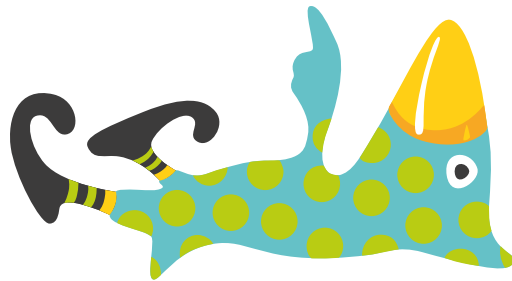
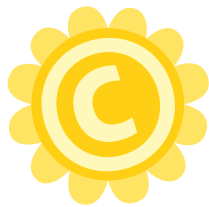




Luovuus ja liiketoiminta

-TYÖKIRJA

Käytännön työkaluja luovien alojen liikeidean ja liiketoiminnan kehittämiseen



Humanistinen ammattikorkeakoulu

Sarja F 27 (verkkojulkaisu 26)

Kirjoittajat: Anna Pikala, Helinä Ahola, Petri Katajarinne ja Timo Parkkola

Kirjan ulkoasu ja taitto: Kirsti Pusa

Painovuosi: 2014



Tätä kirjaa saa kopioida yksityiseen ja julkiseen ei-kaupalliseen käyttöön lähteen mainiten.

ISBN 978-952-456-180-8 ISSN 2323-833X (Painettu)

ISBN 978-952-456-179-2 ISSN 1799-5655 (Verkkojulkaisu)



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013



Luovuus ja liiketoiminta

-TYÖKIRJA

Käytännön työkaluja luovien alojen liikeidean ja liiketoiminnan kehittämiseen

Alkusanat



Luovat alat + liiketoimintaosaamisen lisääminen

= INNOVATIIVISIA YRITYKSIÄ
JA KANNATTAVAA LIIKETOIMINTAA

Onko sinulla liikeidea? Tai vasta muotoutumassa oleva ajatus tuotteesta tai palvelusta, jota haluaisit tarjota muille? Onko sinua jo pitkään vaivannut jokin käytännön ongelma, johon sinulla olisi hyvä ratkaisu valmiina? Tämän kirjan tehtävien avulla pystyt testaamaan, olisiko ideastasi tuotteeksi ja sinusta yrittäjäksi.

Miksi luovat alat tarvitsevat oman kirjan liiketoiminnan kehittämiseen

Liiketoiminnan kehittämistä on tehty jo useita hyviä kirjoja. Tämä kirja täydentää niitä tarjoamalla liikeidean ja -toiminnan kehittämiseen teorian rinnalle käytännön tehtäviä, joita tekemällä voit prosessoida liikeideaasi ja itseäsi yrittäjänä. Kirja on rakennettu niin, että voit lukea sen alusta loppuun järjestyksessä tai hyödyntää vain joitakin kohtia omien tarpeidesi mukaisesti. Sisällysluettelo toimii samalla liiketoiminnan kehittämisessä check listinä – laita rasti ruutuun kun tiedät vastauksen sisällysluettelossa esitettyyn kohtaan. Kirja poikkeaa perinteisestä liiketoimintakirjasta myös siinä, että se on suunnattu erityisesti luovien alojen toimijoiden liikeideoiden ja liiketoiminnan kehittämiseen. Tällä emme tarkoita luovasti ajattelevia tai toimivia yrittäjiä tai luovia liikeideoita, vaikka niitäkin tässä maailmassa riittää, vaan luovaan toimialaan* liittyvää liikeidea ja sen kehittäjää.

Luovilla aloilla yrittäjyys lähtee usein liikeideasta, joka on uusi ja ennennäkemätön

Yritystoiminta on luovilla aloilla periaatteessa samanlaista kuin muillakin – pitää tuottaa voittoa. Mutta siihen samankaltaisuudet monesti loppuvat. Kokemuksemme mukaan luovilla aloilla yrittäjyys lähtee usein liikeideasta, joka on uusi ja ennennäkemätön. Tällöin myös ansaintamalli ja tuotantoketju on rakennettava alusta asti itse. Abstraktin aiheen tuotteistaminen on myös haastavaa, sillä miten vakuuttaa rahoittajat, alihankkijat ja asiakkaat, kun tuote ei ole käsin kosketeltava tai jo entuudestaan tuttu. Usein asiakas pitää saada ostamaan prosessi, jonka päätepiste ei ole vielä siinä vaiheessa tiedossa. Muillakin aloilla tuotteita myydään mielikuvilla, mutta sen lisäksi luova tuote tuottaa niitä myös itse.

Luovien alojen yrittäjät näkevät maailmasta vähän enemmän

Luovilla aloilla yrittäjyys ei useinkaan tarkoita sitä, että yrittäjä tulee mukaan valmiiksi kilpailuille markkinoille samalla tuotteella tai hieman aiempia tuotteita parantaen, niin kuin useammin muilla aloilla. Sen sijaan luovilla aloilla lähdetään usein tekemään uniikkia uutta. Se vaatii myös rohkeutta. Ei ole helppo lähteä tuntemattomille poluille, kun siihen ei ole valmiita tienviittoja. Usein luovien alojen yrittäjällä jopa jokainen tuote on erilainen. Muotoilija tekee uniikin työn toisensa jälkeen ja jokaisen elokuvapätkän pitää olla erilainen kuin aikaisemmat. Luovien alojen yrittäjälle onkin ominaista oivaltavuus ja uskalus tehdä sitä, mitä sydän sanoo. Erään luovien alojen kehittäjän sanoin: ”luovien alojen yrittäjät näkevät maailmasta vähän enemmän”.

Luovien alojen lakana auttaa liiketoimintasuunnitelman teossa

Me kirjan kirjoittajat olemme pitäneet satoja yritysneuvontoja ja useita ”Luovuus ja liiketoiminta” -kursseja luovien alojen toimijoille. Työssämme olemme huomanneet, että luovien alojen liikeidean kirkastamisessa parhaiten toimivat konkreettiset tehtävät ja kysymykset, joiden mukaan kirjan sisältö on rakennettu. Lisäksi pääset kirjassa täyttämään kehittämäämme ”Luovien alojen lakanaa” eli yhden sivun liiketoimintasuunnitelmaa joka luvun kohdalla niin, että kirjan luettuasi olet saanut aikaiseksi koko liiketoimintasuunnitelmasi ilman tarpeettoman suuria ponnistuksia. Luovien alojen lakana pohjaa jo aiemmin liiketoimintasuunnitelman tekoon kehitetyille ”Lean Canvasille” ja ”Business Model Canvasille”, mutta sopii mielestämme paremmin luovien alojen liikeideoiden kehittämiseen. Olemme kirjoittaneet kirjan itseopiskelun tueksi, erilaisten yrittäjyyskursseiden oppikirjaksi ja yritysneuvonnan apuvälineeksi. Ennen kaikkea olemme kuitenkin kirjoittaneet kirjan innostamaan ja rohkaisemaan luovien alojen toimijoita liiketoiminnan tekemiseen. Toivottavasti onnistumme siinä myös sinun kohdallasi!

* LUOVAT TOIMIALAT

MONISTETTAVIIN TUOTTEISIIN PERUSTUVAT ALAT	Televio Animaatio ja elokuvat Ohjelmistot ja digitaaliset pelit Kirjallisuus Musiikki	Tv-ohjelmien tuottaminen ja lähettäminen; maksulliset tv-kanavat Elokuvien, videoiden ja televisio-ohjelmien tuotanto; elokuvien esittäminen; videofilmien vuokraus Tietokonepelien kustantaminen; ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus Painamista ja julkaisemista edeltävät palvelut; sidonta, kirjojen tukku-, verkko- ja vähittäiskauppa, kirjojen kustantaminen Tallenteiden tuotanto; viihde-elektroniiikan valmistus, soitinten valmistus; tukku- ja vähittäiskauppa, äänitysstudiot ja äänitteiden kustantaminen; ohjelmatoimistot
PALVELU-LIIKETOIMINTA-ALAT	Markkinointiviestintä Arkkitehtuuri Muotoilu	Arkkitehtuuripalvelut Mainostoimistot Taideteollinen muotoilu ja suunnittelu; graafinen muotoilu; sisustussuunnittelu; teollinen muotoilu
KULTTUURI-JA TAIDEALAT	Kulttuuri- ja taidealan liikkeet Esittävät taiteet Taiteellinen luominen	Taide- ja antiikkiliikkeet; galleriat; huutokauppakamarit; museoiden toiminta Esittävät taiteet ja niitä palveleva toiminta Taiteellinen luominen (itsenäisten taiteilijoiden alkuperäisteosten luominen)

Lähde: Julkinen rahoitus luovien alojen yrityksissä. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu. Innovaatio. 26/2013. Kuvio 4.

Näin käytät tätä kirjaa

- 1 Kirja on jaettu **kuuteen lukuun ja niiden alle sijoittuviin aiheosioihin**. Voit lukea kirjan luku ja aihe kerrallaan alusta loppuun tai sitten valita sisällysluettelon check listin avulla ne osiot, joihin tarvitset eniten tietoa ja tukea.
- 2 Kirjan jokainen osio alkaa **luovien alojen yrittäjän ajatuksella** aiheesta.
- 3 **Ingressi** johdattaa sinut jokaiseen aiheeseen.
- 4 Jokaisessa osiossa olevien **tehtävien** avulla pääset pohtimaan omaa osaamistasi ja liikeideaasi sekä kehittämään liiketoimintaasi.

1 **c** Mikä liikeideaasi on

2 "Haluaisin perustaa kiertueteatterin."
Neuvomassa käynyt kolmekymppinen mies

3 Onko sinulla ajatus tuotteesta tai palvelusta, jota haluaisit myydä muille? Tai onko mielessäsi kenties useampi idea, joita olet jo pidempään kypsytellyt? Tässä osiossa pääset hahmottamaan paremmin, mikä oikein on liikeideaasi ja mitä osaamista sinulla jo on sen toteuttamiseksi – sekä mitä osaamista sinulta vielä puuttuu.

EXTRA Liikeidean kehittäminen pähkinäkuoressa
Löysin liikeidean kehittämiseksi hyvän kiteytyksen My Coach -verkkopalvelusta (Youtube 27.5.2024). Siinä liikeidean kehittäminen oli jaettu kolmeen vaiheeseen: puhumiseen, (alittajuntaiseen) ajatteluun ja palauteen keraamiseen potentiaalisilta asiakailta. Puhuminen omasta liikeideasta on tärkeää, sillä yksin jumittuu helposti tietyille oralle. Liikeidean paljuttelussa auttaa esimerkiksi alueesi yritysneuvoja, kokeneempi yrittäjä tai vaikka kaverisi. Samalla kun puhut liikeideastasi muille, alittajuntasi tekee töitä sen kehittämiseksi.

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus
Tavvas + helvetti
(Terho Puustinen & Mika Mäkeläinen:
One on One Publishing Oy 2023)

Hakusanat verkossa
aarrekartta, liikeidea, liikeidean kehittäminen

4 **TEHTÄVÄ 2** Oman osaamisen tunnistaminen

Kirjaa ylös, mitä kaikkea olet elämässäsi tehnyt ja pohdi sitten, mitä osaamista niistä kaikista on jäänyt käteen. Tarkoituksena ei ole c:n tavoin kirjata ylös pelkkiä koulutuksia, kursseja ja työkokemuksia, vaan myös harrastuksia, eri ihmisten kohtaamisia sekä kaikkia niitä elämäkokemuksia, jotka ovat vaikuttaneet siihen, että olet nyt tässä liikeideaasi kanssa. Aloitussympyrään voit laittaa syntymäsi tai vaikka itsesi 20-vuotiaana, riippuen siitä, kuinka paljon erilaisia kokemuksia sinulle on ehtinyt kertymään. Lopetusympyrään puolestaan voit laittaa tämän hetken, jossa pohdit liikeideaasi kehittämistä.

OMA URAPOLKU

5 **6** **7** **8** **9**

Täytä Luovien alojen lakanasta kohta "Oma osaaminen"

PUUTTUVAN OSAAMISEN HANKKIMINEN
(esim. kirjallisuus, seminaarit, koulutukset)

- 5 Jokaisesta osiosta löytyy EXTRA-laatikko, jossa kerrotaan kiinnostavaa **lisätietoa** kustakin aiheesta.
- 6 Kunkin osion aihepiiriin liittyviä **kirjallisuusvinkkejä** on koottu harmaaseen laatikkoon.
- 7 Toiseen harmaaseen laatikkoon on koottu **hakusanoja**, joiden avulla voit hakea verkosta lisää tietoa aiheesta.
- 8 Täyttämällä jokaisen osion yhteydessä yhden kohdan kirjan lopussa olevasta "**Luovien alojen lakanasta**" eli yhden sivun liiketoimintasuunnitelmasta (sivu 74), on sinulla kirjan luettuasi koko liiketoimintasuunnitelma tehtynä.
- 9 Merkitsemällä kunkin osion kohdalla olevaan **hinalappuun** siihen aiheeseen liittyvät aloituskustannuksesi yritystä perustettaessa (esimerkiksi markkinointi tai logistiikka), on sinulla "**Talous ja hallinto**"-osioon päästessäsi jo valmiina tiedossa, paljonko kuluja sinulle liiketoiminnan käynnistämisestä tulee ja voit summata ne yhteen "**Talous ja hallinto**" -osiossa olevaan kuittiin (sivu 57).

SISÄLLYSLUETTELO

CHECK LIST
Laita rasti ruutuun
aina kun tiedät
vastauksen.

Alkusanat: Luovat alat + liiketoimintaosaamisen lisääminen
= innovatiivisia yrityksiä ja kannattavaa liiketoimintaa

1 SINÄ (s.9)

- a Mitä haluat (s. 10)
- b Mitä osaat (s. 12)
- c Mikä liikeideasi on (s. 14)
- d Miksi haluat toteuttaa tämän liikeidean (s. 16)

2 IDEASTA TUOTTEEKSI (s.19)

- a Kenelle: asiakkaat (s. 20)
- b Mitä: tuotteen paketointi (s. 22)
- c Millä hinnalla: hinnoittelun abc (s. 24)
- d Toimiiko: tuotteen kehittäminen yhdessä asiakkaan kanssa (s. 27)
- e Miten muut sen tekevät: benchmarkkaus (s. 29)
- f Kuka: oman osaamisen ja tuotteen brändääminen (s. 31)

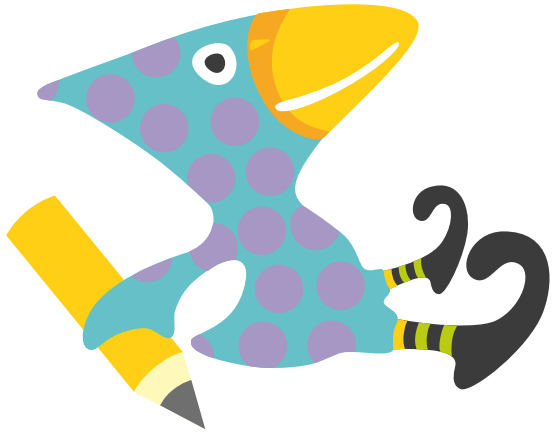
3 TUOTTEESTA LIIKETOIMINNAKSI (s.33)

- a Miten pyörität liiketoimintaasi: osuuskunta, osakeyhtiö vai joku muu (s. 34)
- b Miten tuotteesi tehdään: tuotanto, alihankinta ja logistiikka (s. 37)
- c Kuinka asiakas löytää tuotteesi: markkinointi ja viestintä (s. 41)
- d Miten saat asiakkaan ostamaan tuotteesi: myynti ja uusasiakashankinta (s. 47)
- e Miten suojaat tuotteesi ja sovit sen käytöstä: immateriaalioikeudet ja sopimukset (s. 49) ...
- f Miten hoidat raha-asiasi: talous ja hallinto (s. 53)
- g Kenen kanssa teet töitä: verkostojen rakentaminen ja ylläpitäminen (s. 60)

4 TULEVAISUUS (s.63)

5 LIIKETOIMINTAKIELI-SUOMI-SANAKIRJA (s.69)

6 LUOVIA ALOJEN LAKANA ELI LIIKETOIMINTASUUNNITELMA YHDELLÄ A4:LLA (s.73)



1 SINÄ

Liikeidean ja liiketoiminnan keskiössä olet sinä itse: toiveesi, osaamisesi, motivaatiosi ja visiosi. Tässä luvussa pääset erilaisten tehtävien avulla miettimään, mitä todella haluat ja mikä sinun liikeideasi oikeasti on. Pääset myös pohtimaan, miksi haluat toteuttaa juuri tämän liikeidean ja mitä osaamista sinulla jo on sen toteuttamiseksi.

Mitä haluat?

Mitä osaat?

Mikä liikeideasi on?

Miksi haluat toteuttaa tämän liikeidean?



a

Mitä haluat

”Isona aion tehdä luovuudesta bisnestä. Haluan edesauttaa luovuuden, elämysten ja hyvien ideoiden leviämistä. Minusta tulee kulttuurituotannon yrittäjä.”

Lan Le-Gävert, kulttuurituottaja



Sinäkin olet varmasti täyttänyt lapsena ystäväkirjoja, joiden viimeisessä kohdassa aina kysyttiin, että mikä sinusta tulee isona. Laitoitko siihen silloin yrittäjä tai laittaisitko vieläkö?



EXTRA

Yrittäjäksi haluavan aikalisa

Tunnen miehen, joka pohti yrittäjäksi ryhtymistä. Hän tajusi kuitenkin, ettei hänen energiansa riittäisi sillä hetkellä yrittäjyyden vaatimaan alkupuristukseen. Niinpä mies otti vuoden aikalisan ja käytti sen ajan itsestään huolehtimiseen. Ja vuoden kuluttua, levänneenä ja energisenä, perusti oman yrityksensä.

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Onnistu itsesi johtamisessa
(Raija Salmimies: WSOYpro 2008)

Älykäs itsensä johtaminen
(Pentti Sydänmaalakka: Talentum 2010)

Hakusanat verkossa

yrittäjätesti, yrittäjän hyvinvointi,
työhyvinvointi, itsensä johtaminen

TEHTÄVÄ 1 Yrittäjätesti

Testaa tämän pienen yrittäjätestin avulla, mikä sinulle on lähitulevaisuudessa tärkeää ja miten hyvin yrittäjäksi ryhtyminen sopisi siihen.

1. Minulle tärkeintä elämässä on

2. Tärkeää on myös

ja

3. Minulle ei ole ollenkaan tärkeää

4. Haluaisin yrittäjäksi, koska

5. Yrittäjyys muuttaisi elämäni niin, että

6. Yrittäjänä oleminen muuttaisi läheisten elämää niin, että

7. Viiden vuoden kuluttua haluaisin

OMAT VOIMAVARAT

(terveys, sosiaaliset suhteet, työn ja muun elämän yhteensovittaminen)

TALOUS



TYÖN HALLINTA

MOTIVAATIO

8. Vastaa vielä seuraaviin väittämiin rastitsemalla kyllä tai ei.

Oletko hyvässä fyysisessä ja psyykkisessä kunnossa?..... Kyllä Ei

Kykenetkö... ..työskentelemään rankasti?..... Kyllä Ei

..tekemään pitkiä päiviä?..... Kyllä Ei

..käsittelemään stressiä?..... Kyllä Ei

..odottamaan – pitkäänkin – että liiketoimintasi

käynnistyy kunnolla?.. Kyllä Ei

Kestätkö... ..vaikeita asiakkaita?..... Kyllä Ei

..tiukkoja määräaikoja?..... Kyllä Ei

..paineita?..... Kyllä Ei

..sitoumuksia?..... Kyllä Ei

..rahaongelmia?..... Kyllä Ei

Kuinka paljon voit/haluat antaa aikaa liiketoiminnalle? h/vko

Onko se tarpeeksi?..... Kyllä Ei

Pystytkö sitoutumaan johonkin pitkäksi aikaa?..... Kyllä Ei

Pystytkö työskentelemään yksin?..... Kyllä Ei

Oletko joustava?..... Kyllä Ei

Oletko utelias?..... Kyllä Ei

Oletko aktiivinen?..... Kyllä Ei

Oletko kärsivällinen?..... Kyllä Ei

Pidätkö vastuun ottamisesta?..... Kyllä Ei

Onko sinun helppo pyytää apua tai neuvoa?..... Kyllä Ei

Uskotko itseesi ja kykyihisi?..... Kyllä Ei

Tuletko toimeen ihmisten kanssa?..... Kyllä Ei

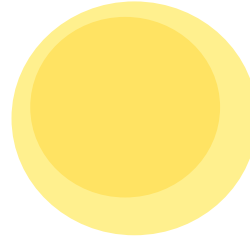
Miten kävi? Ovatko vastauksesi tasapainossa oheisen työhyvinvointikaavion kanssa?

6

Mitä osaat

“Supervoimani yrittäjänä on kaikesta innostuminen ja arjen ihmetteleminen.”

Minna Janhonen,
Oppimisen muotoilu- ja innovointiyritys
Monkey Business



Osaaminen on tärkein työkalusi yrittäjänä. Edellisessä luvussa testattiin yrittäjäominaisuksiasi eli yrittäjältä yleisesti vaadittavia osaamisia. Niiden lisäksi erityisesti luovilla aloilla korostuu se, että oma osaaminen on usein yhtä kuin oma liikeidea. Karrikoidusti tiivistäen hyvä kirjoittaja myy viestintäpalveluita, hyvä ompelija tekee vaatteita ja hyvä ta-

koja tekee rautaportteja. Miten sinun osaamisesi muutetaan ensin liikeideaksi ja sitten asiakkaiden puolelta osoitetuksi kysynnäksi? Siihen saat vastauksen kun jatkat kirjan lukemista. Täytyy sitä ennen kuitenkin Oma urapolkusi, jonka avulla hahmotat, mitä kaikkea jo osaat ja mitä elämäkokemuksiasi voit hyödyntää liikeideasi kehittämisessä.

EXTRA

Kaikki työkalut tarvitsevat aika ajoin huoltamista

Omaa osaamistaan voi huoltaa erilaisilla alan kursseilla, koulutuksissa ja seminaareissa, kuulumalla alan uutiskirjelistoille ja keskustelupalstoille sekä – ehkä hieman yllättäen – lukemalla kaikkea mahdollista kirjallisuutta Vauvalehdestä Tiedelehteen ja sanomalehtiin. Mutta miksi? Koska näin saa poimitua hiljaisia signaaleja, jotka kertovat siitä, mihin maailma on menossa. Näin olet itse etujoukoissa tuotteesi kanssa vastamassa vasta tulossa oleviin tarpeisiin ja kysyntään.

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Mielekäs työ – Uuden ajan uraopas
(Maria Carlsson & Kati Järvinen: SanomaPro 2012)

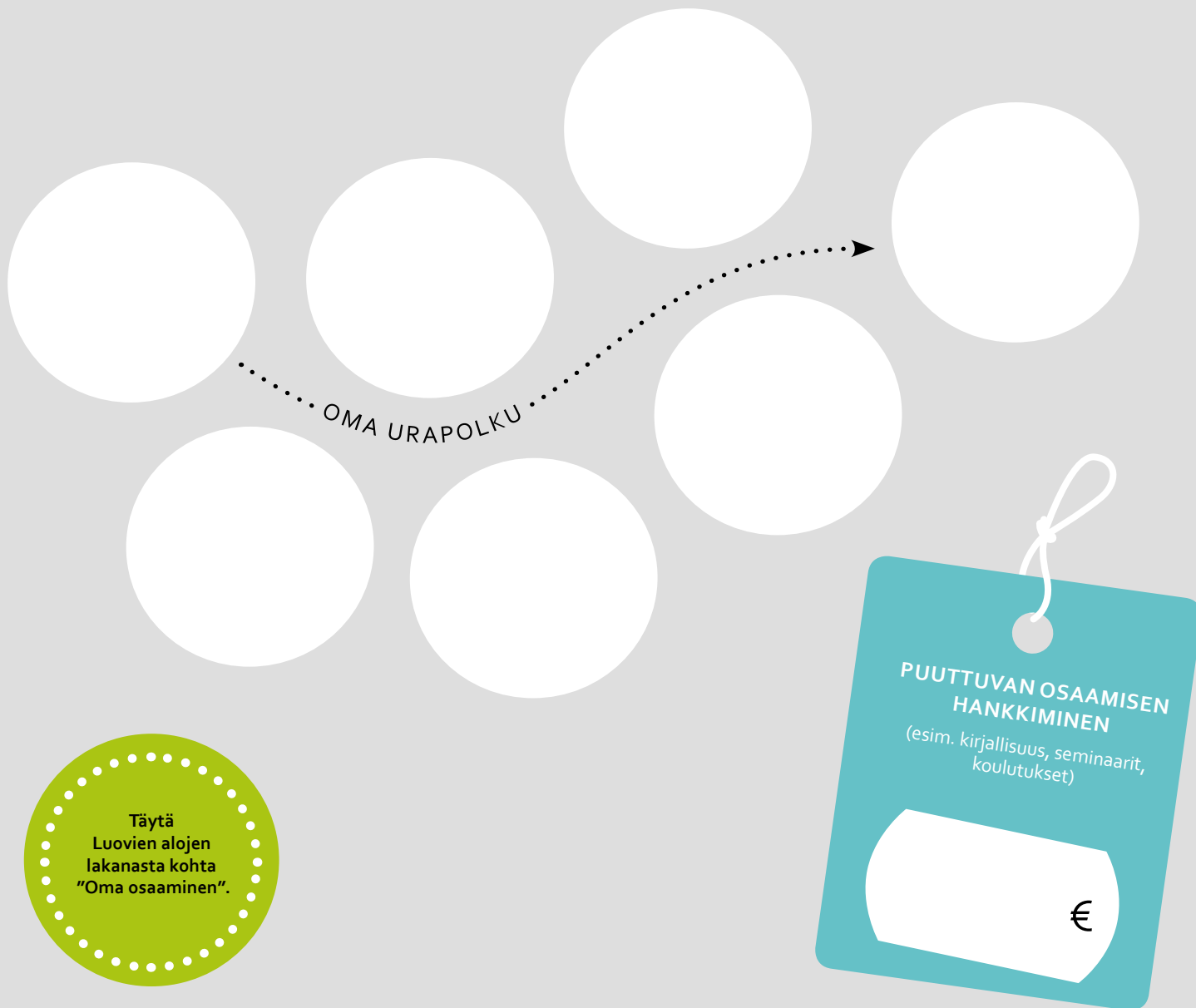
Uuden työelämän aakkoset – kuinka saat työn, josta tykkäät
(Eero Leppänen & Katleena Korteso: Docendo 2013)

Hakusanat verkossa

urapolku, swot, oman osaamisen tunnistaminen,
taitoinventaari

TEHTÄVÄ 2 Oman osaamisen tunnistaminen

Kirjaa ylös, mitä kaikkea olet elämässäsi tehnyt ja pohdi sitten, mitä osaamista niistä kaikista on jäänyt käteen. Tarkoituksena ei ole cv:n tavoin kirjata ylös pelkkiä koulutuksia, kursseja ja työkokemuksia, vaan myös harrastuksia, eri ihmisten kohtaamisia sekä kaikkia niitä elämäkokemuksia, jotka ovat vaikuttaneet siihen, että olet nyt tässä liikeideasi kanssa. Aloitussympyrään voit laittaa syntymäsi tai vaikka itsesi 20-vuotiaana, riippuen siitä, kuinka paljon erilaisia kokemuksia sinulle on ehtinyt kertymään. Lopetusympyrään puolestaan voit laittaa tämän hetken, jossa pohdit liikeideasi kehittämistä.



c

Mikä liikeideasi on

*"Haluaisin perustaa
kiertueteatterin."*

Neuvonnassa käynyt
kolmekymppinen mies

Onko sinulla ajatus tuotteesta tai palvelusta, jota haluaisit myydä muille? Tai onko mielessäsi kenties useampi idea, joita olet jo pidempään kysytellyt? Tässä osiossa pääset hahmotamaan paremmin, mikä oikein on liikeideasi ja mitä osaamista sinulla jo on sen toteuttamiseksi – sekä mitä osaamista sinulta vielä puuttuu.



EXTRA

Liikeidean kehittäminen pähkinänkuoressa

Löysin liikeidean kehittämisestä hyvän kiteytyksen My Coach-verkkopalvelusta (Youtube 27.5.2014). Siinä liikeidean kehittäminen oli jaettu kolmeen vaiheeseen: puhumiseen, (alitajuntaiseen) ajatteluun ja palutteen keräämiseen potentiaalisilta asiakkailta. Puhuminen omasta liikeideasta on tärkeää, sillä yksin jumiutuu helposti tietylle uralle. Liikeidean pallotelussa auttaa esimerkiksi alueesi yritysneuvoja, kokenempi yrittäjä tai vaikka kaverisi. Samalla kun puhut liikeideastasi muille, alitajuntasi tekee töitä sen kehittämiseksi ja saamasi palaute muokkaa liikeideaasi oikeaan suuntaan.

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

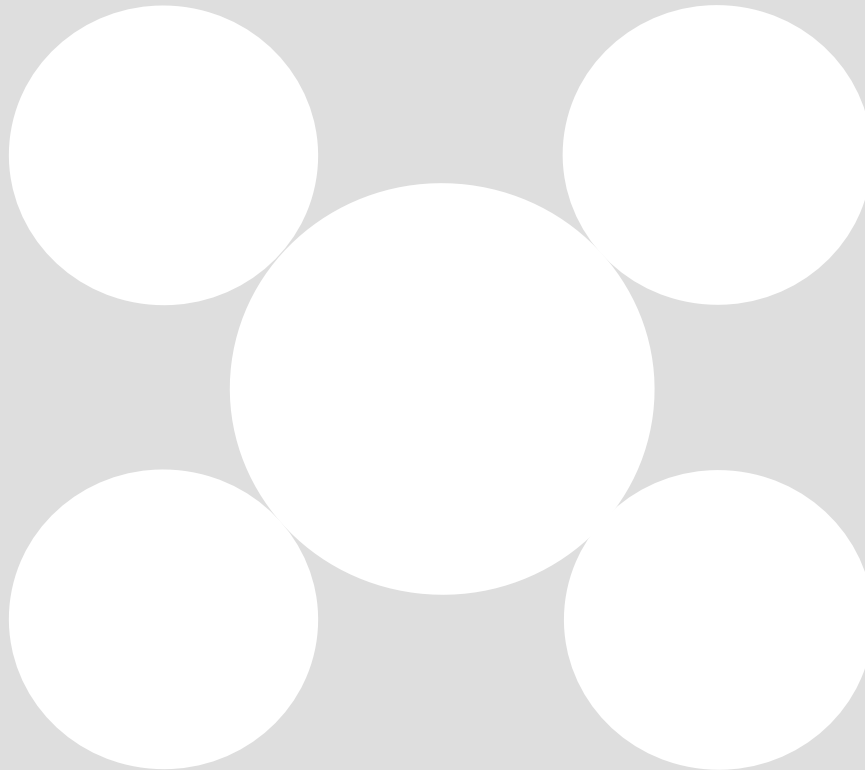
Taivas + helvetti
(Terho Puustinen & Mika Mäkeläinen:
One on One Publishing Oy 2013)

Hakusanat verkossa

aarrekartta, liikeidea, liikeidean kehittäminen

TEHTÄVÄ 3 Aarrekartta oman liikeidean kehittämiseen

Oletko kuullut aarrekartasta, jossa ensin leikataan lehdistä omiin tulevaisuudentoiveisiin liittyviä sanoja ja kuvia ja liimataan ne sitten paperille, joka laitetaan mahdollisimman näkyvälle paikalle esiin? Ajatuksena on, että kun hahmottaa omat haaveensa ja laittaa ne esiin, alitajunta alkaa työskennellä niiden saavuttamiseksi. Täytä tällä samalla ajatuksella alla oleva aarrekartta kirjaamalla keskimmaiseen ympyrään tärkein liikeideasi ja ympärillä oleviin ympyröihin mahdolliset muut ideasi. Kirjaa sen jälkeen oikeaan reunaan osaaminen, jota sinulla jo on tämän liikeidean toteuttamiseen, sekä ne kehittämisalueet, joita sinulta vielä puuttuu. Mieti vielä lopuksi, miten pystyisit kehittämään puuttuvaa osaamistasi.



Täytä
Luovien alojen
lakanasta kohta
"Liikeidea".

Minulla on jo seuraavaa osaamista
liikeideani toteuttamiseen:

+
+
+
+
+

Minun on vielä kehitettävä näitä
osaamisalueita, jotta pystyn
toteuttamaan liikeideani:

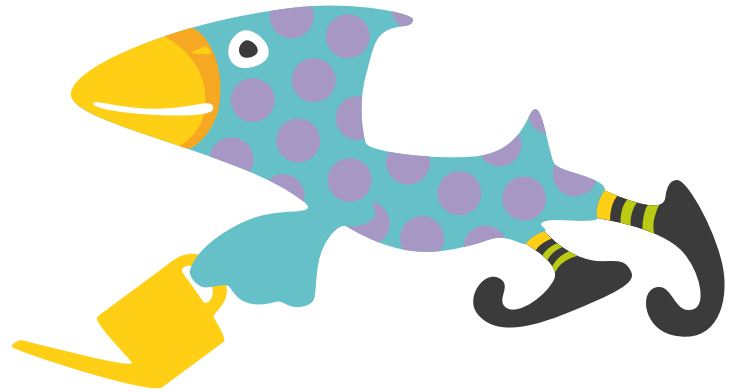
-
-
-
-
-

d

Miksi haluat toteuttaa tämän liikeidean

*"Älkää etsikö hyviä ratkaisuja,
etsikää hyviä ongelmia."*

Kaj Mickos,
innovaatiotekniikan emeritusprofessori



Oletko miettinyt, miksi liikeideasi on sinulle niin tärkeä? Tai onko se oikeasti tärkeä? Jaksaisitko tehdä sen eteen töitä tänään, ensi kesänä ja vielä ensi vuonnakin? Mikäli vastasit kyllä, mikä sinua liikeideasi kehittämisessä ja toteuttamisessa motivoi? Koetko, että se ratkaisisi jonkin kohderyhmäsi ongelman? Vai onko sinulle tärkeää se arvomaailma, jota liikeideasi edustaa? Olen neuvonnoissani huomannut, että luovien alojen ihmisillä on usein tapana ihastua omiin liikeideoihinsa käyttämättä juurikaan aikaa sen pohtimiseen, kenellä

oikeasti on tarve tähän tuotteeseen, kenen ongelman se voisi ratkaista. Eli suoraan sanoen, kuka tuotteen oikeasti ostaisi. Helposti myös jäädään liikeidean pyörittelyvaiheeseen vielä silloinkin, kun olisi jo aika testata ideaa kohderyhmällä ja alkaa pohtia konkreettisia toimia myynnin tekemiseksi. Seuraavan tehtävän avulla voit testata, onko sinulle tärkeämpää vain saada pyöritellä ja visioida liikeideaasi vai oletko jo valmis toteuttamaan sen.

EXTRA

Voiko markkinoita ja tarpeita luoda?

Puhuin erään matkailuyrittäjän kanssa uusien markkinoiden ja tarpeiden luomisesta. Hän oli sitä mieltä, että on epäeettistä myydä ihmisille sellaista, mitä he eivät tiedä tarvitsevansa. Toisaalta varsinkin luovilla aloilla liikeidea on usein uusi ja ennennäkemätön, jolle ei ole valmiina markkinoita. Ne on siis luotava. Asiakkaalle on ensin myytävä ongelma ja sen jälkeen ratkaisu siihen. Epäeettistä vai hyvää myyntityötä?

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Liiketoimintasuunnitelma roskakoriin!
(Ollis Leppänen: Tammi 2013)

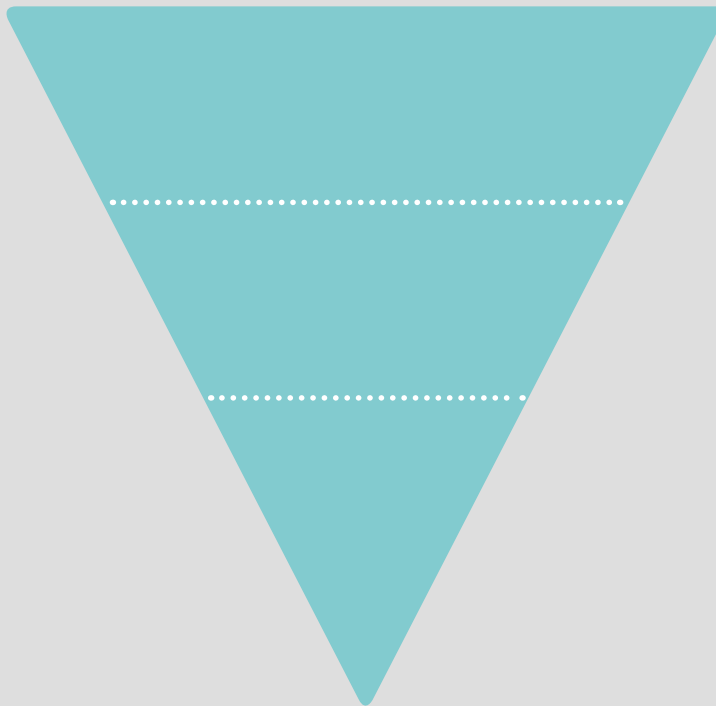
Yritä edes: 32 syytä ryhtyä yrittäjäksi
(Jaakko Lyytinen & Kirsi Piha: Talentum 2004)

Hakusanat verkossa

arvoketju, asiakaslähtöisyys, tuotelähtöisyys

TEHTÄVÄ 4 Arvot, motivaatio ja visio

Tiesitkö, että toimittajat rakentavat juttunsa kärjellään seisovan kolmion muotoon? Ylimmäksi kaikkein tärkein ja painavin asia ja sen alle aina vähemmän tärkeää ja vähemmän tärkeää niin, että tarvittaessa viimeiset lauseet voi leikata pois jutun siitä kärsimättä. Tämän tehtävän avulla pääset testaamaan, mikä sinulle liikeideasi kehittämisessä on kaikkein tärkeintä ja minkä voi tarvittaessa leikata pois. Sen ymmärtäminen helpottaa sinua toivottavasti pääsemään kehittämisvaiheesta toteuttamisvaiheeseen. Yhdistä oikealla olevat väittämät sopivaan kohtaan kolmiossa. Leikkaa sitten ajatuksissasi kaksi alinta palkkia pois.



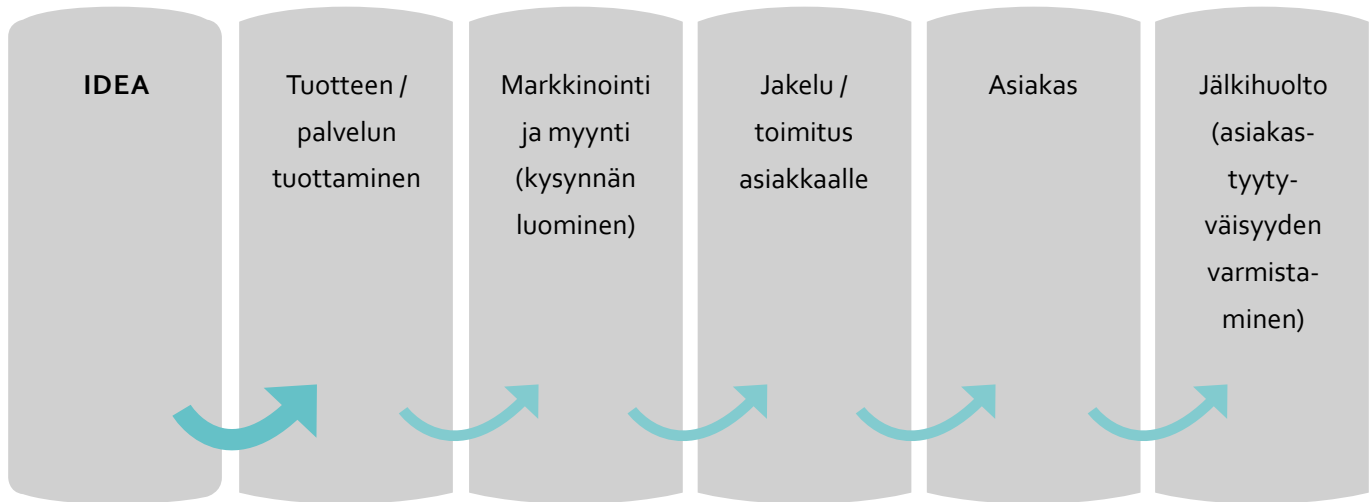
- Liikeideani ratkaisee selkeän ongelman.
- Tuotteeni synnyttää ihmisissä tarpeen, jonka liikeideani sitten ratkaisee.
- Minulle on tärkeää saada liikeideallani toteutettua itseäni.
- Liikeideani avulla pääsisin edistämään minulle tärkeitä arvoja yhteiskunnassa.
- Olen aina halunnut yrittäjäksi ja nyt minulla on siihen liikeidea.
- En ole saanut muualta töitä ja siksi rupesin kehittämään omaa liikeidea.

Täytä
Luovien alojen
lakanasta kohta
"Arvot, motivaatio
ja visio liikeidean
toteuttamiseen".

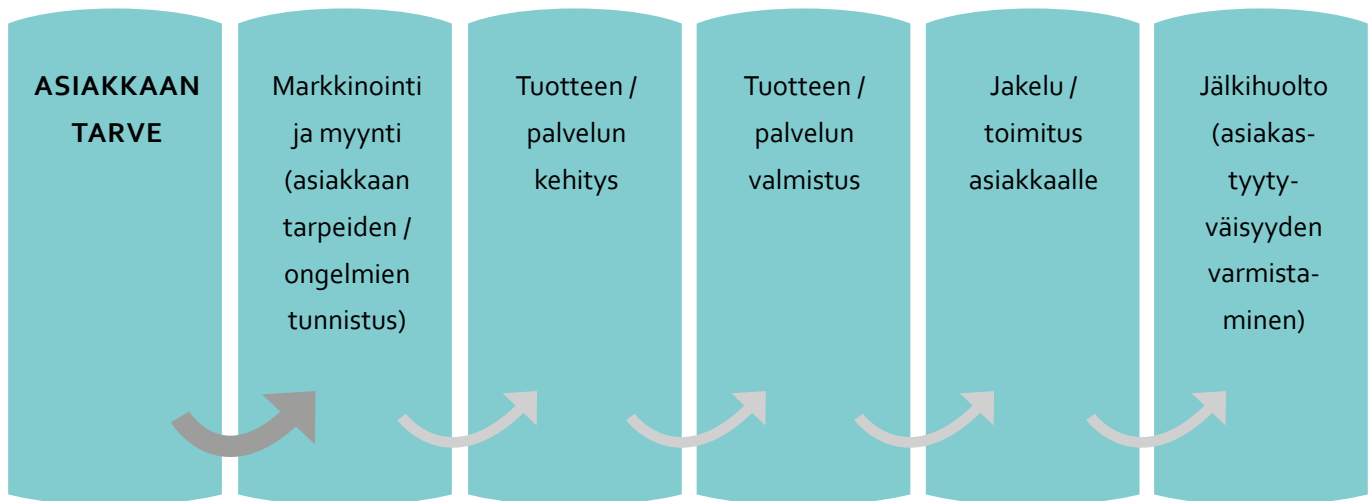
Mitä jäi jäljelle?

Onko liikeideasi enemmän tuote- vai asiakaslähtöinen (katso seuraavalla sivulla olevat kuvat)?

LUOVIEN ALOJEN ARVOKETJUT



Arvoketju: lähtökohtana idea



Arvoketju: lähtökohtana asiakas

2 IDEASTA TUOTTEEKSI

Nyt on aika tehdä liikeideastasi totta. Tämän luvun eri osiot auttavat sinua muuttamaan liikeideasi konkreettiseksi, myytäväksi tuotteeksi eli tuotteistamaan sen. Liikeidean tuotteistamiseen ei ole oikoteitä: pelkkä hinnan lätkäisy ja nettisivujen tekeminen liikeideallesi ei riitä, mutta toisaalta kysymys ei kuitenkaan ole mistään rakettitieteestä. Kyse on siitä, että paketoidaan liikeidea asiakkaalle selkeäksi paketiksi, jonka avulla asiakkaan on helppo nähdä, mitä hän on ostamassa ja miten tuotteen voi ostaa. Tuotteistaminen auttaa myös yrittäjää: markkinointi ja myynti helpottuvat kun palvelusta on tehty konkreettinen tuote, jolla on perusteltu hinta. On myös elintärkeää tutustua muihin jo olemassa oleviin saman alan tuotteisiin ja yrittäjiin – ja toisaalta myös ymmärtää, että kilpailija voi löytyä yllättävän kaukaakin omista tuotteista. Hyvä on muistaa myös, että tuotteen myymisessä on pitkälti kyse mielikuvien myymisestä, joten tuotteesi ei ole valmis ennen kuin tuotteelasi – ja sinulla – on tarina.

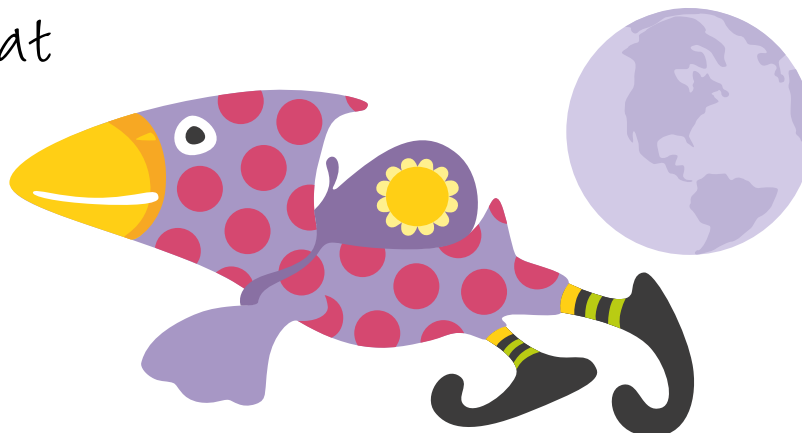


a

Kenelle: asiakkaat

"Mun kohderyhmänä on koko maailma!"

Yritysneuvonnan asiakas neuvonnan alussa



Ilman asiakkaita sinulla ei ole liiketoimintaa oli liikeideasi kuinka hyvä tahansa. Siksi on hyvä aloittaa liikeidean tuoteistaminen pohtimalla potentiaalisia asiakkaita ja heidän tarpeitaan. Sitä kutsutaan asiakassegmentoinniksi. Siinä rakennetaan kuva potentiaalisesta asiakkaasta omassa arjessaan. Kuva on toki helposti hiukan stereotyyppinen ja karrikoitu, mutta se auttaa sinua muokkaamaan tuotettasi oikeanlaiseksi vastaamaan asiakkaidesi tarpeisiin ja ongelmiin. Asiakassegmentointi auttaa myös markkinoinnissasi. Eri markkinoilla ja asiakasryhmillä on erilaiset perusteet tekemilleen ostopäätöksille. Siksi kaikille asiakasryhmille ei kannata markkinoida samalla tavalla, vaan eriyttämällä ja kohdistamalla markkinoinnista saadaan taloudellisempaa ja tehokkaampaa. Seuraavan tehtävän avulla pääset hahmottamaan, ketkä oikeasti ovat asiakkaitasi, mitä tarpeita heillä on ja minkä arjen ongelman sinun tuotteesi näillä asiakkailla ratkaisisi. Näin opit tuntemaan kohderyhmäsi ja tiedät, millaisen tuotteen he olisivat valmiit ostamaan.

EXTRA

Tuotteen asiakas = tuotteen maksaja?

Oletko tullut ajatelleeksi, että tuotteesi maksaja voi olla eri kuin asiakas? Esimerkiksi vanhainkodeissa kunta maksaa tarjoamastasi kulttuuripalvelusta, jonka asiakkaana on vanhainkodin asukas. Teatterikäynnin ostopäätöksen tekijänä puolestaan voi olla perheen lapsi, vaikka maksajana toimiikin vanhempi. Kenen heistä tarpeisiin pyrit tuotteellasi vastaamaan?

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Palvelumuotoilu

(Juha Tuulanniemi: Talentum 2013)

Palvelumuotoilu: uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen

(Satu Miettinen (toim.): Teknologiateollisuus 2011)

Rajatonta rohkeutta. Tarinoita palveluliiketoiminnan edelläkävijöistä (pdf)

(Heli Paavola ja Marjo Uusikylä (toim.): Tekes 2013)

Service Design Tool Kit (pdf)

(2013)

This is Service Design Thinking: Basics - Tools - Cases

(Marc Stickdorn & Jakob Schneider: Bis Publishers 2012)

Hakusanat verkossa

asiakassegmentointi, differointi, demograafiset perusteet, joukkoistaminen, palvelumuotoilu, asiakaslähtöisyys, service design tool kit, empatiakartta

TEHTÄVÄ 5 Potentiaaliset kohderyhmät ja heidän tarpeensa

Kirjaa alla olevaan laatikkoon liikeideasi niin konkreettisesti kuin mahdollista. Kirjaa sitten sen alla olevaan kolmeen laatikkoon potentiaalisimmat kohderyhmät tälle liikeidealle ja vastaa niiden kohdalla esitettyihin kysymyksiin. Pohdi lopuksi vastaustesi perusteella, miten liikeideasi ratkaisee näiden kohderyhmien arjen ongelman tai tarpeen.

LIIKEIDEASI

KOHDERYHMÄ 1

1. Miten kuvailisit tätä kohderyhmää kolmella adjektiivilla?
2. Mitä tämä kohderyhmä tekee päivisin ja vapaa-ajallaan?
3. Mitä haasteita/tarpeita tällä kohderyhmällä on arjessaan?

Miten liikeideasi vastaa näihin tarpeisiin/haasteisiin?

Täytä
Luovien alojen
lakanasta kohdat
"Asiakkaat" ja
"Ongelma/tarve".

KOHDERYHMÄ 2

1. Miten kuvailisit tätä kohderyhmää kolmella adjektiivilla?
2. Mitä tämä kohderyhmä tekee päivisin ja vapaa-ajallaan?
3. Mitä haasteita/tarpeita tällä kohderyhmällä on arjessaan?

Miten liikeideasi vastaa näihin tarpeisiin/haasteisiin?

KOHDERYHMÄ 3

1. Miten kuvailisit tätä kohderyhmää kolmella adjektiivilla?
2. Mitä tämä kohderyhmä tekee päivisin ja vapaa-ajallaan?
3. Mitä haasteita/tarpeita tällä kohderyhmällä on arjessaan?

Miten liikeideasi vastaa näihin tarpeisiin/haasteisiin?

6

Mitä: tuotteen paketointi

Pystytkö selittämään liikeideasi kymmenellä sanalla? Liikeideastasi tulee tuote vasta kun kuka tahansa ymmärtää lyhyestä selityksestä, mistä tuotteessasi on kyse ja mitä hyötyä siitä on hänelle. Tuotteen konkretisoiminen ja paketointi helpottavat myös sinua. Sinun ei tarvitse kehittää jokaiselle asiakkaalle tuotetta tai palvelua aina alusta asti uudelleen, vaan voit myydä olemassa olevaan perustuotteeseesi lisäosia, jotka olet myös jo etukäteen määrittellyt. Usein ajatellaan asiakkaan toivovan juuri hänelle räätälöityä uniikkia tuotetta tai palvelua, mutta tietääkö asiakas ilman valmiita vaihtoehtoja, mitä hän tahtoo. Annan tästä esimerkin: Vertaile mielessäsi kahta maatilamatkailuyrittäjän nettisivua, joissa molemmissa markkinoidaan työhyvinvointipalveluita. Toisessa kerrotaan, kuinka maatilalla voidaan toteuttaa mikä tahansa sisältö ja tarjota mitä tahansa ruokaa ja pyydetään lähettämään omien toiveiden mukainen tarjouspyyntö. Toisessa taas on kolmessa eri laatikossa kerrottu eri ohjelmavaihtoehdot ja niiden alla lisälaatikoissa lisäpalvelut, joita näihin ohjelmavaihtoehtoihin voi ostaa. Kumman maatilalan sinä valitsisit?

Hakusanat verkossa

tuotteistaminen, tuotteen paketointi, palvelumuotoilu, tuotteistamisen vaiheet

“Hyvän paketoinnin haasteena on se, kuinka saada koko paketista mahdollisimman minimalistinen ja selkeä, mutta samalla maksimaalisen informatiivinen.”

Peter Mustelin,
muotoiluyritys Bhava Industries Ltd.

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Ideasta kaupalliseksi palveluksi.

Matkailupalvelujen tuotteistaminen
(Mika Tonder: Restamark Oy 2013)

Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua: opas yrityksille (pdf)
(Elina Jaakkola, Markus Orava & Virpi Varjonen: Tekes 2009)

Tuotteistajan taskuraamattu
(Antti Apunen & Jari Parantainen: Talentum 2014)

Tuotteistaminen. Rakenna palvelustasi tuote 10 päivässä
(Jari Parantainen 2011 (5 p.))

EXTRA

Palvelumuotoilu antaa kokonaisnäkömyksen palvelusta asiakkaan silmin

Oletko huomannut, että viime vuosina on alettu puhua enemmän ja enemmän palvelumuotoilusta? Mitä palvelumuotoilu sitten on? Se on kokoelma erilaisia työkaluja, joiden avulla voit katsoa oman palvelusi kokonaisuutta polkuna: miten asiakas löytää tuotteen, mitä hän palvelun aikana kokee ja mitä tapahtuu ostamisen jälkeen. Työkalut antavat myös mahdollisuuden asiakkaiden tarkkailuun ja heidän tarpeidensa löytämiseen.

Palvelumuotoilua voi hyödyntää kuka tahansa alasta riippumatta. Ottamalla aidosti asiakkaat kehittämiseen mukaan voit olla varma, ettet sekoita asiakkaan tarpeita ja omia toiveitasi. Katsomalla tuotetta kokonaisuutena ja asiakkaan silmin sinun on mahdollista luoda miellyttävä kokemus alusta loppuun asti. Tyytyväiset asiakkaat palaavat tuotteen ääreen uudelleen ja pistävät puskaradion laulamaan.

TEHTÄVÄ 6 Tuotteen paketointi

Ratkaisit edellisessä tehtävässä liikeideallasi potentiaalisten asiakkaidesi tarpeet ja toiveet. Jatka nyt siitä kirjaamalla alla oleviin paketteihin enintään kymmenellä sanalla tuotteesi, joka vastaa edellisessä tehtävässä kirjaamiisi asiakkaiden haasteisiin tai tarpeisiin. Kirjaa kunkin tuotteen/palvelun alle lisäpalvelut, jotka tuotteeseesi on mahdollista saada. Esimerkiksi niin, että tuote on kokouspäivä maatilalla ja ensimmäinen lisäpalvelu on lähiruokalounas ja toinen lisäpalvelu sauna ja kylpytynnyri kokouspäivän päätteeksi. Mikäli sinun liikeideastasi muotoutuu vain yksi tuote, joka vastaa kaikkien edellisessä tehtävässä määrittelemiesi asiakkaiden tarpeisiin, eikä siinä tarvita lisäpalveluita, sekin riittää.

TUOTE A	TUOTE B	TUOTE C
LISÄOSA 1	LISÄOSA 1	LISÄOSA 1
LISÄOSA 2	LISÄOSA 2	LISÄOSA 2

Täytä
Luovien alojen
lakanasta kohta
"Tuote".

Millä hinnalla: hinnoittelun abc

Monelle hinta tuntuu olevan kaikkein vaikein kohta tuoteistamisessa. Pystytkö sinä määrittelemään omalle työllesi hintaa? Minkä perusteella määrittelet sen? Entä uskallatko laittaa hintasi esiin nettisivuillesi vai pelkäätkö, että muut kopioivat sen sieltä ja tekevät saman palvelun vähän halvemmalla? Hinnoitteluun vaikuttaa yleensä vähintään yksi tai useammin kaikki seuraavista tekijöistä: kustannukset, laatu ja sisältö, yrityksen tavoitteet, asiakkaiden maksukyky, mielikuva tuotteesta, verot ja maksut, kilpailijoiden hinnat ja kysynnän määrä. Karkeana nyrkkisääntönä voisi pitää sitä, että kerro kahdella se, mitä toivot kuukaudessa sinulle jäävän käteen. Jos esimerkiksi toivot kuukaudessa jäävän käteen 1000 €, on sinun kuukauden aikana tienattava vähintään 2000 €. Miksi sitten pitää tienata yli puolet enemmän kuin mitä toivoo käteen jäävän? Mistä kaikesta tuotteessa syntyy kustannuksia? Näihin saat vastauksen osiossa "Miten hoidat raha-asiasi: talous ja hallinto". Tämän luvun tehtävässä pääset puolestaan kysymään tutuilta ja tuntemattomilta, mitä he olisivat tuotteestasi valmiita maksamaan.

"Minulla hinta riippuu asiakkaasta. Yrityksiltä laskutan enemmän, yhdistyksiltä vähemmän."

Kulttuurihyvinvointipalveluja tarjoava yrittäjä



Hakusanat verkossa

hinnoittelu, hinnan muodostuminen

EXTRA

Voiko palvelulla olla kiinteää hintaa?

Yksi tuntemani yrittäjä laittaa palvelujensa hintoihin aina 5 % ylimääräistä, ns. tinkimisvaraa. Jos asiakas ymmärtää tinkiä, hän saa tuotteen 5 % halvemmalla, mutta jos ei, yrittäjä tietää vähän ylimääräistä. Samalla yrittäjällä on myös eri hinnat eri asiakkaille, yrityksille hintalappu samasta palvelusta on suurempi kuin yhdistyksille tai yksittäisille ihmisille. Meistä on itsestään selvää, että fyysisellä tuotteella on tietty hinta, joka on näkyvissä niin kaupan hyllyllä kuin verkkokaupassakin. Olemme myös tottuneet maksamaan tuotteesta siitä pyydetyn hinnan, emmekä tingi muualla kuin kirpputorilla. Koskevatko palvelutuotteita eri lainalaisuudet kuin fyysisiä tuotteita?

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Hinnoittelun perusteet (pdf)
(Yritystulkki)

Kulttuurista liiketoimintaa
(Arto Juurakko, Juhani Kauhanen, Ulla Öhage: Sanajuuri 2012)

Ta betalt: Om prissättning i skapande branscher
(Maria Österåker: Liber 2010)

Yrittäjän talousopas
(Lasse Karjalainen: Gaudeamus 2013)

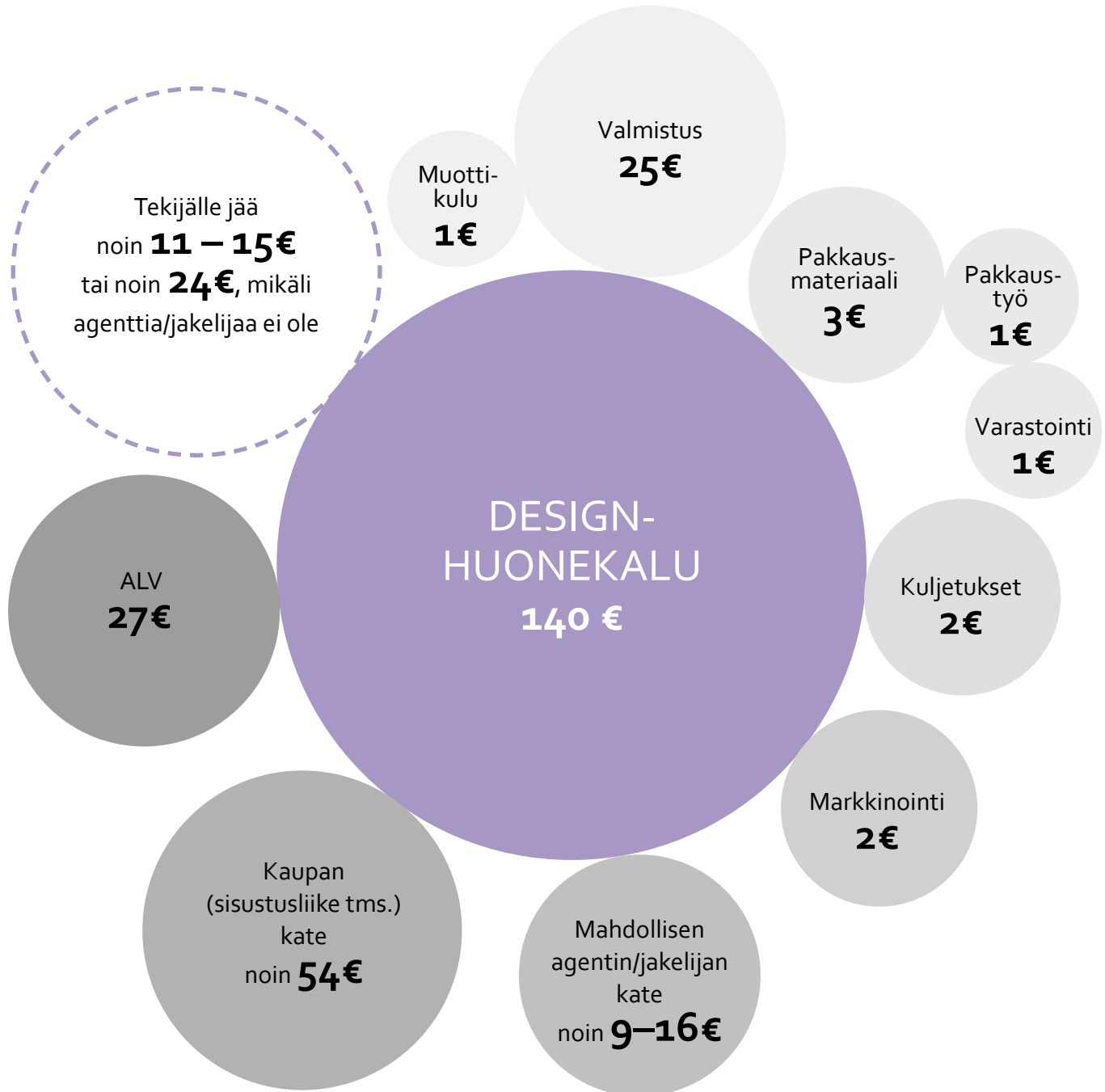
TEHTÄVÄ 7 Oikea hinta tuotteelle

Siirrä edellisessä osiossa (Mitä: tuotteen paketointi) paketoimasi tuotteet alla oleviin laatikoihin. Kirjoita ylimpään hintalappuun summa, jota itse olit ajatellut tuotteen hinnaksi. Kysy sen jälkeen tutuilta ja tuntemattomilta, mitä he olisivat valmiit tuotteesta maksamaan ja lisää summat tuotteen alla oleviin hintalappuihin. Älä näytä heille muiden arvioimia summia. Olivatko summat lähellä toisiaan – ja ennen kaikkea lähellä sitä, mitä itse olit ylimpään hintalappuun kirjannut?

TUOTE A	TUOTE B	TUOTE C
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> €
<input type="text"/> € <input type="text"/> €	<input type="text"/> € <input type="text"/> €	<input type="text"/> € <input type="text"/> €
<input type="text"/> € <input type="text"/> €	<input type="text"/> € <input type="text"/> €	<input type="text"/> € <input type="text"/> €

Täytä
Luovien alojen
lakanasta kohta
"Hinta".

MALLIHINNOITTELU: DESIGN-HUONEKALUN HINNAN MUODOSTUMINEN



DESIGN-HUONEKALU on valmistettu Suomessa.

d

Toimiiko: tuotteen kehittäminen yhdessä asiakkaan kanssa

"Asiakkaasi ei ole aina oikeassa, eikä tiedä mitä oikeasti haluaa, mutta et tiedä kyllä sinäkään - paras arvaus on siis kysyä asiakkaalta itseltään!"

Jaakko Männistö,
asiakaspalvelujärjestelmäyritys TapIn Oy



Tuotteesi ei ole valmis myyntiin ennen kuin olet testannut sitä potentiaalisilla asiakkailla ja hyödyntänyt heidän palautteensa jatkokehittelyssä. Tuotteen testauksessa kannattaa käyttää mahdollisuuksien mukaan vieraita ihmisiä, tuttujen on vaikeampi antaa sinulle todenmukaista palautetta. Kysy potentiaalisilta asiakkailtasi, jos voisit pilotoida tuotettasi heille edullisemmalla hinnalla. Tärkeää tuotetestauksessa on, että se tehdään mahdollisimman aidosti. Pelkkä soitto potentiaalisille asiakkaille, jossa kysyt että "olisitteko kiinnostuneet tällaisesta tuotteesta ja mitä siinä kehittäisit" ei vie sinua vielä eteenpäin. Sen sijaan tuotteen antaminen vaikka kuukaudeksi testaukseen tai palvelun testaaminen seminaarin työpajassa saa jo paljon enemmän aitoa palautetta aikaiseksi. Eikä palautteen keruu lopu vielä siihenkään. Palautetta on kerättävä vielä myyntivaiheessakin ja kaikista palveluketjun solmukohdista: alihankkijoilta, jälleenmyyjiltä, asiakkailta ja potentiaalisilta asiakkailta. Seuraavassa tehtävässä pääset keräämään tuotteestasi palautetta potentiaalisilta asiakkailtasi.

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Saiturin markkinointikirja – hyvät ideat ovat ilmaisia (Ville Kormilainen: Kauppakamari 2013)

Avaa tuotteesi maailmalle

Crowd sourcing eli suomeksi joukkoistaminen tai talkoistaminen lyö viisaat päät yhteen. Joukkoistaja ottaa asiakkaat mukaan ideoimaan, antamaan palautetta, kehittämään ja testaamaan. Avaa ideasi tai tuotteesi maailmalle ja kysy mielipidettä, puhele, kysele ja ehdota. Miltä sinusta tuntuisi, kun pääsisit mukaan kehittämään tuotetta? Melko varmasti kokisit ainakin enemmän sitoutuneisuutta tuotteeseen: tuotteesta tulee meidän yhteinen tuottemme, jota käytämme mielellämme ja suosittelemme sitä muillekin. Sen lisäksi tuotteesta tulee todennäköisesti myös toimivampi, kun sitä on testannut ja kehittänyt useampi taho. Joukkoistaminen edellyttää avoimuutta ja aktivointia. Motivaatiota talkoistamisessa voi lisätä esimerkiksi järjestämällä kilpailun, jakamalla ilmaisia tuotteita palautetta vastaan tai järjestämällä testaustilaisuuksia.





EXTRA

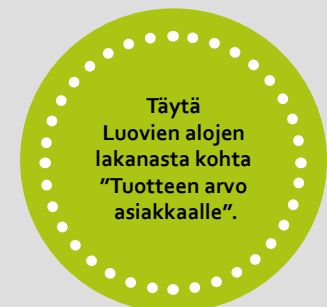
Hakusanat verkossa

tuotekehitys, tuotetestaus, crowd sourcing, joukkoistaminen, open kitchen, lean ajattelu

TEHTÄVÄ 8 Palautteen kerääminen

Kirjoita tähän viisi potentiaalista asiakasta, jolle annat tuotteesi testattavaksi. Kirjoita myös, mihin mennessä otat yhteyttä tähän asiakkaaseen sekä millaista palautetta asiakas antoi.

Asiakas 1.	<input type="text"/>		<input type="text"/>	Asiakas oli tuotteesta sitä mieltä, että	<input type="text"/>
Asiakas 2.	<input type="text"/>		<input type="text"/>	Asiakas oli tuotteesta sitä mieltä, että	<input type="text"/>
Asiakas 3.	<input type="text"/>		<input type="text"/>	Asiakas oli tuotteesta sitä mieltä, että	<input type="text"/>
Asiakas 4.	<input type="text"/>		<input type="text"/>	Asiakas oli tuotteesta sitä mieltä, että	<input type="text"/>
Asiakas 5.	<input type="text"/>		<input type="text"/>	Asiakas oli tuotteesta sitä mieltä, että	<input type="text"/>



e

Miten muut sen tekevät: benchmarkkaus

*"Älä keksi kirvestä uudelleen,
keksi parempi."*

Kokenut luovien alojen yritysneuvoja

Olethan jo tutkinut, ketkä muut tarjoavat vastaavaa tuotetta tai palvelua ja miten he sen tekevät? Tutkimalla muiden tapaa toimia selviää sekä tuotteellesi potentiaalisia kohderyhmiä, keinoja markkinoida ja viestiä tuotteestasi että markkinoiden hintataso. Mikäli yhtään vastaavaa yrittäjää ei löydy, onneksi olkoon, saat olla uranuurtajana, jota muut sitten myöhemmin benchmarkkaavat. Tutkiessasi markkinoita muista hyödyntää verkon lisäksi myös puhelinta. Moni jo pidemmälle ehtinyt yrittäjä neuvoo mielellään noviisia - varsinkin silloin kun neuvoja ei ole suoraan kilpailijasi.

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Pöllä tästä: 101 rusinaa bisnespullasta
(Jari Parantainen: Talentum 2011)

Ravistajat. 10 ohjetta menestykseen
(Josi Tikkanen, Anssi Kujala & Marko Parkkinen:
Suomen Yrittäjien Sypoint Oy 2014)

Taivas + helvetti
(Terho Puustinen & Mika Mäkeläinen:
One on One Publishing Oy 2013)



Hakusanat verkossa

benchmarkkaus, vertailukehittäminen, google

Kilpailija voi löytyä yllättävästäkin paikasta

Kartoitin erään esittävän taiteen ryhmän kanssa heidän mahdollisia kilpailijoitaan ja niiden hintatasoa. Yllättäen esittävän taiteen pahimmiksi kilpailijoiksi paljastuivat hohtokeilaus, viinitestaus ja kylpytynnyri. Mitä yhteistä voi olla esittävällä taiteella, viinillä ja kylpytynnyrillä? No se, että ne kaikki ovat samassa kaupungissa olevia pikkujouluohjelmavaihtoehtoja alueen yrityksille.

EXTRA

TEHTÄVÄ 9 Miten muut sen tekevät

Etsi verkosta viisi nettisivua, joissa markkinoidaan samaan tarpeeseen tehtyä tuotetta kuin sinun tuotteesi. Selvitä niistä kaikista, mitä a) tuotteen taustalla oleva yrittäjä on tehnyt älyttömän hyvin, b) mitä tekisit itse paremmin, c) ketkä ovat tuotteen asiakkaita ja miten he tuotteesta hyötyvät ja d) mitä erityistä on niiden tavassa toimia: esimerkiksi tuotestaminen, alihankinta, logistiikka, markkinointi ja myynti.

1	2	3	4	5
a)	a)	a)	a)	a)
b)	b)	b)	b)	b)
c)	c)	c)	c)	c)
d)	d)	d)	d)	d)

f

Kuka: oman osaamisen ja tuotteen brändääminen

”Jos sinulla ei ole tarinaa yrityksesi synnystä, keksi sellainen.”

Tiina Jaatinen,
Virkkukoukussa-yrityksen perustaja

Mieti tuotettasi. Ostaisitko itse tuotteesi tuotetietojen vai tuotteesta syntyneen mielikuvan pohjalta? Niin minäkin. Mielikuvat ja niiden hyödyntäminen ovat tuotteistamisessa elintärkeitä. Emme osta tuotetta vain sen ominaisuuksien perusteella, vaan pitkälti myös sen perusteella, miten nämä ominaisuudet määrittelevät meitä kuluttajina tai muokkaavat arkeamme. Brändi ei siis synny vielä siitä, mitä tuotteesi kerrot, vaan siitä, miltä se vastaanottajastasi tuntuu. Tähän tuntumaan voit kuitenkin itse vaikuttaa. Mainostointitot tarjoavat työkaluiksi mielikuvien luomiseen positiointia, brändilupausta ja identiteetin rakennusta. Suomeksi sanottuna kyse on siitä, että teet tuotteestasi tunnistettavan ja samalla muista erottuvan. Tuot esiin, miten asiakkaasi elämä muuttuu kun hän alkaa käyttää tuotettasi ja pidät huolta, että tuotteesi visuaalinen ja sisällöllinen tarina pysyy samana aina arvomaailmasta pakkausmateriaaliin ja jälkimarkkinointiin asti. Mielikuvia on muistettava myös päivittää ja ennakoida hiljaisten signaalien avulla.

Tuotteen lisäksi tärkeää on myös oman osaamisesi ja yrityksesi brändääminen. Yrityksen brändäämistä tarvitset esimerkiksi silloin kun olet myymässä ideaasi pääomasijoittajille tai lainanmyöntäjälle, sillä he haluavat vakuuttua tuotteen lisäksi myös taustalla olevasta toimijasta. Yritys, jolla on tarina, jää mieleen. Alla olevissa tehtävissä pääset ensin luomaan tuotteellesi identiteetin ja sitten yrityksellesi pitchattavan tarinan.



Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Brändikäs
(Lisa Sounio: Talentum 2010)

Tee itsestäsi brändi : asiantuntijaviestintä livenä ja verkossa
(Katleena Kortesus: WSOYpro 2011)

Hakusanat verkossa

brändi, brändinrakennus, pitchaus, story telling, maineenhallinta

Tapahtuma, jolla on tarina, jää mieleen

Turkulainen tapahtumatuottaja kertoi minulle lastentapahtumansa syntytarinan. Tapahtuma sai alkunsa, kun tuottajan omat lapset olivat pieniä ja kysyivät isältään, miksi he eivät pääse tämän mukana Ruisrockiin. Isä tietysti vastasi lapsilleen, että festivaalit ovat tarkoitettu aikuisille ja musiikki pauhaa liian kovaa pienten lasten korville. Lasten kysymys jäi kuitenkin pyörimään tuottajan ajatuksiin ja kerran matkustaessaan junalla hän sai ahaa-elämyksen. Kukaan ei ole vielä tehnyt lapsille oikeaa rockfestivaalia; sellaista jossa olisivat kaikki oikean rockfestivaalin elementit, mutta joka olisi turvallinen pienille kävijöille. Tämän idean hän kertoi tuottajakaverilleen ja niin sai alkunsa Suomen ja ehkä koko maailman ensimmäinen lasten rockfestivaali Seikkisrock.

EXTRA

TEHTÄVÄ 10 Tuotteen brändääminen

Vastaa alla oleviin kysymyksiin, niin saat rakennettua tuotteellesi identiteetin, joka asiakkaan mielikuvissa muokkaa tuotteesi brändiksi.

MIELIKUVAT: Jos tuotteestasi tehtäisiin treffi-ilmoitus, millä kolmella adjektiivilla kuvaisit tuotettasi?

ARVOT: Jos tuotteesi osallistuisi mielenosoitukseen, minkä puolesta se taistelisi?

EROTTUMINEN: Jos tuotteesi pääsisi työhaastatteluun, miten se erottuisi muista hakijoista?

LUPAUS: Jos tuotteesi olisi partiolainen, mitkä kolme asiaa se lupaisi?

ILME: Jos tuotteesi olisi menossa ensimmäisille treffeille, mitä se pukisi päällensä?

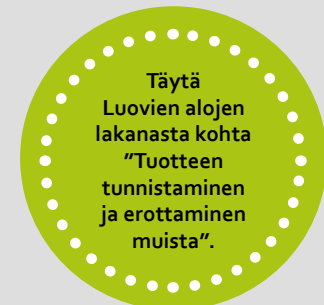
VISIO: Jos tuotteesi olisi juuri kirjoittanut ylioppilaaksi, mitä vastaisit sukulaisten uteluihin siitä, mikä tuotteesta tulee isona?

TARINA: Jos tuotteesi istuisi vanhana isovanhempana keikutuolissa ja kertoisi jälkipolville tarinaansa, mitä se kertoisi?

TEHTÄVÄ 11 Pitchauspuhe

Oletko kuullut sanaa pitchaus? Sillä tarkoitetaan lyhyttä, muutaman minuutin mittaista, myyntipuhetta yrityksesi tuotteesta tai osaamisesta. Pitchauksesta käytetään myös sanaa hissipuhe, sillä jos hissiin osuisi kanssasi potentiaalinen asiakas tai rahoittaja, sinun pitäisi pystyä hissimatkan aikana vakuuttamaan hänet tuotteestasi tai yrityksestäsi. Tässä tehtävässä on tarkoitus tehdä kahden minuutin mittainen pitchauspuhe joko potentiaaliselle rahoittajalle (pääomasi-joittaja, lainanantaja tai hankerahoittaja) tai potentiaaliselle asiakkaalle ja pitää se sitten oikeasti. Laita rasti ruutuun kun olet tehnyt kohdan.

1. Tee pitchauspuhe edellisen tehtävän vastauksiasi hyödyntäen (mielikuvat, arvot, lupaus, visio, erottuminen, tarina)
2. Harjoittele ja kellota puheesi
3. Pidä puheesi joko potentiaaliselle asiakkaalle tai rahoittajalle



3 TUOTTEESTA LIIKETOIMINNAKSI

Tähän mennessä olet jo onnistunut tekemään liikeideastasi konkreettisen tuotteen. Seuraavaksi pääset pohtimaan, miten tuotettasi valmistetaan, markkinoidaan ja myydään. Saat tässä luvussa vinkkejä siihen, miten tuotteen voi valmistuttaa alihankkijoilla, miten markkinoidaan kengännauhabudjetilla ja miten pääsee yli puhelinkammosta. Lisäksi autamme sinua valitsemaan sinulle ja tuotteellesi sopivan yritysmuodon sekä kerromme, miten voit suojata tuotteesi ja rakentaa yrittäjän työssä tarvittavia verkostoja. Paneudumme tässä luvussa myös siihen monelle luovien alojen yrittäjälle hankalimmalta tuntuvaan osioon, yrityksen talouteen ja hallintoon.

Osakeyhtiö, osuuskunta vai joku muu

Tuotanto, alihankinta ja logistiikka

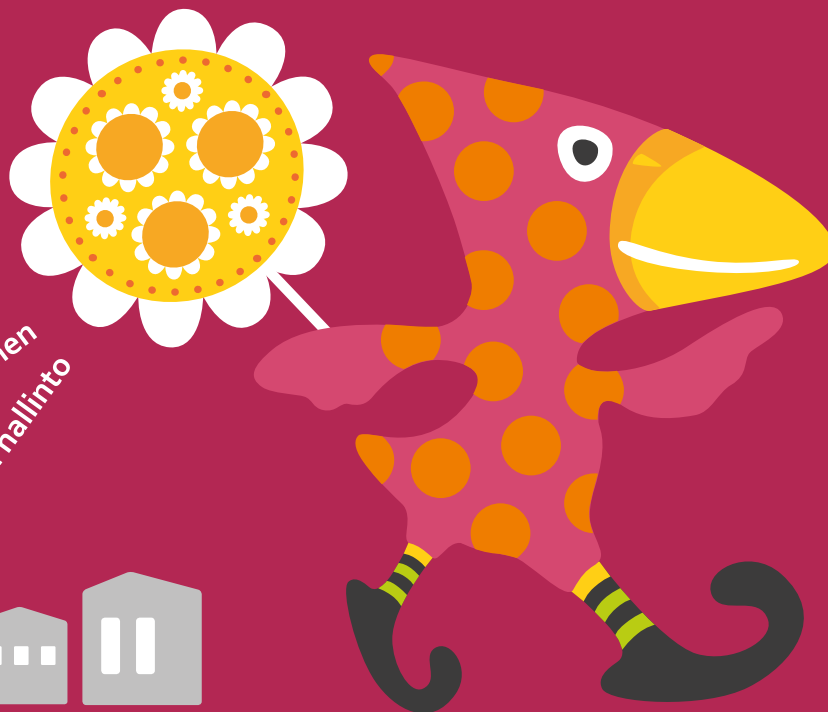
Markkinointi ja viestintä

Myynti ja uusasiakashankinta

Immateriaalioikeudet ja sopimukset

Verkostojen rakentaminen ja ylläpitäminen

Talous ja hallinto



a

Miten pyörität liiketoimintaasi: osuuskunta, osakeyhtiö vai joku muu



Onko sinulla jo yritys vai haaveiletko vasta sellaisesta? Tai haluaisitko ensin kokeilla liiketoimintaa jo olemassa olevan osuuskunnan kautta? Liiketoiminnan tekemiseen tarvitset joka tapauksessa y-tunnuksen, jotta voit laskuttaa. Vaikka tuotteesi olisikin palvelu, esimerkiksi koulutus, harva yritys tai yhdistys haluaa ostaa sen sinulta verokortilla. Seuraavassa tehtävässä pääset testaamaan, mikä yritysmuoto sopisi sinun liiketoimintasi pyörittämiseen parhaiten. Valitsit minkä yritysmuodon tahansa, muista hakea starttirahaa ennen kuin perustat yrityksen, sillä yrityksen perustamisen jälkeen se on jo myöhäistä. Starttiraha on aloittavan yrittäjän alkuvaiheen (n. 6 kk) toimeentulon turvaamiseksi kehitetty tuki. Sitä haetaan oman alueen TE-toimistosta tai yritysneuvonnasta ja sitä myönnetään vain kokopäivätoimiseksi yrittäjäksi ryhtyvälle.



*“Ajattelin valita osakeyhtiön,
kun se on minusta vakuuttavampi
yrityspuolen asiakkaille.”*

Yritysneuvonnassa käynyt
koulutuspalveluja tarjoava nainen

EXTRA

Palvelujen myyminen ilman omaa yritystä

Aika usein neuvontaani tulee asiakas, joka on miettinyt yrityksen perustamista, mutta oman yrityksen perustaminen tuntuu vieraalta ajatukselta tai toiminta on muuten pientä ja epä-säännöllistä. Freelancer-tyyppinen työ on usein tällaista. Yksi vaihtoehto on liittyä johonkin työosuuskuntaan, jolloin yrittäjästatusta ei synny. Jos kuitenkin tarvitsee pelkän laskutuspaikan ilman yrittäjyyttä, voi vaihtoehtoisesti käyttää laskutus- ja palkanmaksupalvelua tarjoavaa yritystä. Tunnetuimpia näistä lienevät Ukko ja Eezy. Tällöin työntekijä on työsuhteessa palvelun tarjoavaan yritykseen, joka useimmiten hoitaa laskutuksen ja palkanmaksun työntekijän puolesta. Tämän oppaan ilmestymishetkellä on käynnissä keskustelu siitä, täyttyykö työssäoloehto tämän kaltaista palvelua käytettäessä vai onko kyseessä sittenkin yrittäjämäinen toiminta ja palvelun käyttäjää pitäisi kohdella kuin yrittäjää esimerkiksi suhteessa työttömyysturvaan. Ennen kuin käytät kyseisiä palveluja varmista asia omalta työttömyyskassaltasi.

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Minustako yrittäjä?

(Manne Pyykkö: WSOYpro 2011)

Uuden yrittäjän käsikirja

(Jari Parantainen et al.: Talentum 2009 (2. p.))

Yksin työskentelevän opas

(Tiina Torppa: Talentum 2013)

Yrityksen perustamisopas: käytännön perustamistoimet

(toim. Tuulikki Holopainen: Asiatieto 2013)

Hakusanat verkossa

yrityksen perustaminen, yrityksen perustajan opas, yritysmuodot, toiminimi, osakeyhtiö, osuuskunta, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, laskutusosuuskunta, laskutuspalvelu, perustamisilmoitus, kaupparekisteri

TEHTÄVÄ 12 Yritysmuodon valitseminen

Vastaa alla oleviin väittämiin. Katso, minkä värisiin väittämiin vastasit useimmiten kyllä ja vertaa tulostasi seuraavan sivun yritysmuotokaavioon. Eniten kyllä-vastauksia saaneiden väittämiä väri kertoo, millainen yritysmuoto voisi sopia sinulle parhaiten. Muutamassa väitteistä on useampaa väriä.

- Teen liiketoimintaani muiden töiden ohessa kyllä ei
- Tavoitteeni ovat kansainvälisillä markkinoilla kyllä ei
- Olen valmis siihen, että vastaan tarvittaessa koko omaisuudellani yrityksen mahdollisesta konkurssista kyllä ei
- Haluan yritykseni näyttävän vakuuttavalta yritysasiakkaiden silmissä kyllä ei
- Haluan vasta testata oman liiketoimintani kannattavuutta kyllä ei
- Sukulaiseni on luvannut sijoittaa yritykseen, muttei halua olla yrityksen arjessa mukana kyllä ei
- Tavoitteenani on kasvattaa yritystä nopeasti ja palkata työntekijöitä kyllä ei
- Haluan työskennellä yhdessä muiden kanssa kyllä ei
- Haluan perustaa yritykseni nopeasti ja helposti kyllä ei
- Haluan tehdä päätökset itsenäisesti, mutta tarvitsen aloitukseen tutuilta pääomaa kyllä ei
- Haluan perustaa yrityksen yhdessä ystäväni kanssa, johon luotan täysin kyllä ei
- Olen valmis opettelemaan, miten yrityksen hallitus toimii ja pitämään yhtiökokouksia vuosittain kyllä ei
- Jaan mielelläni päätös vastuun yrityskumppanini kanssa kyllä ei
- Olen valmis panostamaan yrityksen perustamiseen suurehkon rahasumman (perustamiskulut 380 € + tarvittava alkupääoma 2500 €) kyllä ei
- Haluan perustaa oman yrityksen pienellä alkusatsauksella (perustamiskulut 105 €) kyllä ei
- Haluan pitää yrityksen ja omat rahat erillään kyllä ei
- Haluan, että verotus ja kirjanpito hoituvat yksinkertaisesti ja helposti kyllä ei



YRITYSMUODOT



TOIMINIMI

Toiminimi ei ole erillinen oikeushenkilö vaan päätöksenteko ja vastuu kuuluvat yrittäjälle.

Kaupparekisterimaksu 105 €.

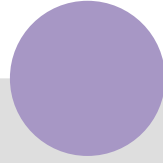


OSAKEYHTIÖ

Osakeyhtiön voi perustaa luonnollinen henkilö tai yhteisö 2500 €:n osakepääomalla.

Äänioikeus määräytyy osakkeiden mukaan ja vastuu rajoittuu sijoitettuun pääomaan.

Kaupparekisterimaksu 380 € (sähköisenä ilmoituksena 330 €).



OSUUSKUNTA

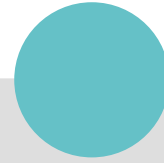
Osuuskunnan voi perustaa yksin tai yhdessä (henkilö, yritys, yhteisö). Jokainen taho suorittaa osuusmaksuja.

Jokaisella sama päätäntävalta ja vastuu rajoittuu sijoitettuun pääomaan.

Kaupparekisterimaksu 380 €.

Osuuskunnan jäsenenä voit myös saada työttömyyskorvausta, mikäli jäseniä on yli seitsemän.

Erikseen on olemassa ns. laskutusosuuskuntia, jolloin ei tarvitse olla osuuskunnan jäsen vaan vain ns. kierrättää laskut osuuskunnan kautta.

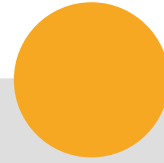


AVOIN YHTIÖ

Kaksi tai useampi yhtiömies.

Henkilökohtainen velkavastuu.

Kaupparekisterimaksu 225 €.



KOMMANDIITTI-YHTIÖ

Vähintään yksi vastuunalainen yhtiömies ja yksi ääneton yhtiömies.

Vastuunalaisella yhtiömiehellä henkilökohtainen vastuu.

Kaupparekisterimaksu 225 €

6

Miten tuotteesi tehdään: tuotanto, alihankinta ja logistiikka



“Kun tuotteet olivat vielä ideoita päässäni, en olisi arvannut, että tulevaisuudessa rakennan melkoisen alihankintaketjun niitä valmistamaan. Korumme valmistetaan alihankkijalla Keski-Suomessa, raaka-aineet ja pakkaukset tulevat Aasiasta, magneetit tehdään Saksassa ja markkinoinnin materiaalit Varsinais-Suomessa.”

Kati Jensen, korumuotoiluyritys Plastic Tribe

Oli liikeideasi sitten fyysinen tuote, kuten kengät, tai aineeton tuote, kuten esimerkiksi asiantuntijapalvelut tai verkossa myytävä peli tai sovellus, sinun on mietittävä, miten tuotteesi tai palvelusi konkreettisesti tehdään. Tarvitaanko siihen materiaaleja? Teetätkö osan työstä alihankintana Suomessa tai ulkomailla? Omat arvovalintasi vaikuttavat myös siihen, mistä materiaaleista tuotteesi valmistetaan ja millaisia alihankkijoita ja tavarantoimittajia käytät. Entä tarvitsetko tuotteesi valmistamiseen erillisen tilan? Jossain tapauksessa on järkevämpää vuokrata työtila yhdessä muiden yrittäjien kanssa, jolloin säästät vuokratkustannuksissa ja voit tehdä yhteistyötä. Joskus taas on järkevämpää hankkia oma tila, erityisesti silloin, kun tarvitset paljon tilaa tuotantoon ja varastointiin. Tietoa tuotanto- ja toimitiloista voit kysyä oman kuntasi elinkeinoasiamieheltä. Yksi vaihtoehto tuottaa palveluita tai tavaroita on verkostoitua ja muodostaa kumppanuus- tai yh-

teistyöverkosto, joka hyödyttää kaikkia osapuolia parhaiten. Yrittäjänä pääset myös pohtimaan, miten tavarat ja asiat liikkuvat, hienommin sanottuna logistiikkaa. Logistiikka maksaa ja se täytyy huomioida tavarain tai palvelun hinnassa. Jos teetät tuotteesi esimerkiksi Kiinassa, niin pienen erän tilaaminen ei välttämättä ole kannattavaa, jolloin taas varastointiin liittyvät kustannukset saattavat olla merkittäviä. Sama koskee myyntiä. Jos sinulla on esimerkiksi verkkokauppa, niin lähetys- ja palautuskulut saattavat nousta korkeiksi. Ovatko asiakkaasi valmiita maksamaan niitä vai saatko ne ututettua tuotteen hintaan? Asiantuntijapalveluiden puolella saattavat puolestaan matkakulut nousta suuriksi, jos markkina-alueesi on koko Suomi. Jos olet esimerkiksi kouluttaja, niin voisitko tehdä osan koulutuksista videolähetystenä esim. skypen tai vastaavan on-line videopalvelun kautta.

Maailma kansainvälistyy koko ajan

Joskus on järkevämpää teettää osa tuotteesta tai tuote kokonaan muualla kuin Suomessa. Tuotteesi saattaa myös olla sellainen, että sitä voisi myydä ulkomaille. Tutustu vaikka Alibaba.com:iin ja katso, millaisia valmistajia sieltä löytyy tai Amazon.com:in tarjoamaan verkkokauppaan (löytyy linkin 'Sell' takaa). Vastaavan kaltaisia alihankintakanavia ja verkkokaupparatkaisuja on maailma pullollaan. Kannattaa myös kysellä muilta luovien alojen yrittäjiltä, onko heillä jo kokemuksia kansainvälisistä markkinoista.

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

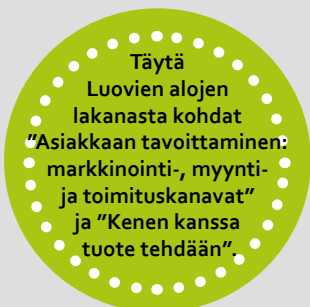
Liiketoimintaosaaminen:
menestyvän yritystoiminnan perusta
(Riitta Viitala & Eila Jylhä: Edita 2013)

Logistiikka PK-yrityksissä: hankinta kilpailutekijänä
(Virpi Ritvanen & Eija Koivisto WSOY Oppimateriaalit, 2007)

Hakusanat verkossa

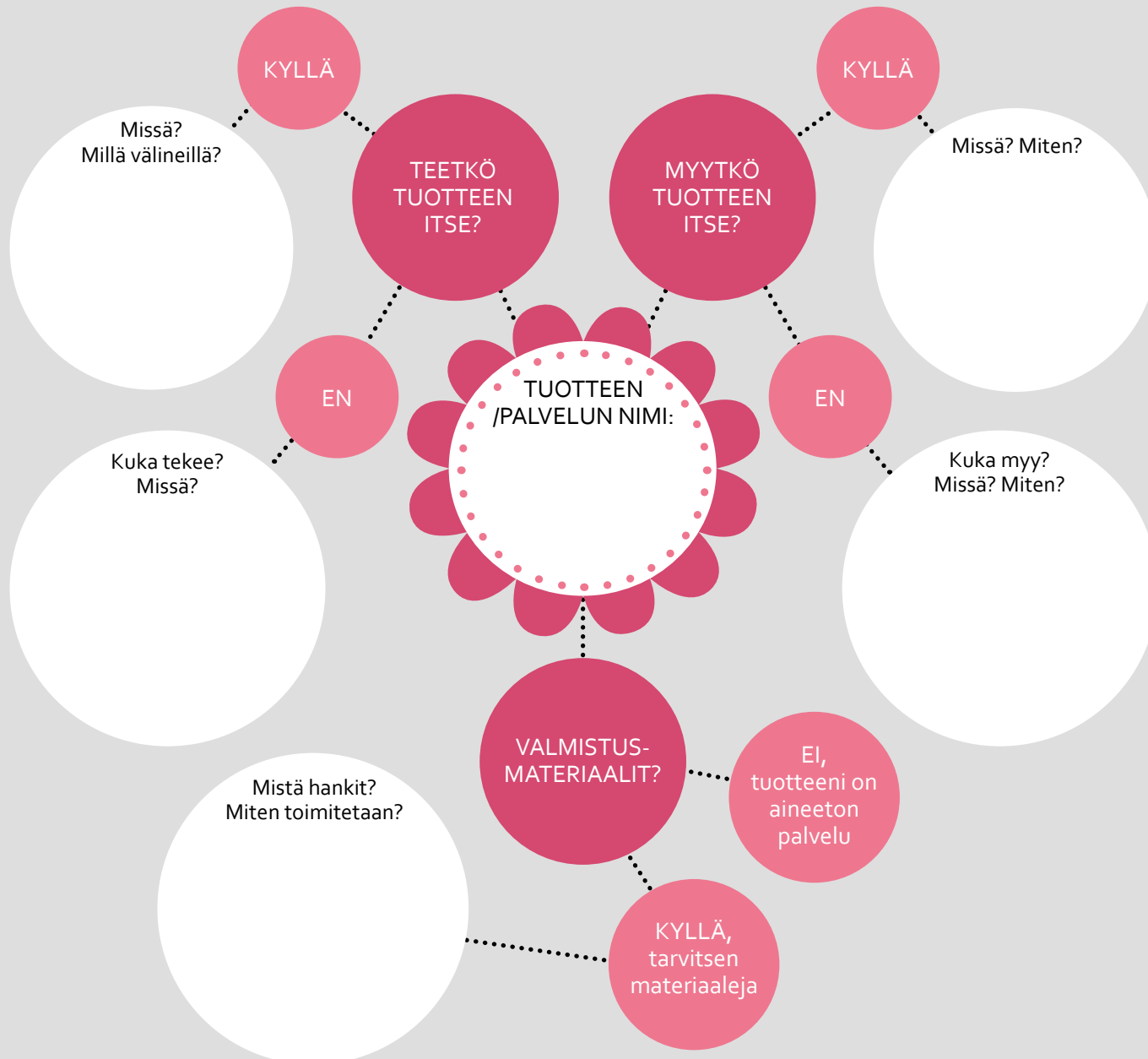
verkkokaupat, alihankinta, alihankintasopimus,
logistiikka, vapaat liiketilat "oma kuntasi",
palvelujen tuottaminen, tuotantoprosessin kuvaus





TEHTÄVÄ 13 Tuotteen tuotantoprosessi

Mieti tuotteesi tai palvelusi tuotantoprosessia. Teetkö tuotteen itse vai tarvitsetko sen tekemiseen alihankkijoita tai yhteistyökumppaneita? Missä tuote tai sen osat valmistetaan ja kootaan? Mistä valmistukseen tarvittavat materiaalit tai osat hankitaan? Vastaa näihin kysymyksiin oheiseen kuvioon. Näin saat kokonaiskuvan siitä miten tuotteesi valmistuu valmiiksi tuotteeksi.



c

Kuinka asiakas löytää tuotteesi: markkinointi ja viestintä

Kun itse koetat löytää jotakin tuotetta ratkaisemaan ongelmiasi, mistä tätä tuotetta etsit? Niin arvelinkin. Löytyykö sinun yrityksesi ja tuotteesi verkosta? Milloin olet viimeksi päivittänyt facebook-, netti- tai blogisivusi? Verkossa näkyminen on tehokasta ja halpaa markkinointia, mutta sen toimintatavat on tunnettava. Monet yritykset perustavat kovalla vauhdilla erilaisia sosiaalisen median kanavia asiakkaitaan varten, mutta eivät sitten toimi aktiivisesti verkossa. Kuollut verkkosivu on yhtä huono signaali kuin ei verkkosivua ollenkaan – onkohan yritystä enää olemassakaan.

Myös markkinoinnin kohdistaminen kannattaa. On turha jakaa flyereita koko torin väelle ja ostaa mainos alueen suurimmasta sanomalehdestä, kun paljon parempaan lopputulokseen pääsee miettimällä, missä kohderyhmä oikeasti kohtaa sinun mainoksesi. Missä he arjessaan liikkuvat? Kohdistamista voi hyödyntää kuitenkin vasta, kun tuntee hyvin omat kohderyhmänsä. Osiossa ”Kenelle: asiakkaat” määrittelit jo ydin kohderyhmäsi ja pohdit heidän arkeaan ja tarpeitaan siinä. Sen lisäksi on hyvä tehdä myös markkina- ja markkinointitutkimusta, joista ensimmäisessä kartoitetaan potentiaaliset markkinat haastatteleamalla kohderyhmää ja jälkimmäisessä taas mitataan jo tehdyn markkinoinnin tehokkuutta.

Toimittajia ei myöskään kannata unohtaa. Oletko huomannut, että toimittajan kirjoittamaa juttua jostakin tuotteesta esimerkiksi alueen sanomalehtesi kulttuurisivuilla pidetään paljon luotettavampana kuin tuotteen mainosta samassa lehdessä. Jotta saat tuotteestasi lehtijutun, on sinun osattava kirjoittaa hyvä tiedote ja uskallettava lähestyä rohkeasti oman tuotteesi kannalta oikeita medioita. Seuraavien tehtävien avulla pääset valitsemaan tuotteellesi sopivia markkinointikanavia sekä harjoittelemaan tiedotteen tekoa. Lisäksi pääset määrittelemään markkinointi- ja viestintätoimenpiteillesi aikataulun, jonka tehtyäsi sinulla on yksinkertainen markkinointi- ja viestintäsuunnitelma valmiina.

”Jos yritystäsi ei löydy googlaamalla, sitä ei ole olemassa.”

Moderni sananlasku



*Molemmat voittivat:
tuotteen saaminen esiin
lääkärikeskuksen aulaan*

Mietimme kerran yhden taiteilijan kanssa, miten hänen kannattaisi markkinoida tekemänsä käyttöaidetta potentiaalisille asiakkaille. Määrittelimme ensin kohderyhmäksi hyvin toimeentulevat 40+ naiset ja miehet, joiden arki on hyvin kiireistä. Heitä eivät mitkään massapostitukset tai taidegalleriat tavoittaisi, joten lähdimme miettimään, missä he konkreettisesti törmäisivät taiteilijan käyttöaideteoksiin. Päätelimme, että tämä kohderyhmä käyttää todennäköisesti yksityisen lääkärikeskuksen palveluita – ja että siellä heillä on aikaa istua ja katsella ympärilleen. Tästä pohdiskelusta ei ollut kulunut viikkoakaan kun taiteilija jo soitti ja kertoi saaneensa taideteoksensa esiin hinta- ja yhteystiedoillaan varustettuna lääkärikeskuksen aulaan. Molemmat voittivat.

EXTRA

Milloin tiedote kannattaa lähettää?

Aloita selvittämällä, milloin julkaisun deadline on. Mikäli lähetät päivittäin ilmestyvään sanomalehteen, niin vajaa viikkoa ennen h-hetkeä on usein hyvä aika. Tärkeintä on tiedottaa ajoissa niin, että media ehtii kirjoittaa jo tapahtuman tai tuotteen rakentamisesta, eikä vain sen julkaisusta. Erillistä tiedotustilaisuutta ei useinkaan kannata järjestää. Tiedotetta ei kuitenkaan kannata lähettää ollenkaan jos sinulla ei ole jotain kiinnostavaa tiedotettavaa. Jos haluat viestisi läpi mediassa, tulisi sinulla olla kerrottavanas uutinen tai tarina. Uutinen tarkoittaa lyhyttä, ytimekästä, uutta ja mielenkiintoista tietoa ajankohtaisesta asiasta. Se että myyt jotain tuotetta, ei vielä ole uutinen, mutta uusi tapa ratkaista jokin merkitävä ongelma uudella tuotteella tai järjestämäsi kiinnostava tilaisuus voi sitä olla. Tarina voi olla henkilökuva sinusta yrittäjänä tai anekdootti tuotteesi synnystä. Myös erilaiset sesongit kannattaa muistaa. Kesälomaan liittyvistä palveluista kirjoitetaan pääsääntöisesti loppupalvesta tai keväällä, käsi-työtuotteista ennen joulusesonkia.

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

B-to-b-palvelujen markkinointi
(Jukka Ojasalo & Katri Ojasalo: WSOYpro 2010)

Saiturin markkinointikirja – hyvät ideat ovat ilmaisia
(Ville Kormilainen: Kauppakamari 2013)

Sissimarkkinointi
(Jari Parantainen: Talentum 2007)

Suuri integraatiokirja : markkinointi, myynti ja viestintä
(Markku Vierula : Talentum 2014)

Tykkäämistalous
(Petteri Kankkunen & Pär Österlund: Sanoma Pro 2012)

Yrityksen viestintä
(Sirkka Kortetjärvi-Nurmi, Marja-liisa Kuronen & Marja Ollikainen: Edita 2011)

Hakusanat verkossa

markkinoinnin keinot, markkinointikanavat, sissimarkkinointi, markkinatutkimus, markkinointitutkimus, hyvä tiedote, tiedotepohja

TEHTÄVÄ 14 Markkinoinnin kohdistaminen: oikeat kanavat oikeille kohderyhmille

Kirjoita vasempaan reunaan kolme tärkeintä kohderyhmääsi ja tietojasi heistä. Voit käyttää tähän suoraan osiossa "Kennelle: asiakkaat" tekemiäsi määritelmiä. Käy sen jälkeen läpi oikeassa reunassa olevat pienen budjetin markkinointikanavat ja lisää viimeisiin lokeroihin ne mielessäsi olevat markkinointikanavat, jotka listasta puuttuvat. Yhdistä sen jälkeen sopivat markkinointikanavat kuhunkin kohderyhmään. Sama markkinointikanava voi sopia useaan tai sitten ei yhteenkään kohderyhmään. Lisää sen jälkeen kunkin markkinointikanavan perään päivämäärä, johon mennessä olet kanavaa käyttänyt.

KOHDERYHMÄ 1

Missä tämä kohderyhmä liikkuu arjessa (koulu, työ jne.):

Mitä tämä kohderyhmä tekee vapaa-ajallaan:

KOHDERYHMÄ 2

Missä tämä kohderyhmä liikkuu arjessa (koulu, työ jne.):

Mitä tämä kohderyhmä tekee vapaa-ajallaan:

KOHDERYHMÄ 3

Missä tämä kohderyhmä liikkuu arjessa (koulu, työ jne.):

Mitä tämä kohderyhmä tekee vapaa-ajallaan:

Markkinointikanavia kengännauhabudjetilla:

- ◆ Tiedote kohderyhmän harrastelehteen dl
- ◆ Tiedote alueen sanomalehteen dl
- ◆ Oman tuotteen/tiedon omasta tuotteesta lähettäminen oman kohderyhmän aikakauslehden "uutuudet"-palstalle (ks. www.aikakauslehdet.fi) dl
- ◆ Sissimarkkinointitempaus (luova, epätyypillinen markkinointikeino) dl
- ◆ Käynti oman kohderyhmän messuilla/seminaarissa, jossa tuotteen esittelyä näytteilleasettajille ja yleisölle dl
- ◆ Omien verkostojen hyödyntäminen dl
- ◆ Sähköisen markkinointikirjeen lähettäminen ja soitto perään dl
- ◆ Viraalimarkkinointikampanja (word-of-mouth) verkossa dl
- ◆ Kilpailun/arvonnin järjestäminen dl
- ◆ Flyereiden jakaminen kohderyhmän tilaisuudessa (tai sen jonossa) dl
- ◆ Flyereiden vieminen kohderyhmän käyttämään paikkaan (esimerkiksi kampaamo, kirjasto) dl
- ◆ Tuotteen antaminen kohderyhmän blogin pitäjän testattavaksi dl
- ◆ Facebook-sivu dl
- ◆ Nettisivut (ilmaisten blogialustojen avulla on helppo tehdä itse nettisivut) dl
- ◆ Tuotteen saaminen esiin ns. myyntinäyttelyyn esimerkiksi lääkärikeskuksen aulaan tai ravintolaan dl
- ◆ Blogin pitäminen dl
- ◆ dl
- ◆ dl
- ◆ dl
- ◆ dl

TEHTÄVÄ 15 Tiedotteen tekeminen ja lähettäminen

Tutustu viereisellä sivulla olevaan mallitiedotteeseen. Kirjoita sen avulla omasta tuotteestasi/yrityksestäsi/tapahtumastasi maksimissaan yhden A4:sen mittainen tiedote. Mieti sen jälkeen kenelle ja miten tiedotteesi lähetät, sillä mediat saavat päivittäin kymmeniä tiedotteita, joten sinun on erotuttava joukosta hyvin kirjoitetun tiedotteen lisäksi myös hyvällä palvelulla. Sitä varten sinulla on apunasi alla oleva teksti, jonka tyhjät kohdat täyttämällä olet jo ison askeleen verran lähempänä julkaistua tiedotetta.

Kenelle ja miten tiedotteeni lähetän:

Saan tiedotteen valmiiksi [] mennessä.

Otan mahdolliset kuvat tuotteesta/tuotteen teosta [] mennessä.

Lataan kuvat verkkoon niin, että kuvien nimenä on kuvaajan nimi [] mennessä.

Lähetän tiedotteen ja linkin kuviin (ei itse kuvia sähköpostiin) sähköpostilla (tiedote sekä sähköpostikentässä että liitteenä) piilokopiona seuraaville medioille []
[] mennessä.

Soitan vuorossa olevalle uutispäällikölle / aiheen asiantuntijatoimittajille / tutulle toimittajalle parin päivän päästä tiedotteen lähettämisestä [] mennessä ja kuulostan puhelimessa innostuneelta ja vakuuttavalta. Kerron ensin, että olen lähettänyt aiheesta tiedotteen ja sen jälkeen selkeästi, mistä on kyse ja miksi toimittajan kannattaisi tulla tekemään juttua aiheesta. Tarjoan toimittajille tilaisuutta tulla kuvaamaan tuotteen käyttöä (esimerkiksi teatteriesityksen kenraaliharjoitukset, festivaalin rakentaminen tms.) [] .

Lähetän toimittajille jälkietiedotteen (erityisesti tapahtumasta) tapahtuman aikana tai sen jälkeen samana iltana klo [] mennessä. Olen rakentanut jälkietiedotteen uutisjutun muotoon, jotta mediat voivat julkaista sen helposti suoraan esimerkiksi nettiuutisena.

Julkaisuvapaa x.x.xxxx

LYHYT JA NASEVA OTSIKKO (tiedotteen kärki)

Selventävä otsikko, joka voi samalla tarjota tiedotteen toisen kärjen

Ingressi: Johdatus ja tiivistelmä, joka avaa otsikon max. 2–4 virkkeellä. Tähän kappaleeseen tärkein asia ytimekkäästi ja kiinnostavasti vastaanottajan, ei lähettäjän (!), kannalta. Kirjoita koko tiedote mahdollisimman paljon valmiin uutisjutun muotoon ja tuo siinä esiin tiedotteen tavoite.

2. kappale: Tähän kappaleeseen sitaatti (tunnetulta) avainhenkilöltä aiheeseen liittyen, esimerkiksi mielipide tai tapahtuman tunnelmakuvaus. Muista pyytää lupa sitaatin käyttämiseen.

MAHDOLLINEN VÄLIOTSIKKO (joka liittyy alaotsikkoon)

3. kappale: Tähän kappaleeseen asiaa alaotsikkoon liittyen eli tiedotteen 2. kärki.

4. kappale: Tähän kappaleeseen lihavoituna lyhyesti kuka, mitä, missä ja milloin erityisesti silloin kun kyseessä on tapahtuma. Esimerkiksi Teatteri Huhuun ensi-ilta "Kummituksia ja kukkia" ti 5.5.2015 klo 19–21.30 Huhuu-teatterissa (Kukkakuja 5, Kukkala). Ohjaajaa ja näyttelijöitä voi haastatella ennen/jälkeen esityksen.

5. kappale: Tähän kappaleeseen tietoa siitä, mistä saa kuvamateriaalia, ketä voi haastatella ja milloin on paras hetki tulla tekemään juttua eli milloin tapahtuu jotakin kuvaamisen arvoista.

Yhteystiedot:

Tähän halutaan yleensä mahdollisen tiedottajan lisäksi myös jonkin "toimijan" yhteystiedot, sillä toimittajat haastattelevat mieluummin käytännön toimijaa kuin tiedottajaa. Muista laittaa myös puhelinnumero, josta oikeasti tavoittaa seuraavien päivien ajan.

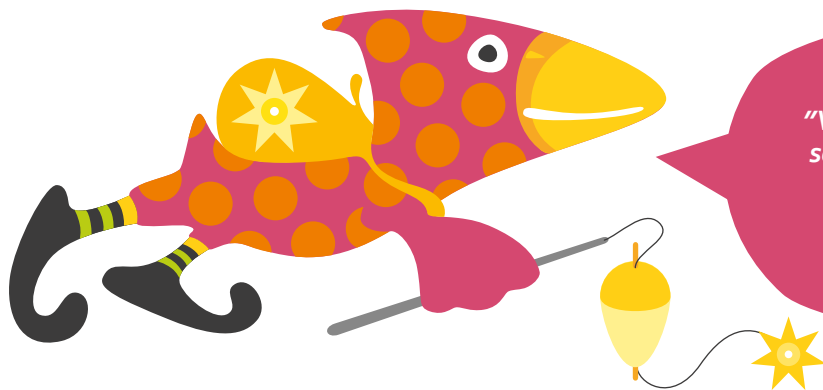
Loppuun mahdollinen lyhyt tiivistelmä yrityksestä kursivilla ja ohjaus lisätiedon lähteelle, esimerkiksi yrityksen internetsivuille.



Täytä
Luovien alojen
lakanasta kohta
"Asiakkaan
tavoittaminen:
Markkinointi-, myynti-
ja toimitus-
kanavat."

d

Miten saat asiakkaan ostamaan tuotteesi: myynti ja uusasiakashankinta



“Vähintään kolme asiakaspuhelua pitää soittaa joka päivä. Siihen kun sitoutuu, niin voi jopa saada elantonsa.”

Kaj Järvinen,
luontopalveluyritys Evon Luonto

Myyntissä on paljon kyse sinusta: motivaatiostasi, rohkeustasi ja päättävyydestäsi. Ja lisäksi työkaluista, joilla mahdollistat myynnin. Näitä myynnin työkaluja ovat niin henkilökohtainen myyntityö (myyntipuhelut, tapaamiset, tekstiviestit, sähköpostit), myyntitoiminnan ajoittaminen (oma kalenterityökalu siihen, milloin soittaa yms.), valmiit tarjouspohjat, markkinointimateriaalit (presentaatiot myyntitilanteisiin, asiakkaille jätettävät esitteet), jälkimarkkinointi, asiakkuudenhallinta eli CRM (Customer Relationship Management), myynnin seuranta kuin ostoprosessin hallintakin. Polku tuotteen markkinoinnin kohtaamisesta tuotteen ostamiseen pitää tehdä asiakkaalle mahdollisimman helpoksi. Onko tuotteesi nimi mieleen jäävä niin, että kotiin tultuaan asiakas osaa googlata sen? Onko sivuilla oleva nettikauppasi kunnossa tai nettisivuillasi muuten selkeästi kohta kohdalta

kerrottu, miten kiinnostunut asiakas voi tilata tuotteen itselleen? Ja vielä parempi jos olet miettinyt prosessin jälkimarkkinointiin asti, sillä on paljon helpompi pitää vanha asiakas ja tarjota tälle uudelleen tuotteitasi kuin saada uusi asiakas kiinnostumaan tuotteistasi. Usein kannattaa myös miettiä sitä, mitä on oikeasti myymässä. Vaatekauppias ei myy vaatetta, vaan esimerkiksi lämpöä, kauneutta, tai identiteetin vahvistajaa. Myyntiargumentit ovat eri asia kuin tuoteargumentit.

Kuulen usein taiteilijoilta lauseen: ”minulla ei vain ole myyjän geenejä”. Onneksi hyväksi myyjäksi voi oppia kuka tahansa ja keinoja myydä on monia. Seuraavan tehtävän avulla pääset testaamaan, mikä olisi sinulle paras tapa saada uusia asiakkaita.

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Asiantuntija epämukavuusalueella
- Kirja sinulle, joka vihaat myymistä
(Kaisa Hernberg: Talentum 2013)

Myy enemmän - myy paremmin
(Mika D. Rubanovitsch & Elina Aalto: Johtajatiimi 2012)

Hakusanat verkossa

myynnin keinot, myynnin välineet, henkilökohtainen myyntityö, uusasiakashankinta

Puhelinkammon kiertäminen myyntityössä

Tunnen yrittäjän, jolla on puhelinkammo. Tai useammankin, mutta tämä yrittäjä on ratkaissut asian luovasti. Hän lähestyy potentiaalisia asiakkaitaan aina kasvotusten. Tämä koulutuksia tarjoava yrittäjä on mestari kartoittamaan tulevia messuja, konferensseja ja verkostoitumistilaisuuksia, joissa voi kohdata potentiaalisen asiakkaan. Kyse ei siis nimenomaan ole luovien alojen tilaisuuksista tai kouluttajatilaisuuksista, vaan päinvastoin erilaista yritystapahtumista. Kun yritysten edustajat seisovat ständeillään aamusta iltaan, heillä ei ole muuta kuin aikaa jutella vakuuttavan ja innostuneen koulutusyrittäjän kanssa yrityksen koulutustarpeista. Sen sijaan, että potentiaalinen asiakas kuulisi pelkän kouluttajan äänen puhelimesta, kasvotusten kouluttaja pystyy heti esittelemään potentiaaliselle asiakkaalle koko tuotteen – itsensä. Näistä keskusteluisista jää vähintään yritykselle kouluttajan kasvot mieleen ja kouluttajalle käteen yhteystiedot oikealle henkilölle kyseisessä yrityksessä, parhaimmillaan koulutus on jo sovittuna ennen messupäivän päättymistä. Kohtaukset varmistaakseen tämä koulutusyrittäjä päättää etukäteen, montaako potentiaalista asiakasta hän lähestyy kussakin tapahtumassa. Tehokasta eikö totta?

TEHTÄVÄ 16 Uusiasiakashankinta

Puhutko mielelläsi puhelimesta vai oletko parempi ilmaisemaan itseäsi kirjoittamalla? Valitse alla olevista väittämistä sinulle parhaiten sopiva ja katso, mitkä uusiasiakashankinnan tavat olisivat sinulle luontaisimpia.

SOPIVIA UUSIASIAKASHANKINNAN KEINOJA

OLEN HYVÄ KIRJOITTAMAAN

- Sähköinen myyntikirje
- Oman blogin pitäminen
- Suoramarkkinointi postitse
- Tapahtumissa jaettava printtimainonta
- Tarjouspyyntöihin vastaaminen

PUHUN MIELELLÄNI PUHELIMESSA

- Kolme myyntipuhelua päivässä -periaate
- Verkostojen hyödyntäminen: vanhoille tutuille soittaminen

TAPAA MIELELLÄNI UUSIA IHMISIÄ

- Osallistuminen messuille
- Sovitut asiakastapaamiset
- Asiakastapahtuman järjestäminen
- Sissimarkkinointitempaus

Täytä
Luovien alojen
lakanasta kohta
"Asiakkaan
tavoittaminen:
Markkinointi-,
myynti- ja toimitus-
kanavat"

e

Miten suojaat tuotteesi ja sovit sen käytöstä: immateriaalioikeudet ja sopimukset

“Luovien alojen yrittäjälle olisi tärkeää löytää kertakorvauksen rinnalle myös malli jatkuvalle tulolle. Malli, joka toisi rahaa aina kun jo luotua ideaa käytetään uudelleen, kuten esimerkiksi erilaiset ”rojalit”.”

Miia Liesegang,
Suunnittelutoimisto Innollinen



Luovat alat määritellään usein immateriaalioikeuksien kautta. Esimerkiksi Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan luovilla aloilla tarkoitetaan ”liiketoimintaa, joka synnyttää aineetonta arvoa, esimerkiksi tuotemerkkejä, patenteja tai tekijänoikeuksia”. Immateriaalioikeudet suojaavat luovaa työtä ja sen tekijän toimeentuloa. Valokuvaajalla on tekijänoikeudet omiin kuviinsa, muotoilija voi hakea mallisuojan omaan tuoliinsa, kulttuurihyvinvointikouluttaja tavaramerkin omaan koulutuskonseptiinsa ja uuden innovaation keksijä patentin oman tuotteensa innovatiiviseen osaan. Tuotteen suojaamisen lisäksi on tärkeää miettiä, miten sopia asiakkaansa kanssa tuotteensa käytöstä. Annatko asiakkaalle kertakäyttöikeuden tuotteeseesi vai myytkö tuotteesi koko patentin? Vai teetkö kenties lisenssisopimuksen kansainvälisen yhteis-

työkumppanin kanssa? Tiedätkö, millaisia sopimuksia silloin pitää kirjoittaa? Nyrkkisääntönä voi sanoa, että kehittäessäsi uuden tuotteen, ota yhteyttä Suomen tekijänoikeusjärjestöihin, oman alasi liittoon tai alueesi yritysneuvojaan ja varmista, että saat suojausprosessin käyntiin. Asiakkaan kanssa toimiessasi puolestasi varmista, että sinulla on sopimanne asiat kirjallisena, vähintään sähköpostikirjeenvaihtona, mutta mieluummin paperisena sopimuksena. Yrittäjänä olet myös immateriaalioikeuksien asiakas. Hyödyntäessäsi markkinoinnissasi muiden ottamia kuvia tai tapahtumissa si muiden säveltämää musiikkia, tulee sinun maksaa niiden käytöstä. Seuraavassa tehtävässä pääset miettimään, mitkä immateriaalioikeudet voisivat tuotteesi kohdalla täyttyä.

TEHTÄVÄ 17 Oman tuotteen suojaaminen

Laita rasti ruutuun, mikäli väittämä pitää tuotteesi kohdalla paikkansa. Näin saat selville, miten tekijänoikeudet liittyvät tuotteeseesi ja mitä teollisoikeuksia (mallisuoja, patenti, tavaramerkki) sinun mahdollisesti kannattaa hakea tuotteellesi. Tehokkaimman suojan saat käyttämällä eri suojaumuotoja joustavasti yhdessä.

Olen itsenäisesti tehnyt tuotteeni (teoksen) alkuperäisen version.

Tekijänoikeus syntyy teoksen tekijälle automaattisesti, mikäli teos ylittää ns. teoskynnyksen (sanaa ei kuitenkaan mainita tekijänoikeuslaissa) eli on riittävän itsenäinen ja omaperäinen, jotta siitä muodostuu itsenäinen teos. Lain mukaan teoksen tekijänä pidetään sitä, jonka nimi löytyy teoksesta. Tekijällä on yksinoikeus määrätä teoksensa käytöstä. Tekijänoikeudet säilyvät tekijällä koko hänen elinikänsä sekä seitsemänkymmentä vuotta hänen kuolemansa jälkeen. Esittävien taiteilijoiden ja tuottajien oikeudet ovat voimassa 50 vuotta tallenteen – kuten cd-levyn – tallennus- tai julkaisuvuodesta.

Käytän palvelutuotteessani muiden tekemää musiikkia ja kuvia.

Tekijällä on teokseensa taloudelliset oikeudet, jotka hän voi luovuttaa sopimuksella kokonaan tai osittain toiselle osapuolelle.

Toinen yritys haluaa alkaa valmistaa tuotettani.

Tekijällä on teokseensa taloudelliset oikeudet, jotka hän voi luovuttaa sopimuksella kokonaan tai osittain toiselle osapuolelle. Mikäli tuote ei ylitä teoskynnystä, on se usein suojattava muilla tavoin.

Valokuvani/juttuni tulee lehteen/mainokseen.

Isyysoikeuden perusteella tekijällä on aina oikeus saada oma nimensä näkyviin teoksen yhteydessä, vaikka teoksen taloudelliset oikeudet olisi sopimuksella siirretty toiselle osapuolelle.

Teokseni ostanut yritys on muuntamassa teostani siten, että se loukkaa minun arvoani taiteilijana.

Tekijällä on ikuinen respektio-oikeus teokseensa eli teosta ei saa muunnella niin, että se loukkaa tekijää.

Teokseni ei ole suora kopio kenenkään muun teoksesta.

Tekijänoikeussuojaa saa mikä tahansa teos, joka on ylittänyt ns. teoskynnyksen. Teoskynnys ylittyy, jos teos on tekijänsä henkisen luomistyön itsenäinen ja omaperäinen tulos. Käytännössä teokseksi katsotaan mikä tahansa luovan työn tulos, joka on sen verran omaperäinen, ettei joku toinen tekisi täysin samanlaista. Teoksia voivat olla mm. sävellykset, valokuvat, tietokonepelit ja -ohjelmat, näytelmät, elokuvat, piirustukset, maalaukset ja koreografiat. Myös moni muukin luovan työn tulos lasketaan teokseksi.

Olen teoksen esittäjä.

Teoksen esittäjä saa suojaa omalle esitykselleen / tulkinalleen esittämästään teoksesta.

Olen teoksen rahoittava yrittäjä.

Kirjan, levyn, elokuvan tai muun teoksen rahoittava yrittäjä saa suojaa syntyvälle tuotteelle (joko suoraan lain nojalla tai ostamalla osan tai kaikki oikeudet tekijöiltä tai esittäjiltä, moraaliset oikeudet säilyvät aina tekijällä).

Olen panostanut tuotteeni muotoiluun.

Tuotteen tai sen osan ulkomuodolle voi hakea mallisuoja. Rekisteröinti on voimassa 5 vuotta hakemispäivästä lukien, ja se voidaan uudistaa neljästi viideksi vuodeksi kerrallaan. Enimmäissuoja-aika on näin ollen 25 vuotta.

Muotoilutuotteeni asiakkaat löytyvät kansainvälisiltä markkinoilta.

Tuotteelle voi hakea mallisuoja maailmanlaajuisesti joko kansallisia rekisteröintijärjestelmiä tai Euroopan Unionin kattavaa yhteisömallijärjestelmää käyttäen.

Tuotteeni kuvio on ainutlaatuinen.

Mallisuojan kohteena voi olla kokonainen tavara tai sen epäitsenäinen osa eli yksityiskohta, jota ei voida irrottaa tavarasta sitä rikkomatta. Suojata voidaan erikseen esimerkiksi kankaan kuvio tai kannun nokka.

Tuotteeni on uusi ja innovatiivinen keksintö.

Patenttia voidaan hakea keksinnölle, joka on uusi ja teollisesti käyttökelpoinen. Usein jo vireillä oleva patentti (patent pending) on riittävä pelote kopioijia vastaan.

Uusi menetelmäni ratkaisee teknisen ongelman.

Tuotteelle tai menetelmälle voidaan hakea patenttia lähtökohtaisesti silloin kun se on teollisesti käyttökelpoinen eli ratkaisee jonkin teknisen ongelman.

Yritykseni logo on ainutlaatuinen.

Merkille, joka voidaan esittää graafisesti, voidaan hakea yksinoikeutta tavaramerkin käyttämiseen.

Yritykseni toimii kansainvälisillä markkinoilla.

Yrityksen logo suojataan maakohtaisesti eli tavaramerkkiä pitää hakea erikseen eri maille.

Yritykseni mainoslause on ainutlaatuinen.

Tavaramerkkejä on erilaisia. Tavaramerkki voi olla mm. sana, kuvio, iskulause tai vaikka äänimerkki.

Lähteet: Tekijänoikeus.fi -verkkopalvelukokonaisuus, Patentti- ja rekisterihallituksen prh.fi-sivusto ja Keksintösäätiön keksintösäätiö.fi-sivusto

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Muusikon sopimusopas

(Lottaliina Lehtinen: Tietosanoma 2012)

Tekijänoikeuden ABC (pdf)

Tekijänoikeus suojaa luovaa työtä (pdf)

Hakusanat verkossa

tekijänoikeus, tuotemerkki, mallisuoja, mallioikeus, patenti, lisenssisopimus, tekijänoikeusneuvosto, tekijänoikeusjärjestöt, Gramex, Kopiosto, Kuvasto, Sanasto, Teosto, Tuotos, tekijänoikeuslaki

EXTRA

Vetoketjusta valmistetut korut eivät yltäneet teostasoon

Oletko miettinyt, nauttiiko tuotteesi tekijänoikeussuojaa? Suomessa toimii tekijänoikeusneuvosto, joka antaa maksuttomia lausuntoja tekijänoikeuslain soveltamisesta. Lausuntoa voi pyytää kuka tahansa jättämällä vapaamuotoisen lausuntopyynnön tekijänoikeusneuvostolle. Annetut lausunnot ovat vapaasti luettavissa tekijänoikeusneuvoston sivuilla. Lausuntojen joukosta löytyy esimerkiksi tapaus, jossa koruyrittäjä kokee toisen yrittäjän kopioineen hänen ideansa vetoketjusta valmistetuista koruista. Tähän on lausunnoksi annettu, että ”yrittäjän korut eivät ilmennä tekijänsä oma-peräisiä luovia valintoja siinä määrin, että ne olisivat tekijänoikeuslain 1 §:ssä tarkoitettu teoksia” (lausunto 2012:12). Annetuista lausunnoista selviää esimerkiksi myös, että sana tipi-tii ei saanut tekijänoikeussuojaa kun taas astiasarja sai. Lue lausunnoista lisää laittamalla hakusanaksi ”tekijänoikeusneuvoston lausunnot”.

(Lähde: Opetus- ja kulttuuriministeriön tekijänoikeusneuvosto- ja tekijänoikeusneuvoston lausunnot -sivustot.)



f Miten hoidat raha-asiasi: talous ja hallinto

“Hanki hyvä kirjanpitäjä!”

Kokeneen yrittäjän neuvo
alkavalle yrittäjälle



Aika moni luovien alojen yrittäjä kokee talousasiat itselleen vieraisiksi tai jopa pelottaviksi. Yrittäjä on koko ajan tekemisissä rahan kanssa. Yritystoiminnan tarkoituksena on saada toiminta kannattavaksi ja vieläpä voitolliseksi. Tätä taloudellista menestymistä mitataan rahalla. Yrittäjän pitää osata suunnitella talouttaan ja pitää raha-asioistaan huolta. Ei se ole periaatteessa sen kummempaa kuin oman henkilökohtaisen talouden hoitaminen: laskut pitää maksaa ja rahaa pitää tienata ainakin sen verran mitä elämiseen menee. “Sukanvarteenkin” on hyvä säästää pahanpäivän varalle ja isompia hankintoja, kuten autoa tai asuntoa, varten tarvitaan usein lainaa. Yritystä perustettaessa kannattaa tehdä karkea laskelma siitä, kuinka paljon yritystoiminnan aloittaminen maksaa, millaisia hankintoja pitää tehdä ja mikä on oma tulotavoitteesi. Yritystoiminnan aloittamiseen ei välttämättä tarvita isoja alkuinvestointeja: Usein yritystoiminnan voi aloittaa kotoa käsin ja työskentelyyn voi käyttää aikaisemmin hankittua tietokonetta ja kännykkää. Mutta jos olet esimerkiksi käsityöläinen, sinun pitää todennäköisesti ostaa materiaaleja tuotettasi varten ja kenties uusi saumuri tai vannesaha. Joudut mahdollisesti myös vuokraamaan työtilan tuotantoa varten. Tällöin tarvitset rahaa jo ennen liiketoimintasi aloittamista.

Muista, että sinun pitää saada jostakin rahaa elämistä varten jo ennen kuin tuotteesi ovat markkinoilla ja asiakkaat ostavat niitä. Tähän kuuluu aikaa yleensä vähintään useita kuukausia joskus jopa vuosia. Joudut siis miettimään rahoitusta. Voitko saada starttirahaa elämistä varten tai pitääkö sinun ottaa

lainaa pankista tai Finnverasta? Onko sinulla ystäviä tai sukulaisia, jotka lainaisivat sinulle rahaa tai sijoittaisivat sinun yritykseesi? Rahan tarpeen laskeminen on tärkeää, jotta saat käynnistettyä yritystoimintasi turvallisesti. On tärkeää myös tehdä kannattavuuslaskelmia siitä kuinka paljon ja millä hinnalla sinun pitää myydä, jotta saat kulut peittoon ja teet kannattavaa liiketoimintaa. Tätä talouden suunnittelua varten löydät verkosta lukuisia laskentapohjia. Voit myös kysyä niitä paikalliselta yritysneuvojalta. Hän osaa auttaa sinua siinä, mikä laskentapohja on yritystoimintaasi sopivin. Näitä laskelmia tarvitset myös kun haet esimerkiksi lainaa Finnverasta tai starttirahaa TE-toimistosta.

Talouden lisäksi pääset yrittäjänä läheisiin tekemisiin myös viranomaisten kanssa. Yritystä perustettaessa on mietittävä yritystoimintaa varten tarvittavia lupia ja vakuutuksia. Lupia on kolmenlaisia: lupa elinkeinon harjoittamiseen, lupa toiminnan käynnistämiseen suunnitellulla paikalla ja ammattitaitovaatimukseen liittyvä lupa. Vakuutuksista puolestaan yrittäjä on lain mukaan velvoitettu ottamaan itselleen yrittäjä eläkevakuutuksen (YEL). Lisäksi kannattaa miettiä alasta riippuen esimerkiksi vastuu-/oikeusturvavakuutusta, tapaturmavakuutusta ja omaisuusvakuutusta. Yrittäjä voi myös liittyä yrittäjien työttömyyskassan jäseneksi halutessaan itselleen ansiosidonnaisen työttömyysturvan.

Ja hanki se hyvä kirjanpitäjä!

TIETOKONEET
JA OHJELMAT

€

PUHELIN
JA NETTILIITTYMÄ/KK

€

TOIMISTOTARVIKKEET

€

AUTO

€

LUVAT

€

JÄSENMAKSUT/KK
(esim. liitto, yrittäjäyhdistys,
yrittäjien työttömyyskassa)

€



Joukkorahoituksesta rahoitusta liikeidean toteuttamiseen

Onko sinulla sellainen tunne, että liikeideassasi on jotain aivan ainutlaatuista ja sellaista että ihmiset saattaisivat innostua siitä. Ota selvää joukkorahoituksesta. Joukkorahoituksen avulla voit myös ottaa tulevat asiakkaasi mukaan tuotekehitykseen. Hyviä esimerkkejä onnistuneista joukkorahoitusprojekteista on esimerkiksi Iron Sky -elokuva tai panimoravintola Bryggeri.

Hakusanat verkossa

yrittäjän talouden suunnittelu, yrityksen laskelmat, kannattavuuslaskelma, tilitoimiston valinta, yrittäjän verotus, yrittäjän luvat, yrittäjän vakuutukset, alkavan yrityksen rahoitus, joukkorahoitus

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Pk-yrityksen taloushallinto käytännönläheisesti
(Jukka Koivumäki & Hannele Lindfors: Kauppakamari 2012)

Yrityksen taloushallinto 1:
kirjanpidon ja tilinpäätöksen perusteet
(Soile Tomperi: Edita 2013 (10. uud. p.))

Yrityksen taloushallinto 2:
kirjanpidon erityiskysymyksiä
(Soile Tomperi: Edita 2013 (6. uud. p.))

Yrityksen taloushallinto 3:
kannattavuus- ja kustannuslaskenta
(Soile Tomperi: Edita 2012 (5-7. uud. p.))

Yrittäjän talousopas
(Lasse Karjalainen: Gaudeamus 2013)

TEHTÄVÄ 18 Yrityksen perustamiskulut

Listaa viereisellä sivulla olevaan kuittiin yrityksesi perustamiseen liittyvät kulut eli se kuinka paljon sinulla kuluu rahaa, että pääset yritystoimintasi alkuun. Hyödynnä tässä kirjan aiemmissa osioissa täyttämäsi hintalappuja. Huomioi etenkin alkuvaiheen käyttöpääoma, jota usein kutsutaan kiinteiksi kuluiksi (palkat, vuokrat, sähkö, liittymämaksut, vakuutukset, kirjanpito yms.), jotka täytyy maksaa, vaikka yritys ei saisi myyntituloja kulujen kattamiseksi. Näihin kuluihin sinun pitää hankkia rahoitus. Merkitse rahan lähteet toiseen kuittiin. Muista, että starttiraha ei ole yrityksen rahoitusta, vaan henkilökohtaista tuloa. Näitä laskelmia voit tarkentaa myöhemmin yksityiskohtaisemmissa laskentapohjissa.

Täytä
Luovien alojen
lakanasta kohta
"Kustannusrakenne"

RAHANTARVE / PERUSTAMISKULUT	euroa
Puuttuvan osaamisen hankkiminen (esim. kirjallisuus, seminaarit, koulutukset)	
Prototyypin valmistaminen	
Yrityksen perustamiskulut	
Tuotteen materiaalikulut/kk	
Alihankinnan kulut	
Pakkausmateriaali + pakkaustyö/kk	
Työtilojen ja mahdollisen varaston vuokra/kk	
Tarvittavat työkoneet ja laitteet ja niiden asennukset	
Logistiikka/ensimmäinen kk	
Omat matkakulut/kk	
Nettisivut	
Käyntikortit ja esitteet	
Banneri-, lehti-, kadunvarsi- yms. mainokset/kk	
Edustuskulut/kk	
Puhelinkulut/kk	
Omien tuotteiden suojaaminen	
Muut tekijänoikeusasiat	
Tietokoneet ja ohjelmat	
Puhelin ja nettiliittymä/kk	
Toimistotarvikkeet	
Auto	
Luvat	
Jäsenmaksut/kk (esim. liitto, yrittäjähdistys, yrittäjien työttömyyskassa)	
Vakuutukset/kk	
Verot/kk	
Lainakulut/kk	
Kirjanpito ym. asiantuntijapalvelut/kk	
Palkat/kk	
Muut kulut (esim. toimiston kalusteet)	
RAHANTARVE YHTEENSÄ	



RAHOITUSLÄHTEET	euroa
Omarahoitus	
-osakepääoma/yhtiömiespanos	
-oma rahasijoitus	
-omat jo valmiina olevat koneet/työvälineet	
Lainat	
-pankki	
-Finnvera	
-muu laina (esim. yksityishenkilö, TEKES)	
Julkiset tuet	
-ELY-keskuksen kehittämistuet	
-TEKES	
-muu tuki (esim.)	
RAHOITUSYHTEENSÄ	

APUA VEROVIIDAKKOON: TOIMINIMIYRITYKSEN VEROTUS

ALV-velvollisuus

- Mikäli liikevaihto* yli 8500 e/vuosi, TÄYTYY liittyä ALV-rekisteriin
- Halutessaan SAA liittyä ALV-rekisteriin, vaikka liikevaihto olisi alle 8500 e/vuosi. ALV-rekisteriin kannattaa liittyä esimerkiksi silloin kun on paljon ALV:llisia ostoja, jolloin ostoalv:eista voi vähentää myyntialv:t.
→ Yritystoiminnan alkaessa ALV-rekisteriin ilmoittaudutaan perustamisilmoituksella Y3, muutokset toiminnassa ilmoitetaan lomakkeella Y6. Lomakkeet löytyvät sivuilta www.ytj.fi
- ALV-velvollisena tehtävä kausiveroilmoitus säännöllisesti 1 krt/kk
- MUTTA mikäli liikevaihto alle 25 000 e/vuosi, voit hakea pidempää ilmoitusjaksoa: 1 krt/vuodessa
- mikäli liikevaihto alle 50 000 e/vuosi, voit hakea ilmoitusjaksoa: 4 krt/vuodessa
→ haetaan lomakkeella 4071, joka löytyy vero.fi -sivustolta. Lomake tulee toimittaa verotoimistoon.
- Verovelvollinen, jonka tilikauden liikevaihto on alle 22 500 euroa, voi saada tilikauden päätyttyä ns. alarajahuojennuksen. Jos liikevaihto on enintään 8 500 euroa, verovelvollinen voi saada huojuksena koko tilikaudelta tilitettävän veron. Jos liikevaihto on vähintään 8 500 euroa mutta alle 22 500 euroa, verovelvollinen voi saada osittaisen huojuksena.
- Mikäli haluaa KOKONAAN POIS ALV-rekisteristä, tulee tehdä MUUTOSILMOITUS sivuilla: www.ytj.fi ja täyttää siellä Y6-lomake. ALV-rekisteristä voi poistua myös takautuvasti.

Tuloveroilmoitus

- Liikkeen- ja ammatinharjoittajien tuloveroilmoitus tulee kotiin maaliskuun alussa ja se tulee palauttaa viimeistään 3.4. Osakeyhtiöt palauttavat tuloveroilmoituksen joko 3 tai 4 kuukautta tilikauden päättymisestä. Tarkempia tietoja tuloveroilmoituksesta kannattaa kysyä vero-toimistosta.
- Jos yrityksen toiminta on alkanut esimerkiksi vasta edellisen vuoden kesäkuussa, saattaa ensimmäinen tilikausi jatkua seuraavan kokonaisen vuoden loppuun, jolloin ensimmäinen tilikausi voi olla 18 kk ja tuloveroilmoituslomake tulee vasta sen vuoden huhtikuussa.
- Vaikka yrityksellä ei olisi vuoden aikana ollut mitään tuloja, tuloveroilmoituslomake pitää tyhjänäkin palauttaa.

*Liikevaihto

Liikevaihtoa ovat varsinaisen toiminnan myyntituotot, joista on vähennetty myönnettyt alennukset sekä arvonalis-vero ja muut välittömästi myynnin määrään perustuvat verot.

Lisätietoa: <http://www.economic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/liikevaihto>

Lähde: Keskustelut Verohallinnon virkamiesten kanssa

Ennakkovero yritystoiminnasta

- Perustuu yritystoiminnan alkaessa perustamisilmoituksessa tehtyyn arvioon tulojen määrästä.
- Pidempään toimineella yrityksellä määräytyvät edellisten vuosien tulosten perusteella.
- Mahdolliset lisäverot/palautukset tulevat vuoden viiveellä.
- Muutokset ennakkoveroon tehdään puhelimitse verottajalle tai täyttämällä lomake ennakkoverojen muuttamiseksi.
- Kun työn suorittaja on merkitty ennakkoperintärekisteriin, suorituksen maksajan ei tarvitse toimittaa ennakonpidätystä maksamastaan työkorvauksesta tai käyttökorvauksesta. Rekisteri-ilmoituksen tekemättä jättäminen aiheuttaa aina ongelmia laskutukseen, joten ennakkoperintärekisteriin liittyvät asiat kannattaa hoitaa hyvin.

Lisätietoja www.vero.fi

RAHOITUSLÄHTEITÄ LUOVILLA ALOILLA

IDEAVAIHEESEEN JA TUOTTEISTAMISEEN

Apurahat
Opiskelija- ja ammattilaiskilpailut
Säätiörahoitukset
AVEK:
Digidemo
Creademo
Oman alan liitot ja ammattijärjestöt

YRITYKSEN PERUSTAMISEEN

Starttiraha
(omaa henkilökohtaista tuloa)
ELY-keskuksen avustukset
TEKES
Finnvera
Innovatiivinen yritysidea / yritys
–kilpailut

KANSAIN-VÄLISTYMISEEN

OKM: Kulttuurivientirahoitukset
TEKES
ELY-keskus: valmistelurahoitus
Kehittämisyavustus
Pohjoismainen kulttuurirahasto
Kulturkontakt Nord
CIMO:n ohjelmat
Taiteen edistämiskeskus
Team Finland

HANKKEISIIN JA TAPAHTUMIIN

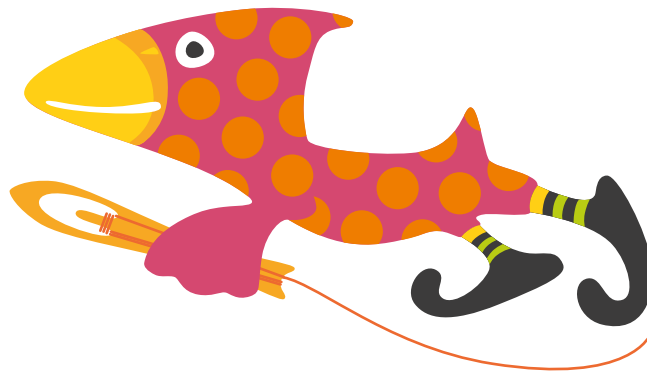
OKM: erityisavustukset	Oman kaupungin/kunnan rahoitukset
Taiteen edistämiskeskus	Maakuntien liitot
Suomen kulttuurirahasto	EU
Kulturfonden	Yritysyhteistyö
RAY	Joukkorahoitus
Kulttuurihyvinvointirahoitukset	

g

Kenen kanssa teet töitä: verkostojen rakentaminen ja ylläpitäminen

“En voisi tehdä päivääkään työtäni ilman verkostoja.”

Moona Tikka, muotoilutuottaja



Kenen kanssa sinä teet töitä? Ajattelitko vastata, että yksin? Mieti vielä. Onko yritykselläsi asiakkaita, alihankkijoita tai jälleenmyyjäjä? Entä ketkä mahdollistavat työsi yrittäjänä? Auttaako arjessasi lastenhoitaja, liikuntatunnin vetäjä tai koiranulkoiluttaja? Ne kaikki muodostavat sinun verkostosi. Verkostoitumisessa on kyse yksinkertaisesti yhteistyön tekemisestä. Sen merkitys korostuu luovilla aloilla, jossa yrityk-

set ovat pieniä. Palveluja kannattaa tarjota asiakkaalle usein yhteistyössä, eikä mikään korvaa sitä vertaistukea, jota verkostoista saa. Uusia vertaisverkostoja voi helposti luoda käymällä oman alan seminaareissa (tai varsinkin niiden kahvitauoilla), liittymällä oman alan yhdistyksiin ja verkossa toimiviin ryhmiin. Seuraavassa tehtävässä pääset määrittelemään omat verkostosi ja näet, mihin voit niitä hyödyntää.

EXTRA

Suojatako liikeideansa vai kertoako siitä kaikille?

Neuvonnassani kävi mies, joka teki erityisen kauniita puukoruja. Hän ei kuitenkaan ollut saanut montakaan koruaan myydyksi. Sitä rupesimme neuvonnassa ratkomaan. Kävi ilmi, ettei hän ollut uskaltanut kertoa omasta liikeideastaan kenellekään muulle, ettei kukaan vain kopioisi hänen liikeideansa. Nyt hän kuitenkin, lähes kymmenen vuoden yrittämisen jälkeen, päätti hakea myyntiinsä apua. Sain häneltä puhelun muutaman viikon kuluttua neuvonnasta. Osallistumalla verkostoitumistilaisuuksiin ja alan koulutuksiin hän oli muutamassa viikossa saanut koruilleen kaksi uutta jälleenmyyjää ja paljon vertaistukea. “Kannatti uskaltaa avautua kaikille”, hän lopetti puhelunsa.

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Networking for People Who Hate Networking. A Field Guide for Introverts, the Overwhelmed and the Underconnected (Devora Zack: Berret-Koehler Publishers 2010)

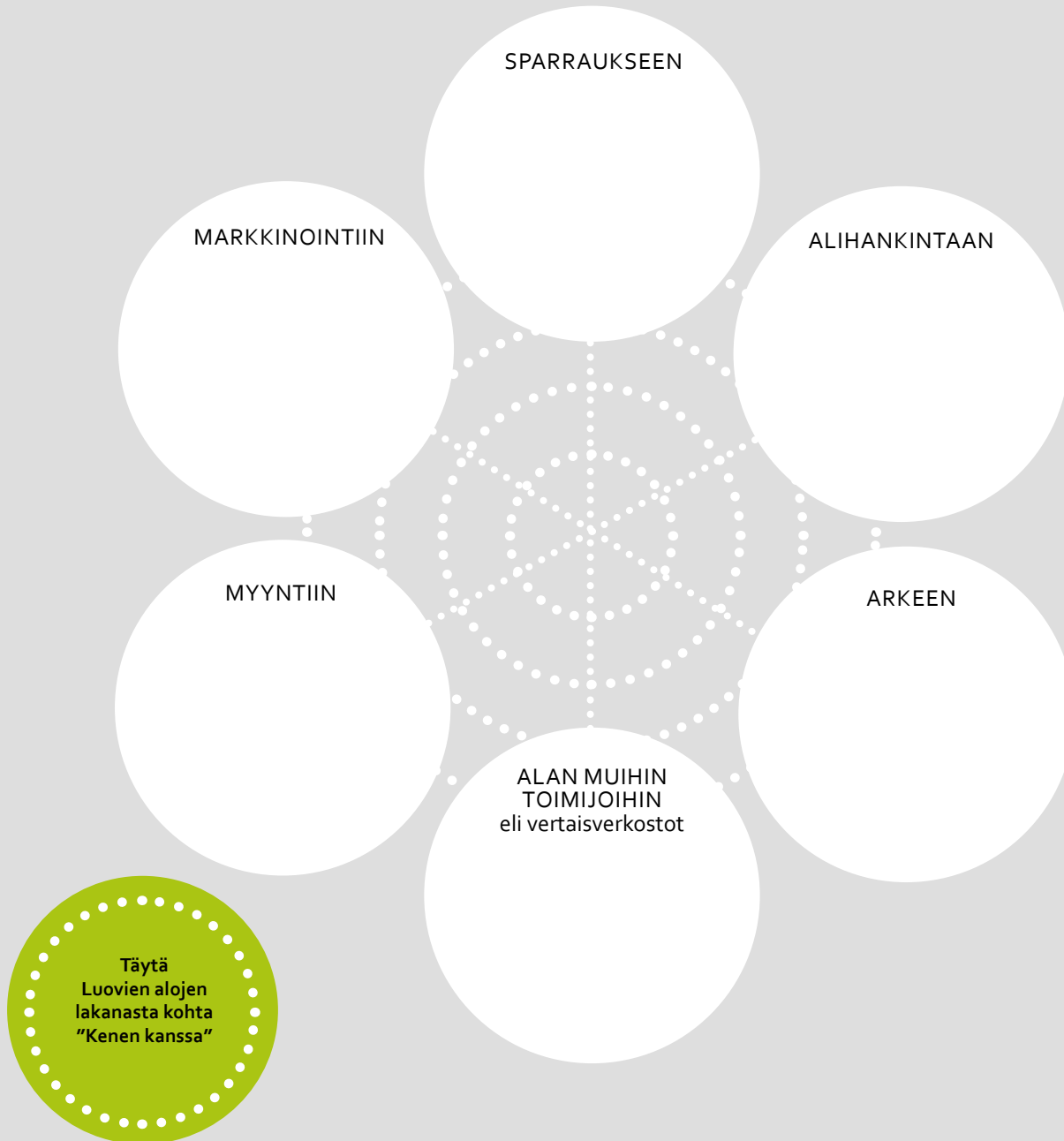
Yksin työskentelevän opas (Tiina Torppa: Talentum 2013)

Hakusanat verkossa

verkostoituminen, kompassipolku, yrittäjän verkostot, vertaisverkostot, verkostoitumismalli

TEHTÄVÄ 19 Omat verkostot

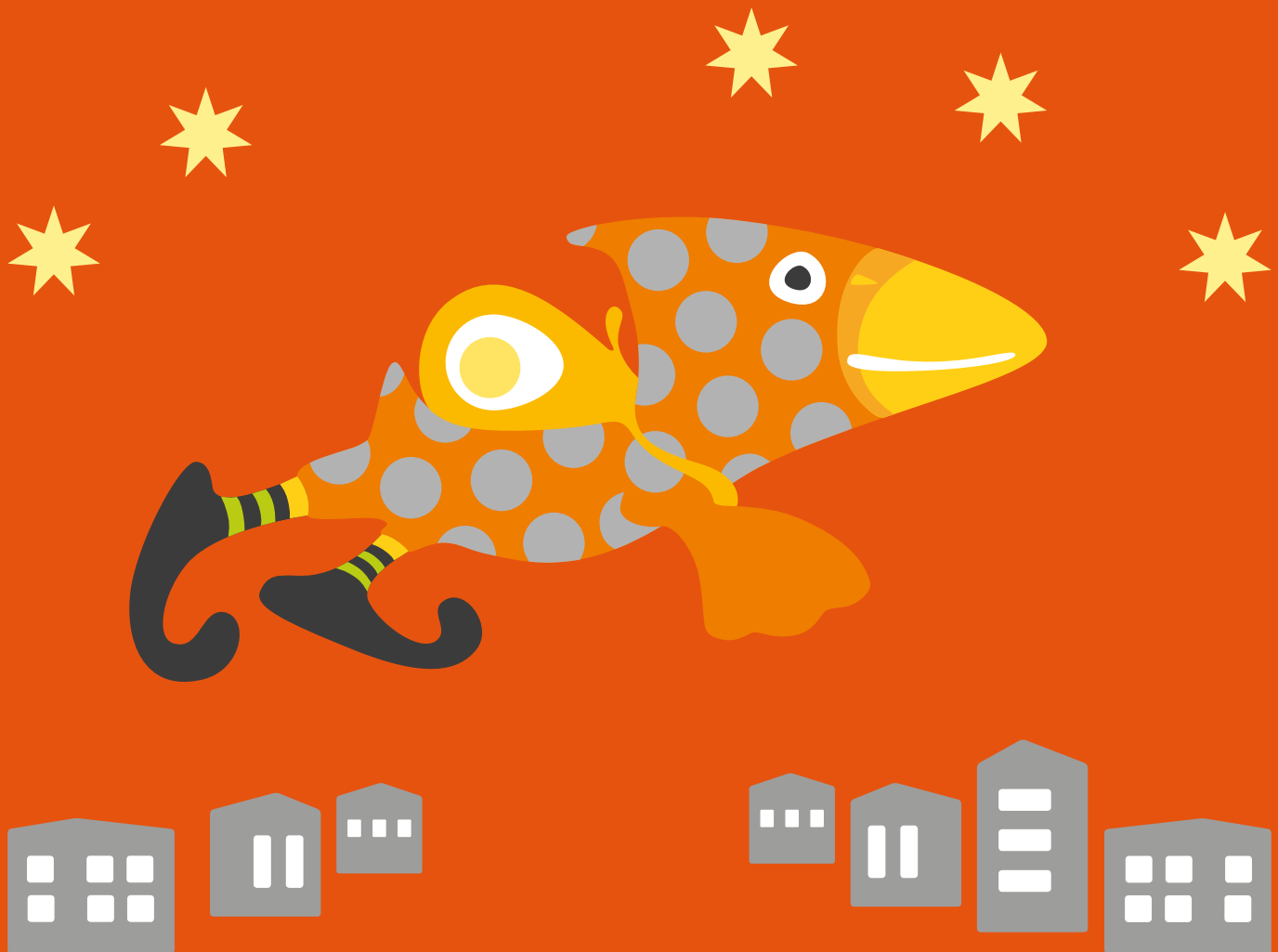
Kirjaa alla oleviin kohtiin sinulle tärkeitä henkilöitä ja verkostoja. Jos huomaat jonkin kohdan jäävän kokonaan tyhjäksi, hoida asia heti kuntoon, sillä muuten verkkoosi jää aukko.





4 TULEVAISUUS

Tähän asti luettuasi sinulle on toivottavasti jo alkanut kirkastua, minne olet matkalla. Onko seuraava askeleesi yrittäjyyden polulla liikeideasi tuotteistaminen, oman yrityksen perustaminen vai jo kansainvälisten markkinoiden valloittaminen? Vai tuntuuko siltä, että vuoden aikalisä tekisi hyvää sekä sinulle että liikeideallesi? Seuraavassa tehtävässä pääset seuraamaan sinulle sopivaa yrittäjyyspolkua. Polun päätepiste kertoo, mikä voisi olla sinulle sopiva seuraava askel.



TEHTÄVÄ 20 Seuraava askeleesi yrittäjyyden polulla

Riittävätkö voimavarasi ja motivaatiosi tällä hetkellä oman yrityksen perustamiseen tai jo olemassa olevan liiketoimintasi kehittämiseen?

Aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Enkeleitä, onko heitä?
(Matti Lainema: Denali 2011)

Kellarista maailmalle
– agenttitoiminnan työkirja
(Jenni Moberg: Agma ry 2014)

Kulttuurista liiketoimintaa
(Arto Juurakko, Juhani Kauhanen,
Ulla Öhage: Sanajuuri 2012)

Lupa toimia eri tavalla
(Anssi Tuulenmäki: Talentum 2012)

Yrityksen perustamisopas:
käytännön perustamistoimet
(toim. Tuulikki Holopainen:
Asiatieto 2013)

Yritä edes:
32 syytä ryhtyä yrittäjäksi
(Jaakko Lyytinen & Kirsi Piha:
Talentum 2004)

KYLLÄ:
Valitse jatkossa
väittämistä aina se,
joka sopii sinuun
parhaiten:

EIVÄT:
Ota yrittäjyyden pohdinnassa
tai liiketoimintasi kehittämässä
pieni aikalisä. Liiku, tapaa ystäviä
ja tutustu oman alasi ihmisiin ja
tuotteisiin. Hetken hengähtämällä
ja alaan rauhassa tutustumalla
voit löytää kipinän yrittäjyyteen
– tai sitten et, jolloin yrittäjyys ei
ehkä olekaan oikea polku sinulle.

Minulla on liikeidea,
jota haluan
kehittää eteenpäin.

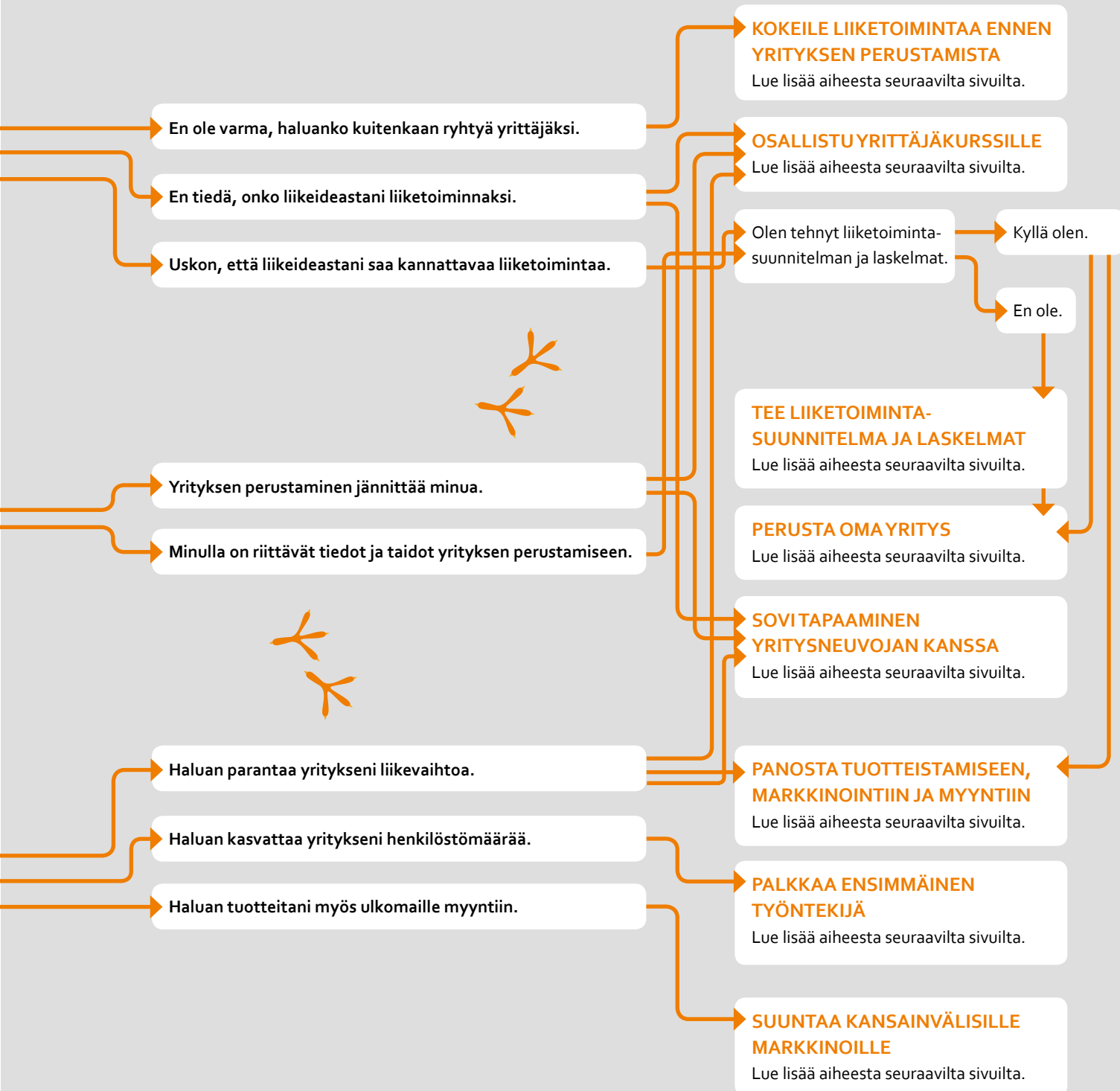


Haluan perustaa
oman yrityksen.



Minulla on jo yritys,
jota haluan
kehittää eteenpäin.

Lähteet: Keskustelut Verohallinnon,
Työ- ja elinkeinotoimiston, yrityspalvelu-
keskuksen ja Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskuksen virkamiesten kanssa



ASKELEITA YRITTÄJYYDEN POLULLA



KOKEILE LIIKETOIMINTAA ENNEN YRITYKSEN PERUSTAMISTA

Sinun ei välttämättä tarvitse perustaa yritystä halutessasi kokeilla liikeideasi kannattavuutta. Muista kuitenkin, että kaikesta myymisestä pitää antaa kuitti ja maksaa tuloveroa. Silloin kun sinulla ei ole y-tunnusta, kannattaa sinun harkita tulo-rajattoman freelance-verokortin tekemistä verotoimistossa (freelance-verokorttia ei voi tilata verkosta). Käytännössä freelancer on yrittäjä, joka vastaa kaikista työn sivukuluista sekä eläkkeistään ja sosiaaliturvastaan itse, joten freelancer-työn velvoitteisiin kannattaa kysyä etukäteen neuvoa. Arvonlisäveroa sinun tulee maksaa vain, mikäli myyntitulosi ylittävät 8500 € vuodessa. Erityisesti palvelujen kohdalla voit myös kysyä, kelpaisiko asiakkaallesi, että hän maksaisi palkkiosi verokortin mukaisesti. Lisäksi laskutuksen voi hoitaa liittymällä osuuskuntaan jäseneksi tai laskutuspalvelun kautta. Molemmat hoitavat laskutuksen puolestasi niin, että annat heille verokorttisi, laskun summan ja asiakkaasi tiedot ja he laskuttavat puolestasi asiakasta ja maksavat sitten summan (miinus heidän kulunsa) tilillesi.

Hakusanat verkossa

tulovero, arvonlisävero, laskutuspalvelu,
pitääkö käsitöistä maksaa veroa

OSALLISTU YRITTÄJÄKURSSILLE

Suosittelen lämpimästi yrittäjäkurssille osallistumista. Se, tai muualta hankitut vastaavat tiedot, ovat jopa edellytyksenä yrityksen perustamiseen liittyvän Starttirahan saamiseen. Yrittäjäkurseilla käydään läpi liikeidean kehittämistä ja yrityksen perustamisen ja pyörittämisen kiemuroita. Kurseilla pääsee usein myös laatimaan oman liiketoimintasuunnitelmansa asiantuntijaopastuksessa. Siellä saa myös vertaistukea muista samassa vaiheessa olevista yrittäjäksi aikovista. Yrityskursseja on sekä maksullisia että maksuttomia ja niitä järjestää esimerkiksi oman alueesi yrittäjyyskeskukset, työ- ja elinkeinotoimistot ja yrittäjähdistykset sekä yksityiset yritykset. Kurseja järjestetään sekä verkossa että lähiope- tuksena ja ne kestävät yleensä muutamasta viikosta puoleen vuoteen.

Hakusanat verkossa

yrittäjäkurssi, (oman alueesi) kehittämiskeskus,
(oman alueesi) työ- ja elinkeinotoimisto (TE-toimisto),
(oman alueesi) yrityspalvelukeskus

SOVI TAPAAMINEN YRITYSNEUVOJAN KANSSA

Alueesi yritysneuvoja on sinua varten. Hän neuvoo sekä aloit- tavia yrittäjiä liikeidean kehittämisessä ja yrityksen perusta- misessa että jo pidemmälle ehtineitä yrittäjiä liiketoiminnan kehittämisessä ja esimerkiksi erilaisten tukien hakemisessa. Yritysneuvoja on sekä yrittäjyys- ja kehittämiskeskuksissa että yksityisissä yrityksissä. Yritysneuvonta on pääsääntöi- sesti maksutonta asiakkaille.

Hakusanat verkossa

(oman alueesi) yritysneuvoja (oman alueesi) kehittämis-
keskus, (oman alueesi) yrityspalvelukeskus

PALKKAA ENSIMMÄINEN TYÖNTEKIJÄ

Yksinyrittäjä voi saada työntekijän palkkaamiseen palkkatukea (kun kyseessä on työtön työnhakija) tai ensimmäisen työntekijän palkkaamiseen Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen (ELY-keskuksen) kehittämisavustusta yrityksen kotikunnasta riippuen. Selvitä sinun yrityksesi mahdollisuudet tukiin oman alueesi ELY-keskukselta (kehittämisavustus) tai TE-toimistosta (palkkatuki). Palkatessasi työntekijän, muista hoitaa veroasiat kuntoon. Voit myös harkita palkallisen tai palkattoman harjoittelijan ottamista, mikäli lähelläsi on sopiva oppilaitos.

Hakusanat verkossa

ensimmäisen työntekijän palkkaaminen, palkkatuki, kehittämisavustus, (oman alueen) ELY-keskus, (oman alueen) TE-toimisto, yritys työnantajana, (oma alue) oppilaitos

PANOSTA TUOTTEISTAMISEEN, MARKKINOINTIIN JA MYYNTIIN

Ennen yrityksen perustamista tai halutessasi parantaa liikevaihtoasi, sinun kannattaa keskittyä liikeideasi tuotteistamiseen, markkinointiin ja myyntiin, sillä hyväkään liikeidea ei myy itsestään. Se täytyy konkretisoida ja varmistaa, että potentiaaliset asiakkaat kuulevat tuotteesta sekä tietävät, mistä ja miten sen voi ostaa. Vinkkejä tähän saat kirjan aiemmista luvuista.

Hakusanat verkossa

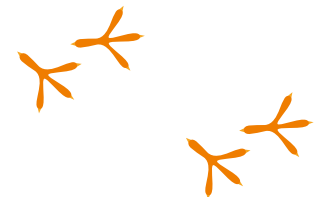
tuotteistaminen, markkinointikanavat, myyntikanavat

SUUNTAA KANSAINVÄLISILLE MARKKINOILLE

Yrityksen kansainvälistymiseen liittyy koko joukko toimenpiteitä aina messuille osallistumisesta ulkomaisten alihankkijoiden ja jälleenmyyjien löytämiseen. Kansainvälisille markkinoille kannattaa harvoin lähteä yksin ja ilman tarkempaa tietoa kohdemaasta ja mahdollisista vientituista. Yrittäjien tueksi onkin perustettu koko Suomen kattava Team Finland -verkosto, joka auttaa viennin edistämässä, rahoituksessa, oikeiden verkostojen löytämisessä ja kohdemaan markkinatuntemuksessa. Lisäksi luovilla aloilla on erityisesti viennin edistämistä varten perustettuja järjestöjä (esimerkiksi Music Finland) ja yksityisiä agentteja, joilla on markkinatuntemusta ja valmiit suhteet jälleenmyyjiin tietyissä kohdemaissa. Myös oman alan tiedotus- ja edistämiskeskustensivuilta löytyy tietoa meneillään olevista kv-projekteista yms. joihin voisi päästä mukaan. Muista myös varmistaa, että olet suojannut tuotteesi niissä maissa, joiden markkinoille olet suuntaamassa. Lue tuotteen suojaamisesta lisää kirjan osiosta "Miten suojaat tuotteesi ja sovit sen käytöstä: immateriaalioikeudet ja sopimukset".

Hakusanat verkossa

yrityksen kansainvälistyminen, Team Finland, ELY-keskuksen kansainvälistymispalvelut yrityksille, luovan talouden agentit, muotoiluagentit, Music Finland



TEE LIIKETOIMINTASUUNNITELMA JA LASKELMAT PERUSTA OMA YRITYS

Miettiessäsi liikeideasi kannattavuutta tai yrityksen perustamista, sinun kannattaa tehdä liiketoimintasuunnitelma ja laskelmat. Ne ovat jopa edellytys yritystä perustettaessa ja Starttirahaa hakiessa. Liiketoimintasuunnitelma ja laskelmat auttavat selkiyttämään ajatuksiasi ja arvioimaan liikeideaasi. Työkaluksi tähän tarjoamme seuraavassa luvussa "Luovien alojen lakanaa" eli liiketoimintasuunnitelmaa yhdellä sivulla. Se pohjaa jo kehiteltyihin yhden sivun liiketoimintasuunnitelmiin Business Model Canvasiin ja Lean Canvasiin, mutta sopii mielestämme niitä paremmin luovien alojen liikeidean kehittämiseen. Sen lisäksi voit tutustua laskelmiin kirjan osassa "Talous ja hallinto". Voit myös varata ajan yritysneuvojalle, joka käy läpi liiketoimintasuunnitelmasi, tai osallistua yrittäjäkursseille, jossa liiketoimintasuunnitelma tehdään asiantuntijoiden ohjauksessa. Liiketoimintasuunnitelmasi myös kehittyä koko ajan, joten sitä on syytä päivittää säännöllisesti.

Liikeidea testattu, asiakkaat ja riskit kartoitettu ja liiketoimintasuunnitelma tehty. Nyt on aika perustaa oma yritys. Yrityksen voi perustaa netissä tai yritysneuvojan vastaanotolla. Sitä ennen on kuitenkin päätettävä, minkä yritysmuodon valitsee. Siihen saat apua kirjan osiosta "Miten pyörität liiketoimintaasi: osuuskunta, osakeyhtiö vai joku muu". Ennen yrityksen perustamista täytyy myös muistaa jättää Starttirahahakemus omaan TE-toimistoon (tai joillain alueilla yrittäjyyskeskukseen), sillä jälkepäin se on jo myöhäistä. Starttiraha on harkinnanvarainen kuukausittain täysipäiväiseksi yrittäjäksi ryhtyvälle maksettava tuki, joka turvaa yrittäjän toimeentulon niiltä alkukuukausilta, jonka yritystoiminnan käynnistäminen ja vakiinnuttaminen arviolta kestää. Yrityksen perustamisen yhteydessä on myös viimeistään syytä selvittää, miten voi suojata omat tuotteensa. Siitä voit lukea lisää kirjan osiosta "Miten suojaat tuotteesi ja sovit sen käytöstä: immateriaalioikeudet ja sopimukset".

Hakusanat verkossa

liiketoimintasuunnitelma, business model canvas, lean canvas

Hakusanat verkossa

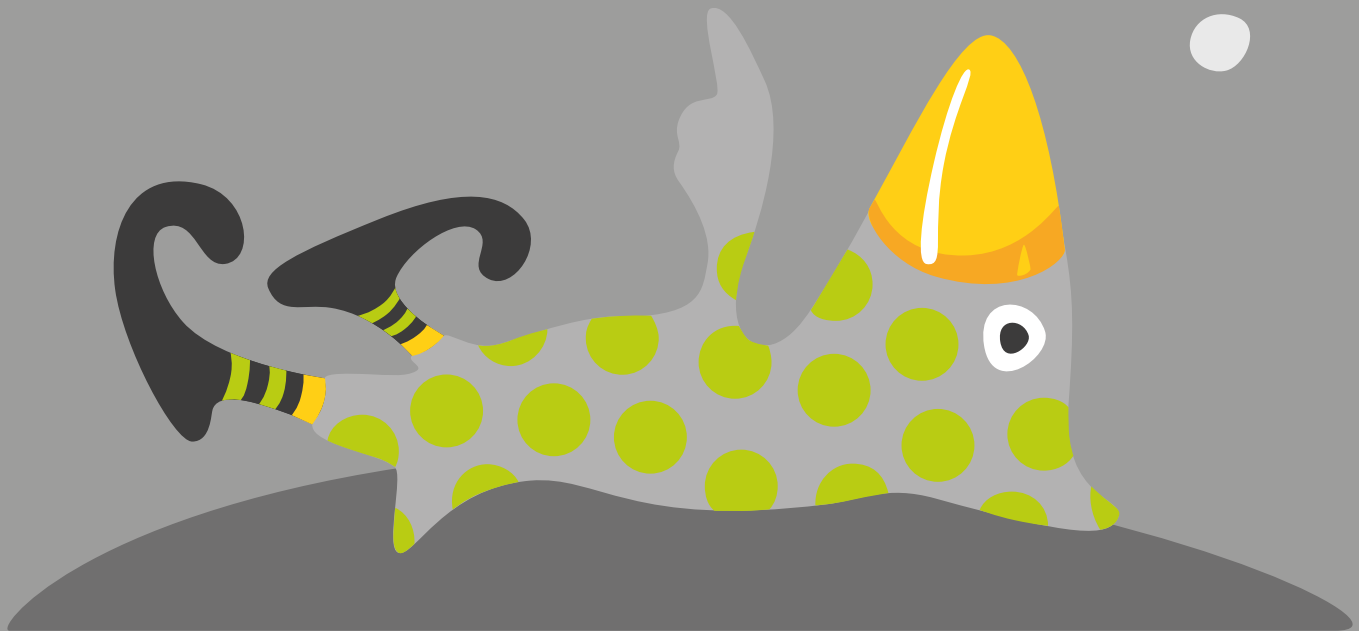
yrityksen perustaminen, starttiraha, toiminimi, osakeyhtiö

5 LIIKETOIMINTAKIELI- SUOMI-SANAKIRJA

Ennakkovero

Käyttö-
pääoma

Bench-
markkaus



A**ALV eli arvonlisävero**

ALV on kulutusvero, joka maksetaan tavaran tai palvelun hankinnan yhteydessä. Arvonlisäverovelvollisia ovat kaikki, jotka harjoittavat liiketoiminnan muodossa tavaroiden tai palveluiden myyntiä, vuokrausta tai niihin rinnastettavaa toimintaa. Yrittäjän, jonka liikevaihto ylittää vuodessa 8500 euroa, tulee hakeutua ALV-velvolliseksi perustamisilmoituksella. Ollessaan ALV-velvollinen, yritys voi vähentää hankinnoistaan arvonlisäveron osuuden sekä tilittää asiakkaittensa maksaman arvonlisäveron verottajalle. Arvonlisävero ei ole kustannus yritykselle vaan se kiertää kuluttajalta yrityksen kautta verottajalle. Tarkista oman tuotteesi tai palvelusi arvonlisäverokanta/-prosentti verottajalta.

B**Benchmarkkaus eli vertailukehittäminen**

Benchmarkkauksessa on ajatuksena löytää omaa toimintaa vastaavia hyvin toimivia malleja, joita voidaan hyödyntää omassa toiminnassa.

C**Credit**

Credit on kirjanpidon tapahtumatili. Credit = hyvitykset

CRM (Customer Relationship Management) eli asiakkuudenhallinta

CRM on tapa tai järjestelmä, jolla yritys hankkii uusia asiakkaita ja ylläpitää ja syventää olemassa olevia asiakkuuksia. Taustalla on asiakaslähtöinen ajattelu eri asiakasryhmien tarpeista.

D**Debit**

Debit on kirjanpidon tapahtumatili. Debit = veloitukset

E**Ennakkovero**

Liikkeen- tai ammatinharjoittajan elinkeinotoiminnan tulojen ennakonpidätys hoidetaan yleensä ennakonkantona. Ennakonkannossa Verohallinto määrää liikkeen- tai ammatinharjoittajalle etukäteen maksettavan veron: ennakkoveron eli ennakot. Ennakoiden määrä perustuu elinkeinotoiminnan verotettavaan tulokseen. Ennakoiden on vastattava mahdollisimman tarkoin verovuoden lopullista veroa. Toimintansa aloittavan liikkeen- tai ammatinharjoittajan on arvioitava elinkeinotoiminnan tuloksen määrä ja ilmoitettava se Verohallinnolle perustamisilmoituslomakkeella Y3.

K**Käyttöpääoma**

Käyttöpääoma on se osa yrityksen varoista, joka tarvitaan päivittäisen toiminnan (kiinteät kulut) pyörittämiseen. Käyttöpääomaa tarvitaan etenkin liiketoiminnan alussa, kun myyntituloja ei vielä ole. Samoin sitä tarvitaan maksettaessa laskuja tai palkkoja ennen kuin asiakkaalta laskutettavat saavat tulevat tilille.

Kate

Katteesta puhuttaessa tarkoitetaan yleensä joko myyntikatteetta tai käyttökatetta. Myyntikate on se rahamäärä, joka yritykselle jää kun tuotteesta tai palvelusta on vähennetty sen tuottamiseen liittyvät suorat eli muuttuvat kustannukset. Myyntikate ilmoitetaan yleensä prosentteina. Käyttökatteessa myyntikatteesta vähennetään kiinteät kustannukset.

Kiinteät kulut – muuttuvat kulut

Kiinteät kulut ovat yritystoiminnan kuluja, jotka eivät ole riippuvaisia tuotannosta. Näitä ovat esimerkiksi toimitilan vuokrat, palkat, kirjanpito, toimistotarvikkeet tai markkinointi. Muuttuvat kulut ovat tuotteen tai palvelun valmistamiseen liittyviä kuluja, esimerkiksi materiaalihankinnat sekä tuotannon palkat.

L**Lean-ajattelu**

Lean-ajattelun avulla pyritään parantamaan tuotantoprosesseja vähentämällä turhia toimintoja ja työvaiheita. Tarkoituksena on nopeuttaa tuotekehitysprosesseja ja saada innovaatioita nopeammin markkinoille.

Liikevaihto

Liikevaihto on se arvonlisäveroton rahamäärä, jonka yritys hankkii liiketoiminnallaan tiettyinä ajanjaksona (yleensä vuosi).

T**Tase**

Tase on osa yrityksen tilinpäätöksen laskelmia. Se kertoo yrityksen varat ja velat tiettyinä ajankohtana.

Tulovero

Tulovero tarkoittaa tuloista perittävää veroa. Suomessa tulovero jakautuu yksityishenkilöillä ansiotuloveroon ja pääomatuloveroon. Yhteisöt (esim. osakeyhtiöt ja osuuskunnat) maksavat tuloistaan yhteisön tuloveroa. Tuloverotusta varten on annettava veroilmoitus.

V**Vastaavaa**

Vastaavaa on taseen vasen puoli. Yrityksen kirjanpidossa meno, jonka odotetaan tuottavan tuloa useamman tilikauden aikana, aktivoidaan eli kirjataan taseen vastaavaa-puolelle.

Vastattavaa

Vastattavaa on taseen oikea puoli. Vastattavaa kertoo rahan lähteet eli oman ja vieraan pääoman.

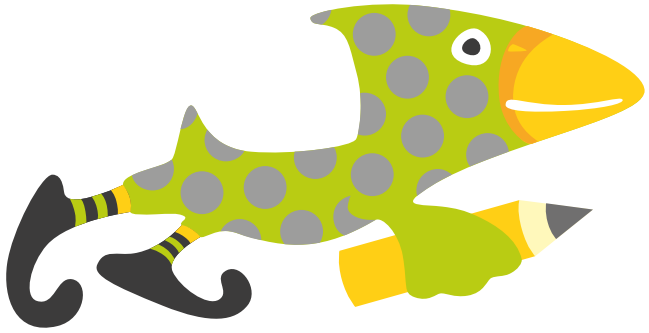
Y**Yksityinen elinkeinonharjoittaja (vs. toiminimi)**

Yksityinen elinkeinonharjoittaja tarkoittaa elinkeinotoimintaa harjoittavaa luonnollista henkilöä (ihmistä) erotukseksi elinkeinotoimintaa harjoittavasta yhtiöstä. Moni yksityinen elinkeinonharjoittaja käyttää toiminimeä. Yksityistä elinkeinonharjoittajaa kutsutaankin yleiskielessä usein toiminimeksi, vaikkakaan nämä eivät ole sama asia. Yksityinen elinkeinonharjoittaja on yrittäjä, mutta ei yhtiö. Henkilö toimii omilla nimissään ja vastaa taloudellisesti itse sitoumuksistaan.

Y-tunnus eli yritys- ja yhteisötunnus

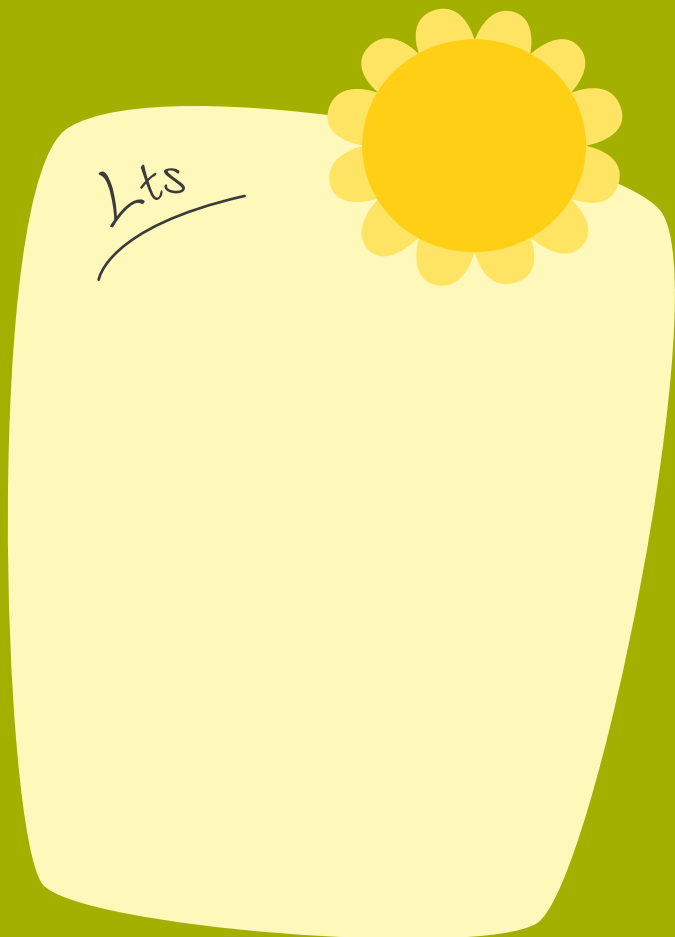
Y-tunnus on viranomaisten yritykselle ja yhteisölle antama tunnus. Tunnuksen saa sen jälkeen kun yrityksen perustamisilmoitus on kirjattu yritys- ja yhteisötietojärjestelmään. Toimiessasi yrittäjänä voit tarkistaa muiden yritysten y-tunnuksen ja muut rekisteritiedot ytj-palvelusta (www.ytj.fi).

Lähteet: Uusyrityskeskuksen perustamisopas alkavalle yrittäjälle, Taloussanomien taloussanakirja, Verohallinnon verkkosivut ja Wikipedia



6 LUOVIEN ALOJEN LAKANA

ELI LIIKETOIMINTASUUNNITELMA
YHDELLÄ A4:LLA



ONGELMA/TARVE

Liikeidea eli ratkaisu ongelmaan

ASIAKKAAT

Tuotteen arvo asiakkaalle

TUOTE

Kenen kanssa tuote tehdään

Oma osaaminen

Arvot, motivaatio ja visio
liikeidean toteuttamiseen

Tuotteen tunnistaminen
ja erottuminen muista

Asiakkaan tavoittaminen:
markkinointi-, myynti- ja toimituskanavat

Kustannusrakenne

Hinta





***“Hyvän paketoinnin haasteena on se,
kuinka saada koko paketista
mahdollisimman minimalistinen ja selkeä,
mutta samalla maksimaalisen informatiivinen.”***

Peter Mustelin,
muotoilu yritys Bhava Industries Ltd. (s. 22)



Onko sinulla liikeidea? Tai vasta muotoutumassa oleva ajatus tuotteesta tai palvelusta, jota haluaisit tarjota muille? Tämän kirjan tehtävien avulla pystyt testaamaan, olisiko ideastasi tuotteeksi ja sinusta yrittäjäksi. Kirja on suunnattu erityisesti luovien alojen toimijoiden liikeideoiden kehittämiseen, mutta sopii kaikille, jotka haluavat konkreettisten tehtävien avulla parantaa liiketoimintaansa. Me kirjan kirjoittajat olemme pitäneet satoja yritysneuvontoja luovien alojen toimijoille ja huomanneet, että erityisesti luovilla aloilla on ominaista oivaltavuus ja uskallus tehdä sitä, mitä sydän sanoo. Olemme kirjoittaneet tämän kirjan innostamaan ja rohkaisemaan luovien alojen toimijoita liiketoiminnan tekemiseen. Toivottavasti onnistumme siinä myös sinun kohdallasi!



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013