

OPPIMATERIAALEJA

**PUHEENVUOROJA 64**

RAPORTTEJA

TUTKIMUKSIA

Heidi Suomela & Sari Haverinen

# KÄÄNNÄ LUOVUUDELLE TOINENKIN POSKI

Uudenlaista koulutusajattelua  
kyseenalaistamisen kautta



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPPIMATERIAALEJA

**PUHEENVUOROJA 64**

RAPORTTEJA

TUTKIMUKSIA

Heidi Suomela & Sari Haverinen

# KÄÄNNÄ LUOVUUDELLE TOINENKIN POSKI

Uudenlaista koulutusajattelua  
kyseenalaistamisen kautta



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

TURUN AMMATTIKORKEAKOULUN  
**PUHEENVUOROJA 64**

Turun ammattikorkeakoulu  
Turku 2012

Mustavalkokuvitus: Hannu Suomela

ISBN 978-952-216-255-7 (painettu)

ISSN 1457-7941 (painettu)

Painopaikka: Tampereen Yliopistopaino – Juvenes Print Oy, Tampere 2012

ISBN 978-952-216-256-4 (PDF)

ISSN 1459-7756 (elektroninen)

<http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522162564.pdf>



# SISÄLTÖ

ESIPUHE	5
LUETAI JÄTÄ, TÄMÄ ON TÄTÄ	7
LUOVUUS JA ONGELMANRATKAISU	9
Luovuus kehittää	10
Kyseenalaista ja kysy miksi	11
Sisäinen motivaatio	14
Kuuntele itseäsi ja luota prosessiin	15
Joukossa kehitys tiivistyy	16
OIKEAT KYSYMYKSET	18
Haasteena haastattelu	18
Rajoituksista luopumisen vaikeus	20
LUMOAVA LUOVUUS	22
Ensimmäinen Heureka!	22
Koukussa luomisprosessiin	26
Toisinajattelua	29
TIEDOSTAMISESTA TOTEUTUSIDEAAN	31
Todelliset tarpeet vastaan toiminta	31
Kritiikki on luovuuden ystävä	33
Koukuttava kouluttautuminen	35
Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty	37
HOTNET	39
Asenne punaisena lankana	39
Henkilöbrändäys	42
Sitouttaminen	43
Koulutusaktiivisuuden lisääminen	45
Hotnet-opas ja lanseeraus	46
PROSESSIN YMPYRÄ SULKEUTUU	49
TYÖN HEDELMÄT	51
LÄHTEET	55



# ESIPUHE

Luovuuden merkitystä ongelmien ratkaisussa ei voida kyseenalaistaa. Ennakoluulomme, tottumuksemme ja muiden ihmisten odotukset estävät meitä tekemästä asioita toisin, uudella ja erilaisella tavalla. On helppoa tehdä asiat totutulla tavalla kyseenalaistamatta niitä. Onneksi huonoina taloudellisina aikoina kiristynvä kilpailu ja tarve tehostaa toimintaa pakottavat yritykset hakemaan uusia toimintatapoja.

Jos totuttu toimintatapa kyseenalaistetaan, niin seurauksena on yleensä muutostarinta, vaikka toiminta ei uhkaisikaan yrityksen tai työntekijöiden asemaa. Miksi uudistuminen on niin tärkeää? Mistä luovuus lähtee? Mistä lähtee yrityksen kyky kyseenalaistaa asioita? Millaista vastakaikua toimintojen uudistaminen saa aikaan? Olisiko kuitenkin olemassa vaihtoehtoisia tapoja toteuttaa koulutusta kauneudenhoitoalalla?

Tämän alun perin Turun ammattikorkeakoulun kauneudenhoitoalan koulutusohjelmaan opinnäytetyönä laaditun toiminnallisen tutkimusprojektin avulla pääset mukaan tarinaan siitä, kuinka uuden ajattelutavan avulla luotiin uusi kouluttautumismalli. Perinteinen koulutus voitiin siirtää uuteen ympäristöön lähtemällä liikkeelle asiakkaiden todellisten tarpeiden ja kouluttautumismotiivien analyysistä. Matkalla selvisi monta asiaa, jotka johtivat palvelun uudelleen muotoilemiseen. Tämä tutkimuksellinen tarina tempaisee sinut luovuusmatkalle kauneudenhoitoalan koulutuksen kehittämismahdollisuuksiin.

Turku, 12.1.2012

*Juhana Lounela & Timo Linnossuo*  
Hyvinvointipalvelut-tulosalue  
Turun AMK

INSPIRAATIOhakuisuus,  
uudistumisen halu,  
kehityksen kaipuu ja  
KUKOISTUS omin ehdoin.

LUOVUUS  
Hän, joka etsii, löytää.

HALU kehittää,  
UUDISTAA ja UUDISTUA.  
Ongelma.  
Päämäärä,  
määränpäätömyys, OUTO polku.

# LUE TAI JÄTÄ, TÄMÄ ON TÄTÄ

Maailma elää jatkuvan murroksen ja uudistumisen ristipaineessa. Isot ja pienet yritykset etsivät yhä innovatiivisempia tapoja kehittää uutta. Niiden tavoitteena on löytää heikkoja signaaleja, joista kasvattaa tulosvoittoisia virtoja. Työryhmiin haetaan luovia ihmisiä. Koulutuksia ja palaverieja järjestetään, jotta luovuus ja innovatiivisuus saadaan kukoistamaan. Kouluttautumista on tarjolla rajattomasti ja henkilökohtaista asiantuntijuutta kehitetään jatkuvana kehänä. Elinehto selviytymiselle muuttuvassa maailmassa on jatkuva uudistuminen. Uudistumista halutaan ja haetaan, mutta tilaisuuden tullen harvat tarttuvat siihen.

Clayton Christensen on tunnettu innovaattori, joka puhuu edelläkävijän dilemmasta. Se on ilmiö, jonka parissa hän on viettänyt aikaansa tutkien teknologian nousua, tuhoa ja uudelleen kasvamista. Tutkimuksissaan Christensen korostaa, ettei parhainkaan liikkeen johto ole tae menestykseen, vaan mahdollisimmatkin yritykset tippuvat huipulta kohdatessaan häiritseviä muutoksia markkinoilla ja teknologiassa. Edelläkävijän dilemman keskeiseksi sanomaksi nousee se, että ne käytännöt, jotka ovat vieneet yritykset johtaviksi valtavirtamarkkinoilla estävät niitä hyödyntämästä muutoksien ja häiritsevien teknologioiden tarjoamia uusia mahdollisuuksia. Niitä mahdollisuuksia, jotka saattaisivat potkaista yritykset uuteen räjähtävään nousuun.

Uudistumisen ja menestyksen ilmiötä on tutkittu yritysmaailmassa. Luovia toimintoja ja menetelmiä on kehitetty, mutta missä ovat tulokset? Miksi jatkuva uudistuminen on niin vaikeaa? Edelläkävijän dilemma on ilmiö, joka näyttäytyy maailmassamme eri tasoilla. Christensen puhuu globaalista yritysmaailmasta ja markkinoiden jatkuvasta muutoksesta. Miten vastaavan kaltainen ilmiö näyttäytyy asiantuntijuuden kehittymisen tasolla, ihmisen henkilökohtaisessa elämässä, joka niin monesti isoja kokonaisuuksia tarkastellessa unohtuu? Niistä kuitenkin muodostuvat sekä pienet työryhmät, keskisuuret organisaatiot että globaalit yrityksetkin.

Elämme yhteiskunnassa, jossa kouluttautuminen ja asiantuntijana kehittyminen ovat asioita, joita vahvasti arvostetaan ja tavoitellaan. Niiden tavoitteluun liittyy sosiaalista painetta, joka kumpuaa henkilön sisäisestä kehittymisen halusta sekä yhteiskuntamme luomasta suoritustarpeesta. Koko kouluttautumis-



kulttuurimme on varsin syvästi juurtunut yhteiskuntamme perustuksiin. Tiedetyt normit ja vakiintuneet toimintatavat määrittelevät toimintaamme. Nämä tavat ja normit vaikuttavat myös oppimiskäsityksiimme ja ovat jopa koulutuksen kehittymisen ja oppimisemme esteinä. Ulkoapäin tullut tarve saa aikaan vääränlaisen kouluttautumispaineen. Tarvitaan täysin uudenlaista kouluttautumiskulttuuria, joka suoritustarpeen ja ulkopuolisen paineen sijaan tukee henkilön aitoa halua ja tarvetta kehittää itseään.

Henkilökohtaisella tasolla oppiminen, uuden kehittäminen ja tuottaminen vaativat epävarmuuden sietämistä sekä oman järkipärisyyden haastamista. Löytääkseen luovuuden on irrottauduttava totutuista tavoista. Palkkioksi voi löytää ajatuksistaan aarteita, joista ei osannut edes haaveilla. Tämä on kertomus aarteiden löytymisestä kauneudenhoitoalan kehitystyössä. Aito opinnäytetyöntekoon liittyvä kehitysprosessi näkyy teoksessa päiväkirjamerkintöinä, jotka havainnollistavat luovuusmatkaa epätoivosta huippuhetkiin. Luovuusmatkalla esiintyy tyypillisiä ja häiritseviä esteitä niin henkilökohtaisella, organisaatiollisella kuin yhteiskunnallisellakin tasolla. Alussa hallitsevat varmuudentunteentarpeet vaihtuvat järjeistämisestä luopumiseen, joka puolestaan johtaa suurien oivallusten kautta kehittyneiden ratkaisujen toteuttamiseen.

Työ on monikerroksinen, ja se kertoo tekijöiden haastavasta luovuusmatkasta, asiantuntijuuden kehittymisestä sekä kauneudenhoitoalan maahantuontiyrittäjien tarjoaman kouluttautumisen kehittämistä. Tähän kehittämisprosessiin nivoutuvan matkan aikana alkuperäinen tarkoin rajattu ratkaisu kampaajien kouluttautumisen kehittämiseksi muuttaa täysin muotoaan luovan ongelmanratkaisun kautta, kun valmis idea eräänlaisesta koulutuspassista kehittyi asenteisiin vaikuttavaksi kouluttautumisfoorumiksi internetissä.

Ennen eteenpäin astumista on tarpeen todeta, ettei tämä ole opas, joka kertoo miten toimimalla päästään parhaaseen lopputulokseen. Kaiken tarkoituksena on herätellä lukijan omia ajatuksia luovuudesta, uudistumisesta ja kouluttautumisesta, ja ennen kaikkea sytyttää uusien ajatusten kautta luovuuden liekkejä eloon.

# LUOVUUS JA ONGELMANRATKAISU

*Mitä luovuus on?*

Kysymykseen on lähes mahdotonta antaa tyhjentävää vastausta. Luovuus on vaikeasti määriteltävissä ja juuri siksi ihmisen itsensä löydettävä. Voidaan kuitenkin todeta, että vastustus ja luova ajattelu liittyvät aina yhteen. Vastustus kehittää ajattelua ja johtaa sitä kautta luovempiin ongelmanratkaisuihin. Tämän ja monia muita luovuuteen liittyviä seikkoja saivat huomata läpi teoksen mukana kulkeva työpari, Sari Haverinen ja Heidi Suomela.

Monia ongelmanratkaisukeinoja on kehitetty, ja niitä varten on luotu erilaisia kaavoja ja menetelmiä. Mitä enemmän noita samoja kaavoja käytetään, sitä juurtuneemmiksi ne muodostuvat ja sitä samantapaisempia ratkaisuja ne tuottavat. Toteuttamalla aidosti luovaa ongelmanratkaisua ei yksikään prosessi kulje saman kaavan mukaan. Jokainen prosessi on ainutlaatuinen, joten kokonaiskuvan kykenee hahmottamaan vasta koko matkan läpi kuljettuaan.

Aikamme tunnetuimman ongelmanratkaisijan Albert Einsteinin ajattelutapa oli ongelmanratkaisua kohtaan mielenkiintoisen erilainen. Hän piti tärkeänä sääntöjen rikkomista, oikean ongelman löytämistä, kaavojen murtamista ja ratkaisuun etenemistä. Lyhyesti sanottuna Einsteinin ajattelun voisi ajatella olevan samanlaista kuin kirjoittaisi oman nimensä väärällä kädellä. Väärällä kädellä kirjoittaessa tekee mieli palata takaisin oikeaan käteen mahdollisimman pian. Luovuttamatta voi kuitenkin kehittää entistä paremman tavan kirjoittaa; tavan, jota ei olisi löytänyt, mikäli olisi palannut tuttuun ja turvalliseen. (Thrope 2004, 20–21.)

Työparimme koko kehitysmatkaa voi osuvasti kuvata kokeiluun kirjoittaa väärällä kädellä. Haasteita heillä oli edessään niin itsensä kuin kehittämisproses-  
sinsakin kanssa. Kehittämistyön teko aloitettiin turvallisesti perinteisiin työ-  
kentelytapoihin nojaten, eli oikealla kädellä kirjoittaen.

8.3.2011

*Jes, saatiin toimeksiantaja meidän opinnäytetyölle! Päästään kehittämään kauneudenhoitoalan maahantuontiyritystä. Yritys haluaa uusia keinoja, joilla se sais kampaajat käymään aktiivisemmin koulutuksissa. Sitouttamisestakin on ollu paljon pu-  
hetta. Miten kampaajat sais sitoutettua yrityksen koulutuksiin? Päätettiin yhdessä, että on järkevintä tehdä heti alkuun selkeät suunnitelmat, koska aiotaan tehdä oppari kesän aikana. Aikaa ei hukattais turhiin tekoihin.*

Parin toimeksiantajana toimi Helsinkiläinen hiusalan maahantuontiyritys Miraculos Oy. Yritys valmistaa ja maahantuo hiusalan tuotteita. Asiakaskunta koostuu noin 5000 kampaajasta, joita palvellaan 14 myyntiedustajan ja puhelinpalvelun voimin koko maassa. Miraculos Oy järjestää kampaajille monipuolisia koulutuksia, jotka inspiroivat ja kehittävät ammatillisia taitoja. Koulutus-  
tarjontaa järjestetään kiertue-tyyppisesti koko Suomessa. (Miraculos Oy 2011)

## LUOVUUS KEHITTÄÄ

Luovuus, uudet ideat ja niiden kehittäminen tuottavat lähes aina virheitä ja ylimääräistä työtä. Virheitä ja työtä pelätään usein vain siksi, että niihin ajatellaan kuluvan liikaa aikaa ja resursseja. Virheet kuitenkin synnyttävät uutta. Niitä pitäisi ajatella sijoituksina, jotka jalostavat uusia ideoita eteenpäin. Se parhain idea kattaa kyllä ajan kanssa moninkertaisesti virheistä aiheutuneet harmit ja ajanmenetyksen. Parhaimmatkaan ideat eivät silti ole täydellisiä. Kehittyäkseen ne tarvitsevat vastustusta, jonka myötä niiden heikkoudet korostuvat. (Thrope 2004, 159–160.)

Vastustuksen kautta luova ajatteluprosessi käynnistyy yhä uudelleen ja ihminen kehittää ratkaisuja heikkouksien minimoimiseksi. Syntyy kehä, jota kulke-  
malla idea jalostuu paremmaksi ja paremmaksi. Vastustus saattaa tulla omista ajatuksista tai ulkopuolisilta tahoilta. Se aiheuttaa myös helposti turhautumisen tunteita, joita luovassa prosessissa riittää. Vastustus on enemmän sääntö kuin poikkeus uutta kehittäessä. Ilman vastustusta ei lähde liikkeelle luovuutta, ilman luovuutta ei synny uutta, ja ilman uutta ei nouse esiin vastustusta.

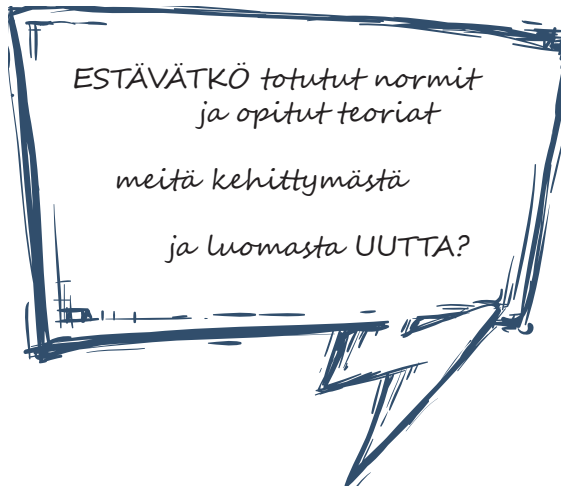
Luovuudesta puhuttaessa se yhdistetään usein hauskaan ja mukavaan tekemiseen, pienten pulmien päähkäilyyn ja uusien innovaatioiden helppoon syntymiseen. (Rehn 2011, 11.) Luovuutta pidetään trendikkäänä ja monissa yrityk-

sissä halutaan lisätä henkilöstön luovuutta. Vakavasti ottaen luovuus on jotain aivan muuta. Luovuuden parissa työskennellessä täytyy hypätä tuntemattomaan. Luovuutta ei saa syntymään, jos ajatukset pyörivät tutussa ja turvallisuudessa. Tutusta ja helposta ajatusmaailmasta pois pyristely tuntuu epämukavalta ja oudolta. Kyseenalaistavassa ja epämiellyttävässä olotilassa aivot ikään kuin pakotetaan ratkomaan pulmia totutusta tavasta poiketen. Voidaan todeta, ettei todellista luovuutta tapahdu, jos luovuustyöskentely ei tunnu vaikealta. (Rehn 2011, 26–27.) Samoin kuin fyysinen harjoittelu saa urheilijat parempiin suorituksiin, samoin myös aivojen rasittaminen on tie luovempaan ajatteluun. Ilman itsenä haastamista ja epämukavuuden sietämistä ei saavuteta huipputulosta. Mikäli luovuus olisi helppoa ja mukavaa, eikö kaikenlaisten ongelmien ratkaiseminen olisi meille päivän selvää? (Rehn 2011, 39.)



## KYSEENALAISTA JA KYSY MIKSI

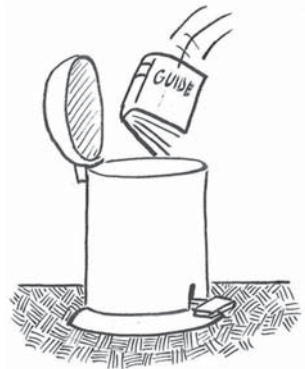
Ihminen toimii totuttujen sekä opittujen normien, säännösten ja vakiintuneiden ajatusmallien mukaan. Palataanpa hieman takaisin Einsteinin ajattelutapaan. Kannattaisiko meidän ottaa oppia hänen kyseenalaistamisen taidostaan, kun lähdemme kehittämään uutta? Sanotaan, ettei hän välittänyt edes omista teorioistaan yrittäessään ratkoa ongelmia. Kyseenalaistamalla omat teoriansa ja ajatustapansa hän vapautti luovuutensa ja loi jatkuvasti uutta. (Thorpe 2004, 34.) Herääkin kysymys, rajaako tietämyksemme ja oman alamme asiantuntijuus ajattelutapojamme tiettyihin normeihin?



Se on ainakin varmaa, että kyseenalaistamalla totutut ajattelutavat on kykenevämpi löytämään uusia näkökulmia asioihin. Uudet näkökulmat taas ruokkivat uusia ongelmanratkaisuideoita. Kyseenalaistamisesta lähti liikkeelle työparimme kokeilu siirtyä väärällä kädellä kirjoittamiseen. Luovaan prosessiin ajautuminen ei ollut heille tietoista vielä tässä vaiheessa, mutta tästä parin matka alkoi.

17.3.2011

Meidän pitää valita menetelmä, mut mikä on menetelmä? Okei tapa jolla aiotaan tehdä meidän opinnäytetyö, mut mistä sen voi etukäteen tietää ja mitä se tarkoittaa just meidän jutussa? Miks ihmeessä kaikissa opinnäyteoppaissa kehoitetaan valitsemaan heti alussa yksi menetelmä? Pitää osata kertoa mitä tullaan tekemään ja miten. Miten parhaan tavan vastata haasteeseen voi etukäteen tietää? Eihän tästä tule mitään, kun ei edes ymmärretä!



Ymmärtämättömyys on usein avain uuteen, mutta tuo mukanaan turhautumisen tunteen. Turhautuminen nostaa esiin vastustuksen ja tunteen epäpätevyydestä. Se herättää myös halun etsiä vastauksia nopeasti. Nopeat vastaukset eivät aina ole parhaita, koska ne eivät saa tilaa jalostua eteenpäin.

**4.4.2011**

**klo 7.30**

Matka Helsinkiin -> toimeksiantajan ensimmäinen tapaaminen! Koettiin, että meillä on ehdottoman tärkeää olla joku idea valmiina tapaamisessa. Tapaamisen aikana tulisi selvittää rajat opinnäytetyölle. Meillä on tiukka aikataulu, niin pitää olla alusta asti tosi selkeänä, että mitä tehdään.

**klo 10.00**

Neuvottelut Helsingissä.

Kehittelimme junamatkan aikana idean koulutus-DVD:stä. Ajatus ideoinnin takana oli toimeksiantajan toive kampaajien sitouttamisesta koulutuksiin. Mielestämme DVD ratkaisisi hyvin pitkänmatkalaisten koulutusmatkaongelmat sekä ajalliset ongelmat. Koulutuksen voisi katsoa missä ja milloin vain. DVD:n avulla yrityksen brändiäkin saisi vahvistettua. No, ideamme ei ottanut kuitenkaan tuulta alleen tapaamisessa.

Viiden tunnin tiiviiden neuvottelujen jälkeen toimeksiantajamme idea koulutuspassista oli päätetty opinnäytetyöksemme. Lähdimme tapaamisesta hyvillä mielin: olimme saaneet tarkan rajauksen tulevasta opinnäytetyöstämme. Tekemään vaan! Mielestämme hieman mietimme, onko tässä nyt mitään uutta? Olimme kuitenkin iloisia, että opinnäytetyön aiheen rajaaminen oli näinkin simppeleä.

Toimeksiannoksi pari sai koulutuspassin suunnittelun, jonka toteutusmuoto olisi heidän itsensä päätettävissä. Koulutuspassin tarkoitus olisi lisätä kampaajien kouluttautumisasiäkkyyttä. Passiin kerättäisiin merkintöjä käydyistä koulutuksista, ja tietyn koulutuskäyntimäärän täytyttyä kampaaja saavuttaisi jonkin edun, kuten alennuksen loppuvuoden koulutuksista, edun tuoteostoihin tai ilmaisen koulutuksen.

**5.4.2011**

Ensimmäisen tapaamisen jälkeen meillä oli outo tunne siitä, että onko se koulutuspassi nyt sitten paras vaihtoehto. Miten se muka sitouttaa kampaajia pitkäaikaisesti?

Meneillään oli ratkaiseva vaihe kehitysprosessin suunnan ja etenemisen kannalta. Pari pohti mielessään toimeksiantajan toivetta koulutuspassista, joka on jo valmiiksi rajattu ratkaisu. Esille nousi kuitenkin tarve löytää syy-yhteydet ratkaisun ja itse ongelman välillä. Halu ymmärtää kampaajien kouluttautumiskäyttäytymistä ajoi heitä eteenpäin ja sai aikaan kyseenalaistamisen tarpeen.

## SISÄINEN MOTIVAATIO

Työn alusta saakka tekijöillä oli suunnitelmissa tehdä tarkoin rajattu, selkeä opinnäytetyö järjestelmällisesti ja ennalta määritellysti edeten. Koulutuspassiin tarttuminen tarjosi juuri tällaisen mahdollisuuden, mutta nyt ratkaisu ei tuntunut oikealta. Koulutuspassin tekeminen koettiin enemmän tehtävän suorittamisena kuin kehittämistyönä. Syynä tähän saattoi olla sisäisen motivaation puuttuminen.

Motivaatio on halujen ja tarpeiden aikaansaama tila, jossa ihminen toimii saavuttaakseen jonkin päämäärän. Motivaatio voidaan jakaa ulkoiseen ja sisäiseen motivaatioon. Ulkoisesti motivoitunut tähtää toiminnallaan johonkin saavutettavaan palkintoon, kuten hyvään arvosanaan tai sosiaalisen hyväksynnän saamiseen. Sisäisesti motivoitunut ei innostu ulkoisen palkinnon tavoittelusta, vaan tarttuu asioihin oman mielenkiinnon ja kehittymisen halun ohjaamana. Itsensä kehittämisen kannalta on suotuisampaa, jos on sisäisesti motivoitunut. Silloin sitoutuu tehtäväänsä paremmin, on sinnikkäämpi eikä luovuta niin helposti. (Salovaara 2004)

Työparimme sisäinen kehittymisen tarve sai heidät miettimään muita vaihtoehtoja yrityksen haasteen ratkaisemiseksi. Valmis koulutuspassi-idea ei tuntunut antavan tarpeeksi haastetta kehittää alaa ja kehittyä itse. Sisäinen motivaatio ja tarpeet ohjasivat paria poispäin siitä, mitä he luulivat haluavansa. Pois varmasta ja loogisesta.



12.4.2011

Me käytiin keskustelu meidän ohjaajien kans. Esiteltiin koulutuspassi-idea ja kerrottiin kyselystä jonka toimeksiantajalle toteuttaisimme ja tuotiin esille epävarmat ajatukset passia kohtaan. Saatiin ohjauksessa kannustusta molempiin suuntiin: passin tekoon ja sen unohtamiseen. Mitäs nyt?

Hetken pohdittuamme päätimme, ettei meidän kannata rajata työtä pelkästään passiin, vaikka toimeksiantaja sitä toivoi. Laajempi näkökanta syventää ymmärrystä ja avaa mahdollisuuden uusille (paremmille?) ideoille.

Eli pakka sekasin!

Heräsi kysymys, olisiko ollut järkevämpää tehdä mahdollisimman hyvä ja toimiva koulutuspassi, eli toteuttaa toimeksiantajan toive? Työpari pohti tätä, mutta uskoi vahvasti omiin ajatuksiinsa. Koulutuspassi-ideasta luopumalla kyettäisiin löytämään yrityksen tarpeita paremmin palvelevia ratkaisuja. Enemmän kuin toimeksiantajan ääntä, he kuuntelivat omaa sisäistä kehittämisen haluaan. Päätöksellä oli hintansa. Kaikki se, minkä he olivat tähän asti opinäytetyöksi mielessään rajanneet, muutti täysin muotoaan. Varmuuden ja etukäteen määriteltujen toimintatapojen tilalle astui epävarmuus ja hallitsemattomuus. Palkinnoksi heille jäi kuitenkin tärkein, eli sisäinen kehittämismotiivaatio.

## KUUNTELE ITSEÄSI JA LUOTA PROSESSIIN

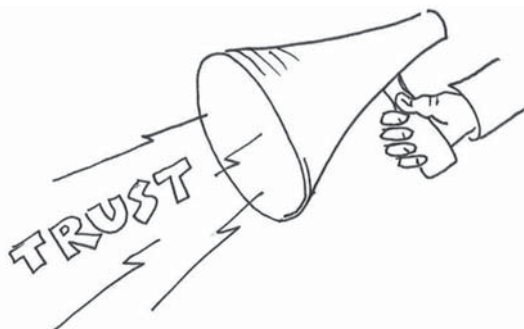
Luovassa prosessissa on tärkeää kuunnella itseään ja luottaa prosessiin. Kaikki ei läheskään aina etene järkevästi ja etukäteen suunnitellusti. Ongelmanratkaisijan on itsensä löydettävä omat tarpeensa ratkaista ongelmat, ja uskottava niihin. J.P. Morgania lainaten: ”Ihmisellä on tekemiselleen yleensä kaksi syytä – hyvä syy ja todellinen syy”. Todellinen syy on se, jonka voidaan ajatella ajavan ihmisen tekemään vilpittömästi parhaansa; hyvä syy saa tekemään vain sen mitä toiset häneltä odottavat.



Toimimalla todellisen syyn mukaan ei voi epäonnistua, koska silloin on kuunnellut itseään. Itsensä kuunteleminen ei tarkoita sitä, että kaikki sujuu helposti ja mukavasti. Sisäinen motivaatio ajaa ihmisen usein haastamaan itsensä, ja täten hän joutuu sietämään enemmän ristiriitaisuuksia. Tekijämme kävivätkin varsinaista taistoa itsensä kanssa yrittäessään hyväksyä hallitsemattomuuden tunteen.

**20.4.2011**

Törmättiin välillä Timoon ja se hoki useasti, että: ”Luottakaa prosessiin”. Kaiken sekavuuden keskellä siis kannattaisi luottaa prosessiin, jonka lopusta ja kannattavuudesta ei ole tietoa. Uskaltaako siihen luottaa?



Varsinkin, kun me molemmat pidetään varmasta ja loogisesta työskentelytavasta. Entä jos meidän prosessi ei onnistukaan? Luottaminen voisi olla turhaa ja luovuuden etsiminen pelkää ajanhukkaa! Mutta eihän hyppyjä tuntemattomaan voi tehdä askel kerrallaan? Alettiin siis pikkuhiljaa luottaa prosessiin. Se saa luvan kannatella meitä. Kaikki tai ei mitään!

## JOUKOSSA KEHITYS TIIVISTYY

Ongelmanratkaisu ja uuden tiedon kehittyminen vaativat yhteistyötä. Yksin on hankala kyseenalaistaa asioita ja kehittää uutta. Jakamalla asiantuntijuutta saadaan syntymään monipuolinen ja suorituskykyinen tietovarasto ongelmanratkaisua varten. Vaikka kyse olisi saman alan ihmisistä, on jokaisella omat vahvuutensa. Asiantuntijuutta jaettaessa pääsee hyödyntämään, muokkaamaan ja kyseenalaistamaan sekä omia että toisten näkemyksiä. Kun osaaminen yhdistyy, kyetään suoriutumaan vaativista tehtävistä paremmin kuin yksilösuorituksina. Uuden kehittäminen vaatii olemassa olevien tietojen kasvamista ja muuntumista. Jaettaessa asiantuntijuutta jokaisen prosessissa mukana olevan henkilön omat tiedot ja taidot kehittyvät sen edetessä. (Collin 2003.)

Asiantuntijuuden jakaminen on prosessi, johon jokainen osallistuu omista lähtökohdistaan. Ihmisten erilainen sisäinen motivaatio saattaa ajaa prosessia välillä eri suuntiin, mutta lopputulos on tärkein. Tavoitteena on kehitys ja uudistuminen. Kehittyminen asiantuntijana vaatii jatkuvaa pyrkimystä ymmärtää ja syventää omaa osaamista. Ennen kaikkea siihen tarvitaan oman toiminnan tutkimista. Asiantuntijuuden jakaminen mahdollistaa oman toiminnan tutkimisen ja analysoinnin muilta tulevan palautteen ja asioiden kyseenalaistamisen seurauksena. (Collin 2003.)

Edellä mainituista seikoista johtuen myös työparimme kykeni ratkomaan ongelmia ja kehittämään omaa asiantuntijuuttaan pidemmälle työskentelemällä tiiviisti yhdessä. Ajatuksia jaettiin koko prosessin ajan. Kyseenalaistamalla toistensa ajatukset he kehittivät itse ja saivat kehitettyä jalostettuja ratkaisuja.

# OIKEAT KYSYMYKSET

Uutta kehitettäessä vastaan nousee monia ongelmia ja kysymyksiä. Kysymysten muotoilu on tärkeää etsittäessä oikeaa ongelmaa. Etsimällä kysymyksiä läpi prosessin vastaukset aukeavat lähes itsestään ja eteen nousevat oikeat ongelmat. Thrope vertaa ongelmanratkaisua antiikkiesineen tarkasteluun: ”Jos ei tiedä mitä etsii löytää vaan rojua. Mutta kun tietää mitä etsii, mahtavien ratkaisujen löytämisen todennäköisyys kasvaa huimasti” (Thrope 2004, 26). Ratkaisu voi siis löytyä lähes itsestään selvästä asiasta, mutta ilman oikeita kysymyksiä sitä ei kykene tunnistamaan. Työparimme halusi löytää sen ratkaisevan kohdeongelman kouluttautumiseen liittyen. Heidän täytyi lähteä etsimään kysymyksiä, joiden avulla he löytäisivät lisää uusia kysymyksiä.

## HAASTEENA HAASTATTELU

Uuden haasteen tai ongelman tullessa eteen on tärkeää tutustua siihen kunolla: tutustua ilmiöihin ja asioihin ongelman ympärillä, kerätä tietoa ja yrittää ymmärtää siihen vaikuttavia tekijöitä kokonaisvaltaisesti. Tässä prosessissa tekijät valitsivat tiedonhankinnan apuvälineeksi ja kartoitusmenetelmäksi teemahaastattelun. Teemahaastattelu mahdollisti sen, että he pystyivät jokaisen haastateltavan henkilön kohdalla paneutua juuri niihin asioihin, jotka tuntuivat nousevan esille mielenkiintoisimpina ilmiöinä.

Luonteeltaan teemahaastattelu on avoin, eikä se saa olla johdatteleva. Kysymykset aloitetaan sanoilla ”kuinka”, ”miten” tai ”kertoisitko”. Näihin kysymyksiin on mahdotonta vastata yhdellä sanalla, joten tiedonsaanti on kattavampaa kuin vakioiduissa kysymyksissä. Teemahaastattelun tapaista ei ole myöskään valmiiden kysymysten laatiminen, vaan haastattelu muuttuu jokaisen haastateltavan henkilön mukaan. Kahta samanlaista haastattelua ei voi syntyä, vaikka samojen teemojen ympärillä pyritäänkin. Haastattelussa täytyy säilyttää mahdollisuus mennä syvemmälle. Haastateltavien määrää ei teemahaastattelussa kannata etukäteen tarkoin määritellä. Oivaltavat vastaukset voidaan nimittäin saada jo muutamalta ensimmäiseltä haastateltavalta, tai vastaavasti saatetaan tarvita useita haastatteluja antoisien vastauksien saamiseksi. Kyse ei ole määrällisestä vaan laadullisesta tutkimisesta. Tästä syystä haastelutapaamisia ei kannata sopia kymmeniä ennakkoon. (Kananen 2010, 54–57.)

2.5.2011

Opinnäytetyön alkuvaiheessa me päätettiin tehdä kartoitusta siitä, mikä kampaajia todellisuudessa innostaisi koulutuksissa käymiseen. Missä se ongelma/haaste piilee? Valittiin teemahaastattelu, koska haluttiin päästä mahdollisimman lähelle kampaajien rehellisiä mielipiteitä. Jätettiin vakioidut kysymykset pois ja sellaiset joihin voi vastata kyllä tai ei. Aiotaan toteuttaa haastattelut yksilöhaastatteluina, jolloin tieto on luotettavampaa, kuin ryhmäpaineen alaisena annettu tieto. Ollaan nyt valittu 9 kampaajaa, joita haastatellaan, saa nähdä riittäkö se.

Kuten aiemmin todettiin, teemahaastattelussa kannattaa lähteä liikkeelle muutamalla haastattelulla ja katsoa, riittävätkö ne ilmiön ymmärtämiseksi. Työpari olisi voinut toimia juuri näin sen sijaan, että jo alussa sopivat yhdeksän haastattelutapaamista. Kun haastattelujen avulla halutaan löytää ja ratkaista oikeat ongelmat, täytyy esitettävät kysymykset osata kohdistaa näiden oikeiden asioiden ympärille. Oikeiden kysymysten löytäminen haastoi myös seuraamamme työparin. He kirjasivat ylös aihealueet, eli teemat joita haastattelut tulisivat koskettamaan (kuvio 1), ja päättivät toteuttaa haastattelun toisilleen.



KUVIO 1. Teemahaastattelurunko.

**4.5.2011**

*Miten ihmeessä haastattelusta sais sellaisen ettei me olla johdattelevia ja tuoda esiin omia mielipiteitä? Ihan sairaan hankalaa. Päätettiin sitten testata haastattelut toisillemme ja törmättiin yllättäviin juttuihin. Haastattelu nosti esille outoja mietteitä ja tunteita. Sari koki jopa huonoa omaatuntoa ja tajusi haastatteltavana ollessaan puhuneensa itensä pussiin. Tuleekohan niille kampaajille liian ahdistava olo haastattelun aikana? Toisaalta siellä taas voi piillä homman ydin...*

## **RAJOITUKSISTA LUOPUMISEN VAIKEUS**

”Oikea luovuus on itsestäänselvyyden muurin toisella puolella” (Rehn 2011, 59). Muurin tällä puolen ovat luovuuden rajoitukset, kaikki mitä pidämme normaalina, luonnollisena, totuttuna ja hyväksyttynä. Päästäksemme muurin yli luovuuden puolelle, meidän on aluksi kohdattava itsemme. On asetettava vastatusten omien normien sekä itseä ohjaavien periaatteiden kanssa. Unohdettuaamme rajoituksemme pääsemme käsiksi vapaaseen luovaan ajatteluun. (Rehn 2011, 59–60.)

Työpari oli vielä prosessin alkuvaiheessa tiukasti kiinni rajoitetussa ajattelussa. He halusivat löytää tekemiensä haastattelujen vastauksista jotain innovatiivista, mutta eivät osanneet luopua asioiden järkeistämisestä. Ilmiöiden ymmärtämisen halu oli suuri ja juuri järkeistämisestä tarve esti heitä heittäytymästä luovuuden puolelle.

**11.5.2011**

*Sen jälkeen kun olimme kirjoittaneet haastattelut auki teemoittain (koulutusaktiivisuus, motivointi, tiedonsaanti jne.) lähdimme tyypittelemään niitä. Eli etsimme kunkin teeman kohdalta tyypillisimpiä (puolet – yli puolet vastanneista) ja epätyypillisimpiä (1–2 hlö:n sanomaa ja erikoisia) asioita. Yritimme kovasti ymmärtää haastattelujen tulosta. Mitä meille oli haastatteluissa kerrottu? Pohdimme nimenomaan sitä mitä oli SANOTTU.*

### *Tyypittely jatkuu...*

*Tähän asti olimme tehneet asiaa innolla eteenpäin kunnes havahtuimme homman tehtyämme siihen, että MEILLÄ ON TAULULLINEN JA WORD-TIEDOSTO TÄYNNÄ ASIAA, JOKA ON ITSESTÄÄNSELVÄÄ! Olimmeko tehneet haastattelun, joka oli ihan turha? Vastaukset tuntuivat olevan täynnä asiaa, jonka olisimme tienneet ilman moista vaivaa! Epätoivo.*



# LUMOAVA LUOVUUS

Luovuus ja järkipärisyys ovat toistensa vastakohtia. Järkipärisessä toiminnassa on kyse siitä, että tehdään asioita totutulla, hallitulla ja hyväksi havaitulla tavalla. Luovuudessa puolestaan irrottaudutaan totutuista rutiineista ja mielenmalleista. Tullakseen luovemmaksi on hylättävä ajatus siitä, että prosessi olisi millään tavoin ohjattavissa, hallittavissa tai järjeistettävissä. Irrottautuminen totutuista tavoista ei kuitenkaan tarkoita sitä, että unohdetaan uusien ideoiden kritisointi. Kaikkia mieleen juolahtavia ajatuksia ei voi jalostaa eteenpäin. Eteenpäin vietäväksi on valittava ajatus, johon uskoo eniten ja pitää parhaimpana, vaikkei idean todellista toimivuutta alussa voikaan tietää. Idean luojan on uskottava sen toimivuuteen. (Rehn 2011, 95–96.)

## ENSIMMÄINEN HEUREKA!

Opinnäytetyöpari oli nyt vaiheessa, jossa he alkoivat luopua järkipärisestä ajattelusta. Löysättyään ajattelunsa rajoja käynnistyi prosessi, joka avasi vaihe vaiheelta heidän ajatteluaan. He olivat päässeet näkemään itsestäänselvyyden muurin toiselle puolelle.



12. 5. 2011

*Olimme joutuneet umpikujaan ja emme itse osanneet ajatella enää mihinkään suuntaan. Ohjaaja-Juhana tarttui haasteeseen. Hän ehdotti, että lähdisimme miettimään haastattelujen tuloksia eri kannalta. Meidän olisi hyvä miettiä asioita joita meille haastateluissa EI SANOTTU. Tästä*

*neuvosta viisaampina lähdimme muodostamaan taululle erityyppistä tulosten pilkkomista. Emme enää edes yrittäneet ymmärtää. Asioita pohtiessamme ja pyöritellessämme koimme suuren oivalluksen! Ihanan HEUREKAN!*

# KOULLAUTUMISPÄÄTÖKSEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

*Käytännössä*  
**Opiskelijat**  
 Koulutuskulttuuri

MOTIVOINTI	vastaan	sanottu	TARVE	rivienvälisiä	TILANTEET
puolesta - Taito - Paikkakunnalla - Hyvät kouluttajat - Inspiraatio - Kollegat - Edustajasuhde - <b>Muoti/trendit</b> - <b>Asenne</b> - Näytös/ show - Värikäs mainonta - Bonusraha - Tuote-edut - Informaatio - Hinnan alennukset	Lisätieto ärsyttää - Sama sisältö - "Pakkomyyni" - Erikoiset työt - <b>Asenne</b>	- Yksilölliset koulutukset - Uudet ideat - Itse tekeminen - Uuden oppiminen	- <b>Sosiaalinen paine</b> - Yhteiskunta - Asiakkaat - Kollegat	- Aika - Matka - Raha	- Koulutuspassi lisää sosiaalista painetta
Syyllisyys koulutautumattomuudesta "heikot" kohdat					

"Asenne estää oppimisen"  
 +aidon innostuksen ja tarpeen

**KUVIO 2.** Koulutus päättökseen vaikuttavat tekijät.



Haastattelujen pohjalta työpari lähti etsimään sanomatonta tietoa: tietoa, jota haastatteluissa ei suoranaisesti ollut sanottu. Näin toimimalla voitaisiin löytää tiedonjyvää, jonka avulla olisi mahdollista oivaltaa jotain suurempaa. Kuviosta 2 ilmenee, kuinka haastatteluvastausten perusteella motivointiin vaikuttavat tekijät jaettiin puolesta ja vastaan sarakkeisiin. Tarpeen käydä tai olla käymättä koulutuksissa he erottelivat sanottuihin tarpeisiin ja rivien välistä ilmi tulleisiin sanattomiin mielipiteisiin. Lisäksi huomioon otettiin tilanteet, jotka vaikuttavat koulutuspäätöksen tekemiseen.

Laatimastaan kuviosta he oivalsivat, että suurimpana motivaattorina kouluttautumiseen oli asenne. Asenteella oli suuri vaikutus koulutuksiin osallistumisen ja niiden antoisuuden kannalta. Mikäli kampaajan asenne kouluttautumista kohtaan oli negatiivinen, ei hän yleensä kokenut oppivansa koulutuksissa mitään uutta. Positiivisen asenteen omaava puolestaan koki aina saavansa koulutuksista jotain uutta, mutta hyväksyi myös sen, että ei jokaisella kerralla saa suuria oppimiskokemuksia. Eikö näin ollen ollut kyse siitä, että valmiiksi negatiivinen asenne kouluttautumista kohtaan esti oppimasta ja sulki pois koulutuksien tarjoamat kehittymismahdollisuudet?



Työpari ajatteli asenteisiin vaikuttamisen olevan helpointa nuorempien kampaajien ja vasta ammattiin opiskelevien kohdalla koska oman ammatti-identiteetin vasta muodostuessa on helpompi omaksua kouluttautuminen pysyväksi osaksi omaa ammatillista toimintaa.

Kaavion avulla oli tarkoitus löytää hiljaista tietoa eli lukea asioita rivien välistä. Tässä vaiheessa he oivalsivat kaikkien vastanneiden kokeneen riittämättö-

myyttä kouluttautumisasiktiivisuuttaan kohtaan. Riittämättömyyden tunnetta kokivat passiivisten kouluttautujien rinnalla myös erittäin aktiiviset kouluttautujat. Syntyi suuri ajatus siitä, että kouluttautumiseen liittyy vahvasti jonkinlainen sosiaalinen paine. Pari ei kuitenkaan pohtinut painetta kouluttautua sen enempää. He vasta jollain tasolla ymmärsivät yhteyden riittämättömydentunteen ja jonkinlaisen koulutuspaineen välillä. Pohdittavaksi jäi, voisiko syyllisyydentunnetta kouluttautumattomuutta kohtaan käyttää hyväksi kampaajien aktivoinnissa.

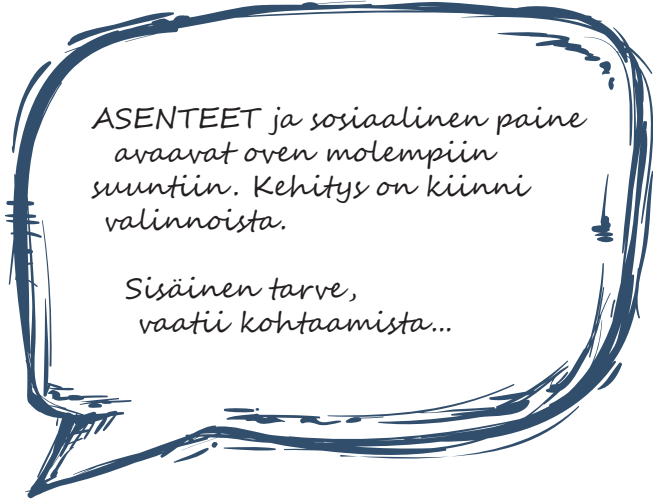
Koulutuspassilla olisi mahdollista lisätä kampaajien painetta kouluttautua. Koulutuspassi kenties lisäisi kouluttautumiskäyntejä, koska siihen merkitään jokainen koulutuskäynti. Se toimisi ikään kuin mittarina omalle ammatilliselle aktiivisuudelle. Yrityksen edustajan tai kollegan kysyessä passin merkintöjen (koulutuskäyntien) määrää, ei monikaan haluaisi näyttää tyhjää passia. Kuka ammattilainen haluaa näyttää sen, että itsensä kehittäminen ei kiinnostata? Onko parin oivaltaman sosiaalisen paineen lisäämisellä kuitenkin kauaskantoisia vaikutuksia? Vaikka koulutuspassi lisäisikin koulutusaktiivisuutta, sillä ei voitaisi vaikuttaa asenteisiin. Passiiviset kouluttautujat kokisivat koulutukset edelleen mitään antamattomina, eivätkä siksi sitoutuisi käymään koulutuksissa.

Sosiaalinen paine ja sen käyttömahdollisuudet koulutusaktiivisuuden lisäämiseksi kaipasivat nyt jatkojalostamista ja syvempää ymmärrystä. Parille oli avautunut aivan uusi ikkuna heidän ajattelussaan. He olivat aidosti löytäneet jotain, mitä eivät aiemmin olleet ajatelleetkaan.



**12.5.2011**

*Asioita pohdittiin ja niistä puhuttiin keskenämme koko iltapäivä! Kumpikin meistä taitaa olla vähän niinku "in love" tai jotain sinnepäin syvällisempään pohdintaan. Halutaan niin kovasti ymmärtää mistä mikäkin asia johtuu ja mihin juontaa juurensa!*



ASENTEET ja sosiaalinen paine  
avaavat oven molempiin  
suuntiin. Kehitys on kiinni  
valinnoista.

Sisäinen tarve,  
vaatii kohtaamista...

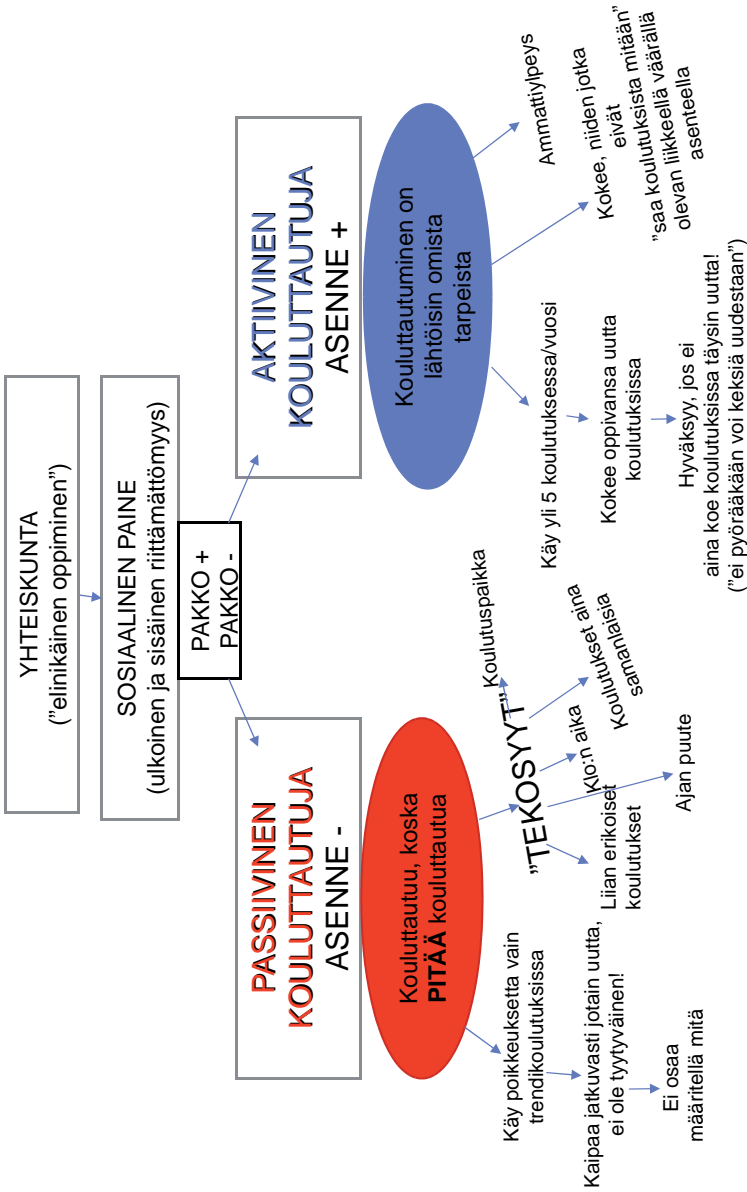
## KOUKUSSA LUOMISPROSESSIIN

Haastatteluvastauksista syntyneitä ajatuksia lähdettiin jalostamaan vielä pidemmälle. Tekijät olivat siis oivaltaneet, että kampaajat kokivat riittämättömyyttä kouluttautumisestaan. Riittämättömyyden tunne yhdistettiin sosiaaliseen paineeseen. Mitä tällä sosiaalisella paineella tarkoitetaan?

**13.5.2011**

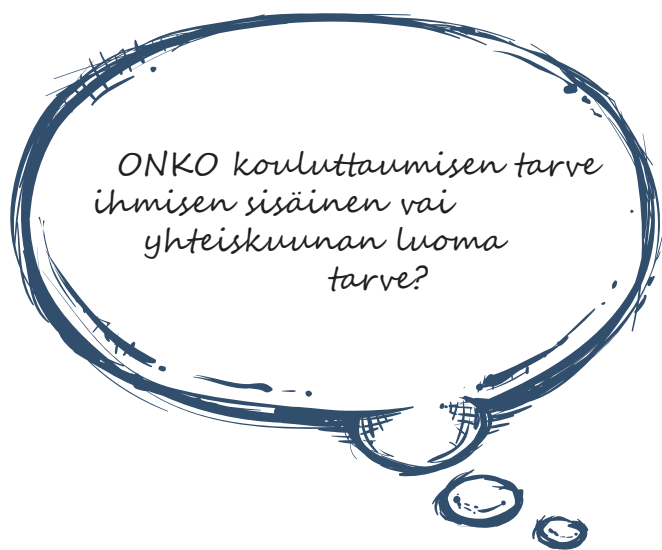
Tänään ymmärsimme ilmiötä taas enemmän. Pohdimme niitä asioita syvemmälle, joita olimme eilen oivaltaneet: sosiaalista pakkoa oppia. Mitä se tarkoittaa ja mitä siihen liittyy? Miten se liittyy haastattelemimme kampaajiin ja saamiimme tuloksiin? Miten se liittyy kouluttautumiseen eli meidän lähtökohtaiseen haasteeseemme: LISÄÄ KAMPAAJIA KOULUTUKSIIN? Olimme sitä mieltä, että kaikki kivet pitää kääntää, jotta ymmärrämme enemmän ja pystymme tarttumaan oikeaan ongelmaan.

# HIUSALAN AMMATTILAISTEN kouluttautumismalli



**KUVIO 3.** Kouluttautumismalli.

Kouluttautumisenilmion (kuvio 3) päällimmäiseksi työpari nosti yhteiskuntamme, jossa vallitsee elinikäinen oppimiskulttuuri. Nyky-yhteiskunnassa arvostetaan jatkuvaa kouluttautumista ja läpi elämän kestävää itsensä kehittämistä. Yhteiskuntamme ihannoimat tavat iskostuvat meihin jo lapsena. Kasvamme ympärillämme vallitsevien säännösten ja ihanteiden mukaisiksi. Kun koulutusta ja itsensä kehittämisen mahdollisuuksia on tarjolla yllin kyllin, se saa meidät herkästi tuntemaan riittämättömyyttä. Ihminen ei mitenkään kykene näkemään, kokemaan ja oppimaan kaikkea sitä, mitä olisi tarjolla.



Kuvion seuraavaksi laatikoksi tekijät merkitsivät aiemmin löytämänsä sosiaalisen paineen. Kun elinikäinen oppiminen on jollain tavalla ihannoitua ja tavoitteen mukaista yhteiskunnassamme, niin miten käy niiden, joita kouluttautuminen ei kiinnosta? Riittämättömyyden tunne tavoittaa heidätkin, vaikka kouluttautumattomuus olisi heidän oma valintansa; omaa kulttuuriperimää kun ei itsestään voi irrottaa. Tästä on hyvänä esimerkkinä haasteluvastaukset. Kaikki haastateltavat kokivat, että heidän täytyisi kouluttautua enemmän. Ovatkohan he koskaan ajatelleet miksi? Kenen takia?

Pari oli päässyt oivalluksissaan pisteeseen, jossa he olivat löytäneet edellä mainitut asiat. Yhteiskunnan koulutuskulttuurin ja itsensä kehittämisen vaateen ollessa meissä kaikissa jää henkilön itsensä päätettäväksi, miten suhtautua tähän kaikkeen.

Kampanjat jaettiin karkeasti passiivisiin (negatiiviset) ja aktiivisiin (positiiviset) kouluttautujiin. Molempia ryhmiä ajoi sama yhteiskunnallinen paine kouluttautua kuitenkin sillä erotuksella, että aktiivisilla kouluttautujilla ilmeni oma tarve ja halu kehittää itseään. Positiivisesti koulutuksiin suhtautuvat kokivat aina oppivansa koulutuksista jotain uutta. Koulutustarve lähti heistä itsestään – he halusivat kehittää itseään ja kehittyä ammatissaan.

Negatiivisen asenteen omaavilla koulutukseen osallistumis päätökseen vaikutti enemmän se, että koulutuksen jälkeen oli sitten kykenevä kertomaan asiakkaille, mikä on muotia. Passiivisilla kouluttautujilla puuttui oma sisäinen halu käydä koulutuksissa. Tarve tuli ulkopuolelta, jolloin kouluttautumisesta tuli ennen pitkää pakollista pahaa, joka lisäsi negatiivista asennetta. Passiivinen ryhmä kävi koulutuksissa 1–2 kertaa vuodessa, vaikkakaan he eivät kokeneet saavansa niistä oikein mitään uutta. Työparille heräsikin kysymys: miksi he käyvät koulutuksissa, jos he kokevat ne melko turhina? Silloin tällöin kouluttautuminen mahdollistaa kuitenkin sen, että voi sanoa kouluttautuvansa. Henkilön sisäinen riittämättömyys, joka kumpuaa yhteiskunnan vaatimuksista, tulee näin täytetyksi.

**13.5.2011**

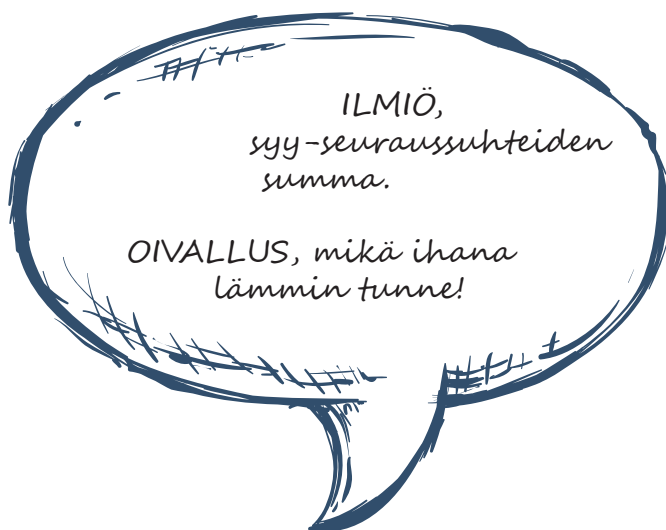
*INTENSIVISINTÄ TYÖSTÖÄIKINÄ → Koimmetoisen maanjärityksen onnistuneiden oivallusten suhteen! Halusimme ymmärtää vielä enemmän! Oltiin koukussa luomisprosessiin. Oikeasti. Tämä vaihe on huuumaava.*

## TOISINAJATTELUA

Ymmärrettyään edellä mainitut syy-seuraussuhteet kouluttautumisilmiön takana työpari lähti pohtimaan seuraavaa askeltaan. Aiemmin kerrottiin, kuinka koulutuspassilla kyettäisiin lisäämään sosiaalista painetta koulutusaktiivisuuden lisäämiseksi. Vaikka riittämättömyyden tunteeseen koulutuspassin avulla vedoten saataisiinkin kampanjat aktivoitumaan, tarve kouluttautumiseen tulisi edelleen ulkopuolelta. Kauaskantoisempien tulosten saamiseksi kampanjan halu kouluttautua tulisi löytyä hänen omista tarpeistaan, ei maahantuontiyrityksen, kollegoiden tai yhteiskunnan tarpeista. Tekijät halusivat aktivoida kampanjia käymään koulutuksissa ajattelemalla eri tavalla. He eivät halunneet pureutua sosiaaliseen pakon lisäämiseen koulutuspassin avulla, vaan halusivat

löytää ne keinot, joilla kampaajat oikeasti innostuisivat. Silloin täytyisi muuttaa ajattelua kouluttautumista kohtaan.

Luovia ratkaisuja etsittäessä ei saa tyytyä niihin toimintatapoihin, jotka ovat jo käytössä. Jokaisella ammattialalla, kuten myös kauneudenhoitoalalla, on olemassa asioita, joita pidetään hyväksytyinä ja sopivina. On kuitenkin uskallettava olla välittämättä vallitsevista normeista, mikäli tavoitteena on valankumouksen aikaansaaminen. (Rehn 2011, 78.) Kampaajille tulisi tarjota kouluttautumista täysin uudesta perspektiivistä – siten voisi vaikuttaa asenteisiin. Työpari ei lähtisi kehittämään nykyistä kouluttautumistapaa, jota kohtaan kaikilla oli jo jokin asenne. Eivätkä he kehittäisi koulutuspassia, koska leimojenkeräyskortteja oli jo liikemaaailma täynnä. Uudenlaisen koulutustavan löytyessä pöytä olisi puhdas, eikä kenelläkään olisi negatiivista tai positiivista asennetta sitä kohtaan.



# TIEDOSTAMISESTA TOTEUTUSIDEAAN

Uutta kehitettäessä tulee eteen vaihe, jolloin on ryhdyttävä ajatuksista tekoihin ja saatava idea toimimaan käytännössä. Kuten alussa todettiin, ideat vaativat vastustusta ja luovaa työtä kehittyäkseen loistaviksi ratkaisuksi. Ongelmanratkaisijan onkin valittava yksi idea, johon palavasti uskoo. Tuon idean on syytä olla haastava ja mielenkiintoinen, jotta sitä jaksaa kehittää. (Thrope 2004, 126.) Jalostettavaksi ideaksi pari valitsi kampaajien asenteisiin vaikuttamisen. Kampaajien asennemuutos kouluttautumista kohtaan toisi toimeksiantajayritykselle koulutuksiin aidosti sitoutuneita asiakkaita. Näin ainakin tekijämme vahvasti uskoivat.

**16.5.2011**

*Edellisen kaavion avulla koimme löytävämme ilmiön asioiden takaa. Löysimme jotain sellaista mitä emme varmaan alussa tienneet edes etsivämme, tai emme ainakaan uskoneet löytävämme. Löytämiimme oivalluksiin halusimme nyt päästä vaikuttamaan. Emme ehkä pystyisi vaikuttamaan niihin siinä määrin kuin haluaisimme, mutta varmasti sopivissa määrin toimeksiantoa ajatellen. Jos saisi yritykseen edes pienen ripauksen meidän ideaa...*

## TODELLISET TARPEET VASTAAN TOIMINTA

Työparimme lähti miettimään asioita, joilla he kykenisivät tuomaan ideansa esille seuraavassa toimeksiantajatapaamisessa. He kokivat tarvitsevansa lisää perusteluja löytämänsä ilmiön ympärille sekä sille, miten yritys kykenisi vaikuttamaan asiakkaidensa asenteisiin. Toinen heistä koki myös sisältä kumpuavaa vastustusta asenteisiin vaikuttamista kohtaan, mutta kuten jo tiedämme, vastustus vain kehittää ideoita eteenpäin.



16.5.2011

*Tässähän pitää hieman pohtia miten ihminen oikein saadaan käyttäytymään tietyllä tavalla hänen tiedostamattaan. Eli tekemään asioita ulkopuolisen ohjaamana. Me tarvittaisiin ainakin osittain sellaisia tietoja ja taitoja. Keskustelussa nousi esille myös asian eettisyys. Ollaan nyt tutustuttu kirjaan Vaikutusvalta ja suostuttelun psykologiaa. On ihan sairasta miten ihmisen käyttäytymistä voidaan ohjailta! Vielä jos sitä tehdään täysin manipulointitarkoituksella.*

Sosiaalipsykologit ovat tutkineet, että toimimme tietyllä tavalla tietyissä tilanteissa. Tätä kutsutaan automaatiotoiminnaksi. Toiminta tulee esille eri tilanteissa ikään kuin nappia painamalla. Tuo ”nappi” voi olla sana, tietty lausejärjestys tai esimerkiksi miellelyhtymä, kuten ”kallis on yhtä kuin laadukas”. Automaatioitu käytös on tyypillistä ihmiselle, koska se on usein tehokkain ja turvallisin tapa toimia. Aivomme eivät jaksa analysoida kaikkien toimintojen takana olevia syitä. Mitä enemmän kohtaamme kiirettä, sitä useammin valitsemme automaatiotoiminnan. Aina automaatiotoiminta ei kuitenkaan vastaa todellista tarvetta tai tilannetta, vaan ihminen voi käyttäytyä vastoin omia tarpeitaan. (Cialdini 2011, 4–6.)

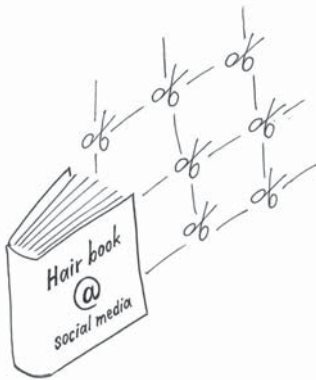
Monet markkinoijat käyttävät tätä tietoa hyväkseen ja kehittävät keinoja saada kseen ihmiset tekemään ostopäätöksiä. Ostopäätökset eivät välttämättä ole yhteydessä asiakkaiden todellisten tarpeiden kanssa. Jos ostopäätös ja todellinen tarve eivät kohtaa, syntyy ristiriitatilanne. Asian voi yhdistää myös kamppaajien käyttäytymiseen kouluttautumista kohtaan. Passiivinen kouluttautuja tekee päätöksen osallistua koulutukseen ulkopuolisista syistä. Hänet saadaan ehkä erilaisin keinoin vastaamaan kyllä, mutta jossain vaiheessa tulee eteen hetki, jolloin hän huomaa olevansa tyytymätön. Toiminta on ristiriidassa todellisten tarpeiden kanssa.

Karkeasti voidaan sanoa, että passiivinen kouluttautuja ei halua kouluttautua. Se ei välttämättä tarkoita sitä, ettei hän haluaisi kehittää itseään. Hänelle on vain voinut muodostua negatiivinen asenne kouluttautumista kohtaan. Syitä tähän voi olla monia, kuten esimerkiksi sisäinen kapina yhteiskunnan luomaa kouluttautumispakkoa kohtaan. Tilanne voi jatkua kerrasta toiseen samanlaisena. Passiivinen kouluttautuja halutaan saada innostumaan, joten kehitetään aina uusia keinoja ostopäätöksen tukemiseksi. Ne eivät kuitenkaan toimi pidemmällä tähtäimellä, sillä passiivisen kouluttautujan sisäinen motivaatio täytyisi myös saada heräämään. Asenteisiin vaikuttaminen miellettiin haastavak-

si, mutta mielenkiintoiseksi aiheeksi. Idean kehittyminen eteenpäin oli tärkeää. Pari koki ymmärtävänsä asioita taas hieman enemmän.

## KRITIIKKI ON LUOVUUDEN YSTÄVÄ

Uuden idean tullessa ensi kertaa päivänvaloon ja muiden kuultavaksi on vaurauduttava ottamaan vastaan siihen kohdistuvaa kritiikkiä. Kritisointia ei pidä säikähtää. Luovuuden kannalta kritisointi on välttämätöntä, jotta ideasta saataisiin kehitettyä mahdollisimman arvokas ja toimiva. Mikäli luotu idea ei herätä minkäänlaista vastustusta kuulijoissaan, voidaan todeta, ettei se ole kovin innovatiivinen. Kuten aiemmin on tuotu ilmi, luovuusprosessiin ja uuden omaksumiseen liittyy aina epämurkavuutta. Jokainen uusi idea nimittäin tuhoaa tieltään jotain tähänastista ja totuttua tapaa toimia. Luovuus saa aikaan vastarintaa, sillä se kyseenalaistaa vanhat tavat. Uudet tuottoisat ideat vaativat organisaatiossa uusien toimintatapojen omaksumista ja saattavat horjuttaa jonkun valta-asemaa. (Rehn 2011, 101–102.)



**18.5.2011**

Päivää ennen toista tapaamista ideoimme jonkinlaisesta "Hairbookista". Yhteisöstä, jossa kampaajat voisivat keskustella tekemistään töistä (värit, permikset) ja vaihtaa kommentteja tuotteista. Paikka olisi vain Miraculoksen asiakkaille. Tähän samaiseen yhteisöön kouluttajat kävisivät laittamassa kuvia koulutuksista ja kommentoimassa onnistumisiaan. Meidän mielestä loistokuva, joka syntyi täysin löytämiemme ilmiöiden pohjalta!

Parimme ei voinut täysin välttyä epäroinneilta ideansa kohtaan. He esittelivät uudet ajatuksensa toisessa toimeksiantajatapaamisessa. Tähän asti yhteisissä suunnitelmissa toimeksiantajan kanssa oli ollut koulutuspassi. Passi saattaisi tällä tapaamisella väistyä uusien ideoiden tieltä. Yrityksen ulkopuolisina henkilöinä he ottivat riskin ehdottaessaan aivan toisenlaista ratkaisua koulutusaktiivisuuden lisäämiseksi. Riski oli otettava, sillä usko omiin näkemyksiin oli vahva.

**19.5.2011**

Miraculos-tapaamisessa esitystämme oli kuuntelemassa toimeksiantajamme, koulutuspäällikkö sekä markkinointihenkilö. Esittelimme innokkaina haastattelujen tuloksia sekä löytämiämme ilmiöitä niiden takana. Vastaanotto haastattelujen purulle ja näkemyksillemme tuntui kuitenkin haljulta. Koulutuspäällikkö oli ainoa, jolle ajatuksemme tuntuivat aukeavan ja joihin hän joiltain osin yhtyi ja hieman innostuikin.

Tapaaminen sujui nopeasti ja tuntui, ettemme viisastuneet reissullamme. Vaikka meitä oli etukäteen valistettu, että ideamme ei toimeksiantajan mielestä välttämättä ole maata mullistava (he eivät ole olleet prosessissa mukana), tunsimme silti epäonnistuneemme. Kotimatalla olimme hieman lyötyjä. Miksi idea ei auennut? Miksi ei huudettu yhdessä hurraata?

Tapaamisen jälkeen parista tuntui, ettei heidän ajatuksensa olleet toimeksiantajan mielestä niin innovatiivisia kuin tarkoitus oli ollut. Tämä on ymmärrettävää, sillä luomispolkujen kulkemista tai uusien ajatusten löytymisen tunnetta ei voi siirtää keneenkään toiseen. Tätä voisi verrata mihin tahansa matkaan.

Matkalla ollessa näet, tunnet ja koet kaiken ympärilläsi olevan. Kun kotiin päästyäsi näytät ystävällesi valokuvia matkastasi, oletatko, että hän voi kuvien kautta kokea matkasi ja kokemasi niin kuin sinä teit? Työparin luovuusmatkalta valokuvia katseli toimeksiantaja. Ei ihme, ettei prosessimatka herättänyt samanlaisia tunteita kuin heissä itsessään.

**20.5.2011**

Joka tapauksessa alkuperäinen koulutuspassi-idea vaihtui! Tähän päätökseen me vaikutimme itse, koska halusimme tehdä ja tarjota yritykselle jotain nykyaikaisempaa ja toimivampaa ratkaisua. Sana on sosiaalinen media.

**Miksi tällainen yhteisö?**

- Miraculoksen vahvin juttu on KC Teamin kouluttajat (Suomen huiput) ja koulutukset -> brändin vahvistaminen
- Kouluttajat parasta yrityksessä -> heidän persoonat peliin sivuilla -> helpommin lähestyttävyyys -> kouluttautumiskynnyksen madaltuminen

- Muilla yrityksillä ei ole vuorovaikutteisesti toimivaa koulutautumis yhteisöä (omaleimaisuus)
- Koulutautumista tapahtuisi uudella tavalla, vastavuoroisesti kollegoiden kesken
- Koulutuksista hehkuttavat kollegat (se ei tunnu myymiseltä)
- Yksin tekeville joukkotuki osallistua koulutukseen (yhteisöllisyys syntyy sivuilla)
- Miraculos saa suoraa palautetta ja onnistumiskokemuksia asiakkailtaan
- Internet on jo kourkuttanut nuoret ja heissä on tulevaisuuden koulutus potentiaali, on rakennettava ”heidänlaisiaan” markkinointiväyliä!

## KOUKUTTAVA KOULUTTAUTUMINEN

Internet on vallannut markkinoinnin maailman. Se on mahdollistanut erilaisen sosiaalisten verkostojen syntyminen ja vuorovaikutteisen markkinoinnin. Yritykset voivat jakaa tietoa ja saavuttaa suuren yleisön ilman suurta rahallista panostusta. Tiedon siirtyminen ei ole yksisuuntaista, vaan se kulkee monelta monelle.

Yrityksen lähettämä yksi viesti tavoittaa monta asiakasta samanaikaisesti. Tiedon ollessa mielenkiintoinen se siirtyy asiakkaalta asiakkaalle ja leviää suurempaan verkostoon. Tuohon tietoon yhdistyy aina mielipiteitä, mistä seuraa arvokasta palautetta, johon yritys voi tarttua. Rikkinäisen puhelimen tavoin siirtyvä tieto muuttaa matkalla monesti muotoaan. Internetin mahdollistama vuorovaikutteisuus auttaa virheellisiin tietoihin puuttumista, ja yritys voi näin vaikuttaa vääristä syistä syntyneisiin mielipiteisiin. (Juslen 2011, 19–20.)

Mielipiteethän ovat yhteydessä asenteisiin. Vuorovaikutteisuutta tarvitaan, jotta päästään vaikuttamaan asenteisiin koulutautumista kohtaan. Miten työpari onnistuisi kehittämään tarpeeksi mielenkiintoisen foorumin, jolla olisi vaikutusta kampaajien asenteisiin? Heidän oli aika tutustua sosiaalisiin medioihin paremmin ja selvittää, mitä mahdollisuuksia ne tarjoaisivat toimекsiantoyritystä ajatellen.

24.5.2011

Sovimme toimeksiantajan kanssa, että lähetämme heille alustavan suunnitelman ”nettivaltauksen” tekemisestä. Pidimme alussa mahdollisina toteutuskanavina kaikkia olemassa olevia sosiaalisen median väyliä. Oli siis aika tutustua myös kirjallisuuteen sosiaalisten medioiden takana. Oiva valinta tarkoitukseemme oli Jari Juslenin teos → Nettimarkkinoinnin karttakirja.

Toimeksiantajamme toivoi, että tietoväylänä toimisi Facebook. Sosiaaliin medioihin tutustuttuamme mekin päädyimme siihen. Facebookissa oli kolme mahdollista vaihtoehtoa: sivun, profiilin tai ryhmän luominen. Valitsimme sivun, sillä se palvelisi parhaiten tarpeita, joiden täyttämiseen olemme foorumia perustamassa. Vaikkei Facebook-sivun luominen ole työmme pääasia, haluamme tehdä niistä parhaat mahdolliset ja toimivat. Emme halua mennä siitä mistä aita on matalin, siksi käytimmeekin aikaa sisällön miettimiseen.

Tässä vaiheessa kerrottakoon, ettei työparin vahvin osaamisalue ollut sosiaalinen media, mutta he tarttuivat silti haasteeseen. Haasteena oli yhdistää kouluttautuminen, kampaajien asenteisiin vaikuttaminen ja Facebook. Ennen sivun varsinaista suunnittelua kirjattiin ylös se, mitä hyötyä yritykselle olisi sivun luomisesta sekä mitkä riskit siihen liittyisivät (kuvio 4). Listan avulla hyötyjen vahvistaminen ja riskien minimoiminen oli helpompaa.

HYÖDYT	RISKIT
<ul style="list-style-type: none"><li>• Koulutuksista tiedottaminen</li><li>• Vastavuoroinen ja liiketyölähtöinen oppiminen → linkitettyä KC-brändiin</li><li>• Koulutustiimin esille tuominen (henkilöbrändäys)</li><li>• Uudenlainen koulutusympäristö → passiivisten kouluttautujien mahdollinen tavoittaminen</li><li>• Ilmainen markkinointikanava</li><li>• WOM (kollegoilta tuleva suositteleva)</li><li>• Asiakkaiden palautekanava ja seurantamahdollisuus</li><li>• Tuotteiden käyttötietoisuuden lisääntyminen</li><li>• Kanava väärän tuotetiedon korjaamiseksi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tiedonjakamisen hallitsemattomuus (asiattomat kommentit)</li><li>• Kampaajia ei saada mukaan kommentoimaan/jakamaan omaa osaamistaan</li><li>• Kouluttajien passiivisuus (sivujen päivittäminen)</li></ul>

**KUVIO 4.** Facebook-sivujen hyödyt ja riskit.

## HYVIN SUUNNITELTU ON PUOLIKSI TEHTY

Foorumia työpari lähti suunnittelemaan muutamaan tavoitteeseen painotuen. Päättävänä oli, että kaikki asiat suunnitellaan tukemaan asennemuutosta kouluttautumista kohtaan. Yhteisöllisyys ja vuorovaikutus kollegoiden kanssa sekä kouluttaminen tiedonhaluun ja tiedon jakamiseen käynnistäisivät parhaimmillaan asennemuutosprosessin, joka kumpuaisi omasta halusta ja tarpeesta kouluttautua. Muutosprosessi olisi mahdollista toteuttaa erilaisena oppimiskanavana internetissä. Päättävänä saavuttamiseksi tekijät määrittelivät kolme muuta tavoitetta. Asenteisiin vaikuttamisen alatavoitteita olivat koulutusaktiivisuuden lisääminen, KC Teamilaisten henkilöbrändäys ja kampaajien sitouttaminen foorumilla. Näiden pohjalta pari laati suunnitelman internet-valtauksen tekemiseen.

**26.5.2011**

*Miten ihmeessä me saadaan meidän suunnitelma ymmärrettäväksi, ku ei päästä paikanpäälle esittelemään ja avaamaan sitä? Täytyy yrittää tehdä mahdollisimman lyhyt, ytimekäs ja perusteltu kirjallinen paketti siitä mitä yritykselle tarjottais.*

Työpari koosti yritykselle ehdotuksen, jonka pohjalta he lähtisivät sivua toteuttamaan. Ehdotus sisälsi tavoitteiden alle listatut lyhyet kuvaukset siitä, miten tavoitteiden täyttyminen otettaisiin sivuilla huomioon. Tarjousehdotukseen liitettiin myös sivun perustamisohjeet sekä lanseeraukseen liittyviä ajatuksia ja ehdotuksia yritykselle. Ennen kuin ehdotelma lähetettäisiin yritykselle, olisi vielä yksi asia tehtävänä.

**27.5.2011**

*Ollaan sovittu yrityksen kans, että me suunnitellaan foorumille nimi. Lisäksi itse ajateltiin, et keksittäis sivulle myös iskevä slogan. Ei muuta ku sanoja paperille! Englanninkieliset nimet nousivat ensimmäisinä tapetille ja sanakirja oli kovassa käytössä. Yrityksellä oli jo käytössä Hotline-puhelinneuvontapalvelu, joten halusimme nettifoorumin nimen yhdistyvän helposti yritykseen tätä kautta. Hyvin pian meillä välähti: HOTNET! Oiva nimi foorumille. Sloganin keksiminen tuotti enemmän tuskaa...*

Tarjousehdotukseen liitettiin seuraavaa:

#### SIVUN NIMI JA LOGO

Facebook-sivun nimeksi olemme miettineet KC Teamia, alaotsikkoa ja ehkäpä jotain mainoslausahdustakin. Esimerkiksi:

KC TEAM Hotnet – Share your passion with us

Olemme pyöritelleet KC Teamin alaotsikoksi myös sanoja: avec, coffee break, interaction yms. Nimen tarkoituksena olisi olla mahdollisimman havainnollistava sivujen tarkoituksesta sekä hauska ja talonne tyylinen. Teillä on markkinoinnissa käytetty paljon englantia, niinpä käytimme kieltä myös sivun nimen suunnittelussa. Onko tämä ajatus hyvä?

Hotnet-sanan käyttämistä nimen osana perustelemme jo olemassa olevan Hotlinen eräänlaisena jatkumona. KC Team -nimeä on puolestaan hyvä käyttää tunnettuuden lisäämiseksi ja brändin vahvistamiseksi. Lisäksi uusiutuva logonne saisi myös tällä tavoin lisänäkyvyyttä. Ajattelimme, että uuteen KC-logoon lisättäisiin alaotsikko ja mainoslause Facebook-sivun käyttöä varten (profiilikuvaksi).

#### 3.6.2011

*Totuuden hetki -> puhelu toimeksiantajalle tulevasta. Jännitys-tä ilmassa, koska emme vielä tiedä hyväksyvätkö/haluavatko he meidän ehdottamamme Facebook-sivut. Noh... soitimme toimeksiantajalle ja he hyväksyivät koko kuusisivuisen toimintasuunnitelmamme mitään lisäämättä ja mitään siitä pois jättämättä! Tämä on ihme! Olimme varautuneet prosenttein 70 / 30, että saamme heittää tarjoamamme idean unholaan.*

*Seuraava askel olisikin lähteä tosissaan suunnittelemaan Face-sivuja. Lupasimme puhelinkeskustelussamme, että sivut ovat valmiit kesäkuun loppuun mennessä. Eikä siinä vielä kaikki. Ei sivujen luominen mitään suurta salatiedettä ole, mutta olemme luvanneet tehdä heille myös puolen vuoden päivitysoppaan sivujen käyttöön. Sivut tullaan avaamaan heinäkuun lopulla, silloin ilmestyy KC News-lehti, johon myös kirjoitamme jutun foorumista*

# HOTNET

Facebookiin työpari loi KC Team Hotnetin hiusalan ammattilaisten kokemusten ja oivallusten vastavuoroiseksi vaihtopaikaksi – foorumiksi, jossa sekä kampaajat että kouluttajat vaihtavat kätevästi ajatuksiaan kuvien, videoklippien ja kirjoitusten avulla. Hotnet-sivuille kampaajat voivat ladata kuvia upeista töistään, jakaa tietoa, kertoa värioivalluksensa tai heittää mieltä askarruttavan tekniikkakysymyksen uutisvirtaan. Uudenlainen kouluttautumisympäristö mahdollistaa ajasta ja paikasta riippumattoman tiedonjaon.

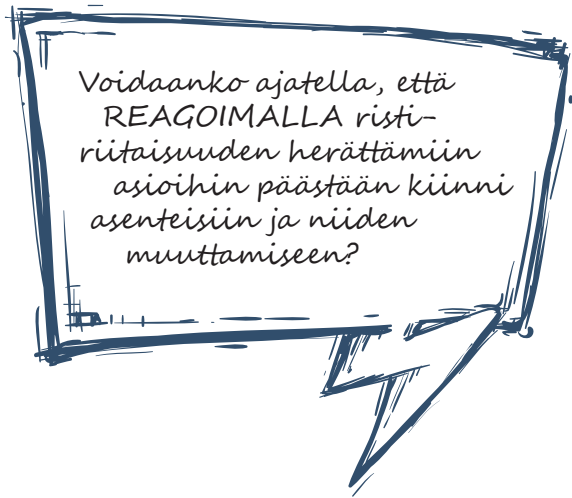
KC Team Hotnetin tarkoitus on tuoda myös KC Teamin kouluttajia enemmän esille henkilöbrändäyksen avulla. Henkilöbrändäys sitouttaa kampaajia kouluttajiin ja sitä kautta Teamin järjestämiin koulutuksiin. Hotnetin avulla lisätään hiusalan ammattilaisten kouluttautumisasiivisuutta. Foorumi kannustaa yhteisöllisyyteen sekä haluun kuulua KC Teamiin. Vastavuoroisessa tiedonjako-ympäristössä päästään vaikuttamaan asenteisiin kouluttautumista kohtaan. Negatiivisia asenteita murttamalla ja positiivista ajattelua vahvistamalla saadaan kampaajat sitoutettua uskollisemmin yrityksen tuotteisiin ja koulutuksiin.

## ASENNE PUNAISENA LANKANA

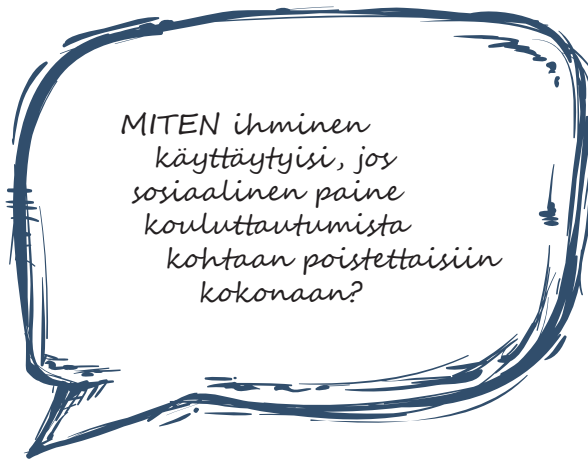
KC Team Hotnetin päätavoitteena on kampaajien kouluttautumiseen liittyviin asenteisiin vaikuttaminen. Asenteiden kautta tuomme esille oppimamme reagointi- ja suhtautumistavan ympäristöön, ihmisiin ja eri tilanteisiin. Asenteiden ja käyttäytymisen väliset sidokset on ymmärrettävä, jotta tiedetään, mitkä tekijät vahvistavat tai heikentävät niitä.

Sosiaalipsykologian tutkimuksissa asenteiden ja näkyvän käyttäytymisen yhteys on ollut varsin kiistanalaista. Asenteiden ja käyttäytymisen välistä yhteyttä on tutkittu vasta suhteellisen vähän aikaa. Monien tutkimuksien tulokset tukevat asenteiden ja käyttäytymisen välillä olevaa selkeää yhteyttä vain hyvin vähän. Jos selkeää yhteyttä näiden asioiden välillä ei ole havaittavissa, niin mihin voidaan tarttua? Silloin tulee tarkasteltavaksi muut tilanteeseen liittyvät tekijät. Niistä tärkeimpiä saattavatkin olla eri tilanteiden herättämät asenteiden ristiriitaisuudet ja se, miten ristiriitaisuus ihmiseen vaikuttaa. (Erwin 2005, 80–83.)





Mikäli asiakkaan asenne myyntitilannetta kohtaan on alun perin negatiivinen, sen ei tarvitse olla sitä ostettavaa tavaraa tai palvelua kohtaan. Samaa logiikkaa voidaan käyttää kampaajien kouluttautumislähtökohdan taustalla. Mikä kampaajien asenteissa kouluttautumista kohtaan sitten aiheuttaa ristiriitaisuutta? Voisiko se olla työpäivämäärä määrittelyä yhteiskunnan luoma sosiaalinen paine kouluttautumista kohtaan? Sosiaaliseen paineeseen ei voi itse vaikuttaa, mutta valittavaksi jää asenne, jolla suhtautua siihen.



Eivätkö negatiiviset asenteet silloin poistuisi ja kouluttautuminen tapahtuisi aidosta omasta halusta ja tarpeesta? Asia ei kuitenkaan ole aivan yksiselitteinen. Omat asenteet kouluttautumista kohtaan voivat olla ihmisen itsensä tiedostamattomissa ja ilmetä vain ristiriitaisena käyttäytymisenä. Asia tuli esille kampaajien haastatteluiden vastauksista. Useat koulutuksiin tyytymättömät kaipasivat jatkuvasti jotain uutta koulutuksiin, mutta eivät osanneet määritellä mitä. He kokivat myös, etteivät koulutukset anna heille mitään, mutta silti he kävivät niissä, mikä on varsin ristiriitaista. Miten yritys ulkopuolisena tekijänä pystyisi vaikuttamaan johonkin sellaiseen, mitä ihminen ei välttämättä itsekään tiedosta? Työpari tuli siihen tulokseen, että yrityksen vähentäessä sosiaalista painetta kouluttautumista kohtaan tuettaisiin samalla tehokkaimmin siihen liittyvää asennemuutosta.

Asenteisiin vaikuttamisen ymmärrys on lähtöisin jo antiikin ajoista. Kreikassa tutkittiin väittelytaitoja, jotta filosofit ymmärtäisivät, mikä tekee viesteistä vaikuttavia ja ihmisten asenteita muuttavia. Vaikuttamiseen liittyviä keskeisiä asioita ovat lähde, yleisö, viesti ja väline. Nämä kaikki toimivat keskenään vuorovaikutuksessa ja voimistavat sekä heikentävät toistensa vaikutusta. Jotta asennemuutosta tapahtuisi, ihminen täytyy saada sekä kiinnittämään huomio viestiin että ymmärtämään viesti. Tämän jälkeen hänen täytyy hyväksyä sanoma ja muistaa se. Vasta näiden seurauksena saadaan syntymään toimintaa. (Erwin 2005, 102–104.)

Mielipiteistä puhutaan usein asenteina. Mielipiteet eroavat kuitenkin asenteista, ja niitä pystytään helpommin muuttamaan. Mielipiteiden taustalla on tutkittu olevan tietopohja, kun taas asenteissa on mukana tiedon lisäksi myös tunneside. Mielipiteet ovat silti vahvasti yhteydessä asenteisiin. Mielipiteet, jotka eivät muutu uudenkaan tiedon vaikutuksesta kertovat taustalla olevista asenteista ja arvoista. (Havunen 2000, 21–22.)

Hotnet tarjoaa totutusta koulutuskulttuurista poikkeavan tavan oppia, joten perinteistä kouluttautumista kohtaan olevat mielipiteet eivät sitä koske. Tämä onkin Hotnetin vahvuus. Negatiiviset mielipiteet kouluttautumista kohtaan hiusalalla voidaan kääntää positiivisiksi tällä uudenlaisella lähestymistavalla. Mielipiteiden pehmenemisen kautta asennemuutokseen vaikuttaminen tulee mahdolliseksi. Uudenlaisena koulutuskanavana se mahdollistaa myös joidenkin ristiriitaisuuksien poistumisen. Hotnetin avulla kyetään poistamaan lähes kaikki parin haastatteluista löytämät niin sanotut tekosyyt (kelon aika, koulutuspaikka, tiedotuksen puute) koulutuksissa käymättömyyden

taustalta. Sivuilla tapahtuu myös oppimista vuorovaikutteisesti täysin uudella tavalla. Oppia ja tietoa ei jaeta yksisuuntaisesti yrityksen puolelta, vaan nimenomaan kannustetaan kampaajia jakamaan asiantuntijuuttaan sekä yrityksen kouluttajille että muille kollegoille.

Tutkimuksissa on tuotu esille, että uskottavuus ja vetovoima ovat kaksi selkeintä asiaa, joilla lähde voi vaikuttaa yleisöönsä. Vetovoimasta puhuttaessa tarkoitetaan fyysistä viehättävyyttä sekä ihmisen miellyttävyyttä. Uskottavuus on puolestaan jaettu asiantuntemukseen ja luotettavuuteen. Tutkimuksissa on tuotu myös esille, että myyntityön kannalta oleellisin lähteen ominaisuus on ehdottomasti asiantuntijuus. Asiantuntijuuden esille tuominen ennen viestien esittämistä vaikuttaa tehostavasti vastaanottajan sen hetkisiin ajatuksiin viestistä. Tämän teorian mukaan on ilmeisen vakuuttavaa tuoda esille oma asema ja asiantuntijuus, jotta viesti olisi tehokkaampi ja uskottavampi. (Erwin 2005, 106–108.) KC Teamin henkilöbrändäys ja kouluttajien asiantuntijuuden esiin tuominen Hotnetissa lisää yrityksen suunnalta tulevien viestien tehokkuutta ja uskottavuutta.

## HENKILÖBRÄNDÄYS

Henkilöbrändäys on terminä vielä suhteellisen tuore, mutta ilmiönä se on vanha. Kautta aikojen ihmiskunnat ovat nostaneet joukostaan esikuvia, joita he ovat seuranneet ja ihailleet. Nykyisin sosiaaliset mediat toimivat yhdenlaisina persoonien ja esikuvien nostattajina. (Aalto & Uusisaari 2010, 15.) KC Teamin valttikortteja ovat ammattitaitoiset ja persoonalliset kouluttajat sekä liiketyölähtöiset koulutukset. Hotnet-sivut on suunniteltu näiden vahvuksien ympärille. Ilman kestävän ammatti-identiteetin muodostumista ei kannata lähteä rakentamaan verkkopersonaa. Itsensä brändääminen vaatii asiantuntijuutta, osaamista ja vahvan ammatti-identiteetin, jotta voi toimia oman alansa edustajana. (Aalto & Uusisaari 2010, 49–50.)

Henkilöbrändäyksessä on myös tärkeää, että kouluttajan aito persoona tulee esiin. Aidosti koulutusfoorumissa esiintyvä KC-kouluttaja herättää mielenkiintoa, samaistumisen halua ja luottamusta, toisin kuin kaupallistettu tai liiaksi siloteltu henkilökuva. Internetissä tapahtuvassa henkilöbrändäyksessä ei ole tavoitteenmukaista rakentaa henkilöstä virtuaalista kiiltokuvapersoonaa (Aalto & Uusisaari 2010, 14). Kun Hotnetistä välittyy helposti lähestyttävä ja innostava kuva, on sivun tykkääjien sitoutuminen kouluttajien persooniin

ja tätä kautta myös yritykseen todennäköisempää. Kouluttajat saadaan sivujen ansiosta lähemmäs kampaajien arkea. Hotnetin välityksellä kouluttajien ja kampaajien välinen suhde tulee tutummaksi, jolloin kampaajien osallistumispäätös koulutuksiin voi syntyä helpommin.

Henkilöbrändin rakentaminen ei tapahdu hetkessä, vaan se vaatii paljon aikaa ja panostusta. Alussa oman persoonan näkymättömyys ja menestyksen saaminen voivat tuntua turhauttavilta, mutta pitkäjänteisellä toiminnalla ja päämäärätietoisuudella oma brändi vahvistuu. Jonain päivänä huomion tulva voi ylittää alkuperäistavoitteen. (Aalto & Uusisaari 2010, 120.)

**10.6.2011**

*Meille oli sanomattakin selvää, että KC Teamin huippukouluttajat nostetaan päärooliin sitouttajina ja aktivoijina. Kouluttajat ovat nimittäin aina niitä, joita kampaajat ihailee! Hotnetin ansiosta me saadaan KC Team kampaajien saataville 24/7.*

## SITOUTTAMINEN

Kampaajien sitouttamiseen foorumilla työpari käytti hyödyksi markkinointipsykologian johdonmukaisuusperiaatetta, julkisen lupauksen antamista sekä koukuttavuutta yhteisöllisyyteen ja haluun olla osa KC Teamiä. Tässä pieni esimerkki johdonmukaisuuden voimasta: kaksi tutkijaa teki havainnon ihmisistä heidän lyödessään vetoa hevosten puolesta kilparadalla. Välittömästi vedon lyönnin jälkeen ihmiset uskoivat hevosensa voittomahdollisuuksiin enemmän. Tietenkään hevosten taidot eivät tuona aikana kasvaneet. Vedonlyöjillä vain oli lähes pakottava tarve olla johdonmukainen tehtyjen valintojensa kanssa. Siksi he vakuuttivat itselleen tehneensä oikean päätöksen, ja usko hevosen voittoon kasvoi. (Cialdi 2011, 56–57.)

Sitoutuminen lähtee liikkeelle johdonmukaisuudesta tiettyjä valintoja kohtaan. Ihmisten sitoutuminen yritykseen saa alkunsa usein pienistä tiedostamattomista päätöksistä. Pienistä valinnoista seuraa lisää samansuuntaisia valintoja, jotka vahvistavat alkuperäistä päätöstä. Julkisesti ilmaistut sitoumukset ja valinnat aiheuttavat kaikkein suurimman tarpeen käyttäytyä johdonmukaisesti. (Cialdi 2011, 82.)

Kouluttajien brändäyksen yhdistäminen tietotuksiin, tykkääjien aktivointiin, vastavuoroiseen viestintään ja uuden oppimiseen saa aikaan koukuttumista sivujen toimintaa kohtaan. Tykkääjän sitouduttua sivujen toimintaan kasvaa myös sitoutuminen Miraculos Oy:tä kohtaan. Tavoitteena on saada Hotnetiin mukaan myös niitä kampaajia, jotka ovat passiivisia kouluttautujia.

**22.6.2011**

*Mitä luultavimmin passiiviset kouluttautujat eivät alussa innostu helposti kommentoimaan Hotnetissä. Ois hyvä, jos saatais ne seuraamaan tapahtumavirtaa, oppimaan vinkeistä, näkemään tunnelmia koulutuksista ja klikkaamaan edes kerran tykkää-painiketta. Seuraamalla kuvia, videoklippejä ja muiden kommentteja madaltuisi passiivisten kouluttautujien kynnyks osallistua oman asiantuntijuutensa jakamiseen.*

Mitä enemmän tykkääjiä saadaan aktiivisesti seuraamaan, lataamaan kuvia ja videoita tai kirjoittamaan kommentteja Hotnetiin, sitä sitoutuneemmaksi he tiedostamattaan tulevat. Julkisesti ilmaistut asiat foorumilla vaikuttavat pikkuhiljaa mielipiteisiin ja sitä kautta asenteisiin sekä saavat kampaajat valitsemaan useammin Miraculosen koulutukset ja tuotteet.



## KOULUTUSAKTIIVISUUDEN LISÄÄMINEN

Toimeksiannon lähtökohtana oli Miraculoksen asiakkaiden koulutusaktiivisuuden kasvattaminen. Tästä tavoitteesta kaikki oli alkanut. Työpari ei ollut unohtanut tätä lähtökohtaa, vaikka luovuusmatkallaan he keskittyivätkin löytämiinsä suurempiin kouluttautumiskäyttäytymistä selittäviin ilmiöihin. Koulutusaktiivisuuden lisäämisestä oli lähdetty liikkeelle, sen eteen tehty töitä, ja nyt olisi tilinteon aika.

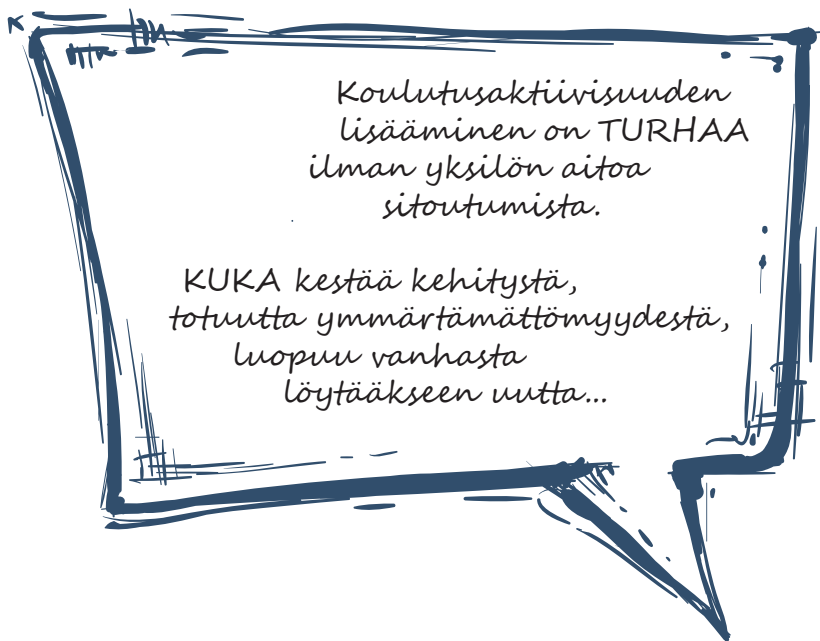


Hotnet on uudenlainen ja totutusta poikkeava väylä kouluttautua, joten valmiiksi negatiivisten asenteiden olemassaolo sitä kohtaan on vähäisempää. Hotnetin seuraamiseen ei ole olemassa ulkopuolelta tulevaa pakkoa, jolloin velvollisuuden tunnetta osallistua sivun toimintaan ei ole. Sivuilla tiedon jakaminen ja toisten kokemuksista oppiminen poikkeavat totutuista koulutuksista. Kun oppimista tapahtuu vastavuoroisesti sivun käyttäjien kesken, se ei tunnu passiivistakaan kouluttautujista koulutusmaiselta.

Koulutusaktiivisuuden lisääntyminen tapahtuu sivuilla nopealla ja helpolla tavalla. Uusimmat ja innovatiivisimmat värjäystekniikat ja -reseptit sekä tuotevinkit saavuttavat monia kampaajia samanaikaisesti ympäri Suomen. Hotnetin ansiosta kouluttautuminen ei ole enää paikkaan ja aikaan sidottu, eikä uuden opin saaminen vaadi muuta kuin Facebook-sivulle löytämisen.

Kampanaajan on mahdollista oppia Hotnetissä niin KC-kouluttajilta kuin myös kollegoiltaan. Kollegoilta oppimisen lisäetuna on se, ettei se tunnu yrityksen ideologian myymiseltä, koska suositukset tulevat puolueettomalta taholta. Kaikki tämä taas on eduksi Miraculokselle, sillä heidän tuotteista ja koulutuksista sivuilla kuitenkin paljon puhutaan.

Hotnet toimii myös KC Teamin järjestämien koulutusten tiedotuskanavana. Sivuilta löytyy kaikki Teamin järjestämät koulutukset paikkakunnittain, ja jokaisen koulutuksen yhteydessä on kuvaus sen sisällöstä. Sivuilla käytävät koulutuskeskustelut innostavat myös passiivisimpia kouluttautujia osallistumaan koulutustilaisuuksiin paikanpäällä. Kun kouluttautumaton kampanja seuraa sivuilla tapahtuvaa innostuneisuutta kouluttautumista kohtaan, ennen pitkää hän ei halua tuntea itseään ulkopuoliseksi kaikista tarjolla olevista tiedoista ja taidoista.



## HOTNET-OPAS JA LANSEERAUS

Hotnet-sivujen helppoa käyttöä varten työpari koosti Hotnet-oppaan. Oppaassa käsitellään sivujen toimintaperiaate ja se, miten sivujen avulla voidaan vaikuttaa ennalta määriteltäviin haasteisiin eli asenteisiin vaikuttamiseen,

henkilöbrändäykseen, sitouttamiseen sekä koulutusaktiivisuuden lisäämiseen. Työpari suunnitteli oppaaseen Hotnetin päivityssuunnitelman puoleksi vuodeksi eteenpäin. Jotta sivun käyttöönoton toteuttaminen olisi yritykselle mahdollisimman vaivatonta, laadittiin viitteellinen päivityssuunnitelma joka kuu-kaudelle. Päivityssuunnitelmassa huomioitiin erilaisten tiedotusten lähettäminen sivuilla. Tiedotuksia hoitaisivat niiden luonteesta riippuen joko koulutus-tai markkinointitiimi. Työpari suunnitteli myös erilaisia aktivointikeinoja ja ideoita tykkääjien toiminnan lisäämiseksi sivuilla. Mikäli yritys haluaa jatkossa viedä Hotnet-toimintaa pidemmälle, on oppaaseen listattu myös muita Face-bookin toimintamahdollisuuksia.

Työpari suunnitteli Hotnetin lanseerauksen niin yrityksen henkilöstölle kuin kampaajille. Lanseeraus henkilöstölle tapahtui paikanpäällä yrityksessä. Oppaan läpikäyminen vaihe vaiheelta sekä Hotnet-sivujen yhtäaikainen seuraaminen mahdollistivat parhaan tuloksen tiedon jakamisessa toimeksiantajalle. Yhteinen lanseeraustilaisuus oli erityisen tärkeä siksi, että asianosaiset saatiin sitoutettua sivun toimintaan. Mikäli Hotnet-sivujen käyttöönotto ja toimintojen opettelu olisi jäänyt vain oppaan lukemisen varaan, olisi ollut vaarana, ettei foorumin ideologia olisi avautunut niin kattavasti, tarkoituksenmukaisesti ja mukaansatempaavasti kuin oli tarkoitus. Kouluttajien ja markkinointitiimin innottomuus sivujen päivitystä ja toimintaa kohtaan voisi puolestaan joh-taa sivujen toimimattomuuteen. Etenkin kouluttajien aktiivisuus on suuressa roolissa, sillä he ovat Hotnet-toiminnan sielu.

Hotnetin lanseeraus kampaajille tapahtui Miraculoksen asiakaslehden KC Newsin kautta. Työpari kirjoitti lehteen informatiivisen ja innostavan jutun Hotnetistä. Samainen lehtijuttu toimii myös edustajien markkinointimateri-aalina mainostaessa Hotnetiä kampaajille. Lehtijutun tarkoitus oli saada kampaajia liittymään Hotnet-sivujen tykkääjiksi ja tätä kautta kehittymään ammatissaan KC Teamin ja kollegoiden oppien avulla.

**16.6.2011**

*Älyttömän hieno fiilis! Meidän kirjoittama juttu julkaistaan val-takunnallisessa KC Newsissä! Me ollaan hiottu sitä tekstiä koko viikko, mut nyt se palkitaan! Jännitti, kun toimeksiantaja luki juttua, mutta sit se katto meitä ja sano: ”Taitaa olla ensimmäinen muiden kirjoittama juttu, kun menee muuttamattomana painoon. Enpä olisi itse parempaa kirjoittanut.” Ja mehän oltiin yhtä hy-myä!*





**KC**

**KCTEAM**  
*hotnet*

**NYT FACEBOOKISSA!**

Like us on Facebook

**KC TEAM HOTNET**  
WWW.FACEBOOK.COM/  
KCTEAMHOTNET

Olemme valmistumassa syksyllä estenomeiksi Turun AMK:sta. Toteutimme opinnäytetyömme yhteistyössä Miraculos Oy:n kanssa. Opinnäytetyössämme keskityimme kehittämään ratkaisuja, jotka helpottaisivat kampaajien koulutautumista. KC Teamin järjestämät koulutukset ovat monipuolisia ja saavat asiakkailtaan kiitosta erityisesti liikuttyöläheisyydestään. Tähän vahvuuteen halusimme tarttua.

Niinpä olemme luoneet KC Teamille omat **Hotnet** - Facebook -sivut. Sivujen yhtenä tarkoituksena on tuoda koulustuihin huippuosaaminen lähelle sinua. Koemme, että tällainen uudenlainen koulutusympäristö toimii hyvänä tukena perinteisen kouluttautumisen rinnalla. Hotnet -sivujen kautta saat helposti ja nopeasti napattua uusimmat vinkit työhösi, näet tulevat koulutukset sekä koulustuihin ajankohtaiset kuulumiset.

Visiona on, että sivut saataisiin toimimaan hiusalan ammattilaisten kokemusten ja oivallusten vastavuoroisena vaihtopaikkana. Foorumina, jossa sekä kampaajat että kouluttajat vaihtavat kätevästi ajatuksiaan kuvien, videoklippien ja kirjoitusten avulla. Hotnet -sivuille voit ladata kuvia upeista töistäsi, jakaa värioivalluksesi tai vaikkapa heittää mieltä askarruttavan tekniikkakysymyksen uutisvirtaan. Hotnet mahdollistaa paikasta ja ajasta riippumattoman yhteistyön kollegoiden ja koulustuihin kanssa.



Tervetuloa mukaan innostavaan porukkaan! Löydät meidät Facebookista hakusanalla KC Team Hotnet. Tykkäämällä sivusta pääset mukaan seuraamaan tapahtumia ja olemaan osa huipputiimiä!

**Share your passion with us!**

*Kesäterkuin,*

*Sari Haverinen & Heidi Suomela*

## MIRACULOKSEN NETTISIVUT OVAT UUDISTUNEET!



Uusi sivusto löytyy osoitteesta [www.kcprofessional.fi](http://www.kcprofessional.fi). Uudistumisella on haettu sivustoon selkeämpää ilmettä, raikkautta ja käyttäjäystävällisyyttä.

Koulutuksiin ilmoittautumisesta on tehty erittäin helppoa, sillä nyt voit ilmoittautua myös netin kautta! Klikkaat vain koulutuskalenterista haluamasi koulutuksen ja syötät pyydyt tiedot järjestelmään, jolloin se kirjaa ilmoittautumisesi ylös. Sivuilta näet myös, kuinka monta paikkaa koulutuksessa on vapaana. Sivustolta löytyy myös vanha tuttu materiaalipankki, jonka käyttäjätunnukset saa käyttöönsä rekisteröitymällä. Materiaalipankkia päivitetään säännöllisesti ja sinne lisätään viiden viikon välein uudet kampanjat sekä uudet tuote- ja mallikuvat niiden ilmestyessä. Lisäksi sivuston etusivulla on linkit Four Reasonsin ja uuden KC Team Hotnetin Facebook -sivustoon – kannattaa tykätä ja tiedät ensimmäisenä missä mennään!

**KUVA 1.** *KC-News -lehtijuttu.*

# PROSESSIN YMPYRÄ SULKEUTUU

Luovassa tilassa työnteon ollessa tiiviisti käynnissä siihen uppoutuu todella intensiivisesti. Sanotaan, että sitä hengittää prosessia ja on kiinni siinä joka solullaan. Elää hetkessä. Toimeksiantoprosessi oli lopussa ja työparilla nousi jälleen mieleen uusi ongelma ja uusi kysymys, jonka olisi voinut kuvitella olevan melko olennainen jo paljon varhaisemmassa vaiheessa. Muttei näillä tekijöillä – heillä se tuli eteen vasta lähellä työn loppua.

12.7.2011

Tänään eteemme kuitenkin ponnahti olennainen ongelma: Mistä me kirjoitamme opinnäytetyömme? Kuu-lostaa hullulta kysymykseltä, sillä olemme häärineet työmme kimpussa kauan ja intensiivisesti, mutta vasta nyt alamme miettiä mitä opparina teemme. Asiaa pohtiessamme meille tuli jälleen kerran totaalinen stoppi.

Päätimme kääntyä ohjaajan puoleen. Juhanan kanssa juttellessa aloimme vasta kunnolla ymmärtää miten paljon olimme tehneet. Yhdessä asioita pohdittuamme päätimme, että tulemme tekemään opinnäytetyömme tästä koko prosessista. Olimmehan valinneet hieman toisenlaisen väylän opinnäytetyön toteuttamiseksi jo melko alusta alkaen. Miksi emme toisi työssämme esille koko ihmeellistä ja opettavaista matkaa jonka olemme kulkeneet?



Ollessaan vielä kiinni luovassa prosessissa ja jossain, mikä on itselle uutta, on sen ulkopuolelle hankala hypätä. Parin oli hankala hahmottaa kokonaisuutta matkasta, jonka he olivat kulkeneet. Tässä tilanteessa tarvittiin ulkopuolinen henkilö, joka kysymyksillään ja mietteillään vei ajatuksia ulospäin kohti kokonaisuutta. Työparin ajatukset alkoivat avartua ja ideoita syntyi, kun he suunnittelivat kirjoitusprosessin toteuttamista. Tässä vaiheessa he kykenivät ensimmäistä kertaa katselemaan tekemäänsä prosessin ulkopuolelta.

14.7.2011

Vähällä emme tietenkään halua itseämme päästää. Päätimme nimittäin, että kirjoitamme työmme kertojan roolissa. Huh, huh! Kummallakaan kun ei suomenkielen kirjoittaminen ole erityinen talentti, niin lähteä nyt taas haastamaan vaikeamman kautta itsensä! Onko järkeä vai ei? Yritystä ainakin.



Aloimme hahmotella sisällysluetteloa. Kun olimme saaneet hahmotelman aikaan paperille kaikkine suurimpine vaiheineen, tajusimme jotain. Nimittäin sen, että olimme ”puolivahingossa” tehneet superjuttuja! Paljon erilaisia työkaluja oli käytetty ja seisottu todella monessa tienristeyksessä. Ja mikä parasta, ymmärsimme todellisuuden vasta nyt. Mitä mahtavaa me on saatukaan aikaan!

Asiat, jotka alkuperäisistä suunnitelmistamme säilyivät, olivat aika-  
taulu sekä koulutusaktiivisuuden lisääminen ja sitouttaminen. Ei siis  
eksytty, vaikka koko luovuusmatka sitä pelättiin. Siinä se temppu nyt  
seisoo ja häntäänsä heiluttaa, kun pitäisi siirtyä sanoista ja ajatuksista  
tekoihin. Agenda: ajatukset siniseksi kirjaksi.

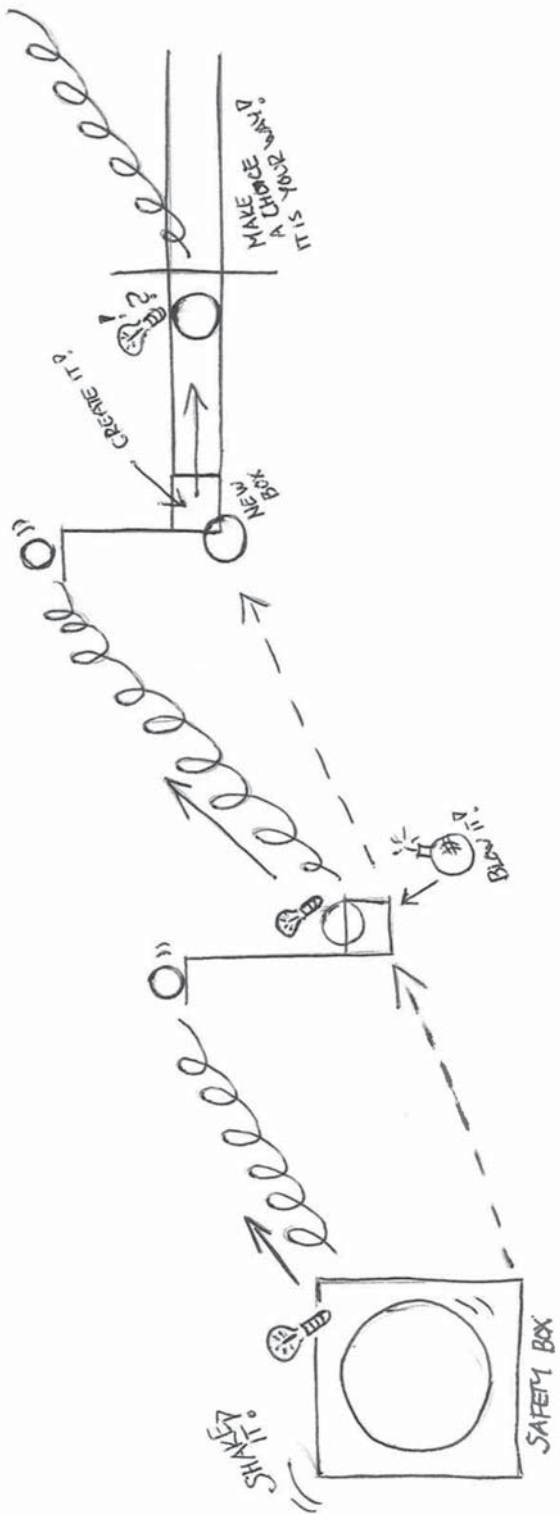
Eikö työpari tiennyt luovuusmatkansa aikana, mitä he ovat tekemässä? Miten asiantuntevaa kehittämistä ja laadukasta työtä voi saada aikaan, jos luottaa sattuman kauppaan? Selvennettäköön, että työparilla oli erittäin kirkkaana päämääränä hiusalan kouluttautumisen ja oman asiantuntijuuden kehittäminen. Valitsemalla tietoisesti osittaisen määrittelemättömyyden kehittämiseen liittyviä toimintatapoja kohtaan, he kykenivät löytämään oman luovuutensa. Jos pari olisi valinnut toisin ja lähtenyt etsimään valmiita toimintatapoja luovuuteen, miten olisi käynyt? Luultavasti enemmän kuin oikean ongelman löytämiseen he olisivat keskittyneet siihen, miten käyttää luovuustyökaluja mahdollisimman oikein. Heidän tarinansa aikana on toivottavasti kuitenkin käynyt selväksi ainakin yksi asia: luovuus ja ennalta määritellyt toimintatavat eivät mahdu samaan lauseeseen.

# TYÖN HEDELMÄT

Jatkuva uudistuminen, luovuus ja oman asiantuntijuuden kehittäminen ovat hyvin suhteellisia ja hauraita käsitteitä. Luovuudesta on myös hankala saada tukevaa otetta. Uudistuminen, luovuus sekä tietyn tasoinen ennalta määriteltävyys ja määrittelemättömyys kun kulkevat kaikki käsi kädessä ja ruokkivat toisiaan. Ne tarvitsevat jokainen oman tilansa ja oikeat olosuhteet. Tarpeellista uudistumisessa ja luovuuden etsimisessä ovat myös suvantoajat, jolloin pureskella kasvua ja kehitystä.

Uuden kehittäminen ja oman luovuuden etsiminen on haastavaa, vaikeaa ja jopa lannistavaa. Oikeaan aikaan kohdalle osuessaan se on kuitenkin hyvin voimaannuttavaa. Uudistumiselle on aina aikansa ja paikkansa. Luovuutta ei voi kuitenkaan pakottaa esiin, eikä sitä voi opettaa. Sitä ei voi kopioida ja siirtää toiselle tai itselle, ei laittaa purkkiin ja ottaa käyttöön tarpeen tullen. Se täytyy houkutellessa näkyviin keinoin, jotka yksilön sisäinen motivaatio tuo esiin eri tavoin eri ajankohtina. Kun tuo hetki tulee eteen, on oltava valmis lähtemään matkalle, joka on täynnä yllätyksiä, ylä- ja alamäkiä. On laitettava itsensä avoimesti likoon omana epätäydellisenä itsenään.

Tiedämme sen, että vanha täytyy tuhoutua, jotta tilalle syntyy uutta. On valheellista sanoa luovuuden ja uudistumisen sujuvan kivuttomasti ilman ponnisteluja tai itsensä haastamista. Eteemme tulevilla esteillä on hyvin systemaattinen taipumus tiputtaa meidät takaisin omiin turvallisiin ja varmoihin toimintatapoihimme – lokeroihin, joissa olemme ennenkin olleet, mutta joista kuitenkin samalla yritämme kovasti päästä pois ja eteenpäin. Turvallisissa automaatiotoimintatavoissa on aika ajoin hyvä elää, mutta jotta kehittymistä tapahtuisi, on otettava vastaan hetket, jolloin vanha hylätään ja tilalle luodaan uutta. Clayton Cristensenin esiin tuoma edelläkävijän dilemma pätee myös henkilökohtaisen asiantuntijuuden kehittämiseen ja oman luovuuden etsimiseen. Nimenomaan osa niistä tekijöistä, jotka auttavat meidät luovuutemme jäljille, saattavatkin seuraavalla hetkellä toimia esteenä kehityksellemme. Juuri kun ajattelet löytäneesi luovuuden sekä oikeat avaimet menestykseen ja jatkuvaan uudistumiseen, oletkin jo eksynyt polulta.



Tämä muistuttaa mieleen Einsteinin ajatuksen väärällä kädellä kirjoittamisesta. Hänhän kyseenalaisti jatkuvasti omat teoriansa kyetäkseen luomaan uutta. Kenenkään ei silti tarvitse pyrkiä olemaan uusi Einstein, eikä se ole tarkoituksenmukaistakaan, mutta kuitenkin tuossa tavassa kohdata ongelmat on jotain ihailtavaa.

Palattaessa tarkastelemaan opinnäytetyömatkaamme huomaamme, kuinka hankalaa uudistuminen ja oman toiminnan jatkuva kyseenalaistaminen on. Se näkyy monissa tilanteissa itsessämme sekä KC- koulutusteamissa ja koko toimeksiantoyrityksessä. Huomattavaa on, että mitä enemmän ihmisiä on kehitysprosessissa mukana, sitä useampaa ajattelutapaa joudutaan ravistelemaan ja uudistumista tuntuu tapahtuvan pienemmällä volyyymilla. Toisaalta, jotta saataisiin aikaan suuria ja toimivia muutoksia, tarvitaan useiden ihmisten ravistelua, luovuutta ja kukoistusta sekä niiden tuloksena syntyneitä säröjä, jotka laittavat uudistumisen ja kehityksen pyörän pyörimään yhä uudestaan ja uudestaan.

Koulutusmaailmassa korostetaan nykyään paljon innovatiivisuutta ja luovuutta. Lähtökohta on hyvä. Harva koulutus kuitenkaan aidosti mahdollistaa luovuuden etsimiseen liittyvät asiat. Harva ihminen on myöskään valmis vastaanottamaan sitä, mitä luovuusmatka tarjoaa. Pelkkä varpaiden kastelu suossa ei tuolla matkalla riitä, vaan tarvittaessa on oltava valmis rämpimään siellä kainaloita myöden. Koulutuksien kehittämisessä tulisi kiinnittää enemmän huomiota asioihin, jotka tukevat ihmisen sisäistä kasvua auttaen häntä löytämään oman aidon luovuutensa. Silloin on kyettävä ottamaan myös yhä voimakkaammin huomioon oppiminen kokonaisvaltaisena tapahtumana, jossa on mukana monenlaisia tunteita.

Kun koulutusten kehittämistä tarkastelee kokonaisvaltaisesti luovuuden ja sisäisen motivaation tukemisen kautta, tulee eteen yhteiskuntamme luoma haaste. Haasteena on koko koulutuskulttuurimme, joka ajaa ihmisiä kouluttautumaan ja motivoitumaan täysin vääristä syistä. Yhteiskuntamme korostama suorituskeskeisyys ja siitä syntyvä ulkopuolinen paine ovat väärät lähtökohdat kehittymiseen sitoutumiselle ja sitouttamiselle. Jotta jatkuvaa uudistumista tapahtuisi, sitoutuminen kehitykseen tulee kummuta sisäisestä kasvusta sekä aidoista tarpeista niin organisaatioissa, tiimeissä kuin yksittäisissä ihmisissäkin.

Kannattaa rohkeasti hypätä pois tutulta polulta, sillä sitä tietä kulkiessaan tulee aina päätymään samaan ennalta tiedossa olevaan määränpäähän. Haasta itsesi tarpomaan risujen ja männynkäpyjen keskellä. Sakeassa metsässä saattaa

pelottaa ja epävarmuus eksymisestä on läsnä. Suolla kulkiessa sukat kastuvat ja kuivalla maalla kuusenoksat lyövät molemmille poskille. Koko matkan kuitenkin näet ja koet maailmaa, jota tuttuja teitä kulkiessasi on mahdotonta havaita. Ennen kaikkea opit paljon itsestäsi. Erilaisten esteiden tullessa eteesi löydät rajallisuutesi, ja rajat löydettyäsi huomaat, kuinka kykenet ylittämään ne. Matkalla huomaat taitoja, joita et tiennyt omaavasi. Niitä taitoja et ole koskaan tarvinnut valmista tietä kulkiessasi.

Määränpäähän päästyäsi istuskelet nuotion äärellä nokipannukahvia nautiskellen. Ihaillet järvenselällä uivaa kauniin valkoista joutsenparia ympäröivän metsän humistessa rauhoittavasti tuulessa. Sateen jälkeinen luonto tuoksuu jotenkin niin turvalliselta. Mietit, miltä toisista mahtaa maistua valmiskahvi moottoritien varrella sijaitsevalla huoltoasemalla. Hymy nousee huulillesi... Onneksi valitsit tuntematon määränpään.

# LÄHTEET

Aalto, T. & Uusisaari M. 2010. Löydy – Brändää itsesi verkossa. Helsinki: BTJ Finland.

Cialdi, R. 2011. Vaikutusvalta suostuttelun psykologiaa. Porvoo: Bookwell.

Erwin, P. 2005, 1.painos. Asenteet ja niihin vaikuttaminen. Helsinki: WSOY.

Havunen, R. 2000. Uusi näkökulma asiakkaaseen – Oivaltamisen kautta tuloksiin. Helsinki: Edita.

Juslen, J. 2011. Nettimarkkinoinnin karttakirja. Helsinki: Tietosykli.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Rehn, A. 2011. Vaaralliset ideat. 2 painos. Helsinki: Talentum.

Thrope, S. 2004. Ajattele kuin Einstein. Hämeenlinna: Recalmed.

## Sähköiset lähteet

Collin, J. 2003. Tutkiva verkko-oppiminen 2003. Viitattu 29.7.2011. <http://www.tutkiva.edu.hel.fi/index.html> > Jaettu asiantuntijuus.

Miraculos Oy 2011. Tarina. Viitattu 27.7.2011. <http://www.miraculos.fi/> > Yritys > Tarina.

Salovaara, H. 2004. Suomen virtuaaliyliopisto 2004. Viitattu 27.7.2011. <http://tievie.oulu.fi/verkkopedagogiikka/index.html> > Oppimisen tutkimusta vuosituhaten vaihteessa > Motivaatio oppimisessa.



*Uudistuminen lähtee liikkeelle  
sisäisestä kasvusta, luovuudesta,  
joka kumpuaa todellisista tarpeista.*



*Uskalluksesta kohdata totuus.*