olennaisesta. Ennakoi työnsä sujuvuutta.
Mitä saa?	ELÄÄ EPÄTYDYTTÄVÄÄ ELÄMÄÄ Tarttuu liian moniin asioihin, jolloin työ kärsii. Ei tunne hallitsevansa asioita. Ei ole varma, tekeekö oikeita asioita. Tuntee itsensä yllirasittuneeksi ja uupuneeksi.	ELÄÄ MERKITYKSELLISTÄ ELÄMÄÄ Tekee huolella valintoja, jotta työ hoituu kunnolla. Tuntee hallitsevansa asioita. Tuntee oikeita asioita. Tuntee iloa työskennellessään.

Kuva 18. Nonessentialistin ja essentialistin toimintamallit (mukaillen McKeown 2021, 17)

Yksi opinnäytetyöprosessin keskeisimmistä opeista omaan työskentelyyni voidaan kiteyttää juuri essentialismiin. Ennen opinnäytetyön kirjoittamista luotin suurpiirteiseen suunnit-

teluun ja riittäviin työtunteihin; asiat kyllä hoituvat, kun varaan niille tarpeeksi aikaa. Tämäkin ajattelumalli on toki osittain totta, mutta johtaa usein siihen, että vapaa-aikaa ei ole. Vaikka yrittäjyydessä kyse on usein intohimoammattin toteuttamisesta ja työ ja vapaa-aika sekoittuvatkin usein keskenään, en pidemmällä tähtäimellä katsottuna näe viisaana viettää koko elämäni töissä. Tästä syystä työpäivien, -viikkojen ja -kuukausien huolellinen suunnittelu, aikarajojen asettaminen sekä turhien asioiden karsiminen ovat avainasemassa omannäköiseni ja mielekkään yrittäjyyden rakentamisessa nyt ja tulevaisuudessa.

Sain viikolta hyviä työkaluja työpäivien suunnitteluun. Jotta saisin suunnitelmistani mahdollisimman paljon irti, tutkin ensi viikolla tarkemmin päivittäisiä rutiineja ja niiden vaikutusta työskentelyyn. Ensi viikolla kokeilen myös viiden päivittäisen tavoitteen sijasta karsia päivätavoitteita niin, että keskityn maksimissaan kolmeen päivätavoitteeseen.

3.9 Seurantaviikko 9: Ajanhallinta ja työpäivien suunnittelu (rutiinit)

Viikon tavoitteena on panostaa kuvauksiin sekä jatkaa kuvien editointia.

Maanantai 25.10.2021

Päivän tavoitteet:

1. Kuvien editointi.
2. Juoksevien asioiden hoitaminen.

Maanantaina aloitin työpäivän kuvien editoinnilla. Iltapäivän käytin juoksevien asioiden hoitamiseen. Niitä olivat laskutus sekä keskiviikon kuvausten suunnittelu. Päivä sujui hyvin. Koen keskittymiskyyni parantuneen paljon raportointijakson aikana. Selkeiden päivätavoitteiden listaaminen auttaa tähän varmasti.

Tutkin maanantaina myös, millaisia aikaansaamista parantavia rutiineja voisin ottaa käyttöni. Släenin (2015, 14) mukaan keskeisessä osassa aikaansaamisen energian lisäämisessä ovat työtavat. Släen kehottaaakin etsimään vipuvoimarutiineja. Vipuvoimarutiinilla tarkoitetaan tapaa, joka ”aloittaa ketjureaktion ja muuttaa levitessään monia tapoja ja käytäntöjä.” Vipuvoimarutiini voi olla esimerkiksi kuntosalilla käynti; kunnon kohottamisen lisäksi myös ruokailutottumukset sekä keskittymiskyky päivän aikana paranevat. (Släen 2015, 14–15.) Kokeilen viikolla kahta rutiinia; aamulenkkiä sekä pientä kävelyä iltapäivällä. Viikon lopuksi reflektoin näiden vaikutusta työntekooni.

Tiistai 26.10.2021

Päivän tavoitteet:

1. Keskiviikon kuvausten suunnittelu ja valmistelu.
2. Tarjouksen tekeminen asiakkaalle.
3. Kuvien editointi.

Aloitin päivän suunnitelmani mukaan aamulenkillä. Aamulenkin jälkeen töihin keskittyminen oli helppoa ja ajatus kulki erinomaisesti. Helpotin lenkille lähtöä laittamalla juoksuvarusteet valmiiksi edellisenä iltana. Lenkin jälkeen päivä koostui keskiviikon kuvausten suunnittelusta ja valmistelusta sekä kuvien editoinnista. Lisäksi tein tarjouksen yrityskuvauksesta ensi viikolle.

Keskiviikko 27.10.2021

Päivän tavoitteet:

1. Kuvaukset Lammassaassa.
2. Kuvaukset Porvoossa.

Keskiviikko alkoi henkilökuvauksilla Helsingin Lammassaassa. Sää näytti aamulla synkältä ja pohdin, kuinka kuvat tulevat onnistumaan. Lammassaaren miljöö toimi kuitenkin kuvauslokaationa hyvin ja olin lopulta tyytyväinen kuviin. Tämän jälkeen vuorossa oli yrityskuvaukset Porvoossa. Kuvasimme henkilökuvia musiikkistudiossa. Tämän lisäksi otimme yleiskuvia studion tiloista. Kun reflektoin päivätavoitteiden vaikutusta kuvauksiin, huomaan, että kun päivään ei sisälly muita tavoitteita kuin kuvauksissa onnistuminen, on keskittyminen kuvaustilanteessa helpompaa. Tällöin mielessä eivät pyöri muut yritystoimintaan liittyvät asiat.

Torstai 28.10.2021

Päivän tavoite:

1. Editoida kuvia.

Torstain tehtävänä oli aloittaa keskiviikon kuvien editointi ja koko päivä kuluikin näissä merkeissä. Pohdin myös, miten voisin konkreettisesti hyödyntää yksinkertaisia ja helppoja rutiineja kuvaustyössä päivä-, viikko-, ja kuukausitasolla. Rutiinien tulisi olla niin yksinkertaisia ja selkeitä, että ne pystyttäisiin toteuttamaan huolimatta päivän tai viikon muista työtehtävistä. Kehittelin seuraavan rutiinisysteemin (taulukko 3).

Taulukko 3. Päivä-, viikko-, ja kuukausitason rutiineja työskentelyyn

Päiväritiini 1	Vuorovaikuta 30 minuutin ajan Instagramissa kommentein ja tykkäyksin.
Päiväritiini 2	Etsi 30 minuutin ajan inspiraatiota kuvauksiin internetistä.
Viikkorutiini 1	Hanki yhdet uudet kuvaukset joka viikko.
Viikkorutiini 2	Varaa tunnin aika kalenterista ja tutki verkkosivuston kävijäanalytiikka kuluneelta viikolta.
Viikkorutiini 3	Varaa tunnin aika kalenterista ja suunnittele ja julkaise Instagram-postaus.
Kuukausiritiini 1	Varaa tunnin aika kalenterista ja varmuuskopioi kuukauden aikana otetut kuvat.
Kuukausiritiini 2	Mikäli hyviä kuvia on syntynyt, päivitä verkkosivut heti varmuuskopioinnin jälkeen.

Päiväritiinina on 30 minuutin vuorovaikutus Instagramissa sekä 30 minuutin inspiraation etsiminen kuvauksiin. Viikkorutiinina on yksien kuvausten hankkiminen joka viikko, tunnin aika verkkosivuston kävijäanalytiikan tutkimiseen sekä tunnin aika Instagram-postauksen julkaisemiseen. Kuukausiritiinina on tunnin mittainen aika kuvien varmuuskopiointiin sekä verkkosivujen päivittäminen.

Perjantai 29.10.2021

Vapaapäivä kuvaustöistä musiikkialan töiden takia.

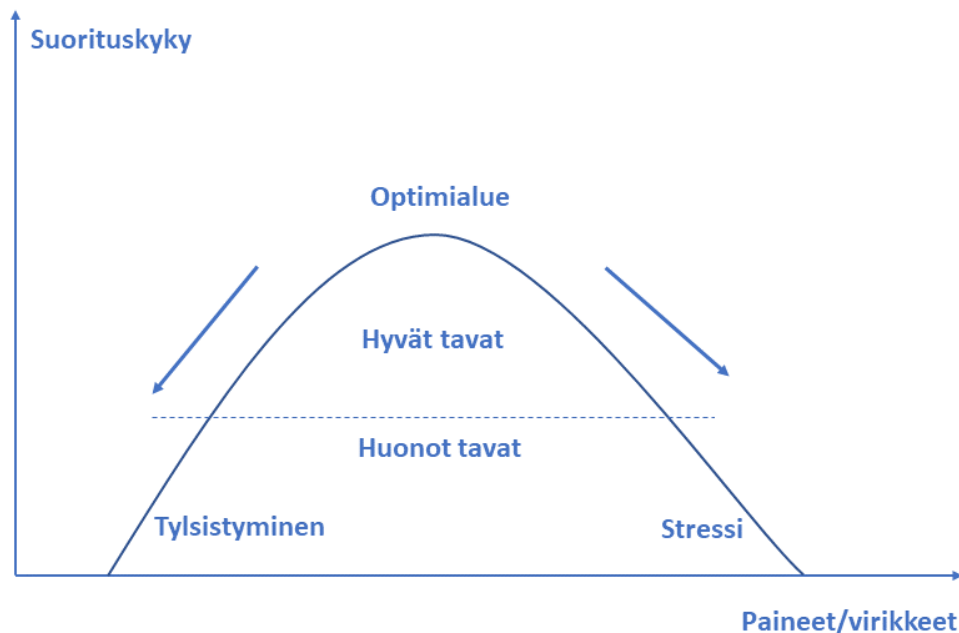
Viikkoanalyysi viikosta 9

Yhdeksäs raportointiviikko oli varsin tiivis ja työntäyteinen. Kiireen keskellä aamulenkki oli oivallinen tapa aloittaa päivä. Lenkkien jälkeen keskittymiskykyni oli todella hyvä. Lisäksi aamulenkki selkeytti koko päivän aloitusta; päivät lähtivät selkeästi käyntiin joka päivä samalla tavalla. Lisäksi söin paremman aamiaisen ja vireystilani oli yleisesti parempi koko päivän ajan. Iltapäivän kävely antoi virkistävän tauon työpäivään, mutta sen vaikutus työtehooni oli huomattavasti heikompi verrattuna aamulenkin tuomiin hyötyihin.

Juuri kiireen keskellä koen etukäteen suunniteltujen valintojen ja rutiinien helpottavat arkeani huomattavasti. Pihlajan (2021, 150) mukaan valintojen tekeminen kuluttaa energiaa. Itsesäätelykyvyyn eli tahdonvoiman määrä on rajallinen, ja jokainen tahdonvoimaa vaativa

tehtävä heikentää suoriutumista seuraavassa vastaavassa tehtävässä. Suorittaessaan it-sesäätelykykyä vaativia tehtäviä, alkaa ihminen tehdä päätöksiä keinoin, jotka säästävät energiaa, kuten oletusvaihtoehtoja suosimalla. Lisäksi hän antaa herkemmin tilanteen kannalta epäolennaisten asioiden vaikuttaa päätöksentekoonsa. Etukäteen suunnitellut tavat ja rutiinit säästävät siis energiaa, ja kapasiteettia jää käytettäväksi muihin asioihin. Keskeistä on pyrkiä tekemään valintoja etukäteen ja välttää tilanteita, joissa päätöksenteko tapahtuu väsyneessä olotilassa. Kun suunnitelmat luodaan levänneenä, voidaan tarkastella asioita eri näkökulmista ja näin tehdä harkitumpia päätöksiä. (Pihlaja 2021, 150–151.)

Tavat voivat kuitenkin myös johtaa epämieluisaan lopputulokseen, kun asioiden eteneminen ei suju suunnitellusti. Tämä voi aiheuttaa tyytymättömyyttä ja turhautumista. Hyvinvoinnin ja tuloksellisuuden kannalta keskeistä on valintojen tiedostaminen; kuinka voimme tietoisesti rakentaa tapoja, jotka tukevat valintojamme, ja joiden avulla valintamme tuntuvat omiltamme ja jotka tuottavat toivottuja tuloksia. Slåen (2015, 17) jakaa tavat hyviin ja huonoihin tapoihin. Hyvät tavat nostavat aikaansaamisen energiaa ja johtavat tavoiteltuihin tuloksiin. Huonot tavat taas laskevat aikaansaamisen energiaa ja johtavat epätoivottuihin tuloksiin ja vaikutuksiin. (Slåen 2015, 16–17.)



Kuva 19. Suorituskyvyn, koetun paineen sekä hyvien ja huonojen tapojen suhde (mukailen Slåen 2015, 19)

Suorituskyvyn ja aikaansaamisen taso riippuvat koetun paineen suuruudesta. Optimaalissa paineessa suorituskykymme on huipussaan. Tällä optimialueella hyvien tapojen läpikäyminen on vaivatonta. Kun paineet ja virikkeet muuttuvat liian suureksi tai liian pieneksi, laskee myös suorituskykymme. Tällöin myös huonot tavat alkavat nostaa päätään.

(Slåen 2020, 19.) Tämän olen huomannut omassa yrittäjyydessäni selkeästi. Kun töitä on sopiva määrä, on helppoa nukkua riittävästi, syödä terveellisesti, jaotella päivän työtehtävät optimaalisesti sekä pitää työpäivän aikana palauttavia taukoja, jotka taas edistävät keskittymistä. Kun töitä on liikaa tai liian vähän, hallinnan tunne päivästä vähenee. Tällöin tehokkuuteni laskee, urheilusta tulee epäsäännöllistä ja alan syödä epäterveellisemmin.

Säännöllisyys onkin keskeinen osa omaa työhyvinvointiani. Säännöllisyyttä voin lisätä rutiinien avulla. Olen kokeillut aiemmin päiviini erilaisia rutiineja vaihtelevalla menestyksellä. Usein motivaatio uuden rutiinin ylläpitämiseen hiipuu viimeistään toisen viikon jälkeen. Olisikin syytä löytää keinoja, joilla edistäisin rutiinien jatkuvuutta arjessani.

Rutiiniprosessi jakautuu ärsykkeeseen, tarpeeseen, reaktioon sekä palkintoon. Ärsyke on ensimmäinen viesti aivoille. Tämä ärsyke voi olla esimerkiksi tekstiviestin merkkiäni. Ärsyke johtaa tarpeeseen, joka on motivoiva voima kaikkien rutiinien taustalla. Tarpeet vaihtelevat ihmisten mukaan, ja tästä syystä ärsykkeetkin ovat merkityksettömiä niiden tulkitsemiseen saakka. Pelikoneen ääni voi siis olla peliriippuvaiselle hyvin vahva ärsyke, kun taas valtaosalle ihmisistä näin ei ole. Tarpeesta taas syntyy reaktio, joka on varsinainen rutiini tai tapa. (Clear 2020, 67.)



Kuva 20. Rutiiniprosessin neljä vaihetta (mukaillen Clear 2020, 66)

Lopulta reaktio johtaa palkintoon. Palkinnot palvelevat kahta tarkoitusta: tyydyttävät sekä opettavat. Palkintojen perimmäinen tarkoitus on tyydyttää tarpeitamme. Lisäksi palkintojen tuottama mielihyvä opettaa aivojen palautemekanismeja erottelemaan mielihyvää tuottavat ja tuottamattomat toiminnot toisistaan. Palkinnot siis opettavat aivoillemme, millainen toiminta on kannaltamme muistamisen arvoista. (Clear 2020, 68.)

Tehokkain keino uuden rutiinin aloittamiseen on niin kutsuttu *toteutumisaikomus*: ”Kun tapahtuu asia X, toteutan reaktion Y”. Kun rutiinista luodaan tarkka aikaan ja paikkaan sidottu suunnitelma, noudatetaan sitä todennäköisemmin. Toteutumisaikomus jättää pois satumanvaraisuuden ja muuttaa aikomuksen konkreettiseksi toimintasuunnitelmaksi. Lisäksi toteutumisaikomuksen ja selkeiden suunnitelmien avulla voidaan helpommin kieltäytyä asioista, jotka vievät pois päin tavoitteesta. (Clear 2020, 91–94.)

Toinen rutiineja tehostava keino on niiden pinoaminen: tehtyäni rutiinin X, teen välittömästi rutiinin Y. Näin rutiini sidotaankin ajan ja paikan sijaan toiseen rutiiniin. Keskeistä on sitoa rutiini tarpeeksi täsmälliseen ärsykkeeseen niin, että välitön toiminta ärsykkeeseen jälkeen on mahdollista. Lisäksi uusi rutiini tulisi sitoa toimintaan, joka toistuu päivittäin. (Clear 2020, 95–102.)

3.10 Seurantaviikko 10: Ajanhallinta ja työpäivien suunnittelu (rutiinit)

Viikon tavoitteena on editoida kuvia ja panostaa viikon kuvauksiin.

Maanantai 1.11.2021

Päivän tavoitteena on hoitaa juoksevia asioita.

Maanantaipäiväni ovat sisältäneet usein yleisten asioiden hoitoa, ja näin tapahtui myös tällä viikolla. Päivään laskutusta sekä taustakankaan hankinta tuleviin kuvauksiin. Koska totesin edellisellä viikolla erityisesti aamurutiinien tärkeyden koko päivän suorituskykyyni, tutkin maanantaina vielä tarkemmin millaisia aamurutiineja voisin ottaa käyttööni.

Jakonen (2016, 42) ohjeistaa aloittamaan työpäivän viiden rutiinin keinoin. Ensimmäinen askel on aikaisin herääminen. Tämä lisää läsnäoloa sekä helpottaa päivän haasteiden kohtaamista. Päivän ensimmäinen tunti tulisi omistaa itselle ja omille ajatuksille. Seuraava rutiini on kevyt aamuvoimistelu, jonka tarkoituksena on herättää ja aktivoida kehoa. Tämän jälkeen vuorossa on kehon ja mielen rauhoittaminen meditaation ja hiljentymisen avulla. Neljäs rutiini on lukea vähintään 10 minuutin ajan sivistävää kirjallisuutta. Näin edistetään argumentointia sekä kykyä katsoa asioita eri näkökulmista. Lopuksi kirjoitetaan päiväkirjaa ajatusten selkeyttämiseksi. (Jakonen 2016, 39–52.)

Tiistai 2.11.2021

Päivän tavoitteena on ottaa henkilökuvat sekä editoida kuvia.

Aloitin tiistaipäivän uudella rutiinisysteemillä. Päivä alkoi kello seitsemän aamulenkillä, jonka jälkeen tein 10 minuutin keskittymisharjoituksen. Tämän jälkeen luin 20 minuutin ajan kirjaa ja kirjoitin sivun päiväkirjaa. Aamurutiinin jälkeen olo oli rauhallinen ja innostunut ja ajatukseni kulki hyvin. Aloitin päivän kuvien editoinnilla, jonka jälkeen vuorossa oli studiokuvaukset. Otimme tennisaiheisia henkilökuvia (esim. kuva 21), ja kuvat olivat yksiä parhaimpia koko opinnäytetyön aikana ottamiani kuvia.



Kuva 21. Tennisaiheinen henkilökuvaa tiistain studiokuvauksista

Keskiviikko 3.11.2021

Päivän tavoitteena on editoida kuvia.

Koko torstaipäivä kului matkustaessa, joten tein päivän työt autosta käsin. Aamurutiinit jäivät torstaina väliin aikaisen lähdön takia. Viimeistelin ja lähetin kuvat kahdelle asiakkaalle. Lisäksi hoidin laskutusta sekä sovin aikatauluja ja käytännön asioita torstain kuvauksiin.

Torstai 4.11.2021

Päivän tavoitteena on editoida kuvia.

Päivä alkoi jälleen aamurutiineilla. Aikatauluhaasteiden takia torstaille kaavailut kuvaukset siirtyivät ensi viikolle, joten päivä kuluikin kuvia editoidessa. Editoinnin lisäksi opiskelin käsialaman käyttöä perjantain kuvauksiin. Perjantain kuvaukset sijoittuvat varsin heikon valaistuksen tilaan, joten salamalle tulee varmasti käyttöä.

Perjantai 5.11.2021

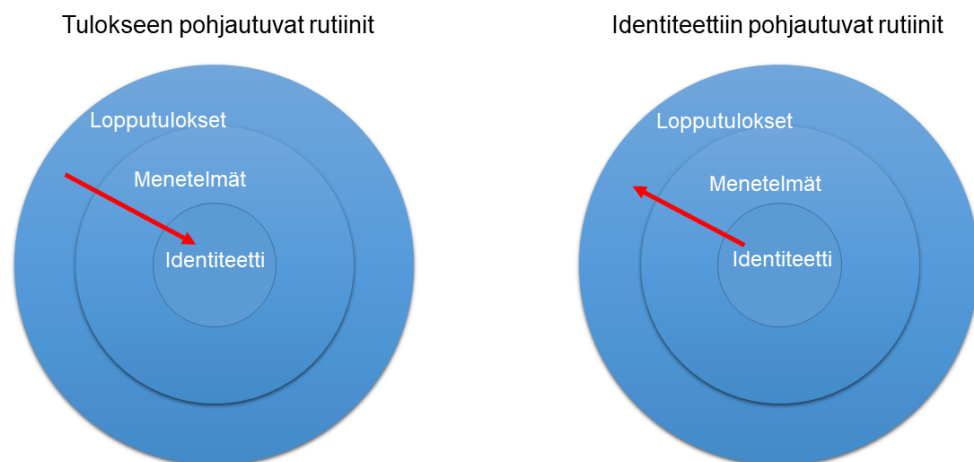
Päivän tavoitteena on ottaa kuvat taidenäyttelyn avajaisissa.

Kymmenes raportointiviikko päättyi taidenäyttelyn kuvauksiin. Kuvausolosuhteet olivat erittäin haastavat, sillä tila oli pimeä ja valaistus vaihteli huomattavasti tilan eri osissa. Oli kuitenkin hienoa huomata, että viikkojen aikana kerätty tekninen osaaminen ja itsensä johtamisen taidot toivat itsevarmuutta suoritukseen ja kuvaukset sujuivat olosuhteisiin nähden hyvin.

Viikkoanalyysi viikosta 10

Koin viikon aamurutiinien sarjan tekevän työpäivistä tehokkaampia. Keskittymiskykyni oli hyvä koko päivän ajan, ja parempi kuin pelkän aamulenkin avulla. Aamun selkeä, rutiineihin perustuva ja liikuntaa sisältävä aloitus on omalla kohdallani selvästi työtehoani nostava tekijä. Viiden eri toiminnan rutiini oli kuitenkin mielestäni hieman liikaa, joten voisin jatkossa käyttää itselleni mieluisinta aamurutiinien kombinaatiota: aamulenkkiä, lukemista sekä keskittymisharjoitusta.

Koen tärkeänä etsiä ja kokeilla avoimesti uusia rutiineja ja lähestymistapoja omaan työhöni. Vain näin saan selville, mikä omalla kohdallani toimii ja mikä taas ei. Ensimmäisellä viikolla suunnittelin seuraavani 30 päivittäisen valokuvan rutiinia. Motivaationi ei kuitenkaan riittänyt sen ylläpitämiseen viikkoa pidempään, koska en nähnyt rutiinia tarpeeksi palkitsevana ja kuvista puuttui kaipaamani suunnitelmallisuus. Oli kuitenkin hyvä, että koekelin tätäkin toimintamallia.



Kuva 22. Käyttäytymismuutoksen kolme kerrosta sekä muutoksen suunta identiteettiin ja tulokseen pohjautuvissa rutiineissa (mukaillen Clear 2020, 48)

Clearin (2020, 45–47) mukaan käyttäytymismuutos voi tapahtua kolmella eri tasolla. Ensimmäinen taso on lopputulosten muuttaminen; esimerkiksi painon pudottaminen. Suurin osa tavoitteistamme liittyy tähän tasoon. Toinen taso on menetelmien muuttaminen, kuten kuntosaliohjelman noudattaminen. Tähän käyttäytymismuutoksen tasoon taas liittyy suurin osa rutiineistamme. Kolmas taso on identiteetin muuttaminen, johon liittyvät uskomukset, olettamukset, minäkuva, maailmankatsomus sekä erilaiset virhepäätelmät. (Clear 2020, 45–47.)

Kukin käyttäytymismuutoksen taso on omalla tavallaan merkittävä. Keskeistä rutiinien luomisessa on kuitenkin muutoksen suunta; pysyvä käyttäytymismuutos tapahtuu identiteetin muutoksen kautta. Jotta rutiinit saataisiin pysyviksi myös alkumotivaation jälkeen, tulee niiden nivoutua osaksi henkilön identiteettiä. Tavoitteena tulisi kirjan lukemisen sijaan olla *lukijaksi tuleminen*. Juoksuharrastuksen kohdalla tavoitteena tulisi maratonin juoksemisen sijaan olla *juoksijaksi tuleminen*. Rutiinin nivoutuminen osaksi identiteettiä on sisäisen motivaation äärimmäinen muoto. Vallitsevat uskomukset itsestämme vaikuttavat merkittävästi rutiininmuodostukseen ja tapojen muuttamiseen; mitä vahvemmin teko tai ajatus jo nivoutuu identiteettiimme, sitä haastavampaa sitä on muuttaa. (Clear 2020, 57–53.)

Raportointijakson aikana olen kokenut erityisen tärkeäksi tavat, joilla aloitan ja lopetan päiväni. Kun aloitan päiväni selkeillä rutiineilla, luon tasavertaisen ja ryhdikkään pohjan jokaiselle päivälle huolimatta päivän työtehtävistä tai vireystilastani. Illalla reflektoin päivän tapahtumia ja luon selkeät tavoitteet seuraavalle päivälle. Kun päivät alkavat ja loppuvat rakentavilla, hyvinvointiani tukevilla ja itselleni soveltuvilla tavoilla, on työskentelyni sujuvampaa ja tehokkaampaa.

Jatkoa ajatellen voisin vielä kehittää kykyäni työn ja vapaa-ajan erottamiseen. Jakosen (2020, 142) mukaan työn ja vapaa-ajan erottelua voidaan edistää kehittämällä työstä irtautumisen rituaali. Rituaali voi olla esimerkiksi päivän töiden läpikäyminen, seuraavan päivän työtehtävien suunnittelu, juoksulenkki tai vaikkapa näppäimistön siirtäminen pois työpöydältä (Jakonen 2020, 142–143). Seuraavan päivän työtehtävien suunnittelu onkin toiminut omalla kohdallani hyvänä irtautumisrituaalina.

Yhteenvetona viikoista 8–10 todettakoon, että työpäivien suunnittelu ja rutiinit epäilemättä tehostavat ja helpottavat yrittäjän arkea sekä edistävät jaksamista. On kuitenkin syytä välttää pakonomaista rutiinien ja systeemien seuraamista. Omat työskentelytavat tulisi kasata valitsemalla eri tietolähteistä itselleen parhaiten sopivat menetelmät ja soveltaa näitä oman elämäntilanteen ja työnkuvan mukaisesti. Näin hyödynnetään järjestelmällisyyden ja suunnitelmallisuuden etuja samalla kuitenkin työn ilo säilyttäen.

Pohdin vielä viikon päätteeksi keinoja, joiden avulla voisin tulevaisuudessa edistää jaksamistani yrittäjänä. Tuunasen ja Aaltosen mukaan (2021, 153–155) yrittäjänä jaksamisen kannalta keskeistä on riittävä palautuminen ja lepopäivän vietto, vastoinkäymisten hyödyntäminen oppimiskokemuksena, hyvät ja opettavaiset ihmissuhteet, rohkeus pyytää apua, omille arvoille uskollisena pysyminen, työn ja vapaa-ajan sekoittumisen hyväksyminen sekä tukiverkoista huolta pitäminen.

4 Pohdinta

Tässä luvussa kootaan yhteen opinnäytetyön aikana syntyneitä johtopäätöksiä sekä tarkastellaan omaa oppimista raportointijakson aikana. Johtopäätökset kuvataan opinnäytetyön alussa määriteltyjen teemojen osalta. Lisäksi tuodaan esille yksi keskeinen raportointijakson aikana esiin noussut ajatusmalli.

4.1 Johtopäätökset

Asiakashankinnan osalta raportointijaksolla opittiin myynnin tekniikkaa, hyvän asiakaspalvelun elementtejä sekä kohderyhmien rajaamisen merkitys. Onnistunut asiakashankinta rakentuu hyvin suunnitellulle kohderyhmien fokuksinnalle ja asiakaskokemukseen panostamalla luodaan vakaa pohja kestäville asiakassuhteille. Asiakashankinta onnistui suunnitelmallani tavalla, kuvauksia kertyi sopiva määrä ja henkilökuvauksille riitti kysyntää. Asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä kuviin. Kaikki kuvaukset sujuivat mielestäni olosuhteisiin nähden hyvin. Merkittävämpänä tekijänä onnistuneille kuvauksille pidän huolellista valmistautumista.

Hyvien asiakassuhteiden ja verkostojen tärkeys huomattiin heti opinnäytetyön alussa. Ilman näitä olisi kuvausten hankkiminen ollut huomattavasti haasteellisempaa. On syytä muistaa, että yrittäjyys on loppujen lopuksi ihmisten välistä toimintaa. Kun kohdataan ihmiset ihmisinä ja panostetaan hyviin asiakassuhteisiin ja luotettaviin yhteistyökumppaneihin, on liiketoiminnan kasvattaminen hyvällä perustalla. Myös yrittäjyydessä hyvien arvojen noudattaminen johtaa pitkälle. Kun yritystoiminta on rakennettu vakaalle perustalle, on mahdollisten epäonnistumisten ja virheiden vaikutus yritystoimintaan vähäisempi.

Digimarkkinoinnin osalta päästiin tavoitteisiin verkkosivuston luonnin ja sosiaalisen median hyödyntämisen suhteen. Kuvasalan yrittäjänä edellytys liiketoiminnan jatkuvuudelle on olla näkyvissä. Ollessaan heti alusta alkaen esillä eri kanavissa, pääsee yrittäjä kasvattamaan tietotaitoaan markkinoinnin toimista jo varhaisessa vaiheessa. Tämä tietotaito on arvokasta pääomaa yritystoiminnan kasvaessa. Kohderyhmien rajaamisen merkitys huomattiin myös digimarkkinoinnin viikoilla: tehokkaan markkinoinnin edellytys on tarkka suunnitelma siitä, ketä halutaan tavoittaa. Valinta pelkkään Instagramiin panostamisesta oli mielestäni onnistunut, sillä kaikki henkilökuvattavat ovat hyödyntäneet kuviaan juuri Instagramissa. Heidän merkittyään minut kuvaajaksi on näkyvyyteni noussut ja liikennettä on ohjautunut myös verkkosivustolle. Asetin maltilliseksi tavoitteekseni saada 100 Instagram-seuraajaa raportointijakson loppuun mennessä. Tätä kirjoittaessani seuraajia on 93 ilman suurempaa erillistä panostusta seuraajamäärän kasvattamiseen. Olen lukuun tyytyväinen.

Oppimisen ja motivaation osalta opin etenkin työtilaisuuksien oppimiskokemuksena hyödyntämisen merkityksen. Yrittäjyydessä keskeistä on oppimiseen ja tietotaidon kasvattamiseen tähtäävä asenne, jossa jokainen työtilaisuus pyritään hyödyntämään oppimiskokemuksena ja päivän päätteeksi reflektoidaan toimintaa. Oppimiseen tähtävällä asenteella pidetään myös motivaation tasoa yllä, vaikka yrityksen liikevaihto ei jokaisesta työtilaisuudesta kasvaisikaan.

Ajanhallinnassa ja työpäivien suunnittelussa kehittymiseni oli kaikkein merkittävintä. Yrittäjyys on päivittäistä tasapainoilua asiakkaiden, yhteistyökumppaneiden sekä yrittäjän omien intressien välillä. Se on sopivien toimintamallien ja rutiinien etsimistä sekä päivittäistä oman toiminnan kehittämistä. Liiallinen perfektionismi aiheuttaa stressiä ja hidastaa työntekoa merkittävästi. Raportointijaksolla tärkeintä oli päästä työtehtävissä alkuun, sillä yksityiskohtia pystyin aina muokkaamaan projektien edetessä. Usein suunnitelmani muuttuivatkin päivän ja viikon edetessä. Olennaista oli mukautua vaihtuviin tilanteisiin ja saada päiväkohtaiset tavoitteet suoritetuksi.

Koin keskeiseksi työskentelyäni tehostavaksi tekijäksi juuri itselleni sopivien päivien suunnittelun. Erilaisten työtehtävien jakaminen päivään kunkin tehtävän vaatiman vireystilan mukaan oli keskeisessä osassa koko opinnäytetyöprosessin ja kuvaustoiminnan edistämisen kannalta. On myös helppoa ajatella "sitten kun" -mentaliteetilla; kun tämä tavoite täyttyy, olen tyytyväinen. Tärkeämpää olisi kuitenkin pyrkiä tekemään jokaisesta työpäivästä mahdollisimman hyvä ja nauttia itse prosessista. Tuunanen ja Aaltonen (2021, 154) kehoittavatkin pysymään uskollisena omille arvoille ja pitämään mielessä sisäisen palon, jonka takia yrittäjyys alun perin aloitettiin.

Clear (2020, 29) sanoo osuvasti: "Rutiinit ovat itsensä kehittämisen korkoa korolle -ilmiö." Kun työpäivät suunnitellaan huolellisesti ja hyödynnetään säännöllisiä rutiineja, tehdään arjesta selkeämpää ja tehokkaampaa. Työpäivien huolellisen suunnittelun ja rutiinien etuna on usein myös lisääntynyt vapaa-aika. Rutiinien tulisi kuitenkin olla pikemminkin arkea helpottavia kuin stressin määrää lisääviä ja ne tulee soveltaa omien luonteenpiirteiden mukaan. Yritysten ja erehdysten kautta löydetään itselle sopivimpien rutiinien kokonaisuus. Ei ole pidemmän päälle syytä herätä kello 5:30 juoksemaan aamulenkkiä, jos ei voi sietää aikaisia aamuja ja vihaa lenkkeilyä, vaikka itsensä kehittämisen oppaat tähän neuvoisivatkin.

Etenkin luovan alan yrittäjyydessä riittävän palautumisen ja aikataulujen väljyyden merkitys on suuri, ja tämän huomasi selvästi raportointijakson aikana. Tehdessäni pitkiä työpäiviä ja kirjoittaessani samalla opinnäytetyötä koin luovan kapasiteetin olevan ajoittain

vähissä. Tämä heijastui etenkin kuvaustilanteissa, joissa luovasta mielentilasta on erityisesti hyötyä. Raportointijakson ensimmäisellä viikolla hankkimani Oura-sormuksen mukaan etenkin yöneni ovat olleet usein liian lyhyitä. Koen kuitenkin pystyneeni kompensoimaan tätä riittävällä liikunnalla ja työpäivien huolellisella suunnittelulla.

Haluan nostaa opinnäytetyökokonaisuudesta vielä yhden raportointijakson kokoavan näkökulman. Tämä on essentialistinen lähestymistapa yrittäjyyteen. Jokaisella raportointiviikolla jouduttiin tekemään haastavia valintoja; valintoja asiakkaista ja kohderyhmistä, valintoja ajankäytöstä, valintoja opinnäytetyön kirjoittamisen ja kuvausten määrän välillä, valintoja rutiineista, valintoja työtehtävien määrästä ja valintoja liiketoiminnan kehittämisen keinoista.

Yrittäjyys onkin pitkälti valintojen tekemistä. Näitä valintoja pitäisi pystyä tekemään päivittäin ja valintojen tulisi olla liiketoimintaa edistäviä ja myös työhyvinvointia lisääviä. Pysähtymällä pohtimaan, mikä juuri nyt on tärkeintä, tehdään valintoja, jotka vievät tehokkaimmin kohti tavoitteita ja putsataan työpäivät turhasta työstä. Edellä mainittujen valintojen lisäksi valintoja voidaan tehdä myös mentaalisisällä tasolla. On yrittäjän itsensä valittavissa, mitä haastavien tilanteiden ja vastoinkäymisten nostattamia tunteita kuuntelee ja mitkä jättää omaan arvoonsa. Sydänmaanlakka (2017, 284) pitää tätä valintojen vastuuta myös jokaisen ihmisen velvollisuutena. McKeown (2021, 19) kiteyttää essentialistisen näkökulman hyvin: mikäli ihminen ei itse laita asioitaan arvojärjestykseen, joku muu tekee sen hänen puolestaan.

4.2 Oman oppimisen arviointi

Osasin etukäteen aavistaa, että opinnäytetyön ja yrittäjyyden yhdistäminen tulee olemaan ajankäytöllisesti haastavaa. Vaikka olenkin toiminut sivutoimisena yrittäjänä opintojen ohella ja itsenäisen työskentely on minulle tuttua, kuvausyrittäjyyden alkuselvitykset ja -suunnittelu sekä etenkin päiväkirjamallisen opinnäytetyön työmäärä yllättivät. Raportointijakson ensimmäisillä viikoilla päivät olivat todella pitkiä ja epävarmuuden tunteet omasta suoriutumisesta nousivat pintaan.

Opinnäytetyön alussa pohdin, kuinka paljon kehityn, kun laitan keskittymiseni raportointijakson ajaksi vain kuvaustyöhön. Opinnäytetyöprojektin aikana kuvauksia kertyi yhteensä 20 kappaletta ja otettuja raakakuvia noin 4000. Koin kuvausten lukumäärän sopivaksi, sillä pystyin analysoimaan kuvausten tuloksia ja panostamaan huolellisesti myös kuvien editointiin. Lisäksi ehdin hoitaa muita yrittäjyyteen olennaisena osana liittyviä tehtäviä, kuten kirjanpitoa, laskutusta ja markkinointia.

On selvää, että kehityin kuvaajana raportointijakson aikana. Itsevarmuuteni kuvaajana on tällä hetkellä suurempi kuin koskaan aiemmin. Ennen kaikkea huomaan kuitenkin kehittyneeni projektinhallinnassa, työpäivien suunnittelussa sekä ajatusteni ja toimintani reflektoinnissa yrittäjänä. Päivittäisen reflektoinnin avulla löysin itselleni sopivimmat työskentelyajankohdat erilaisille työtehtäville ja kehityin päivien suunnittelussa huomattavasti. Myös paineensieto-, ja keskittymiskykyni ovat parantuneet. Tämän lisäksi huomaan sietäväni paremmin keskeneräisyyttä työssäni ja luotan vahvemmin omiin kykyihini. Kehittymisen laatu on ollut merkittävää. Päiväkirjan kirjoittaminen laittoi refleктоimaan omia tuntemuksia kustakin päivästä, viikosta ja yrittäjyydestä kokonaisuudessaan. Uskon, että ilman päiväkirjaraportointia ei kehittyminen olisi ollut yhtä nopeaa.

Opinnäytetyön kirjoittaminen oli ennen kaikkea prosessi ja kokonaisuutena hyvin opettavainen. Aloitin prosessin jo ennen syksyä kiinnostavia aiheita pohtimalla. Lähes kaikki aiheideat liittyivät jollain tavalla itsensä johtamiseen. Tämän opinnäytetyön aikana pääsin tutustumaan aiheeseen käytännön tasolla. Lisäksi päiväkirjamallisen opinnäytetyön viikoittaiset palautukset kehittivät tekstintuotto- ja ajattelukykyäni. Haastavinta koko prosessissa oli viikoittaisessa raportointiaikataulussa sekä rajatuissa teemoissa pysyminen. Viikosta neljä eteenpäin aloin kiinnittää erityistä huomiota päivätavoitteiden tehokkaaseen toteuttamiseen. Tämä näkyy myös päiväkohtaisten tavoitteiden kirjoitusasussa. Valitsin jättää ensimmäisten viikkojen kirjoitusasun ennalleen, koska prosessi kuvastaa hyvin ajatteluni selkeytymistä työpäivien suunnittelussa.

Opinnäytetyön lähdeaineistoa ja teemoja olisinkin voinut rajata huolellisemmin etukäteen ja teemoja olisi voinut olla kokonaisuudessaan vähemmän. Päiväkirjan pitäminen ja viikkoanalyysien kirjoittaminen veivät paljon aikaa eikä aiheisiin syventymiseen tuntunut jättävän kapasiteettia. Uusien lähteiden ja näkökulmien etsiminen keskellä viikkoa osoittautui äärimmäisen haastavaksi tehtäväksi. Oli myös vaikeaa ennustaa viikkojen sisältöä etukäteen, sillä en osannut suunnitteluvaiheessa arvioida tulevien kuvausten määrää tai laatua kovinkaan tarkasti. Pystyin kuitenkin johtamaan projektia ja mukautumaan aikataulumuutoksiin sekä kuvausten ja opinnäytetyön kirjoittamisen yhdistämiseen mielestäni hyvin.

Yksi keskeisimmistä opinnäytetyön aikana oppimistani asioista onkin erilaisiin tilanteisiin mukautuminen ja epävarmuuden sietäminen. Työpäivien, -viikkojen, ja -kuukausien huolellisella suunnittelulla luodaan vakaa perusta tavoitteita kohti kulkemiseen. Huolellisesta suunnittelusta huolimatta asiat menevät kuitenkin harvoin täysin suunnitellusti. Keskeistä onkin pyrkiä päivätasolla käyttämään työtunnit mahdollisimman hyvin hyödyksi ja soveltaa ajankäyttöä dynaamisesti kuhunkin projektiin ja päivään sopivalla tavalla. Tämä on etenkin yrittäjänä tärkeää, sillä työajat ja toimintamallit ovat täysin yrittäjän itsensä pää-

tettävissä. Päivätavoitteiden pitkäjänteinen toteuttaminen kumuloituu ajan myötä merkittäväksi edistykseksi. Myös motivaation ja yrittäjänä jaksamisen kannalta on tärkeää keskittyä etenemään pienin askelin päivä kerrallaan pienistä onnistumisista iloiten.

Minulle yrittäjyys luo merkityksellisyyden tunnetta. Tieto siitä, että käytän lahjojani hyödyksi, motivoi minua jatkamaan eteenpäin myös haasteiden keskellä. Näitä haasteita voin tehokkaasti selättää opinnäytetyön aikana omaksutun tietotaidon ja toimintamallien avulla. Olen tyytyväinen, että tein opinnäytetyön omia kiinnostuksenkohteitani seuraten. Opinnäytetyön aikana opittuja taitoja voin tulevaisuudessa käyttää hyödyksi niin yrittäjänä, jatko-opiskelijana kuin palkkatöissäkin. Tavoitteenani on kehittää yritystoimintaani edelleen ja lähteä tavoittelemaan erityisesti uusia yritysasiakkaita. Lisäksi kehitän edelleen itseni johtamisen taitoja.

Lähteet

Arajärvi, P. & Thesleff, P. 2020. Suorituskyvyn psykologia: Tieto- ja taitokirja korkeaa suorituskykyä ja hyvinvointia rakentaville. VK-Kustannus Oy. Lahti.

Atherton, J. 2020. Social media strategy: A practical guide to social media marketing and customer engagement. Kogan Page. London, United Kingdom; New York, NY.

Azedani, Z. 2016. Pikaopas some-markkinointiin. Zakisome. Helsinki.

Balac, M. 2009. Ostajan opas myyjälle: Miten onnistun paremmin myynnissä? Yrityskirjat. Saarijärvi.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2021. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 19. uudistettu painos. Edita. Helsinki. E-kirja. Luettu: 15.11.2021.

Canon. Canon EOS R5. Luettavissa: <https://www.canon.fi/cameras/eos-r5/>. Luettu: 5.9.2021.

Clear, J. & Koskela, K. 2020. Pura rutiinit atomeiksi: Näin saat aikaan muutoksen, joka pysyy. Tuuma. Jyväskylä.

Digitaalinen markkinointi 2020. Digitaalinen markkinointi. Luettavissa: <https://digitaalinen-markkinointi.info/>. Luettu: 22.11.2021.

Droneinfo 2021. Rekisteröityminen ja teoriakoe. Luettavissa: <https://www.droneinfo.fi/fi/rekisteroityminen-ja-teoriakoe>. Luettu: 4.10.2021.

Elbanna, K. s.a. Mitä hakukoneoptimointi (SEO) on? Suomen Digimarkkinointi Oy:n blogi. Luettavissa: <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/mita-hakukoneoptimointi-seo-on>. Luettu: 27.9.2021.

Google. Yritysprofili. Vastauksia Google My Businessiin liittyviin kysymyksiin. Luettavissa: https://www.google.com/intl/fi_fi/business/faq/. Luettu: 2.10.2021.

Hedgecoe, J., Patinen, V. & Rekiaro, I. 2010. Valokuvaajan suuri käsikirja. Kustannus-Mäkelä Oy. Karkkila.

Heinze, A., Fletcher, G., Rashid, T. & Cruz, A. 2020. Digital and social media marketing: A results-driven approach. Second edition. Routledge. Abingdon, Oxon.

Herman, J., Butow, E. & Walker, C. 2018. Instagram For Business For Dummies. For Dummies. Hoboken, New Jersey. E-kirja. Luettu: 21.9.2021.

Hernberg, K. 2013. Asiantuntija epä mukavuusalueella: Kirja sinulle, joka inhoat myymistä. Talentum. Helsinki. E-kirja. Luettu: 6.9.2021.

Holma, L., Laasio, K., Ruusuvuori, M., Seppä, S., Tanner, R. & Kiukas, A. 2021. Menestys syntyy asiakaskokemuksesta: B2B-johtajan opas. Alma Talent. Helsinki.

Hootsuite & We Are Social 2021. Digital 2021 Global Overview Report January 2021. Luettavissa: <https://wearesocial.com/digital-2021>. Luettu: 22.9.2021.

Instagram 22.9.2021. Johannes Aleksy Photographyn Instagram-tili. Katsottavissa: <https://www.instagram.com/johannesaleksipho/>. Katsottu: 22.9.2021.

Jakonen, J. 2016. Stressivapaa yrittäjä. Viisas Elämä. Helsinki.

Kananen, J. 2018. Digimarkkinointi ja sosiaalisen median markkinointi. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Kay, Pat. 30.9.2020. Transform your photography with these 4 simple, daily habits. YouTube-video. Katsottavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=QMWbZC8SUX8&list=WL&index=65>. Katsottu: 30.8.2021.

Kenner, K. & Leino, S. 2020. #Myyntikirja: Menesty uuden ajan B2B-myyntissä. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Luettu: 12.9.2021.

Komulainen, M. 2018. Menesty digimarkkinoinnilla. Kauppakamari. Helsinki. E-kirja. Luettu: 15.11.2021.

Korkiakoski, K. & Gerdt, B. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus: Työkalupakki. Talentum Pro. Helsinki. E-kirja. Luettu: 12.9.2021.

Kortesuo, K. 2014. Sano se someksi 1: Ammattilaisen käsikirja sosiaaliseen mediaan. Kauppakamari. Helsinki. E-kirja. Luettu: 23.9.2021.

- Kupias, P. & Peltola, R. 2019. Oppiminen työssä. Gaudeamus. Helsinki. E-kirja. Luettu: 10.10.2021.
- Leväinen, A. s.a. Verkkokauppias – loistava asiakaskokemus edellyttää tarkkojen asiakas-segmenttien määrittelyä. Suomen Digimarkkinointi Oy:n blogi. Luettavissa: <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/asiakaskokemus-edellyttaa-asiakassegmenttien-maairittelemista>. Luettu: 17.9.2021.
- Liimatainen, J. 2020. Digitrippi: Näin johdat digimarkkinointia. Mstreet. Espoo.
- Lonka, K. 2020. Oivaltava oppiminen. Kustannusosakeyhtiö Otava. Helsinki. E-kirja. Luettu: 10.10.2021.
- Markuksela, H. 2021. Suorituskyvyn salaisuus: Vireystilan säätelyn avulla huipputuloksiin. Tammi. Helsinki.
- McKeown, G. & Immonen, A. 2021. Essentialismi: Keskeytä olennaiseen. Basam Books. Helsinki.
- Mäntyneva, M. 2019. Key account management: Kasvata yrityksesi avainasiakkuuksia. Kauppakamari. Helsinki. E-kirja. Luettu: 19.9.2021.
- Nokkonen-Pirttilampi, M. 2014. Pienyrittäjän markkinointiviestinnän käsikirja. Extreme Translation Oy. Jyväskylä.
- Oura. 3.9.2020. The Oura Difference. Luettavissa: <https://ouraring.com/blog/the-oura-difference/>. Luettu: 5.9.2021.
- Pihlaja, S. 2018. Aikaansaamisen taika: Näin johdat itseäsi. Atena. Jyväskylä
- Pihlaja, S. 2021. Valinnan paikka: Näin teet parempia päätöksiä. Atena. Jyväskylä. E-kirja. Luettu: 31.10.2021.
- Puranen, T. 26.6.2018. Markkinointisuunnitelma – Strateginen suunnittelu. Luettavissa: <https://ammattijohtaja.fi/markkinointisuunnitelma-strateginen-suunnittelu/>. Luettu: 23.9.2021.
- Rowles, D. 2018. Digital branding: A complete step-by-step guide to strategy, tactics, tools and measurement. Second edition. Kogan Page. London.

Sarkkinen, M. 19.5.2020. Pomodoro-tekniikka vähentää aloittamisen vaikeutta ja auttaa keskittymään. Työterveyslaitoksen verkkolehti Työpiste. Luettavissa: <https://www.ttl.fi/tyopiste/pomodoro-tekniikka-vahentaa-aloittamisen-vaikeutta-ja-auttaa-keskittymaan/>. Luettu: 25.10.2021.

Scandinavian Photo s.a. X-rite Kalibroitilaite i1 Display Pro. Luettavissa: <https://www.scandinavianphoto.fi/x-rite/kalibroitilaite-i1-display-pro-318036>. Luettu: 5.9.2021.

Siniaalto, M. 2014. Sosiaalisen median menestysreseptit. Kauppakamari. Helsinki.

Sinokki, M. 2016. Työmotivaatio: Innostusta, laatua ja tuottavuutta. Tietosanoma. Helsinki. E-kirja. Luettu: 11.10.2021.

Slåen, T. 2015. Vähemmän suorituksia, enemmän saavutuksia. Talentum. Helsinki. E-kirja. Luettu: 19.10.2021.

Suomen Yrittäjät 2019. Yksinyrittäjäkysely 2019. Luettavissa: https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2021/09/yksinyrittajakysely_2019_0.pdf. Luettu: 21.9.2021.

Sydänmaanlakka, P. 2017. Älykäs itsensä johtaminen: Näkökulmia henkilökohtaiseen kasvuun. 4. painos. Alma Talent. Helsinki.

Tilastokeskus 2020. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2020. Luettavissa: https://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_fi.pdf. Luettu: 12.11.2021.

Turunen J. 15.7.2021. 10000 tunnin harjoittelulla tulee mestariksi, väittää psykologi – Mutta riittääkö se maailman huipulle? Helsingin Sanomat. Luettavissa: <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005291118.html>. Luettu: 15.9.2021.

Tuunanen, J. & Aaltonen, T. 2021. Selviytymisopas markkinointiin ja yrittäjyyteen. Donner&Blitz Oy. Joensuu.

Verkkokauppa.com s.a. Canon EOS R5 -järjestelmäkamera, runko. Luettavissa: <https://www.verkkokauppa.com/fi/product/21929/nrvmc/Canon-EOS-R5-jarjestelmakamera-runko?list=OZCYkRqOUHNYXl1q0r9gqO3lgq3CWcqNKIHqkylqUcP1qNKQ-bisDdsqMGTzYVNYsi>. Luettu: 18.9.2021.

Verkkokauppa.com s.a. Canon RF 24-70 mm f/2.8L IS USM -zoomobjektiivi. Luettavissa:
<https://www.verkkokauppa.com/fi/product/78856/msdfn/Canon-RF-24-70mm-f-2-8L-IS-USM-zoomobjektiivi?list=OZCYkRi95Jc5UHgvqH7XbiqJ83hmB8wqNKiW5UxCyhxUxKy>.
Luettu: 18.9.2021