

Tuija Sivula

Henkilöbrändäys

Nostetta uralle ja yritykselle

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalous

Opinnäytetyö

7.4.2014

Tekijä Otsikko	Tuija Sivula Henkilöbrändäys - Nostetta uralle ja yritykselle
Sivumäärä Aika	37 sivua + 1 liite 7.4.2014
Tutkinto	Tradenomi
Koulutusohjelma	Liiketalous
Suuntautumisvaihtoehto	Markkinointi ja logistiikka
Ohjaaja	viestinnän lehtori Minna Kaihovirta-Rapo
<p>Työn aiheena on henkilöbrändäys, jota tarkasteltiin sekä yksilön että yrityksen näkökulmista. Tavoitteena oli selvittää miten yksilö voisi brändäyksen avulla tuoda yritykseen, positiivista mainetta ja toisaalta osaltaan edistää työpaikkansa positiivista henkeä. Toisena näkökulmana selvitettiin, miten yritys voi tukea työntekijöitään tässä.</p> <p>Teoriassa käsiteltiin henkilöbrändäystä ihmisen vahvuuksien näkökulmista ja sitä, mitä brändäys käytännön tasolla on. Henkilöbrändäys tuo onnistuessaan kustakin henkilöstä parhaat puolet ja vahvuudet esille. Tämä kasvattaa itsevarmuutta. Ammattitaitoiset työntekijät ovat usein näkyvä positiivinen mainos yritykselle, jossa he palvelevat. Näin brändäys voi vaikuttaa suoraan myös yrityksen kannattavuuteen.</p> <p>Tutkimus tehtiin kvalitatiivisella tutkimusotteella. Tutkimusaineisto muodostui vastaajien ohjeistuksen avulla itsenäisesti kirjoittamista uratarinoista.</p> <p>Tutkimuksessa kävi ilmi, että tutkitut henkilöt ovat tehneet henkilöbrändäystä, vaikka he eivät kutsuneet sitä sillä nimellä. Henkilöbrändäys näkyi erityisesti aktiivisuutena kiinnostavia asioita kohtaan, sekä kouluttautumisvalinnoissa, jotka ovat auttaneet pääsemään kiinnostavaan tehtävään.</p> <p>Johtopäätöksenä voidaan todeta, että brändäys motivoi ja hyödyttää sekä yritystä että yksilöä itseään. Brändäyksellä voi saada varmuutta omaan osaamiseensa ja se vaikuttaa suoraan työmotivaatioon ja näin myös työnlaatuun ja tästä on hyötyä yrityksen menestykselle.</p>	
Avainsanat	brändi, vahvuus, itsetuntemus

Author Title	Tuija Sivula Personal Branding - Benefits to career and business
Number of Pages Date	37 pages + 1 appendices 7 April 2014
Degree	Bachelor of Business Administration
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation option	Marketing and Logistics
Instructor	Minna Kaihovirta-Rapo, Senior Lecturer
<p>The present thesis deals with personal branding both from an individual's and a company point of view. The purpose of this thesis was find answer to such questions as how to feel comfortable at work or how to hire motivated people to the company. It is a challenge to find a tool which gives benefits to a person and a company.</p> <p>The theoretical part of the thesis approached personal branding by focusing on strengths and competences as well as branding in practice. When successful, personal branding strengthens people's self-knowledge and helps them find their individual strength to show their best at work. Qualified employees are usually the most noticeable publicity for a company, so personal branding can have a direct connection to the company's profitability.</p> <p>A qualitative research method was applied in the thesis. The career narratives of selected respondents formed the research data for the thesis.</p> <p>The results of the study showed that the respondents had already created their personal brand to some extent, although it was not necessarily called personal branding. Being actively involved in matter that the respondents found interesting could be seen as one from of personal branding. Additionally it is seen in the training choices that the respondents make.</p> <p>As a conclusion it can be stated that personal branding both motives and benefits companies and individuals alike. It helps the individual to find confidence in their skills and competencies and it directly influences work motivation and thus the quality of work, which it turn in beneficial for the company.</p>	
Keywords	brand, stength, self-knowledge

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tavoite valottaa yksilöbrändäystä ja sen hyötyjä	1
1.2	Tutkimusongelma	2
1.3	Tutkimusmenetelmä	2
1.4	Käsitteitä	2
2	Työelämä asettaa haasteita uraa suunnitteleville	3
2.1	Työhaun haasteet	3
2.2	Työolot	4
2.3	Yritysnäkökulma	5
3	Ihmisen vahvuudet	7
3.1	Vahvuuksien määritteleminen	8
3.1.1	Myönteinen vai kielteinen	9
3.1.2	Näkökulman vaihtaminen	10
3.2	Tiedon soveltamisen taito	11
3.2.1	Viisautta käytännön tasolle	11
3.2.2	Viisautta itsetuntemuksessa	12
3.3	Vuorovaikutus	13
3.4	Minä-järjestelmä	14
3.4.1	Pystyvyyden kokemus	14
3.4.2	Sosiaalinen identiteetti	15
4	Brändäys	16
4.1	Brändäys on jo olemassa	19
4.2	Brändäämisen haasteet	20
5	Tutkimuksen toteutus	24
5.1	Tutkimusote	24
5.2	Tutkimusmenetelmä	24
5.3	Aineiston keräys ja käsittely	25
6	Tulokset	27
6.1	Työurat	27

6.2	Kiinnostus alaa kohtaan	28
6.3	Ulkopuoliset tekijät	29
6.4	Brändäyksen merkitys	30
6.5	Yhteenveto	30
7	Johtopäätökset	31
7.1	Keskeiset johtopäätökset	31
7.2	Tutkimuksen luotettavuus	34
7.3	Mahdollisuus jatkotutkimukseen	35
	Lähteet	36
	Liitteet	
	Liite 1. Asetelman voi muuttaa	

1 Johdanto

Se, miten työntekijä viihtyy työpaikassaan, näkyy usein myös työpaikan ulkopuolelle. Esimerkiksi asiakaspalvelussa he ovat näkyvä osa yritystä. He usein ratkovat asiakkaiden ongelmia. Yrityksen kannattavuudelle on merkitystä sillä, miten asiakaspalvelu hoidetaan.

Kaikki käyttäytyminen ei ole tiedostettua. Vaikka työntekijöitä kuinka opastettaisiin teknisesti hallitsemaan asiakastilanteet, he voivat tiedostamattaan heijastaa tilanteisiin sen, viihtyvätkö he työpaikassaan vai eivät. Miten siis saada motivoituneita henkilöitä työhön yritykseen? Miten yksilöt ja toisaalta yrityksetkin hyötyvät siitä, että työntekijät brändäävät itsensä?

1.1 Tavoite valottaa yksilöbrändäystä ja sen hyötyjä

Tässä tutkimuksessa pyrin löytämään keinoja siihen, millä suomalaisesta ”yksilöpelaajasta” saataisiin ”joukkuepelaaja”. En tarkoita tässä sitä, että olisimme kaikki samanlaisia tiimityöntekijöitä jotka viihtyvät työssä vain silloin, kun koko ajan on ihmisiä ympärillä ja kaikista asioista pitää keskustella ja kysyä muiden mielipiteitä. Olemme erilaisia, osa meistä on introverteja ja toiset taas ekstroverteja. Kun työntekijät tietäisivät omat vahvuutensa ja näin voisivat olla levollisin mielin. He voivat luottaa omaan osaamiseensa ja tietävät myös sen. Innostus ja luovuus tuo työyhteisöön sekä vapautuneempaa ilmapiiriä ja tätä kautta luo yrityksen tulevaisuutta.

Historia osoittaa, että usein suuret keksinnöt perustuvat jo olemassa oleviin ideoihin. Uusi keksintö ei kuitenkaan ole himmentänyt sen aiemmin tehdyn arvoa, vaan se on arvostettu ponnahduslauta tälle uudelle tuotteelle, se on jopa mahdollistanut tämän uuden innovaation. Tarkoitan sitä, ettei kolleegaa koettaisi uhkaksi vaan että se mitä toinen saavuttaa, on myös kollegan etu. Nyt surullisen usein suomalaisessa yhteiskunnassa suhtaudutaan toisen menestykseen kuin se olisi itseltä pois, kuitenkin se voisi olla mahdollisuus myös omaan menestykseen. Kun työpaikalla joku keksii jotain, se menestys on kaikkien menestystä ja hyödyttää jokaista. Uuden idean toteuttamiseen tarvitaan myös muiden työpanosta ja siten kaikki muut ovat yhtä tarpeellisia kuin tuo mahdollisen uuden keksinnön tehnyt henkilö.

Työhyvinvoinnista käydään nykyään paljon keskustelua. Työssä viihtymisestä ja siitä, miten saada motivoituneita työntekijöitä yrityksen palvelukseen, ollaan huolissaan. Ratkaisun löytäminen tähän ongelmaan voisi olla yrityksen kannalta hyödyllinen, myös taloudellisesti. Mitä yritys voisi omalta osaltaan tehdä, että siellä työssä olevat ihmiset antaisivat oman osaamisensa varauksettomasti yrityksen palvelukseen ja samalla toimisivat ikään kuin elävinä mainoksina omalle työnantajalleen?

1.2 Tutkimusongelma

Työntekijän osa työyhteisössä ja yrityksen menestyksessä on merkittävä. Mitä hyötyä on siitä, että yksilö tuntee omat vahvuutensa? Mitä hyötyä voisi olla henkilöbrändäyksestä siinä, että työntekijä voisi osaltaan antaa yrityksestä positiivisen kuvan ja lisätä niin omaa kuin myös muiden työssäviihtymistä?

1.3 Tutkimusmenetelmä

Teen tutkimukseni kvalitatiivisellä tutkimusotteella, koska aihetta ei voi käsitellä pelkästään lukuina. Kvalitatiivista tutkimusta voisi luonnehtia vastausten hakemiseen tiettyihin kysymyksiin. Siinä on olemassa muuttujia ja sitä voidaan myös todistella tilastollisilla tiedoilla. (Alasuutari 2001, 32, 33.) Työn aihe perustuu nimenomaan ihmisten tunteuksiin ja kokemuksiin. Kerään aineiston kertomusten muodossa henkilöiltä, jotka ovat menestyneet tai mahdollisesti vasta uran alussa. Haluan kysyä heiltä, miten he ovat muovanneet kuvaa itsestään ja kuinka se on vaikuttanut heidän menestykseensä ja urakehitykseensä. Kertomukset ovat tosielämästä ja niistä voi nähdä yksilötasolla mitä seurasi erilaisista valinnoista.

1.4 Käsitteitä

Organisaatiopsykologia tutkii työilmapiiriä ja ilmapiiri vaikuttaa siihen kokevatko työntekijät kuuluvansa tähän tiimiin ja miten se vaikuttaa heidän motivaatioonsa työn tekemiseen. Työntekijät voivat olla kuin jalkapallojoukkue, se miten hyvin he pelaavat yhteen ja tuntevat kuuluvansa samaan joukkueeseen jolla on yhteinen päämäärä, vaikuttaa siihen millainen on lopputulos. (Haslam, Reicher & Platow 2011, 82.)

Tuloksellinen esimiestyö on sitä, kuinka hyvin esimies tai ylemmän tason johtoporras taitaa johtamisen, vaikuttaa työilmapiiriin ratkaisevasti. He saavat hyvällä johtamisella parhaan irti ja todellisen motivoitumisen tai sitten huono johtaminen voi latistaa työntekijöiden innon. (Rohweder 2012.)

Positiivinen psykologia antaa energiaa tavoitella omia unelmia, koska moni asia lähtee ajattelusta. Positiivinen asenne on melkein puolet menestystä. Melkein, siksi että jos keskittyy vain puolustamaan tätä omaa asennettaan, tavallaan myös evää itseltään kyvyn oppia jotakin uutta ja haastavaa. Se kuitenkin oikein oivallettuna antaa paljon valoisamman perspektiivin siihen mitä ihminen on tekemässä. (Martikainen 2013.)

Työelämävalmennuksella on nykyään paikkansa juuri siinä kentässä, missä nykyään tarvitaan työmarkkinoilla ihmisen oman itsen markkinointia. Siinä pyritään nimenomaan siihen, että henkilö löytäisi itse itsestään ne vahvuudet, jotka tekevät hänet erilaiseksi ja päteväksi juuri siihen paikkaan mitä hän on hakemassa. (Mäkinen 2012, 8.)

Brändäys on monivaiheinen prosessi, jossa käydään läpi monta vaihetta, joista käsittelen kahta ja ensimmäinen on suunnittelu. Brändin suunnittelu lähteen henkilön omasta persoonasta. Siksi olenkin tässä opinnäytetyössä käynyt läpi ihmisen vahvuuksia. Ihmisen on tunnettava itsensä, voidakseen suunnitella omaa brändiään. (Kortesuo 2011, 23.) Seuraava vaihe on oman brändin luominen ja vakiinnuttaminen. Tässä tarvitaan viestintää ja sen tuntemusta millaiselle kohderyhmälle haluat brändisi näkyvän. (Kortesuo 2011, 28.)

2 Työelämä asettaa haasteita uraa suunniteleville

2.1 Työnhaun haasteet

Työelämä on käynyt läpi valtavan muutoksen viimevuosikymmeninä. Aiemmin voitiin luottaa siihen, että työpaikka säilyy samana jopa koko työuran ajan. Viime vuosina käänne on ollut siihen suuntaan, että yhä enenevässä määrin työelämään ovat tulleet mukaan ns. epätyypilliset työsuhteet ja myös pätkätyöksi kutsutut työsopimukset. (Lehtonen 2013, 14.)

Tämä tilanteessa työntekijältä vaaditaan yhä enemmän itsensä markkinointitaitoja, koska työtä pitää hakea toistuvasti. Hakemuksia tulee tarjolla olevien työpaikkojen määrään verrattuna moninkertainen määrä. Esimerkiksi viestinnän alalle valmistuvien määrä verrattuna täytettäviin työpaikkoihin tuo esille epäsuhdan. Alalle valmistuu vuosittain 1400 uutta työntekijää, mutta tarjolla on vain 200 – 250 uutta työpaikkaa. (Lehtonen 2013, 13.)

Työnantajien vaativat työntekijöiltä enemmän joustavuutta ja se on luonnollisesti vaikuttanut myös työnhakijoihin. Myös työntekijät ovat alkaneet arvottaa työpaikkoja omista lähtökohdistaan ja, sikäli kuin se on mahdollista, valitsevat työpaikkoja jotka ovat heidän oman uransa kannalta se relevantein valinta. (Lehtonen 2013, 15.)

2.2 Työolot

Haasteet työelämässä eivät liity ainoastaan työnhakuun vaan itse työpaikan tai sen pitäminen vaativat nykyään aivan uudenlaisia taitoja. Työn kuva määräytyy monella alalla uudella tavalla eikä ole niin selvärajainen kuin mahdollisesti menneinä aikoina. Esimerkkinä ovat viestinnän ammattilaiset, joiden työnkuvaa määrittävät liikkuva ja notkea asiantuntijuus. Ilmiön nimi on menestyskulttuuri, jossa työllä on aivan uudenlainen arvo elämässä. Henkilökohtaiset taidot ja yksilöllisyys korostuvat entistä enemmän, sekä vastuu että tuottavuus ovat entistä enemmän yksilön harteilla. (Lehtonen 2013, 21.)

Eryteisesti pätkätyöksi kutsutut työt voivat olla stressaavia, ja työssä jaksaminen onkin herättänyt huolta. Jatkuva epävarmuus näkyy Journalistiliiton tekemässä tutkimuksessa, joka toteutettiin vuonna 2010. Siinä todettiin katkonaisten työsuhteiden, kiivastahtisen työn ja huolen työpaikan säilymisestä tuottavan kestämatöntä painetta alle 35-vuotiaille. (Lehtonen 2013, 22.)

Jotkut nuoret osaavat hyödyntää epävarmoja työoloja myös omaksi edukseen ja jotkut jopa osasivat muokata niitä omiin tarpeisiinsa sopiviksi. Esimerkiksi eräs nuori nainen kertoo vapaudesta pitää lomansa silloin kun hänelle sopii, eikä liikoja murehdi sen asian vuoksi, onko hänellä työtä enää kun hän lomaltaan palaa. Määräaikaisia paikkoja saatetaan pitää jopa mahdollisuutena kokeilla erilaisia työtapoja, työpaikkoja ja kehittyä tätä kautta työssä. (Lehtonen 2013, 24, 25.)

Pätkätyön katsotaan kuitenkin myös vaikeuttavan monia työssä välttämättömiä asioita. Silloin ei esimerkiksi ole mahdollista luoda verkostoja jotka helpottaisivat työskentelyä, kun olisi aina kontaktihenkilöitä joihin tarvitessaan voisi ottaa yhteyttä. Myös työyhteisössä määräaikaisista työsuhteista koetaan olevan haittaa. Työpaikan arvoasteikolla määräaikainen työntekijä saattaa kokea olevansa alemmassa asemassa ja hän voi kokea jäävänsä paitsi jotakin arvokasta informaatiota, joka jaetaan vakituisen väen kesken. (Lehtonen 2013, 26, 27.)

2.3 Yritysnäkökulma

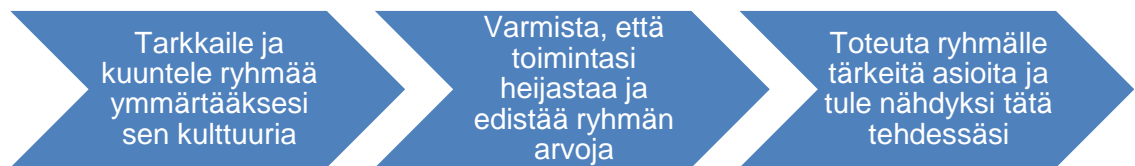
Vaikka henkilöbrändäys lähtee kustakin yksilöstä, on myös yrityksellä oma osansa siinä. Esimies voi tehdä paljon sen eteen, että työntekijä onnistuu työssään. Kannustava ilmapiiri saa viihtymään työssä ja tuottaa parhaimmat työtulokset. Kuten myöhemmin tässä luvussa tulee ilmi, se vaikuttaa myös yrityksen menestykseen.

Ensimmäinen tavoite esimiehellä voisi olla tutustua johtamansa ryhmän yksilöihin. Tämä on oleellisen tärkeää, jotta pääsee perille ryhmän voimasuhteista sen sisällä ja ryhmän suhteesta muihin ryhmiin. Näin voi saavuttaa ryhmän luottamuksen ja tulla hyväksytyksi sen johtajaksi. On opittava kuuntelemaan ryhmää ja olemaan kärsivällinen, se johtaa parhaaseen lopputulokseen. (Haslam ym. 2011, 260, 261.)

Kehityskeskustelu on hyvä tapa tutustua alaisiin. Se antaa mahdollisuuden esimiehelle antaa palautetta tehdystä työstä ja olla kannustava antaessaan positiivista palautetta. Esimiehen tulisi olla inhimillinen, mutta myös aito ja rehellinen. Palaute on myös pidettävä niin, että se tulee tehdystä työstä, ei siitä millaisen alainen on persoonana. Palaute on myös hyvä perustella ja ottaa tilanne huomioon, koska tilanteet muuttuvat. Esimiehen tulisi varmistua myös siitä, että annettu palaute on ymmärretty oikein, näin vältetään turhilta väärinkäsityksiltä. (Rohweder 2012.)

Toiseksi esimiehen on edustettava omaa ryhmäänsä niin, että ne ovat sopusoinnussa keskenään. Ja usein se, mitä johtaja tai esimies tekee, on tärkeämpää kuin se mitä hän sanoo. Eli hänen käytöksensä ja toimintansa tulisi olla vakuuttavaa. Toiminnan pitää osoittaa, että hän on ryhmän puolella. (Haslam ym. 2011, 264, 265.)

Kolmanneksi johtaja toimiessaan muistaa, että saavutettuja voittoja ei ole ollut tekemässä yksin hän, vaan siihen on tarvittu myös hänen alaisiaan. He kaikki ovat saavuttaneet asetetut tavoitteet ja ehkä enemmänkin. Ja vaikka tulisi vastoinkäymisiä tavoitteeseen pyrkiessä, tulisi korostaa alaisten ponnisteluja ja tuoda esille, mitä vastoinkäymisistä huolimatta on saavutettu yhdessä. (Haslam ym. 2011, 270.)



Kuvio 1. Työntekijän identiteetti prosessi johtajan ja esimiehen näkökulmasta (Haslam ym. 2011, 260.)

Työterveyslaitoksen tekemässä tutkimuksessa todettiin että hyödyt yritykselle ovat satoja tuhansia euroja vuodessa, kun työntekijöiden työoloihin kiinnitettiin huomiota hyvällä henkilöstösuunnittelulla. Ei ole siis kysymys mistään pikkusummista. Samoin työkyvyttömyydestä johtuvat kustannukset pienenevät ja työurat pidentyvät. (Suvanto 2013.) Nykyään kun puhutaan työurien pidentämisestä, halutaan säätää raja mihin asti ihmisten pitäisi käydä työssä. Tähän tulokseen päästäisiin varmasti paremmin, kun yrityksiin luotaisiin puitteet, että ihmiset jaksaisivat ja haluaisivat käydä töissä.

Tutkimuksessa annettiin aivan konkreettisia summia, joita voitaisiin säästää kun perehdyttäisiin enemmän työhyvinvointiin. Tuo summa on 600 000 euroa vuodessa Oulun kaupungin liikelaitos Serviisin osalta, joka tuottaa kaupungin ruoka- ja siivouspalveluja. Sellainen summa olisi varmasti tervetullut mille tahansa yritykselle. Tällaiseen tulokseen voisi päästä, jos yritykseen palkattaisiin työhyvinvointikoordinaattori, joka tukisi esimiestä hänen työssään. Hän olisi tukena henkilöstösuunnitelmia tehtäessä ja olisi mukana kehittämässä yritystä parhaiten palvelevaa henkilöstörakennetta. (Suvanto 2013.) Vaikka tuo uusi työntekijä tulisi maksamaan, ne kustannukset tulisivat takaisin yrityksille tehokkaamman ja vähemmän sairastelevan henkilöstön muodossa.

Toinen tutkimus, jota on tehty vapaaehtoistyön saralla antaa viitteitä samansuuntaisesta tuloksesta. Professori Vesa Harmaakorpi pitää työssä viihtymistä tärkeänä osana yrityksen ja koko Suomen menestymisessä. Pelkkien vientitulojen laskeminen ei tuo todellista kilpailukykyä, vaan ihmisten viihtyminen omassa työssään. (Perkkiö 2013.)

Vapaaehtoistyössä olevat tekevät usein juuri sitä, minkä he henkilökohtaisesti kokevat tärkeäksi. Tästä syystä he voivat keskimäärin paremmin kuin ihmiset jotka ovat palkkatöissä. Lukemassani artikkelissa tuotiin esiin Työterveyslaitoksen tutkimuksissa esiin tullut luku joka kuvaa työpahoinvoinnin kustannuksia, se on huikeat 40 miljardia euroa. Yritys menestyisi siis paremmin, kun kiinnitettäisiin huomiota työssä viihtymiseen sen sijaan, katsottaisiin kannattavuuslukuja. Tutkimuksen mukaan ne paranisivat, kun työpahoinvoinnille tehtäisiin jotakin konkreettista ja tästä seuraisi yrityksille suoranaista taloudellista hyötyä. Panostaminen työhyvinvointiin siis maksaisi itsensä takaisin parempana tuottavuutena ja kilpailukyknä. (Perkkiö 2013.)

Nykyään kun työelämä muuttuu hurjaa vauhtia, on entistä tärkeämpää kiinnittää huomiota työntekijöiden motiiveihin tehdä työtään. Samalla on hyvä muistaa ihmisten olevan yksilöitä, se mikä on hyvä toiselle, ei olekaan sitä toiselle. Tässä kohtaa tulee esille juuri se, että työntekijän itsensä tulee kokea oma tehtävänsä tärkeäksi ja merkitykselliseksi. Juuri siksi vapaaehtoistyötä tekevät voivat keskimääräistä paremmin, he tekevät juuri sitä mikä heille on tärkeää. (Perkkiö 2013.)

Työn mielekkyys vaikuttaa suoranaisesti jaksamiseen. Jos kokee sen mitä tekee tärkeäksi, silloin väsyneenäkin jaksaa. Työntekijällä on tietysti osa vastuu omasta tekemisestään, mutta suuri vastuu on kuitenkin työn johtajilla. Heidän tulisi ymmärtää, että tämä mitä me teemme, on tärkeää. Huono johtaminen voi pilata koko työyhteisön motivaation siihen mitä ollaan tekemässä. Varsinkin nyt, kun eletään taloudellisesta haasteellisista ajoista, pitäisi voida säilyttää optimistinen asenne. (Perkkiö 2013.)

3 Ihmisen vahvuudet

Haluan tässä työssä keskittyä myönteisiin piirteisiin ja tapoihin, joilla ihminen itse kykenee vaikuttamaan työssä viihtymiseen ja uraan. Työelämä on nykyään vaativaa ja näin ollen työntekijä tarvitsee oman osaamisensa markkinointitaitoa, niin hakiessaan kuin yrittäessään pitää työpaikkansa muuttuvassa työelämässä. Vikojen etsimisellä ei saa-

vuteta mitään hyötyä, koska silloin ratkaisut jäävät vähemmälle huomiolle. Juuri se, että vaikeuksille tekee jotakin tuo todellisen muutoksen. Ellei se muuta koko työelämän kenttää, se voi muuttaa ainakin oman suhtautumisen ja menestyksen työssä.

Nykyään myös psykologian tutkijoiden keskuudessa kiinnitetään huomiota siihen, että kielteisiin asioihin keskittymisen sijaan, asioita voitaisiin tarkastella myönteisiä puolia. Tämä olisi samalla ennaltaehkäisevää työtä, eli ongelmia voitaisiin ehkäistä, sen sijaan että keskityttäisiin korjaamaan jo syntyneitä vahinkoja. (Aspingwall & Staudinger 2006, 21.) Varmasti tällä suuntauksella on vielä enemmän kysyntää tulevina vuosina, kun työelämä on suuressa murroksessa. Tarvitaan monenlaisia taitoja ja persoonia, jotka erottuvat massasta esimerkiksi juuri markkinoinnin alalla, jolloin myös yrityksen markkinoitava tuote tai palvelu myös erottuu muista vastaavista kilpailevista tuotteista.

3.1 Vahvuuksien määritteleminen

Vahvuuksien määritteleminen on usein hyvin vaikeaa. Kaikki ihmiset ovat yksilöitä, eikä vahvuuksille ole selkeitä kriteereitä. Lisäksi se kenen kannalta jokin määritellään vahvuudeksi, tuo esiin kysymyksiä. Mutta en halua lähteä määrittelemään kaikkea tätä, halusin vain valottaa sitä, kuinka vaikea käsittelemäni asian rajaaminen on. Tulevat määritelmät ovatkin vain suuntaa antavia ja jokaisen on itse harkittava mitä se tarkoittaa kunkin yksilön omassa elämässä. (Aspingwall & Staudinger 2006, 23.) Myös yrityksissä niiden hakiessa uutta henkilöä, voidaan etsiä, yrityksestä riippuen, aivan erilaisia vahvuuksia. Nämä määritelmät voi tehdä vain suuntaa antavina, koska mitään absoluuttista vahvuutta, joka soveltuisi kaikille ja kaikkiin tilanteisiin ei voida määritellä.

Joskus ajatellaan, että optimismi on avain menestykseen. Ihminen siis saavuttaa tavoitteensa, jos vain jaksaa katsoa asiaa optimistiselta kannalta. Optimistiseen ajatteluun liittyy kuitenkin vaara, että ei oteta huomioon tai haluta nähdä todellisia esteitä tavoitteen saavuttamisen tiellä. Silloin ponnistellaan ja tuhlataan energiaa tavoitteeseen, jota ei ole mahdollista saavuttaa. (Aspingwall & Staudinger 2006, 25.) Tämän huomioon ottaen juuri itsensä brändäys tuntuu hyvin käytännölliseltä, koska siinä pyritään löytämään juuri yksilön vahvuudet ja niiden pohjalta voi katsoa aika realistisesti omia mahdollisuuksiaan ja vaikka omat resurssit eivät riittäisi johonkin, mitä alun perin on suunnitellut, voi aueta aivan uusia ovia ja mahdollisuuksia.

Optimismiin kuuluu kuitenkin eräs piirre jonka voisi siitä irrottaa erilliseksi ominaisuudeksi ja se on joustavuus, kun tulee ongelmia. Pyritään löytämään ratkaisu siihen miten tuo ongelma tullaan voittamaan. Tätä voisi pitää yhtenä vahvuutena, koska kuten edellä olen todennut, nykyisessä työelämässä joustavuus on ominaisuus jota tarvitaan pysyäkseen mukana muutoksessa. (Aspingwall & Staudinger 2006, 26.)

3.1.1 Myönteinen vai kielteinen

Myönteinen ja kielteinen kuuluvat olennaisena osana ihmiselämään. Usein katsotaan, että jopa negatiivisista kokemuksista saattaa lopulta tulla positiivisia lopputuloksia. Esimerkiksi ne ihmiset, jotka ovat kokeneet vakavan sairauden, ovat usein sanoneet myöhemmin, että he ovat vahvempia tuon kokemuksen jälkeen kuin he olisivat, jos tuota kokemusta ei olisi ollut (Aspingwall & Staudinger 2006, 30).

Yksilön kielteisyys näkyy myös siinä kuinka jopa positiivisille piirteille, kuten esimerkiksi halulle pyrkiä eteenpäin tai kehittää omaa työtään, saatetaan antaa kielteisiä nimiä. Ne nähdään pyrkyrytenä. Jollakulla saattaa olla luovia saavutuksia, ne nähdäänkin nar-sistiseksi maineen tavoitteluksi. (Aspingwall & Staudinger 2006, 31.) Myönteinen tapa katsoa toisen halua pyrkiä eteenpäin voisi olla tapa ajatella, että se on innostuksen lähde myös toisille työyhteisöön kuuluville. Toisen vauhti ja innostus olisi ikään kuin virta, joka veisi muita mennessään kohti menestystä.

Saattaa olla tilanne jossa mahdollisuuksia on tarjolla mutta omat tulkintavirheet ohjaavat huomioon väärään suunataan. Ajatuskulku, asenne ja tottumukseksi tullut tapa ajatella negatiivisesti estävät tarttumasta tarjolla olevaan mahdollisuuteen. Menneisyydessä opitut tulkinnat ja uskomukset vaikuttavat tehtäviin ratkaisuihin. (Dunderfelt 2010, 42.)

Tunteet kuvaavat suhtautumista tilanteeseen samoin kuin itse tilannetta, ne saattavat kuvata asennetta mahdollisuuksiin. Kun ihminen on tilanteessa, joka tuntuu uhkaavalta, otetaan negatiiviset tunteet liian vakavasti. Negatiivinen tunne toimii kuin varoitin joka saa henkilön ajattelemaan, ettei tule selviämään tilanteesta, se ei siis palvele parhaalla mahdollisella tavalla henkilöä itseään. Se estää toimimasta ja toteuttamasta jotakin, mahdollisesti tärkeänä pidettyä asiaa. (Dunderfelt 2010, 45, 46.)

Ihmismieli vahvistaa ja laajentaa sen, mitä ajattelemme. Keskittyminen menneiden vaikeuksien ajatteluun antaa aivoille käskyn etsiä lisää vaikeuksia. Tässä tilanteessa on hyvä suunnata ajattelu kohti tulevaisuutta, mieli täyttyy rakentavista ajatuksista ja ideoista. Mahdollisten epäonnistumisten pohtiminen kannattaa ohittaa ainoastaan toteamalla mitä on tapahtunut ja sen jälkeen suunnata ajattelu mahdollisuuksiin. (Dunderfelt 2010, 51.)



Kuvio 2. Huomio suunnataan tulevaisuuteen, menneen sijasta. (Dunderfelt 2010, 51.)

En anna mitään konseptia minkä mukaan odotan kaikkien muiden alkavan ajatella, vaan tutkin ihmisen vahvuuksia ja miten voisimme kehittää myönteistä ajattelua. Kuten kirjassa Ihmisen vahvuuksien psykologia sanotaan: ”Ihmisen vahvuuksien tutkimuksesta jota motivoi ihmisen hyvinvoinnin parantaminen, on vain lyhyt askel tietyn arvojärjestelmän omaksumiseen ja saarnaamiseen.” (Aspingwall & Staudinger 2006, 32.) Tarkoitukseni ei ole antaa mitään yhtä oikeaa vastausta, koska ihmisten erilaisuuden huomioon ottaen, sellaista ei ole.

3.1.2 Näkökulman vaihtaminen

Ajattelun muuttaminen positiiviseksi vaatii aikaa ja harjoittelua, jos olemme tottuneet ajattelemaan pessimistisesti. Se ei ole mikään taikatemppu, vaan totutun tavan muuttaminen vie aikaa. Aivan kuin minkä muun tahansa totutun tavan muuttaminen uudeksi vaatii harjoittelua. Uuden opettelu tässäkin asiassa voi tuoda uutta innostusta, kuten kaikki uuden oppiminen ja oivaltaminen aina. (Dunderfeldt 2010, 32.)

Ajattelun muuttamisen vaikeus johtuu psyykestä. Automaattinen psyyke on verrattavissa tietokoneelle ladattuun ohjelmaan. Reagointi erilaisiin tilanteisiin riippuu siitä, millaisia opittuja malleja on ”ladattuna” psyykkisesti. Esimerkiksi autolla ajo, kun istutaan autoon ratin taakse, ajotaito ”kytkeytyy” automaattisesti päälle, tarvitsematta tietoisesti ajatella asiaa. Toimitaan aiemmin opitun mukaan, tiedetään miten tulee toimia. Valitettavasti tämä pitää paikkansa myös tavastamme ajatella, jos meillä on ollut tapana ajatella negatiivisesti, se ajattelu tulee automaattisesti meille pulmallisissa tilanteissa. (Dunderfeldt 2010, 34, 35.)

3.2 Tiedon soveltamisen taito

Nykyään ympärillämme oleva teknologia kehittyy hurjaa vauhtia ja siksi on yhä haasteellisempaa pysyä tuon kehityksen tahdissa, koska se merkitsee myös tiedon kulun muuttumista. Työ ei ole enää samanlaista kuin ennen, vaan vaatii jatkuvaa uuden tiedon ja uusien taitojen oppimista. Myös globalisaatio tuo lisää tuohon haasteeseen, nykypäivän työelämässä ollaan enemmän erilaisten kulttuurien kanssa tekemisissä kuin aiempina vuosina. Kilpailutilanne on aivan toinen, kun ajatellaan kilpailevamme myös ulkomaisen osaamisen ja tietämyksen kanssa. Tämä jatkuvassa muutoksessa oleminen tuo melkoisia haasteita, mutta samalla on myös mahdollisuus. Lisääntyvän tiedon myötä voi myös kasvaa vastaamaan paremmin työelämän vaatimuksiin, joka on aina myönteinen puoli. (Baltes & Freund 2006, 37.)

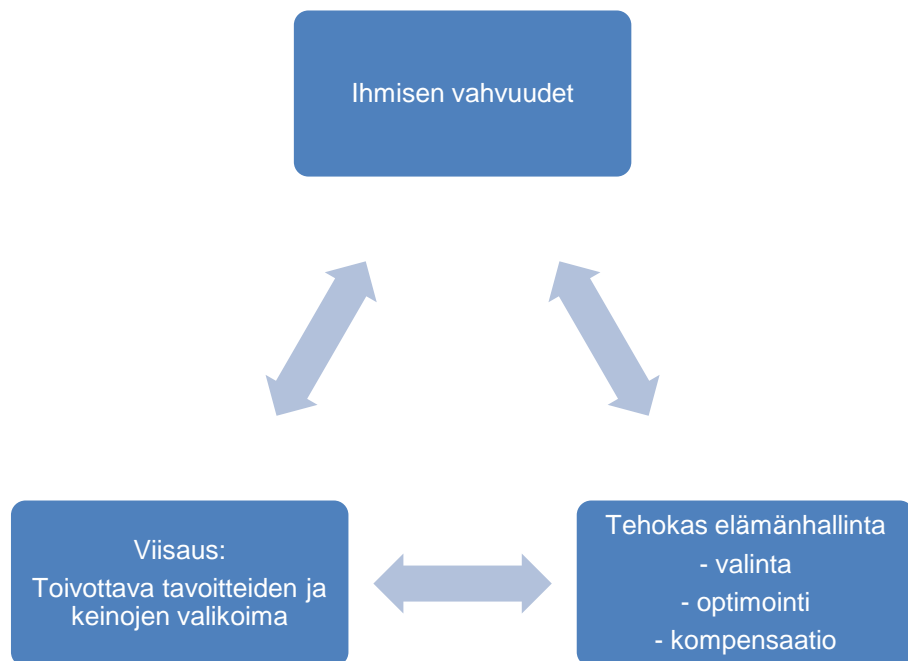
Viisautta voidaan lyhyesti sanoa elämän taidoksi. Viisautteen liitetään tärkeitä elämään liittyviä kysymyksiä ja strategioita. Se on korkeampaa tietoa elämän rajoista, päätöksenteosta ja neuvoista. Viisaudessa tieto on syvempää niin suuruudeltaan kuin määrältäänkin. Siihen liitetään mielen ja luonteen yhteisvaikutus. Viisaus on tiedon käyttämistä hyvän edistämiseen ja vaikka sitä ei ole helppo määritellä eikä saavuttaa, sen tunnistaa helposti. Se on myös tavoite mihin olisi toivottavaa pyrkiä. (Baltes & Freund 2006, 39.)

3.2.1 Viisaus käytännön tasolle

Viisaus sinänsä on tavoitteita ja keinoja. Se, miten ne siirretään käytäntöön, lähtee siitä, että asetetaan tavoitteet mihin ollaan pyrkimässä. Siihen tulee keskittää olemassa olevat resurssit. Sen jälkeen otetaan käyttöön keinot joilla tuohon asetettuun tavoitteeseen

seen on mahdollista päästä. Sen jälkeen pyritään kohti päämäärää ja jos yksi keino ei onnistu, otetaan käyttöön vaihtoehtoisia tapoja. (Baltes & Freund 2006, 42, 43.)

Kun ei aseteta pysyvää päämäärää, johon sitten pysyvästi jäätäisiin, antaa tilaa kasvulle ja kehittymiselle. Se auttaa taas toisaalta ihmistä todella näkemään omat vahvuutensa. Se saavutettu ei olekaan se korkein mihin pystytään vaan siitäkin on mahdollista päästä vielä eteenpäin. (Baltes & Freund 2006, 46.)



Kuvio 3. Ihmisen vahvuuksien muodostuminen. (Baltes & Freund 2006, 45.)

3.2.2 Viisaus itsetuntemuksessa

Kun ihminen oppii itse tietämään omat vahvuutensa, se vaatii jatkotoimenpiteenä sen, että oppii siirtämään osaamisensa myös käytännön tasolle. ”Itsetuntemuksen tavoitteena on opastaa ihmistä, jotta he pystyisivät tarvittaessa siirtämään huomionsa automaattisesta psyyken toiminnasta aurrettiseen eli itseohjattuun ja tilanneviisaaseen toimintaan.” (Dunderfeldt 2010, 36.)

Huono itsetunto tulee siitä, että hyväksytään sokeasti se mitä psyyke ehdottaa. Tällaisissa tilanteissa on hyvä miettiä, oliko tilanne todella niin paha. Esimerkiksi oliko jokin työtehtävä todella liian vaikea, vai tuliko automaattisesti itse vain ajateltua niin. (Dunderfeldt 2010, 40, 41.)

3.3 Vuorovaikutus

Ihmisen tunteita on helpompi ymmärtää, kun tunnustetaan ihmisen elävän ihmissuhteiden verkostossa koko elämänsä. Nämä suhteet vaikuttavat ihmisen käyttäytymiseen ja toisaalta ihmisen käyttäytyminen vaikuttaa hänen ympäristössään oleviin ihmisiin. Tästä syystä tämä näkökulma on otettava huomioon kun tarkastellaan ihmisten vahvuuksia. (Berscheid 2006, 48.)

Ihmisen sekä fyysisellä että henkisellä terveydellä on suoraan verrannollinen yhteys hänen sosiaalisiin suhteisiinsa. Ihmisen on todettu voivan hyvin, kun hänellä on hyvät suhteet ympärillään oleviin ihmisiin. (Berscheid 2006, 52.)

Kun ihmisiltä on kysytty heidän onnellisuudestaan, useimmat ihmiset mainitsevat onnellisuuden lähteeksi ihmissuhteet. On myös tutkimustietoa siitä, että ihmiset, joilla on tyydyttävät ihmissuhteet, vaikuttavat onnellisemmilta kuin ne joilla sellaisia ei ole. Esimerkiksi avioliitossa elävät määrittellään keskimäärin onnellisemmiksi kuin yksineläjät. Toisaalta taas on todistettu repivässä perhesuhteessa elävillä olevan siitä niin fyysistä kuin psykologistakin haittaa. (Berscheid 2006, 53.)

Näyttää siltä, että ihmiset ovat selvinneet tällä planeetalla paljolti toistensa tukemina. Tästä syystä myönteisen psykologian tulee myös perustua sille tosiseikalle, että ihmiset onnistuakseen tarvitsevat toisia ihmisiä. (Berscheid 2006, 56.) Tässä kohdassa on ehkä hyvä muistaa se sanonta ”ihminen ei ole saari” vaan hän tarvitsee toisia ihmisiä ja vaikuttaa ympärillään oleviin ihmisiin omalla käytöksellään.

On myös hyvä, jos meillä on monenlaisia ystäviä. Silloin kun elämässä on ongelmia, joita poikkeuksetta kaikkien elämään tulee, on hyvä olla ystäviä joilla ei ole samoja ongelmia. Sellaisella hetkellä on hyvä, että joku viestittää meille, miltä tuo asia näyttää toisesta näkökulmasta, eli voimme katsoa ”tietyllä valoisuudella eteenpäin”. (Dunderfeldt 2010, 125.)

Ihmisen vahvuuksista puhuttaessa, vahvuus ei tulekaan esille pelkästään yksilön itsensä suorittamissa asioissa, vaan vahvuutta on saada muut mukaan omiin hankkeisiin. Yhdessä tekemisellä on myönteiset vaikutukset. Ihmiset usein pyrkivät saamaan tukea ja apua sieltä mistä sitä on saatavissa, eli oikeista lähteistä. (Cantor 2006, 65.)

Kun ihmisellä on kykyä oppia kokemusten kautta ja toimiessaan vuorovaikutuksessa ympärillä olevien ihmisten kanssa, hän voi tukea ja toisaalta saada tukea omien tavoitteiden saavuttamiseen, ja samalla myös kanssaihminen tiedot ja taidot täydentävät yksilön omia pyrkimyksiä. Tällainen tiivis vuorovaikutus ja toisten vaikutuspiirissä oleminen voi myös olla rajoittava ja mahdollisesti kaventaa näkökenttää. Silloin voi jäädä näkemättä todellisia mahdollisuuksia. ”Cantor ja Kihlstrom (1987) kutsuivat tätä ’sosiaalisen älyn kaksiteräiseksi miekaksi’”. Mutta tieto ympäröivästä maailmasta voi antaa vapautta toimia. (Cantor 2006, 67.) Vaikka siis tarvitaan toisia ihmisiä, tulisi aina säilyttää oma päämäärä ja mielipide siitä, mihin suuntaan haluaa olla menossa.

3.4 Minä-järjestelmä

Ihminen ei ole passiivinen tarkkailija vaan osallistuu ympärillään näkyvään toimintaan. Persoonallisuus on siis toimiva itsesäätelvä järjestelmä. Itsesäätely on kykyä arvioida ympäristöään ja osallistua ja kehittää itseään. Ihminen ei toimi erillisenä yksikkönä vaan hänen toimensa on aina jossakin yhteydessä ympäröivään todellisuuteen. ”Psykologiset rakenteet, jotka muodostavat itsesäätelvän järjestelmän, ovat pysyviä persoonallisuustekijöitä.” (Caprara & Cervone, 2006, 73.)

Sillä miten ihmiset toimivat näyttää olevan myös kulttuurillisia juuria. Esimerkiksi Euroopassa ja Amerikassa itsensä korostaminen ja omat saavutukset on paljon todennäköisempää kuin itäisissä kulttuureissa. Tässä ei kuitenkaan ole kyse siitä että länsimaiset ihmiset olisivat lähtökohtaisesti toiminnallisempia, vaan tässä korostuu nimenomaan uskomukset jotka vaikuttavat henkilön motivaatioon. (Caprara & Cervone 2006, 74.)

3.4.1 Pystyvyyden kokemus

Se miten ihminen kokee pystyvänsä suoriutumaan erilaisista tehtävistä vaikuttaa siihen mihin haasteisiin hän tarttuu. Ihminen jolla on matalalla oleva käsitys omaan pystymi-

seensä, välttelee usein haasteiden ottamista ja tyytyy mieluummin helppoihin, tuttuihin tehtäviin. Voidaan sanoa siis sanoa että oman pystyvyyden kokemus vaikuttaa ihmiseen emotionaalisesti ja kognitiivisesti ja se vaikuttaa hänen suorituksiinsa. Sillä jolla on korkealla käsitys omasta pystyvyydestään ottaa tavallisesti vastaan haastavampia tehtäviä. (Caprara & Cervone 2006, 76.)

Pystyvyyden kokemus vaikuttaa ihmiseen myös niin, että se vaikuttaa hänen kykyynsä säädellä omia tunteitaan ja sitä kautta vaikuttaa hänen käyttäytymiseensä. Se, että tuntee onnistuneensa jossain, vaikuttaa myös oleellisesti ihmisen itseluottamukseen. Se että on saanut onnistumiskokemuksen vaikuttaa myös ihmisen koko muuhun elämään. (Caprara & Cervone 2006, 77.)

Tutkimuksilla on selvitetty myös sitä, kuinka yksilön pystyvyyden kokemukset vaikuttavat laajemmalle. Se, että ihminen kykenee yksilötasolla johonkin suoritukseen, ikäänkuin leviää laajemmalle hänen arvioidessaan koko yhteisön kykyä selvittää jostakin vaikeasta tilanteesta. Näin ollen se, miten yksilö kokee jonkin tilanteen, on erittäin tärkeää laajemmin tarkasteltaessa. (Caprara & Cervone 2006, 78.)

3.4.2 Sosiaalinen identiteetti

Identiteetti on tärkeä työelämässä niin kuin kaikessa muussakin sosiaalisessa elämässä. Sen avulla yksilö voi määrittellä itsensä, millaiset suhteet hänellä on muihin ja kehen hän voi luottaa. Ihmisen kokemus kuulumisesta johonkin ryhmään, edistää tehokasta toimintaa. Se tuo myös vakautta tai sen välityksellä voi ajaa myös muutosta olosuhteisiin. (Haslam ym. 2012, 94.)

Kategorioinnin avulla yksilö määrittelee itsensä ja osoittaa kuuluvansa tiettyyn ryhmään. Silloin tämän ryhmän sisällä erot ovat pienemmät kuin erot muihin ryhmiin kuuluvien ihmisten kanssa. Ihmisen täytyy silloin sopia tähän joukkoon. (Haslam, ym. 2012, 96.) Tässä tullaan kysymykseen juuri brändäyksestä ja sen vaikeudesta. Ihmisen tulisi voida osoittaa olevansa sopiva juuri tähän hakemaansa työpaikkaan tai työtehtävään, mutta kuitenkin erottua muista mahdollisista hakijoista positiivisella tavalla. Hänen täytyisi voida osoittaa tarjoavansa yritykselle jotakin merkityksellistä mitä mahdolliset muut hakijat eivät tarjoa.

4 Brändäys

Brändäystä ei ole helppo määritellä. Usein se sekoitetaan maineeseen tai imagoon. Henkilöbrändinä voisi pitää ihmistä itseään kaikkine ominaisuuksinaan. Toiset luovat ihmisestä kuvan sen mukaan millaisia käyttäytymismalleja hänellä on, sillä lähiympäristö saa ikään kuin viestejä tuolta ihmiseltä. Samoin se, miten henkilö pukeutuu, viestii hänestä ympäristölle. Se luo tietynlaisen kuvan ihmisestä hänen ympärillään oleville. (Kortesuo 2011, 8.)

Edellä mainittua imagoa voidaan verrata peilikuvaan tuosta henkilöstä. Siihen vaikuttavat hänen ominaisuudet ja häntä tarkkailevan ihmisen omat reaktiot, toiminta ja tunteet. Maine puolestaan voisi olla kuin brändin luoma varjo, se muodostuu siis siitä, miten tarkkailijat kokevat tuon henkilön. (Kortesuo 2011, 9.)

Kiinnostavaa brändäyksessä on se, että se ei sulje pois yhteisöllisyyttä. Kuten aiemmin on todettu, ihminen tarvitsee muita ihmisiä. Se, että ihmisellä on oma brändi, voi olla myös osa jotakin kokonaisuutta. Esimerkkinä voitaisiin mainita rockyhtye Rolling Stones. Yhtye on brändi, mutta siitä huolimatta kaikilla tuohon yhtyeeseen kuuluvilla on myös oma brändi, esimerkkinä laulaja Mick Jagger. Lähempiä esimerkkejä voi löytää täältä omasta maastamme. Yksi esimerkki on kirjailijapariskunta Virpi ja Jaakko Hämeen-Anttila. (Kortesuo 2011, 13.)

Brändäyksen hyödyt ovat moninaiset. Se auttaa kilpailutilanteessa kansainvälisillä ja varmasti myös kotimarkkinoilla. Kilpailu on kiristynyt ja vahvat brändit pärjäävät varmasti kilpailussa tuntemattomia toimijoita paremmin. Useimmiten juuri brändi viestii osaamisesta ja ammattitaidosta. (Mäkinen, Kahri & Kahri 2010, 17.)

Globalisoitua maailma digitalisoituu myös kovaa vauhtia. Tämä asettaa lisää haastetta uraa suunnittelevalle mutta luo myös uusia mahdollisuuksia. Itselle luotu vahva brändi voi avata aivan uusia ulottuvuuksia uran luomiselle. Voi esitellä itsensä ikään kuin koko maailmalle (Mäkinen, Kahri & Kahri 2010, 24). Mahdollisuus tuoda oman osaamisensa globaalien työmarkkinoiden tietoisuuteen, on nykyaikana todellisuutta, mutta se vaatii työtä oman brändin tekemiseksi vahvaksi ja tuomalla esiin omat ammatilliset ja myös persoonalliset vahvuudet.

Omaa brändiä voi vahvistaa esimerkiksi kirjoittamalla blogia. Se on palvelua lukijoille. Vakiintuneille lukijoille syntyy myös oikeuksia, heille on siis hyvä varata mahdollisuus myös vastineen antamiseen. (Kortesuo 2010, 80.) Omat taloudelliset kytkökset on myös hyvä mainita, näin lukijat voivat arvioida kirjoittajan puolueettomuuden tai mahdollisen puolueellisuuden. Blogissa tärkeällä sijalla ovat laatu ja mistä aihepiiristä kirjoitetaan. Jos pidät taukoa blogin kirjoittamisesta, kerro se lukijoillesi. (Kortesuo 2010, 81.)

Mitä hyötyä sitten yksittäiselle työnhakijalle on siitä, että hän brändää itsensä. Kuten edellä mainittiin, sillä voi olla positiivinen vaikutus uraan. Sillä voi olla myös taloudellisia vaikutuksia. Kuten tiedämme, tuotteet joilla on vahva brändi, ovat usein kalliimpia, (Mäkinen, Kahri & Kahri 2010, 28), myös sillä, että henkilöllä on brändi itsestään, voisi olla sama vaikutus. Jos on korkea osaaminen, sen tuominen esiin niin, että hänet palkkava yritys tietää saavansa osaavan henkilön, antaa mahdollisuuden myös pyytää osaamisen mukaista palkkaa.

Huoli siitä, miten firman käy, jos työntekijät brändäävät itsensä ja sitten vaihtavatkin työpaikkaa, on turha. Yritys hyötyy siitä, että sillä on riveissään tunnettuja huippuammattilaisia. Brändäyksen estäminen ei kannata, koska se luo kyseenalaisen kuvan kontrolloivasta työnantajasta epäeettisenä toimijana. Esimerkkinä tässä voisi mainita UIT:n, koska sen riveissä on tunnettuja osaajia ja ne kirkastavat UIT:n kuvaa. Siellä on tai on ollut sellaisia näyttelijöitä kuin Sari Siikander, Marjatta Leppänen ja Jukka Virtanen. (Kortesuo 2011, 12.)

Myöskään virheitä ei kannata pelätä, kun on luonut brändin. Hyvä ja vahva brändi kestää myös virheet. Oleellista on niiden myöntäminen, haitallista niiden yrittäminen lakais- ta maton alle. (Kortesuo 2011, 12.)

Henkilöbrändin suunnittelu perustuu henkilöön itseensä. Ihmisen omiin vahvuuksiinsa, siksi olenkin niin suuren osan tästä tutkielmasta, käyttänyt niiden tarkasteluun. Myös ihmisen kiinnostuksen kohteet ja missä on hyvä, vaikuttavat luonnollisesti brändiin. Se lähtee siitä, millainen persoona olet. (Kortesuo 2011, 23.)

Kun on päättänyt luoda itsestään brändin, on hyvä tehdä itselleen kysymyksiä.

Omaa persoonaa luotaavia kysymyksiä:

Millainen olen?

Mitkä ovat minun tarpeeni ja kiinnostuksen kohteeni?

Miksi olen luomassa itsestäni brändiä?

Mitä haluan ja mikä on päämääräni?

Mitkä ovat pelkoni? (Kortesuo 2011, 24.)

Bisnestä ja strategiaa selventäviä kysymyksiä:

Millasta osaamista ja asiantuntemusta myyn?

Mikä on kohderyhmäni?

Miksi juuri minun kanssani tehtäisiin yhteistyötä? (Kortesuo 2011, 24.)

Viestintä kanavan valintaa vaikuttavia kysymyksiä:

Millaista viestintää ja missä kanavissa?

Missä kanavissa teen kauppvoja ja hoidan yhteistyösuhteista?

Miten erotun muista valitsemassani kanavassa? (Kortesuo 2011, 25.)

Suunnittelu tapahtuu lähinnä omalle itselle, koska brändäys, kuten on jo tullut esille, lähtee omasta persoonasta. On hyvä, jos on joku luotettava sparraaja, joka voi auttaa tässä tilanteessa. Keskustelu toisen kanssa usein selventää omia ajatuksia. (Kortesuo 2011, 25.)

On hyvä tutkia myös kilpailutilannetta. Etsiä ongelma, jonka pystyy korjaamaan tai pystyy lievittämään sitä. Ongelmat työelämässä eivät ole stabiileja, tulee kehittää siis osaamista siihen suuntaan, johon tuo ongelma, jonka ratkaisua tarjoaa, on muuntumassa. Kilpailutilanteen analysointi ja eri toimijoiden ja heidän tarjoamiensa ratkaisujen tutkiminen. Sen pohtiminen, miten oma ratkaisu erottuu muista tai millä tavalla tämä tarjottu ratkaisu on parempi kuin kilpailijoilla. (Kortesuo 2011, 26.)

Kortesuo ohjeistaa brändääjän ottamaan itselleen esikuvan. Sellaisen henkilön, jossa on jotakin samaa kuin itsessä on, sitten on hyvä analysoida, millaisia vinkkejä voi saada häneltä ja miten niitä voi hyödyntää omassa persoonallisuudessa. (Kortesuo 2011, 26.) Brändiä luodessa on hyvä muistaa, ettei se ole henkilöä itseään varten, vaan suunniteltu tietylle kohderyhmälle. Brändi ei ole myöskään itsetarkoitus, vaan sinulla tulee olla jotakin tarjottavaa. Se syntyy tarjoamasi lisäarvon, imagon ja maineen kautta. Sitä ei voi olla olemassa ilman kohderyhmää. (Kortesuo 2011, 27.)

Tarvitsemme toisten ihmisten ajatuksia, heijastuspintaa ja sparrausta. Verkostoidu muiden alasi ihmisten kanssa. Hyviä tilaisuuksia tähän tarjoaa alan tilaisuudet ja tapah-

tumat. Näistä tapahtumista voit löytää itsellesi myös mentorin, joka on sinuna vanhempi ja kokeneempi. Hyvä mentori on kriittinen, mutta silti positiivinen (Korteso 2011, 29, 30.)

Työkenttä muuttuu jatkuvasti, ihmisille tulee lisää ikää. On siis uudistuttava. Tyyli ja ulkonäkö muuttuvat. Mielenkiinnonkohteet ja mielipiteet voivat vuosien varrella muoutua. Osaaminen kehittyy ja sen myötä tulee uutta osaamista, uusia näkökulmia. Uuden oppiminen ja keskusteluun osallistuminen, on aikansa seuraamista, kun peilaa tätä kertyneeseen kokemukseen syntyä ainutlaatuista osaamista. (Korteso 2011, 31, 32.)

Vain aitojen ominaisuuksien pohjalle voi rakentaa kestävä brändin. Jos rakentaa brändiä kuvitelmien tai haihattelun varaan, se ei toimi. Tavoite tulee olla omassa osaamisessa, hyvässä maineessa ja onnellinen elämä. (Korteso 2011, 44.)

4.1 Brändäys on jo olemassa

Monet tunnetut julkisuuden henkilöt tai tuotteet on usein brändätty. Niillä on tietty ominaisuus, kirjainyhdistelmä tai muuta sellaista, josta heti tunnistaa kenestä tai mistä on kyse, eikä asia tarvitse sen tarkempaa selittelyä. Tällaisia ovat esimerkiksi sellaiset kuin Apple ja Coca-Cola ja henkilöesimerkkinä voisi mainita USA:n presidentin Barac Obaman. (Harini Chari 2013.)

Henkilö, joka suunnittelee uraansa tai on hakemassa työpaikkaa, voisi miettiä, mikä olisi hänelle edullinen brändi. Sitä on hyvä miettiä taitojensa, kokemuksensa ja arvojensa pohjalta. Maine minkä edellä mainitut asiat yhdessä muodostavat ovat ihmisen brändi. (Harini Chari 2013.)

Työpaikan saaneita tai työhaastattelussa olleita havainnoidaan ja määritellään. Siksi on tärkeää tutustua itseensä. Tuntuu siltä, että tässä tulee taas jotakin tyhjäänpäiväistä, mutta kuinka hyvin me todella tunnemme itsemme? Kuinka usein mietimme sitä miten toiset näkevät meidät? Olisi hyvä käyttää aikaa tämän miettimiseen, millaisia me todella olemme. Koska se millaisia olemme sisäisesti, se on muodostunut siitä millainen historia meillä on, on myös meidän ulkoinen minämme. Sisäinen olemuksemme heijastuu kanssaihmisillemme, halusimmepa sitä tai emme. (Harini Chari 2013.)

Mitä todella olemme? Sitä voi ajatella jonkin tarinan kautta. Millainen tarina olisi se millaisena toisten tuntisivat meidät, mikä olisi se tarina joka tekisi yksilöstä mielenkiintoisen ja toisi arvoa hänelle hänen hakiessaan työpaikkaa. Jokaisella on oma tarina, se että sitä miettii ja tuo suotuisasti esille. Tämä voi olla asia joka ratkaisee työpaikka-haastattelun tai jonkin muun työelämässä eteen tulevan tilanteen juuri kyseisen henkilön eduksi. Mutta tärkeänä huomautuksena täytyy muistaa, että tuon tarinan täytyy olla oleellinen tilanteeseen nähden ja tosi. Samoin sen tulee olla sopivan lyhyt, ettei esimerkiksi haastatteluaikaa kulu suhteettomasti sen kertomiseen. (Harini Chari 2013.)

Mitä voi tarjota uudelle työnantajalle tai uudessa kiinnostavassa tehtävässä, joka on tullut hakuun jo olemassa olevassa työpaikassa. Miksi juuri tämä henkilö pitäisi valita muiden sijasta, mikä tekee hänet erilaiseksi ja mitä hän voit tarjota enemmän juuri tähän tarjottuun tehtävään, sitä kannattaa miettiä, se voi olla uran tai hänen itsensä kannalta ainutlaatuinen tilanne päästä tekemään unelmien työtä. Joskus myös harrastusten ilmi tuominen työpaikalla voi olla se mikä auttaa uralla eteenpäin. Se mitä harrastamme tai mistä olemme kiinnostuneita, kertoo jotakin meistä. (Harini Chari 2013.)

Se millainen ammatillinen brändi on, voi olla myös se tarina. Sen avulla voi kertoa mitä yritykseen tuo, millä tavalla yritys hyötyy ja miten organisaatio voi tulla paremmaksi palkkaamalla juuri tuon henkilön tai antamalla hänelle vastuullisemman tehtävän. Edistyminen ei koskaan tule valmiiksi ja näin tarina elää koko ajan, se tulee mielenkiintoisemmaksi ja tekee yksilöstä juuri sen, muista erottuvan. (Harini Chari 2013.)

On hyvä ajatella kolmea asiaa mitkä haluaisi muiden muistavan. Täytyy myös muistaa vastavuoroisuus erilaisissa ihmisten kohtaamisissa. Voimme esittää toisille kysymyksiä vain jos annamme myös itsestämme jotakin. (Harini Chari 2013.)

4.2 Brändäämisen haasteet

Suomalaisen on vaikea brändätä itseään. Tähän on kulttuurilliset syyt. Ensimmäisenä voisi nostaa esiin sen, että suomalaisilla on tapana ajatella sen olevan epäaitoa. Katsotaan itsestään brändiä luovan ihmisen olevan jollakin tavalla pyrkäri ja tärkeilijä. Näin ei kuitenkaan ole, kun miettii miten ihmiset arjessa toimivat. Kaikki pyrkivät muokkaamaan omaa julkisuuskuvansa. Haluamme antaa toisille itsestämme paremman kuvan

kuin todellisuudessa olemme. Brändäys on käytännössä siis jo olemassa. Se on myönteistä, vaikka siihen suhtaudutaan kielteisesti, siitä on hyötyä kilpailtaessa työpaikoista. (Nyyssönen 2013.)

Kaikki haluavat olla arvostettuja työssään. Osaamista täytyy myydä yrityksille jotka hakevat henkilöstöä. Osaavasta henkilöstöstä on hyötyä yritykselle ja siksi oma osaamisemme kannattaa tuoda esiin, miten siitä on hyötyä yritykselle. Kertoa mitä osaamme ja mitä voimme yritykseen tuoda osaamisellamme. (Nyyssönen 2013.)

Osaamiskuvaa voi myös julkistaa. Tällaisia kanavia voivat olla Linked In tai Twitter. Osallistuminen keskustelufoorumeille vaatii rohkeutta ja lukuisia toistoja, ennen kuin viestimme tavoittaa haluamamme tahon. Mutta mukana olo siellä ei ole pelkästään sitä, että annamme omasta osaamisestamme viestiä, me itse voimme saada sieltä ideoita, tutustua uusiin ihmisiin ja oppia uutta. (Nyyssönen 2013.)

Blogin kirjoittaminen voi olla myös hyödyllinen oman ammattiosaamisen tuomisessa toisten tietoisuuteen. Blogia voi kirjoittaa omasta osaamisesta, olla oman alansa ammattilainen ja asiantuntija, jonka kirjoituksista lukijat hyötyvät. Tämä kanava vaatii aikaa ja kärsivällisyyttä, mutta jos luo laadukkaan sisällön kirjoittamilleen blogeille ja samalla kehittää verkostoa se ulkopuolella, tulee nähdäksi ja tunnetuksi osaamisestaan. (Nyyssönen 2013.)

Tutkimusten mukaan naisille tuntuu olevan omien vahvuuksien esille tuominen vielä vaikeampaa kuin miehille. Naiset itse ovat usein se suurin este. Sheryl Sandberg, yksi Facebookin johtajista, sanoo toiminta- ja ajattelutapojen hidastavan naisten päätösten tekemistä. Heillä on myös tyypillistä vähätellä omia taitojaan tai jopa jäädä sivustakatojiksi, sen sijaan että toisivat itseään ja osaamistaan esiin. (Vuorela 2013.)

Esteiden tunnistaminen ja tunnustaminen on myös työkalu näiden esteiden voittamiseksi. Silloin voidaan ikään kuin nousta esteiden yläpuolelle. Lukemalla toisten naisten menestystarinoita, voidaan myös saada aikaan muissa rohkeutta löytää oma kunnianhimo. Naisten pitäisi luoda oma rintama, joka antaisi rohkeutta tarttua uusiin tehtäviin. Tämä vaatii valtarakenteiden ja ajattelutapojen ymmärtämistä. (Vuorela 2013.)

Yksi este uralla etenemiselle, on pelko. Miellyttämisen halu voi olla erittäin voimakas ja se toimii samalla esteenä uralla etenemiselle. Voidaan pelätä esimerkiksi väärin valin-

tojen tekemistä tai sitä, että uraa luodessaan herättää negatiivista huomiota. Tästä usein seuraa mukavuusalueella pysyminen. Haetaan työpaikkoja jotka tuntuvat turvallisilta, jonka vaatimuksen täyttää. Tässä kohtaa olisi miehiltä opittavaa. He usein hakevat paikkoja jotka ovat vähän yli heidän oman osaamisensa. Työ antaisi haastetta. (Vuorela 2013.)

Asia kietoutuu jo aiemmin mainittuun itsetuntoon. Uuden työtehtävän edessä voi tuntea epävarmuutta ja riittämättömyyttä. Mutta itsevarmuuttakin voi opetella. Ryhtiä voi suoristaa ja asennettaan muuttaa. Uuden tehtävän voi ottaa haasteena oppia uusia asioita, ei vain ottaa uutta vastaan, koska tietää jo osaavansa sen. Tässäkin asiassa on eroja sukupuolten välillä. Naiset saavat uusia tehtäviä sen perusteella mitä he ovat jo tehneet, kun miehet taas voivat saada uuden tehtävän sen perusteella, mihin heillä tulevaisuudessa katsotaan olevan potentiaalia. (Vuorela 2013.)

Naiset voisivat muuttaa tässä siis omaa ajatteluaan ja asennettaan. Kun jokin tehtävä tuntuu todella kiinnostavalta, mutta ensimmäinen ajatus on, ettei se sovi, kun ei ole ennenkään tehnyt kyseisenlaisia tehtäviä. Kannattaisi noudattaa Sheryl Sandberg neuvoa: ”Laita kiinnostava tilaisuus kerta kaikkiaan sopimaan itsellesi, ei toisinpäin.” (Vuorela 2013.)

Usein ollaan optimistisia sen suhteen, että ura etenee, koska tekee työnsä hyvin ja joku huomaa sen. Näin ei useimmin kuitenkaan käy. Itsestään on pidettävä ääntä, jotta tulee todella huomatuksi. Ei pidä jäädä siis odottamaan että uraamme auttaa eteenpäin joku toinen, vaan on parasta itse toimia oman itsensä eteen. (Vuorela 2013.)

Palautan tässä mieleen sen mistä jo aiemmin olen maininnut, ihmiset tarvitsevat toisia ihmisiä. Työssä onnistumiseen tarvitaan myös toisten tukea, ihmiset voivat jakaa tietoa ja toimia vaikka toisen työntekijän mentorina. Oppiminen voi näissä tapauksissa olla kaksisuuntaista, molempien oppivat toisiltaan. Tämä on vertaistukea parhaimmillaan ja laajentaa osaamista molempien kohdalla ja hyödyttää siis molempia, kumpikaan ei menetä mitään, päinvastoin.

Johtaja ja esimieskin voi oppia alaisiltaan. Koska kuuntelemisen ja oppimisen taito on luontaista ihmisille. Alaisten kuulemisella voidaan päästä hyviin tuloksiin, koska kaikki tarvitsevat palautetta, myös johtajatasolla olevat ihmiset. Heistä tulee parempia johtajia, koska he tietävät mitä alaiset ajattelevat ja mikä omassa työkuvasa menee mah-

dollisesti väärin. ”Sheryl Sandberg siteeraa johtajuuden määritelmää, joka voisi olla kirjoitettuna jokaiseen talonseinään: ’Johtajuus on sitä, että tekee muista parempia ihmisiä, ja sen vaikutus säilyy myös silloin kun itse ei ole paikalla’”. (Vuorela 2013.)

Kuten aiemmin jo viitattiin, varsinkin naisten taipumus on tyytyä vähempään kuin mitä he oikeasti voisivat tehdä. Työskenteleminen asioiden parissa jotka todella kiinnostavat itseä, saavat henkilön tekemään tuon asian eteen enemmän. Sandberg kehottaakin tuomaan koko persoonallisuuden työpaikalle eikä vain puolikasta siitä. Omalle kohdalle ei pidä myöskään hyväksyä ulkoa tuotuja ajatusmalleja, vaan keskittyä omaan työhön, mitä on tekemässä juuri nyt. (Vuorela 2013.)

Hyvään itsetuntoon liittyy myös sen hyväksyminen, ettemme pysty täydellisiin suorituksiin, kukaan ei pysty. Asioita pitäisi tarkastella siitä näkökulmasta, mikä on itselle tärkeintä tuolla hetkellä. Täydellisyyteen pyrkiminen on juuri niitä esteitä, jotka sitten estävät ottamasta vastaan uusia haasteita, kun ajatellaan, ettemme suoriudu siitä täydellisesti. (Vuorela 2013.)

Uralla etenemiseen liittyy myös kysymys siitä, hyväksyvätkö muut tuon etenemisen. Miesten etenemisen hyväksyvät sekä miehet, että naiset. Naisten etenemiseen suhtautuvat hieman negatiivisesti miehet ja myös toiset naiset. Heistä pidetään vähemmän molemmissa ryhmissä ja tämä tuntuu olevan yksi niitä jotka estävät naisia etenemästä uralla, he haluavat toisten hyväksyntää. Tässä kohtaa tarvittaisiin naisten itsensä työskentelemistä uuden asenteen eteen. Madeleine Albright on osuvasti sanonut: ”Helvetissä on erityinen paikka naisille, jotka eivät auta muista naisia.” (Vuorela 2013.)

Menestyneiden naisten tulisi siis antaa tukea niille jotka ovat vasta kipeämässä ylöspäin menestyksen rappusia. Ei tulisi tulla sokeaksi sukupuolisyrynnälle, kuten joskus näyttää käyvän naisille, jotka itse ovat saavuttaneet tietyn aseman. Tulisi pyrkiä laittamaan hyvä kiertämään ja antaa sama mahdollisuus muille, minkä itsekin on saanut. Kehua kollegoitaan, sen saa aikanaan takaisin kehuina heiltä. (Vuorela 2013.)

5 Tutkimuksen toteutus

5.1 Tutkimusote

Lähestyn aihetta kvalitatiivisellä menetelmällä, koska se mielestäni sopii parhaiten aiheeseen ja tuo esille yksilön elämässä, miten he ovat uraa suunnitelleet tai miten se on muuten edennyt. Teen vapaita kysymyksiä, jotka antavat mahdollisuuden vapaamuotoisesti omin sanoin kertoa uran etenemisestä ja valinnoista.

Laadullista tutkimusta voisi luonnehtia vastauksen hakemiseksi tiettyihin kysymyksiin. Tutkimukseen liittyy muuttujia ja sitä voidaan todistella myös tilastollisilla tiedoilla. (Alasuutari 2001, 32, 33.) Tutkimuksessa on kaksi vaihetta. Ensin havainnot pelkistetään ja sen jälkeen on ratkaistava miten tutkimus vastasi edellä esitettyihin kysymyksiin. (Alasuutari 2001, 38.)

Pelkistämisessä on olennaista se, että kiinnitetään huomiota olennaisiin seikkoihin, vaikka näkökulmia olisi useampia. Aineistoa tiivistetään ja havaintoja yhdistetään. Tämän jälkeen luodaan sääntö jonka puitteissa aineistoa tarkastellaan. (Alasuutari 2001, 40.)

5.2 Tutkimusmenetelmä

Kvalitatiivisellä tutkimuksella pyritään hakemaan vastauksia kysymyksiin. Aineistossa on myös muuttujia, jotka vaikuttavat annettuihin vastauksiin. Joissain tapauksissa myös tilastolliset tiedot voidaan ottaa todisteiksi kvalitatiivisen tutkimuksen tulosten todisteiksi. (Alasuutari 2001, 32, 33.)

Kun tutkimusaineistoa analysoidaan, kuvioon kuuluvia seikkoja selvitetään tavalla, joka selventää ristiriitaiselta tuntuvia asioita ja pystytään osoittamaan, etteivät ne ole ristiriidassa esitetyn tulkinnan kanssa. Pelkät todennäköisyydet eivät ole tulkintaa. Laadullisessa analyysissä voidaan erottaa kaksi vaihetta. Havainnot on ensin pelkistettävä ja sen jälkeen arvoitus ratkaistava. Alussa esitettyyn kysymykseen on siis kyettävä antamaan perusteltu vastaus. (Alasuutari 2001, 38, 39.)

Havaintojen pelkistäminen tarkoittaa huomion kiinnittämistä siihen, mikä aineistossa on olennaista, vaikka näkökulmia olisi useampia. Havaintoja voidaan yhdistää ja luodaan sääntö, jonka puitteissa koko aineisto voidaan tarkastella läpi tutkimuksen. (Alasuutari 2001, 40.)

Aineistossa havaittuja eroja voidaan pitää johtolankoina, kun halutaan selvittää jonkin ilmiön syytä. On kuitenkin hyvä rajata millaisia eroja lähdetään tutkimaan ja niitä on hyvä tutkia suppeana havaintojen joukkona. johtolankojen perusteella aineistosta voidaan tehdä tulkinta. (Alasuutari 2001, 43, 44.)

Kun aineistossa on runsaasti johtolankoja, voidaan pitää, että niistä saatu tulos on luotettava. Tätä voisi verrata salapoliisikirjallisuuteen, jossa pyritään ratkaisemaan ongelma seuraamalla johtolankoja, mitä enemmän johtolankoja on, sitä todennäköisempää on, että saadaan oikea ratkaisu. (Alasuutari 2001, 47, 48.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa voidaan hyödyntää myös määrällistä tutkimusta. Kysymykseen vastaaminen, kuten Alasuutari kirjoittaa ”arvoituksen ratkaiseminen on laadullisen tutkimuksen ydin. (Alasuutari 2001, 53.) ”Täytyy tyytyä tulkitsemaan merkkejä, tekemään tulkintoja, mutta toisaalta täytyy varoa pettämistä itseään, tulkitsemasta merkkejä omien toiveiden mukaisesti” (Alasuutari 2001, 77).

Kvalitatiivisen tutkimuksen aineistolle on luonteenomaista käänellä ja tarkastella asiaa monelta kannalta ja näin jokaisesta näkökulmasta voi tulla probleema. Siinä on kuitenkin etunsa, siitä tulee ilmaisun rikkaus, monitasoisuus ja kompleksisuus. ”Kuin elämä itse.” (Alasuutari 2001, 83, 84.)

Tutkimusaineiston yhteenvedossa on tärkeää tehdä selväksi, millä tavalla ja missä suhteessa väitetään tuloksella olevan yleisempää merkitystä. Selityksen tulee olla looginen ja pätevä kokemuspäiseen aineistoon. (Alasuutari 2001, 243.)

5.3 Aineiston keräys ja käsittely

Halusin urakertomuksia erilaisilta aloilta ja näin olenkin saanut hyvin toisistaan poikkeavia kertomuksia. Olen ottanut mukaan myös henkilöitä, jotka ovat syystä tai toisesta, vaihtaneet alaa. Urakertomuksia tuli yhdeksän ja vastaajat olivat uran alussa olevista

keski-ikäisiin. Valtaosa vastaajista on naisia, mutta miehiäkin on tutkimuksessa mukana. Uraa koskevat kysymykset olen lähettänyt helmi- ja maaliskuun aikana.

Tutkimuksessani käytin seuraavia kysymyksiä. Pyysin heitä kertomaan lyhyesti kertomuksen muodossa urastaan.

1. Toivoisin, että kertomuksessasi tulisi ilmi kaikki pitkäkestoisemmat työsuhteet, esimerkiksi yli 3 kk kestäneet tai mahdollisesti omasta mielestäsi merkityksellisimmät urasi kannalta. Millaista työtä teit, mitkä olivat tittelisi?
2. Mikä sai hakeutumaan uuteen työpaikkaan tai työtehtäviin?
3. Oliko työpaikan vaihto ja työuran rakentaminen ollut suunnitelmallista vai sattumanvaraista?
4. Onko sinulla ollut työtä hakiessasi päivitetty cv, portfolio työnäytteistä tai suosittelevia edetessäsi haluamiisi työtehtäviin tai muutoin tuonut esille oman osaamisesi?

Pyysin vastaajia kirjoittamaan apukysymysten avulla tarinan heidän omasta urastaan. Yhteydenpito tapahtui sähköpostilla, koska se antoi heille mahdollisuuden valita heille itselleen parhaiten sopivan ajan vastaamiseen. Se on antanut myös vapaat kädet kertoa, mitä he ovat halunneet tai mitä he ovat pitäneet tärkeänä kertoa urastaan.

Kävin tutkimusaineistoa läpi ja, koska vastaajat olivat eri aloilta ja eri ikäisiä. Otin huomioon sen, että oli kaksi ääripäätä, nuori aivan uransa alussa ja toisessa päässä jo pitkän työuran tehnyt. Suurin osa tutkittavista sijoittui johonkin näiden välimaastoon. Oli kiinnostavaa nähdä, mitä yhteistä heidän kertomuksistaan nousi esiin ja mikä taas oli erilaista, koska työaloiutusaika on ollut aivan toinen pitkän uran tehneellä. (Alasuutari 2001, 93.)

Kertomukset olivat kovin erilaisia ja siksi tein jokaisesta kertomuksesta tiivistetyn version, josta oli helpompi nähdä, kokonaisuutena uran kehitys (Alasuutari 2001, 128). Siitä oli helpompi nähdä työn eteneminen mahdolliset työpaikan vaihtamiset ja syyt siihen. Tarkentavat kysymykset vastasivat myös siihen, miten he olivat itse edistäneet omaa uraansa.

Aloitin aineiston tarkastelun ammateista, missä kukin oli aloittanut työuransa tai sen osan, jota vastaaja piti itselleen tärkeänä. Toiseksi nousi seikka, oliko työ ollut sellainen, jota oli tavoiteltu vai oliko siihen vain ajaututtu. Tarkastelin myös sitä, mikä oli

vastaajien kokemus omasta työstä, oliko se saanut heidät luomaan uraa jo valitsemallaan alalla, vai olivatko he halunneet hakeutua itseään enemmän kiinnostaviin tehtäviin tai jopa vaihtamaan alaa. Halusin tarkastella myös koulutuksen ja koulutusvalintojen vaikutusta kunkin työuraan. Uran etenemiseen vaikuttaa myös ansioluettelo, portfolio tai suosittelija, miten näitä oli käytetty, vai oliko niillä lainkaan merkitystä lopputuloksen kannalta, oli yksi seikka, minkä halusin selvittää.

6 Tulokset

6.1 Työurat

Tutkimusvastauksia läpi käydessäni havaitsin, että työurat olivat erittäin monipuoliset. H1 kertoi merkityksellisimmistä työtehtävistään. Ensimmäinen vastaajista oli toimihenkilönä vastuullisessa työssä, johon liittyi myös asiakaspalvelua, toinen työ oli luonteeltaan myös asiakaspalvelua, jossa hän opasti ja neuvoi asiakkaita. Opiskelu on vahvistanut hänen ammattitaitoaan ja H2 taas on edennyt valitsemallaan uralla alusta pitäen määrätietoisesti mm. päällikön tehtävissä. Työtehtävät ovat vaihtuneet, mutta ala on pysynyt samana, kouluttautuminen työn ohella on laajentanut hänen tietämystään alasta ja luonut hyvän pohjan etenemiselle yhä haastavampiin ja häntä itseään kiinnostaviin tehtäviin.

H3 on aloittanut työuran erittäin vaatimattomista töistä, mutta havainnut tämän olevan nimenomaan kannustin hankkiutua koulutukseen ja edetä työuralla alansa asiantuntijaksi. Myös kiinnostus hoitaa yhteisiä asioita on saanut hänet tarttumaan uusiin haastaviin työtehtäviin. H4 aloitti työt vain tunnepohjalta ja työ on aluksi tuntunut tyydyttävältä, mutta aikaa myöten hän huomasi kuitenkin ettei se riitä, vaan hän on hakeutunut muihin töihin odottaessaan opiskelupaikkaa ja saanut työn, joka häntä todella kiinnostaa. Hän vastaa erään yrityksen viestinnästä, mutta ei ole varsinaisesti yrityksen palveluksessa, vaan toimii yrittäjänä, pyörittäessään toimiston rutineja.

Useissa työurakertomuksissa tuli ilmi seikka, että joku lähipiiristä oli suositellut jotakin työpaikkaa. Näin kävi myös H5:lle. Mutta pian hän havaitsi, että avustavan lakimiehen työn varsinaiset tehtävät eivät olleet riittävän haastavia, vaan hänellä oli muita kiinnostavia tehtäviä varsinaisen työn ohella. Hän vaihtoi työpaikkaa ja tehtäviä projektinvetäjäksi, mutta kiinnostus asioiden kehittäminen jatkui, ja tätä hän teki muissakin tehtävissä.

sä, varsinaisen työnsä ohessa. Tämä antoi hänelle mainetta ongelman ratkaisijana ja toi hänelle uusia työtehtäviä. Samoin kuin edellä, koulutus on ollut myös hänelle askelma uusiin haasteisiin. Työtehtävät eivät yrityksissä kuitenkaan olleet tarpeeksi tyydyttäviä, ja epäonnistuneen työsuhteen loputtua hän perusti oman yrityksen, jota hän pyörittää edelleen.

6.2 Kiinnostus alaa kohtaan

Myös H6 on jo alusta asti löytänyt itselleen uran, joka kiinnostaa. Hän on hakenut työtä ja saanut tehtävät joita hän on hakenut. Häntä on pyydetty alansa kouluttajaksi ja hän on vastannut myönteisesti tähän haasteeseen. Lopulta hän havaitsi, perheen kasvaessa, että toiminta yrittäjänä sopi hänelle parhaiten, joten hän otti haasteen vastaan ja toimii yrittäjänä edelleen. Yrittäminen vaatii jatkuvaa ajan tasalla pysymistä, niinpä jatkuva kouluttautuminen on välttämätöntä.

Sisaren innoittamana on myös H7 lähtenyt luomaan uraa, mutta havainnut olevansa itseä kiinnostavalla alalla, joten hän on pysynyt samoissa tehtävissä, mutta kouluttautumisella saanut yhä kiinnostavampia ja haasteellisempia tehtäviä. Aluksi hän on tehnyt sijaisuuksia, mutta taloudellisten tilanteiden kiristyessä, työtilaisuudet ovat vähentyneet ja myös hän on aloittanut itsenäisenä yrittäjänä ja pitänyt jatkuvalla koulutuksella osaamisensa ajan tasalla.

Joskus käytännön syyt ohjaavat valitsemaan jonkin ammatin, kuten H8 kertoo sairaanhoitajan ammatistaan. Myöhemmin hän on kuitenkin ollut tyytyväinen uravalintaansa ja hakeutunut vaativampiin tehtäviin. Hän on työskennellyt myös toisessa Pohjoismaassa, ja siellä kokeillut myös vaatimattomampia tehtäviä. Työtilanteen parannuttua Suomessa hän palasi takaisin ja hakeutui oman alansa töihin. Työpaikka ei kuitenkaan tyydyttänyt vaan hän alkoi tehdä töitä keikkaluonteisesti eri kohteissa. Kuitenkin halu kuulua joukkoon, on saanut hänet palaamaan vakituisempaan vakanssiin.

Oman alan löytyminen voi joskus tulla yllättävästi, kuten H9 kertomuksesta käy ilmi. Hänellä on pohjalla kaupallinen koulutus ja kokemustakin kertyi siitä jonkin verran. Hän kuitenkin havaitsi olevansa väärällä alalla, joka näkyi myös työmotivaatiossa. Hän haki yliopistoon opiskelemaan useampaan kertaan, mutta teki samalla vaatimattomampia töitä, jotka vahvistivat tietoa siitä, mikä ala häntä kiinnostaa. Nähtävissä on myös se, että ponnistelu ja opiskelu tuovat lähemmäksi juuri sen itseä kiinnostavan tehtävän.

Tässä tapauksessa tavoiteltu opiskelupaikka ei toteutunut, mutta tuleva työ tulee olemaan kuitenkin samalla alalla, vain hieman eri tehtävässä.

Työ H1 oli ollut määräaikainen, joten hänen oli hakeuduttava toiseen työhön. Uralla eteneminen on saanut H2 vaihtamaan työtä, vaikka kiinnostus samaan alaan on pysynyt. Myös kiinnostus viedä asioita eteenpäin H3:n tapauksessa, on saanut hänet tarttumaan uusiin haasteisiin. H8 Elämäntilanteiden mukaan hän on hakeutunut. Myös liika kasvottomuus ja byrokraattisuus ovat olleet motivoivina tekijöinä työpaikan vaihdolle. Työtilanteiden paraneminen on saanut palaamaan takaisin oman alansa työhön.

6.3 Ulkopuoliset tekijät

Työtilanteiden kiristyminen on saattanut saada henkilön etsimään uusia mahdollisuuksia, kuten H7 on tehnyt. Myös se, että on erikoistunut alaan, jolla on vain vähän osaajia H6:n tapaan, voi johtaa siihen, että pyydetään uusiin tehtäviin, samoin kuin se, että on näyttänyt osaamisensa ja se on laajasti tiedossa, niin kuin H5:n kertomus osoittaa. Useammassa kertomuksessa tulee esille se, että työtehtävät tai ala ovat alun perin olleet väriä kuten vastaajat H4 ja H9 ovat todenneet. Työ ei ole ollut tarpeeksi haastavaa tai opiskelupaikka on nuorena valittu vain siksi, että saa jonkin tutkinnon ja ala ei olekaan ollut itseä kiinnostava, ja se on saanut myöhemmin hakeutumaan uuteen koulutukseen ja työpaikkaan.

Suunnitelmallisuutta uran alussa ei useimmilla ole, vaan työtehtäviin on ajauduttu syystä tai toisesta kuten H3 ja H4 kertomuksissaan kuvailevat. Myöhemmin juuri se, että työ ei ole ollut tyydyttävää on saanut hakeutumaan koulutukseen ja työurasta on tullut suunnitelmallisempaa. On kuitenkin merkkejä siitä, että toisissa tapauksissa suunnitelmallisuus on ollut kuvassa mukana ainakin jollakin tasolla alusta asti. Tämän voi havaittiin vastaajien H1 ja H2 kertomuksista. Myös työpaikat ovat voineet olla sellaisia, etteivät ne ole tarjonneet tyydytystä, vaan pikemminkin latistaneet, joka ei nosta motivaatiota vaan nimenomaan saa hakeutumaan muualle aivan H5:n ja H8:n tavoin.

Yllättävää kertomuksissa on se, että usealla on maininta siitä, että CV:tä tai muuta suositusta on hyvin harvoin tarvittu. Usein itse työ on ollut suositus uusiin tehtäviin.

6.4 Brändäyksen merkitys

Näkisin, että jollain tavalla brändäys on arkipäivää henkilöillä, jotka tietävät mitä haluavat. Koulutus nousi esiin kaikissa, vaikka joissakin kertomuksissa aluksi valittu ala oli väärä tai käytännön syistä valittu, mutta siitä huolimatta koulutuksella oli kuitenkin iso rooli. Myös sillä, että tekee hiukan enemmän kuin olisi tarpeen omassa työssään, eli on aktiivinen, on ikään kuin merkki siitä, että haluaa ottaa haasteita vastaan ja useissa tapauksissa tämä on ollut yksi askel kohti sitä työtä, minkä on kokenut mielekkääksi. Tai jossain tapauksessa niin, että vaatimattomampi työ on kuitenkin yhteydessä jollakin tavalla siihen, mikä on se todellinen päämäärä, johon sitten aktiivisesti pyrkii.

Yllättävän vähän oli merkitystä sillä, että tieteen tahtoen haluttiin luoda jokin kuva itsestä. Tällaisiakin toki oli ja ne olivat työurissa, jossa jo alun perin tiedettiin, mikä ala kiinnostaa ja sitä sitten tietoisesti lähdettiin rakentamaan. Näissäkin tapauksissa kuitenkin CV:n tai muun kirjallisen materiaalin tai suosittelijan käyttäminen oli vähäistä. Yleensä se, joka oli jo näyttänyt kiinnostuksensa ja pyrkimisensä vaativampiin tehtäviin, oli ikään kuin työnsä kautta brändännyt itsensä aikaansaavaksi tekijäksi ja hänelle jopa saatettiin sen perusteella tarjota hänen osaamistaan paremmin vastaavaa työtä.

6.5 Yhteenveto

Monenlaisissa työtehtävissä olevat tutkittavani ovat olleet motivoituneita siihen, mitä he haluavat tehdä. Se on antanut sinnikkyyttä ja myös motivaatiota ottaa haasteita vastaan. He ovat olleet tietoisia omista vahvuuksistaan ja se on antanut rohkeutta jopa vaihtaa työpaikkaa silloin, kun se ei ole ollut tyydyttävä, eikä siellä ole voinut antaa parastaan.

On nähtävissä myös se, että omaa osaamista on pitänyt tuoda rohkeasti esille, ja aktiivisuus työssä ja jopa aktiivisuus opiskeluvaiheessa saattaa olla ponnahduslauta eteenpäin. Mutta mielestäni selvästi tulee esille sellainen piirre, että juuri se työ, se ala kiinnostaa. Se saa ponnistelemaan ja tekemään parhaansa. Mutta joistakin kertomuksista käy ilmi myös se, että motivoituneisiinkin työntekijöihin vaikuttaa työpaikan ilmapiiri. Työpaikkoja on vaihdettu siksi, että on tuntunut, ettei siellä ole hyvä olla.

Menestyneet henkilöt eivät ole pelänneet ottaa vastaan tehtäviä, vaan he ovat halunneet nimenomaan tehtäviä jotka vastaavat heidän osaamistasoaan tai he ovat tehneet

vaatimattomampia tehtäviä, kuitenkin pitäneet mielessään mikä heidän todellinen päämääränsä on. Pitäisikö tässä kohdassa vähän miettiä sitä suomalaista vaatimattomuuden korostusta, siitä ei näy olevan ainakaan hyötyä haettaessa työtä joka todella kiinnostaa. En tarkoita tässä sitä, etteikö oikeanlainen vaatimattomuus voisi olla paikallaan. On olemassa myös sellaista liikaa vaatimattomuutta, joka aiheuttaa alisuoriutumista, ei haeta tehtäviä joihin on todella edellytyksiä vaan otetaan vain varman päälle työ, josta varmasti suoriutuu, rutiini jossa ei ole mitään haastetta.

7 Johtopäätökset

7.1 Keskeiset johtopäätökset

Nykyinen työelämä tarvitsee bändäystä niin yksilön kuin yrityksenkin menestyksen vuoksi. Työelämä on murroksessa. Epätyypilliset työsuhteet ja pätkätyöt lisääntyvät, vaaditaan entistä parempia markkinointitaitoja siltä, joka hakee työpaikkaa. Myös työnantajan vaatimukset ovat muuttuneet ja saattaa olla, että työnhakija hakee sitä paikkaa, joka on relevantein hänen oman urasuunnitelmansa kannalta.

Nykyisten lyhyiden työsuhteiden yleistyessä, vaaditaan työntekijöiltä aivan uudenlaista joustavuutta. Ne voivat stressata jotakuta, mutta toiset ovat osanneet kääntää sen omaksi edukseen ja muokkaavat määräaikaista työsuhteita omista lähtökohdistaan itselle sopiviksi.

Negatiivisena puolena voisi nähdä sen, että tutkimuksen perusteella hyvät ja motivoituneet työntekijät hakeutuvat muualle, jos työpaikka ei pysty tarjoamaan tarpeeksi mielenkiintoisia ja haastavia tehtäviä. Yhdessä kertomuksessa on juuri se seikka, mistä työpaikkakiusaamisen yhteydessä on paljon puhuttu, joku on ”liian” hyvä ja hänet katsotaan uhaksi jollekulle, kun ei tyydy tekemään vain sitä mikä on pakko, vaan haluaa käyttää luovaa ajattelua. Työpaikasta joutuu lähtemään juuri tuo luova yksilö, joka voisi monin tavoin olla innostajana myös muille ja viedä työpaikan työskentelytapoja eteenpäin, josta hyötyisi myös yritys, parempana laatuna ja taloudellisena hyötynä.

Kaikilla ihmisillä on jokin vahvuus ja hän erottuu sen perusteella mahdollisista muista samaa työtä tekevästä jollakin positiivisella tavalla. Vahvuus riippuu kuitenkin yksilöistä ja työnantajan kannalta siitä, millaiseen tehtävään juuri nyt tarvitaan uutta henkilöä.

Tulisi kuitenkin muistaa, että työyhteisö, jossa on mahdollisimman monenlaisia yksilöitä ja erilaisia taitoja, pärjää kasvavassa kilpailussa parhaiten, koska sellaisessa yhteisössä usein tulee monipuolisia ajatuksia, joista jotkut voivat kehittyä uudeksi innovaatioiksi.

Joskus ajatellaan optimismin olevan vastaus kaikkeen, mutta vaarana on tavoitella jotakin, mitä ei ole mahdollista saavuttaa, koska asiassa on todellisia esteitä. Tällöin resursseja tuhlataan turhaan, kun olisi auki jokin toinen mahdollisuus, joka on realistinen. Optimismissa on kuitenkin piirteitä, jotka vievät eteenpäin, joustavuus ja halu etsiä ratkaisua tilanteeseen. Nämä ovat piirteitä, joita kannattaa vahvistaa.

Myönteisyyden opettelu ei ole aina helppoa, se voi vaatia työtä. Se miten suhtaudumme asioihin, juontaa juurensa meidän menneisyydestämme ja kokemuksistamme. Negatiivinen ajattelu ei johda mihinkään, koska se saa usein ihmiset näkemään positiivisetkin asiat negatiivisessa valossa. (Liite 1) Asetelman voi muuttaa ja se lähtee jokaisesta yksilöstä, ei tarvita muiden mielipiteitä, mitä muut siinä tilanteessa tekevät.

Negatiivinen ajattelu myös rajoittaa ihmisen toimintaa. Tutkimuksessa tuli ilmi sellainenkin seikka, että työpaikan menetys, vaikka se on vaikea tilanne sillä hetkellä, se saattaa muuttua uudeksi mahdollisuudeksi. Sellaisessa tilanteessa on hyvä sellainen taito, että osaa katsoa myös vastoinkäymisen antamat mahdollisuudet. Negatiivinen ajattelu ei siis palvele ihmistä itseään, päinvastoin se rajoittaa elämää ja mahdollisuuksia. Kaventaa näköalaa. Kuten jo totesin, usein ajattelu kumpuaa jostakin, mitä olemme kokeneet menneisyydessä, sitä emme voi muuttaa, mutta tulevaisuuteemme voimme vaikuttaa.

Näkökulman vaihtaminen ei ole helppoa, pitää opetella uudenlaista ajattelua. Sitä voisi verrata kuin uuden ohjelman lataamiseen päämme tietokoneeseen. Kun opettelee käyttämään sitä, ja mitä enemmän sitä käyttää, sitä helpommaksi sen käyttäminen tulee. Tulee kuin uusia kanavia joita pitkin ajatukset kulkevat. Silloinkin kun tulee eteen jokin odottamaton vastoinkäyminen, niitä väistämättä tulee, voi katsoa, mitä mahdollisuuksia sen jälkeen vielä on ja mihin suuntaan voi lähteä.

Kilpailu työmarkkinoilla on haastavaa nykypäivänä antaa mahdollisuuden oman osaamisen tarkasteluun ja antaa tilaisuuden kääntää oman tietonsa käytännön viisaudeksi. Asettaa itselleen päämääriä ja pyrkiä määrätietoisesti kohti niitä, tietäen omat vahvuudet.

tensa, kuten esimerkkitapauksissa on käynyt. Työkään ei tunnu tylsältä kun on aina jotakin mihin voi pyrkiä.

Ihminen, jolla on positiivinen asenne ja halu pyrkiä johonkin, vaikuttaa usein positiivisesti muihin ympärillään oleviin. Hänestä ikään kuin lähtee positiivisia aaltoja lähellä oleviin. Tällä on esimerkiksi työpaikalla varmasti sellainen vaikutus, että työteho paranee, kun jaksetaan olla kiinnostuneita ja innostuneita omasta työstä. Työnantaja voi lisätä tätä kertomalla henkilökunnalleen, miksi heidän työnsä on tärkeä ja mihin yritys on menossa, mikä on siellä työskentelevän henkilöstön päämäärä ja miten yhdessä sinne voi pyrkiä.

Erilaiset ihmiset voivat tuoda uusia näkökulmia asioihin. Ystävyys suhteissa on myös hyvä, jos niitä on monenlaisia ja erilailla ajattelevia, koska pulman tullessa he voivat auttaa katsomaan asiaa uudesta, erilaisesta näkökulmasta. Yhdessä tekemisellä on todettu olevan myönteisiä vaikutuksia ihmiseen. Useimmat ihmiset ovat osallistujia, ei tarkkailijoita, mutta molempia tarvitaan. Tarkkailija voi nähdä asiassa jonkin sellaisen piirteen, mitä osallistuja ei näe.

Kokemukset, kuten on jo todettu, muovaavat myös ihmistä. Se, miten on aiemmin suoriutunut jostakin tehtävästä, vaikuttaa myöhemmin, miten hän suhtautuu eteensä tuleviin mahdollisuuksiin. Se, jos aiemmin on positiivinen käsitys siitä mihin pystyy, vaikuttaa myöhemmin siihen, miten vastaa kun edessä on haastavampi tehtävä. Tässä on hyvä paikka alkaa ajatella uudella tavalla. Se että aikaisemmin on epäonnistunut jossakin tehtävässä, voi ottaa opetuksena, voi oppia tekemistään virheistä ja uskaltaa ottaa vastaan uuden haasteen. Tällainen uskallus, voi luoda rohkeutta myös ympäristöön, tässäkin on mahdollisuus vaikuttaa myös muihin positiivisella tavalla.

Johdolla voi olla ratkaiseva osa positiivisen hengen luomisessa. Luottamus johdon ja alaisten välillä on ensiarvoisen tärkeää. Yksi keino siihen on Me-hengen luominen vaikkapa tuomalla esiin, että voittoja ei ollut tekemässä ainoastaan johto, vaan siihen tarvittiin myös alaisten panos. Se miten johtaja tai esimies käyttäytyy ja toimii, on tärkeämpää kuin se, mitä hän mahdollisesti sanoo.

Nykyään tiedotusvälineissä on usein puhuttu huonon johtamisen vaikutuksista työyhteisöön. On myös tehty tutkimuksia siitä, mitä hyötyä on hyvästä johtamisesta, ja siitä on todella hyötyä aivan taloudellisella tasolla ja voidaan esittää numeroina taseessa.

Kysymys on suurista summista ja siksi yritysten kannattaisi kiinnittää huomiota siihen, millaisia johtajia heillä on ja toisaalta satsata hyviin ihmisiin työntekijöinä, he pääsevät parhaaseen tulokseen, kun heidän arvonsa tunnustetaan. Se on pelkkää tuottoa yritykselle.

Brändäys toisi vastauksen moneen edellä kuvailtuun pulmaan. Se täytyy aloittaa itseltä. Sen tietämisestä kuka oikein on, millainen on. Tämä tutustumisvaihe on erittäin tärkeä, koska se millaisia me olemme, näkyy muille, vaikka emme sitä haluaisi itsellemme myöntää. Sisäinen minämme näkyy.

Kun tiedämme keitä olemme, tiedämme myös sen mitkä ovat meidän vahvuutemme ja mitä voimme tarjota tuolle työnantajalle, jonka palvelukseen pyrimme. Jopa se mitä harrastamme, kertoo meistä ja se voi olla myös se mikä lisää meidän erilaisuuttamme muihin hakijoihin nähden. Se antaa meille inhimilliset puitteen ammatillisen osaamisemme ympärille.

Brändi on siis ihminen itse, omine persoonallisuuden piirteineen. Usein me suomalaiset ajatteleamme sen olevan jotakin tehtyä, ja siksi se usein saatetaan kokea jonakin negatiivisena. Mutta kuten haastatteluista käy ilmi, brändäys on tätä päivää. Ne jotka uskaltavat tarttua tilaisuuteen tai tekevät kovasti työtä päästäkseen haluamaansa kiinnostavaan tehtävään, voivat onnistua siinä. Tästä on hyötyä myös työnantajille, ne saavat motivoituneita ihmisiä töihin ja se vaikuttaa koko yrityksen menestykseen.

Brändäämisellä voi olla myös vaikutusta siihen, ettei tuo negatiivinen tunne, kateus vaikuta niin paljon työpaikan ilmapiiriin. Kaikki tietäisivät omat vahvuutensa, että on hyvä juuri siinä omassa tehtävässään, omalla osaamisellaan. Ei tarvitse seurata ketään karismaattista henkilöä, eikä tarvitse kenenkään yksittäisen ihmisen hyväksyntää työpaikallaan, kun tietää olevansa hyvä omana itsenään.

7.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimus perustui vastaajien vapaasti laatimiin kertomuksiin ja heille oli annettu ainoastaan apukysymyksiä siitä, mitä seikkoja haluttiin kertomuksissa tuotavan esille. Vastauksia sain yhdeksän ja pidän tulosta luotettavana, kun tutkimusmenetelmä on kvalitatiivinen.

Haasteena pidin sitä, miten kiireisessä työelämässä mukana olevat saisin vastaamaan tutkimukseen. Samoin se, että halusin vastauksia monenlaisilta aloilta, kuinka osaisin nähdä niissä kuitenkin ne piirteet, jotka yhdistivät kertomuksia. Samalla tämä piirre oli tutkimuksen sekä mielenkiintoisin että haastavin vaihe. Haasteena oli myös se, että tutkimus suuntia oli yllättävän paljon ja työtä piti rajata melko voimakkaasti, ettei työ lähde osa-alueille, mitkä eivät ole tutkimuskysymysten kannalta relevantteja.

Mielestäni löysin ne seikat, jotka yhdistivät kaikkia kertomuksia ja olenkin ne tuonut esille yhteenvedossa. Tutkimus vahvisti jo sen ennakkohypoteesin, että koulutuksella ja omalla aktiivisuudella on suuri merkitys ihmisen uran kehitykselle ja sille, pääseekö itseä kiinnostaviin tehtäviin.

7.3 Mahdollisuus jatkotutkimukseen

Aihe on laaja ja siitä voisi tutkia montaa eri osa-aluetta. Suomessa tietoinen henkilöbrändäys on vielä melko uutta ja olisi kiinnostavaa päästä seuraamaan pidemmällä aikavälillä, miten itsensä brändänneet henkilöt ovat menestyneet ja onko heille tullut tarvetta terävöittää tai muuten muuttaa omaa brändiään ajan kuluessa. Ja, jos on ollut tarvetta muutokseen, niin miksi näin on käynyt.

Myös työelämävalmennuksella on varmasti oma osansa, joidenkin työelämässä olevien uran kehityksessä, miten se on vaikuttanut ja miten sitä voisi laajentaa henkilöbrändäykseen, koska kyseessä on varsin samansuuntainen asia, henkilön omien vahvuuksien löytäminen.

Lähteet

Alasuutari Pentti 2001. Laadullinen tutkimus. Vastapaino, Tampere.

Aspingwall, Lisa G. & Staudinger Ursula M. 2006. Ihmisen vahvuuksien psykologia. Toim. Lisa G. Aspinwall, Ursula M. Staudinger, Edita, Helsinki.

Baltes, Paul B. & Freund Alexandra M., 2006. Ihmisen vahvuuksien psykologia. Toim. Lisa G. Aspinwall, Ursula M. Staudinger, Edita, Helsinki.

Bercheid, Ellen 2006. Ihmisen vahvuuksien psykologia. Toim. Lisa G. Aspingwall, Ursula M. Staudinger, Edita, Helsinki.

Caprara, Gian Vittorio & Cervone Daniel 2006. Ihmisen vahvuuksien psykologia. Toim. Lisa G. Aspinwall, Ursula M. Staudinger, Edita, Helsinki.

Dunderfelt Tony 2010. Ilon psykologia, PS-Kustannus, Jyväskylä.

Harini Chari, The Brand Called You, Exact the Extraordinary! luento 7.11.2013 Metropolia ammattikorkeakoulu, Vantaa.

Haslam, S. Aleksanden, Reicher, Stephen D. & Platow, Michael J. 2011, Uusi johtamisen psykologia. Gaudeamus, Helsinki.

Kortesuo Katleena 2010. Sano se someksi. Infor, Vantaa.

Kortesuo Katleena 2011. Tee itsestäsi Brändi. Docendo, Jyväskylä

Lehtonen Pauliina 2013. Itsensä markkinoijat. Tampere University Press ja tekijä, Tampere.

Martikainen Joni 2013.

<http://positiivinenpsykologia.wordpress.com/2013/11/28/jokainen-hetki-on-mahdollisuus-oppia-vieraskynä/>. Luettu 3.1.2014

Mäkinen Katariina 2013. Becoming Valuable Selves. Tampereen yliopisto <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66903/978-951-44-8811-5.pdf?sequence=1>.

Mäkinen Marco, Kahri Anja & Kahri Tuomas 2010, Brändi kulmahuoneeseen! WSOY-pro Oy, Porvoo.

Nyyssönen Janne 11.9.2013. Älä ole nössö rakenna itsestäsi Brändi. <http://jannenyssonen.wordpress.com/tag/brandays/>. Luettu 21.12.2013.

Perkkiö Tanja 16.10.2013.

yle.fi/uutiset/hyvaa-tyoelamaan-voisi-ottaa-oppia-vapaaehtoistyosta/6882376. Luettu 14.12.2013.

Rohwedwr Thomas 2012, luento. Kesäyliopisto, Haaga-Helia, Helsinki.

Suvanto Soile 11.12.2013.

http://yle.fi/uutiset/hyvalla_johtamisella_saastaa_silkkaa_rahaa/6980351.

Luettu 11.12.2013.

Vuorela Ulla 12.12.2013.

<http://olotila.yle.fi/mina/sheryl-sandberg-tee-omannakoisesi-ura-teidostamalla-ja-valitseamalla-rohkeasti>. Luettu 14.12.2013.

Asetelman voi muuttaa

Tapamme suhtautua toisiin, vaikuttaa ympärillämme oleviin ihmisiin. Kuva näyttäisi toiselta, jos muutkin pysäkillä olijat ajattelisivat positiivisesti.



(Juha Sihto, Aamulehti)