

myynti & markkinointi

Mikko Jaatinen:

Tavoitteena on

ylittää

asiakkaan odotukset

10 konstia Facebook-
markkinointiin

Hyvä markkinointi
ei lyö yli

Aslak auttaa
jaksamaan

Ajomukavuutta
lisävarusteilla



Petteri Hakala:

**Asiakas on kuin
yhtiökumppani**



Punaisten laivojen kokousmatkat

Merikokous tarjoaa tiimillesi tai työyhteisöllesi huvin ja hyödyn samassa paketissa. Laivalla on niin kokous-, ravintola-, majoitus- kuin viihdepalvelutkin saman katon alla. Mahdollisuus edullisiin tuliaisostoksiin sekä inspiroiva merinäköala sisältyvät hintaan.

Kerro meille toiveesi, me hoidamme loput.

Sydämellisesti tervetuloa!

Visioi viisaasti Helsingistä

Helsinki-Tukholma-kokous

Viking Gabriella/Mariella alk. 118,⁵⁰ €/hlö

Helsinki-Tallinna-päiväkokous

Viking XPRS alk. 35 €/hlö

Saaristosynergiaa Turusta

Vuorokauden merikokous

Turku-Tukholma, Viking Amorella alk. 55,⁵⁰ €/hlö

Vuorokauden merikokous

Turku-Tukholma, Viking Grace alk. 59 €/hlö

Kokouspaketit sisältävät hytin, aterioita ja kokoustilan.
Päiväkokouspaketti ilman hyttiä.

VIKING LINE

Varaukset: Helsinki 09 123 571, ryhma@vikingline.com
Turku 02 333 1332, ryhma.turku@vikingline.com
Tampere 02 333 1200, ryhma.tampere@vikingline.com

Pidätämme oikeuden muutoksiin.

Työtä ja vapaata

Elämme aikaa, jolloin vaaditaan, haetaan ja valmistellaan erilaisia ratkaisuja työajan pituuden suhteen. Kauaskantoisimmat ratkaisut koskevat työajan ja eläkeajan suhdetta, ja saattaa olla, että tätä lukiessasi on jo päästy ratkaisuun tulevan eläkejärjestelmän suuntaviivoista. Ainakin, jos neuvottelijat ovat pysyneet itse asettamassaan tavoitteessa ja ovat valmiita jo syyskuun alkuun mennessä.

Myös arkipyhien siirtoa takaisin viikonloppuihin on vaadittu. Samoin on esitetty arveluja ja vaatimuksia, että viikko- ja vuosityöaikaamme tulisi pidentää maan kilpailukyvyyn ylläpitämiseksi.

Eläkejärjestelmää lienee korjattava, jotta kaikille saadaan säällinen eläke jatkossakin. Tämä ei kuitenkaan saa johtaa siihen, että eläköitymisiän alarajaa korotettaessa työvoiman ulkopuolelle valuneet ikääntyneet työttömät jäävät tyhjän päälle. Se, että työeläkkeen alkamisikää korotettaisiin vaikkapa 63 ikävuodesta 65 ikävuoteen ei tuo työtä yhdellekään ikääntyneelle työttömälle.

Emme kannata arkipyhien siirtoa takaisin viikonlopuille. Viikkotyöajan pidentäminenkin on vähän niin ja näin. Laskennallisesti se tietenkin saattaisi lisätä työn tuottavuutta joissakin ammateissa ja auttaa teollisuuttamme pärjäämään. Keskimääräisen jäsenemme työaika ja työsidoisuus aika matkustamisineen on kuitenkin jo nyt käytännössä yli 40 tuntia viikossa.

Arkipyhät ja niiden yhteydessä usein käytetyt vapaa- ja lomapäivät luovat puolestaan elämänrytmiä ja pitävät yllä työn ja levon sekä arjen ja vapaan vuorottelua. Liikkuvassa myyntityössä ollaan paljon poissa kotoa ja hieman pidentetyt viikonloput tasaavat asiaa. Väitän, että arkipyhiin puuttumisella menetäisiin yhteiskunnan hyvinvoinnin ja ihmisten jaksamisen näkökulmasta huomattavasti enemmän kuin saavutettaisiin. Tässä asiassa olen siis arkkikiipisa Kari Mäkinen linjalla. |



JUHAN VALINTA: Tässä lehdessä Aslak-kurssilaiset kertovat, miten he yrittävät ottaa ajan hallintaan ja liikkua entistä enemmän. Aslak on vain yksi SMKJ:n tarjoamista työhyvinvointia edistävästä kurseista. Lue lisää sivulta 34.

myynti & markkinointi



Julkaisija

Myynti ja markkinoinnin
ammattilaiset SMKJ.
myynti & markkinointi on myynti ja
markkinoinnin ammattilehti.

Päätoimittaja

Juha Häkkinen

Toimituspäällikkö

Anni Karppanen (vanhempainvapaalla)

Piia Kunnas

Ulkoasu, taitto

Mari Niemi

Toimitusneuvosto

Jarmo Hyvärinen, Jaana Immanuel-Peuhä,
Rauno Lindroos

Toimituksen osoite

PL 1100,00101 Helsinki
(Töölönkatu 11 A, 5. krs.)
puhelin 0201 224 400
toimitus@smkj.fi

Tilauksinta

54 €/vuosi, kestotilauksena 37 €/vuosi.
Kuusi numeroa vuodessa.
Tilaukset: heidi.saren@smkj.fi

Osoitteenmuutokset

saamme suoraan muuttoluokituksesta.
Jos olet kielittänyt osoitteesi luovuttamisen,
ilmoita uusi osoite suoraan liittoon.

Ilmoitusmyynti

Alma 360

Myyntipäällikkö Kari Salko
puhelin 0400 604 133
kari.salko@alma360.fi

Myyntipäällikkö Veli-Pekka Jaatinen
puhelin 0400 684 364
veli-pekka.jaatinen@alma360.fi

Ilmoitushinnat

2/1	8 200 €
1/1	4 200 €
1/2	2 820 €
1/4	2 100 €

Määräpaikkakorotus +10%.

Liitteet sopimuksen mukaan.

+alv 24%. Mainostoimistoalennus 15%.

Levikki

26 408 LT 3/2012
Aikakauslehtien Liiton jäsen
ISSN 1458-5162. 82. vuosikerta

Painatus

Forssa Print

Lehti on painettu ympäristö-
ystävälliselle paperille.

Kansikuva:

Marika Haapakoski
kuva: Juha Kinnunen



Sirpa Kivimäki:

Aslakista saa puhtia
työssäjaksamiseen
ja hyvinvointiin

34

VAKIO & VARMA

- 6 ideaa & ilmiöitä
- 9 Toimittajalta
- 12 tässä & nyt: Työstressi tulee kalliiksi
- 13 Uutiset
- 14 Vaihtoaskel
- 15 Kolumni: Miten asiantuntijan saa myymään
- 30 auto & liikenne: Ajomukavuutta lisävarusteilla
- 32 Cruisailen

TYÖ & URA

- 10 Petteri Hakala: Tiskijukasta johtajaksi
- 16 Nordic Business Forum: Odotusten ylittäjät
- 22 Hyvä markkinointi kaihtaa ylilyöntejä
- 24 10 konstia Facebook-markkinointiin
- 26 Suomalaista myyntiosaamista maailmalla: Heikki Koivuaho Singaporesta
- 29 MOT Top6: Ymmärrä palkkasi perusteet



10

Petteri Hakalan
värrikäs ura



Vinkit face-markkinointiin s.24



26

Singaporessa asuvan Heikki Koivuahon
toimialueena on koko maailma



39

Eija Lilja on
golfkärpäsen purema

LIFE & STYLE

- 34 Kun työikäisen lataus hiipuu, Aslak auttaa pärjäämään
- 38 Kirjaesittelyjä
- 39 Vapaalla: Jokainen pallo on uusi mahdollisuus
- 40 tyyli & tavat: Valaise työhuoneesi

JÄSEN & TIETO

- 43 Puhetta johtavalta
- 44 SMKJ:n lomahuoneiston mökkihaku alkaa
- 45 Jäsenedut
- 46 SMKJ:n ja alueyhdistysten kesätaapahtumien satoa
- 50 Jäsenedut.fi: paljon jäsenetuja yhdeltä luukulta
- 52 Syksyn koulutuksia
- 54 Lakipalsta: 200 päivän säännön soveltaminen korkeimman oikeuden ratkaistavaksi
- 56 SMKJ:n toimiston yhteystiedot
- 58 Liitonlainen: Jaana Pehu, Kouvolan mma



ISTUVAA TYÖ-PUKEUTUMISTA

Myyntin ja markkinoinnin alalla asiallinen pukeutuminen on asiakasta kunnioittava teko. Istuvassa puvussa, jossa on laadukas materiaali, on myös miellyttävä ja varma olla koko pitkän työpäivän. Paras mahdollinen lopputulos työvaatteen istuvuudelle saadaan räätälintyönä valmistetulla puvulla. Materiaalit, värit ja pienet yksityiskohdat ovat kaikki asiakkaan itse päätettävissä.

Lisätietoja ja hyviä pukeutumisvinkkejä osoitteessa www.royaltailor.fi



Pidä eväät viileänä

■ Eväiden kuljettaminen töihin tai harrastuksiin käy helposti ruotsalaisen Frozzypackin avulla. Rasia on helppo sujauttaa mihin tahansa reppuun tai kassiin, sillä tarvetta erilliselle kylmäkallelle tai kylmälaukulle ei ole. Rasian kansi voidaan laittaa pakastimeen ja 10 tunnin jäähdytys pakastimessa pitää rasian sisällön viileänä 7 tunnin ajan huoneenlämmössä.

Rasia kestää konepesun ja lämmitys käy mikrossa, kunhan muistaa pitää kannen pois mikrosta. Rasiaa voi tiedustella tavarataloista ja keittiöalan erikoisliikkeistä ja sen hinnat vaihtelevat koosta riippuen 18–22 euron välillä.

Lisätiedot: www.mastermarkbrands.fi/frozzypack



Palvelevaa autonvuokrausta

■ – Korostamme kotimaisuuttamme, laadukkuutta sekä palvelumme tasoa, kertoo pitkäaikainen SMKJ:n jäsen, ketjujohtaja Pertti Niskanen autovuokraamo FiRENTistä. Kaksi vuotta franchise-periaatteella toiminut autonvuokrausketju on laajentunut jo 16 kaupunkiin ja yli 30 palvelupisteeseen. FiRENT toimii Valtionhallinnon sopimustoimittajana (Hansel).

www.firent.fi -sivuston kautta voi varata vuokra-auton myös yli 100 maahan.



Oman näköinen kuppi

■ Puhvikupit yrityksen painatuksella soveltuvat niin edistämään oman tuotemerkin näkyvyyttä esimerkiksi messuilla ja tapahtumissa kuin vahvistamaan asiakaskokemusta toimistossa take away -käytössä.

Pikareiden materiaalina on vahva kartonki ja tuotteet valmistetaan Suomessa. Kuppien ulkoasun ideointiin ja toteutukseen saa tarvittaessa apua yrityksen suunnittelijoilta.

Lisätietoja: www.cupit.fi

Pikkutavarat mukaan

■ PURO Sport Belt -urheiluvyö-ssä on kaksi isoa taskua, joihin mahtuu jopa 6,3 tuuman näyttölä varustettu älypuhelin ja muut tärkeät pikkuesineet, kuten avaimet ja pankkikortit. Kuulokejoh- to voidaan kätevästi pujottaa läpi pienestä sille tarkoitettusta reiästä. Sport Belt on saatavilla limenvihreänä ja pinkkinä.

Lisätietoa: www.auroragroup.fi



Hedelmät mehuksi

■ Tämän vuoden RedDotAward Best of the Best -palkinnolla palkittu Novis Vita Juicer yhdistää mehulingon ja sitruspuristimen. Laite puristaa hedelmät ja vihannekset mehuksi tai sekoittaa marjat smoothieksi. Mehulingon saa vaihdettua käden käänteessä sitruspuserimeksi.

Käyttö tapahtuu yhdellä on-off-painikkeen painalluksella. Laite säätää pyörimisnopeuden ja reagoi puserrettavien hedelmien tai vihanneksien muotoon ja koostumukseen täysin automaattisesti. Kartiomainen Citromax®-sitruspuserin puristaa hedelmälihan viimeiseen pisaraan asti. Drophold-tippalukko ehkäisee puristetun mehun valumisen hukkaan.

Lisätietoja: www.suomensähkötuonti.fi



TELINEITÄ MOBIILI- LAITTEILLE

Clingo Technologyn patentoitu tarrapinta pitää turvallisesti minkä tahansa mobiililaitteen Clingo-telineissä ja -alustoissa. Tarrapinta on käynyt läpi perusteelliset kestävyys- ja käyttöolosuhtetestit ja sen hoidoksi riittää vesipesu silloin tällöin.

Tuotteet soveltuvat mm. älypuheliin, tabletteihin, kameroihin ja navigaattoreihin.

Clingo-tuotteiden maahantuoja 3H Distribution Oy:n valikoimista löytyvät myös mm. hiirimatot, puhdistustuotteet, ergonomiatuotteet, kannettavien ja puhelien tarvikkeet sekä toimistotarvikkeet.

Lisätietoa: www.3hd.fi

PITKÄLLE VIETYÄ AUTOPALVELUA

Moni arvostaa sitä, että ajanvarauksia kampaamoihin, passiha- kemuksen jättämiseen tai koiran trimmaajalle voi tehdä vaikka kes- kellä yötä. Myös autoon liittyvät ajanvaraukset olisi parasta saada aikaan vaivatta.

Vehon nettiajanvarauspalve- luista voi katsoa itselleen sopivan vapaan ajan automyyjän kalen- terista ja varata myyjän käymään esittelemässä autoa vaikka työpai- kalla. Tai sitten voi valita kalen- terista sopivan ajan huoltoon tai vahinkotarkastajalle. Vehon vahinkopalvelu myös hoitaa onnettomuustilanteessa yhdellä puhelinsoitolla tarvittaessa sekä hinausauton, sijaisauton että vahinkotarkastusajan.

Lisätietoja: www.veho.fi

TUOTTEESI TAI PALVELUSI TÄLLE PALSTALLE?

Tällä palstalla esittelemme tuotteita ja palveluja, joista on hyötyä ja iloa myynnin ja markkinoinnin ammattilaisille heidän työssään ja vapaa-ajallaan. Suosimme erityisesti omien jäsentemme edustamia tuotteita. Lähetä juttuehdotuksesi kuvituksineen osoitteella mari.niemi@smkj.fi



Anna palautetta ja voita minikarahvi!

Lukemistutkimuksen satoa

■ SMKJ:n Taloustutkimuksella teettämän lukemistutkimuksen mukaan myynti & markkinointi -lehdellä on melko tiivis lukijasuhde. Suurin osa (69 %) on lukenut kaikki neljä viimeksi ilmestynyttä lehteä. Kaikkein parhaiten myynti & markkinointi -lehti tavoittaa yli 50-vuotiaat yrittäjät ja johtavassa asemassa olevat miehet sekä jäseneksi ennen vuotta 2010 liittyneet.

Lehden parissa vietetään aikaa keskimäärin 25 minuuttia ja yhtä lehteä lukee keskimäärin yksi henkilö. Myös kuukausittain ilmestyvä uutiskirje tunnetaan hyvin ja siihen tutustutaan melko aktiivisesti. Lähes kaksi kolmesta on tutustunut siihen useita kertoja.

Tutkimus tehtiin myynti & markkinointi -lehden numerosta 3/14. Tiedonkeruu toteutettiin kirjekyselynä sekä internetkyselynä 5.–25.6.2014 ja siihen vastasi 144 henkilöä. Kiitos kaikille vastanneille!

Auta meitä tekemään parempaa lehteä. Kerro meille:

- mikä juttu kiinnosti eniten?
- mikä juttu kiinnosti vähiten?
- mistä aiheesta haluat lukea?
- mitä mieltä yleensä olet lehdestä?

Voit lähettää palautteesi seuraavilla vaihtoehtoilla:

- klikkaa itsesi www.smkj.fi -sivuille. Valitse Edut & palvelut > myynti & markkinointi > Anna palautetta uusimmasta lehdestä
- meilaa palautteesi osoitteeseen: toimitus@smkj.fi
- lähetä postikortti osoitteeseen: myynti & markkinointi -lehti, SMKJ, PL 1100, 00101 Helsinki

Lähetä palautteesi 24.9.2014 mennessä. Kerro meille nimesi, puhelinnumerosi ja sähköpostiosoitteesi.

Vastanneiden kesken arvomme Magis-son minikarahvin, joka pitää esimerkiksi maidon viileänä usean tunnin ajan. Pieni karahvi toimii loistavasti kahvipöydässä mädälle tai kermalle – mutta myös esimerkiksi salaattikastikkeen tai jopa saken tarjoiluun sushi-pöydässä.

Karahvin ulkopinta kastellaan vedessä ja materiaaliin imeytyvä vesi pitää astian viileänä säilyttäen myös sisällön raikkaana pöydässä. Ulkopintaan voi kirjoittaa liidulla, ja karahvin voi pestä astianpesukoneessa. Karahvi kuuluu Natural Cooling Ceramics -sarjaan ja se on palkittu Global Innovation Award- ja Fennia Prize -palkinnoilla.



Edellisestä lehdestä palautetta antaneiden kesken arvottiin sammutuspeite. Sen voitti *Harri Uotila* Tampereelta. Onnea voittajalle!

youngsales.print ilmestyi



■ youngsales.print on SMKJ:n alle 35-vuotiaalle jäsenille tarkoitettu liite, joka postitetaan myynti & markkinointi -lehden mukana kerran vuodessa. Liitettä jaetaan myös moniin oppilaitoksiin.

Liitteessä kerrotaan nuorista myynti- ja markkinointialan ammattilaisista sekä annetaan tietoa niin alasta kuin työelämään liittyvistä muista aiheista.

Jäsenkalenterit tulevat lokakuussa



■ SMKJ:n jäsenet saavat jokasyksyisenä jäsenetuna kalenterin. Kalenteri postitetaan myynti & markkinointi -lehden 5/14 mukana lokakuussa. Eläkeläiset saavat pienemmän pocket-kalenterin ja muut isomman, A5-kokoisen kalenterin.

Jos et halua paperikalenteria ja et ole sitä vielä keväällä perunut, ehdit tehdä sen vielä. Lähetä 23.9.2014 mennessä peruutus sähköpostilla osoitteeseen kalenteri@smkj.fi. Ilmoita viestissä selkeästi nimesi ja jäsennumerosi.

”Pieni otanta kevään palkkaneuvonnoistani kertoo, että puolet saa helposti palkankorotuksen. Käytännössä se tapahtuu vain avaamalla keskustelu aiheesta SMKJ:n antaman Taloustutkimuksen palkkatiedon ja palkkaneuvotteluohjeiden avulla.”

Koulutus- ja tutkimuspäällikkö *Jouni Rösä* SMKJ:n Työelämä-blogissa. Seuraa SMKJ:n blogeja osoitteessa blogi.smkj.fi

Innostaja korjaa potin

Olen viime aikoina tavannut innostavia ihmisiä. Yksi sellainen on Nordic Business Forumin *Mikko Jaatinen*, jota haastattelin tätä lehteä varten. Hänestä huokuu intoa ei vain omaa tekemistään, vaan myös vastapuolen tavoitteita kohtaan. Jo tällaisten ihmisten olemus kysyy ”kuinka voin auttaa sinua?”

Innostavuutta on ilmassa, sillä olen törmännyt siihen tuon tuosta. Sille löytyi termikin: energisointi.

Mikko Jaatinen energisoi työssään satoja nuoria, jotka ovat mukana auttamassa bisnesseminaarien järjestämisessä. Heidän tahto- ja tunnetilansa on tärkeä, sillä he kohtaavat asiakkaat. Eräässä tapahtumassa asiakas pahoitteli takkia narikkaan jättäessään rikki mennyttä ripustuslenkkiä. Kun hän palasi hakemaan takkia, lenkki oli korjattu. Voit varmaan kuvitella, miten energisoivaa tämä oli asiakkaan mielestä ja miten hänen palautteensa innosti henkilökuntaa ponnistelemaan yhä parempien asiakaskokemusten eteen.

Vastapuolen energia on tärkeä juttu. Se menee syvemmälle kuin sanat, sillä ihminen ymmärtää toisen energiatason jotenkin intuitiivisella tavalla. Energia myös tarttuu.

Ne, jotka kykenevät yhdistämään energian ja aidon kiinnostuksen asiakkaan tarpeita kohtaan, ovat voittajia. Kuten aikoinaan se puhelinmyyjä, joka käytti aikaa perehtyäkseen yritykseni toimintaan. Hän ideoi samalla yritykselleni uutta liiketoimintaa, jota en ollut aikaisemmin ajatellutkaan. Puhelun jälkeen olo oli hyvin energinen ja paloin halusta ostaa – ja myydä – lisää. |

Kirjoittaja Piia Kunnas on myynti & markkinointi -lehden toimituspäällikkö, joka innostuu helposti.



BusinessTOUHULAT



Teksti: Hanna-Kaisa Hämäläinen | Kuva: Pekka Sipola

Tiskijukasta johtajaksi

Radiojuontaja, mainosten spiikkaaja, dj, yrittäjä,
kirjailija. Siinä vain muutamia titteleitä, joita
Petteri Hakalalla on uransa aikana ollut.

Helsingin Pasilassa, Ison pajan kupeessa on Fonectan pääkallonpaikka. *Petteri Hakala* on työskennellyt siellä nyt kolmen vuoden ajan ja johtanut vuoden alusta lähtien Fonecta Enterprise Solutions -yksikköä.

– Me olemme nykymarkkinoijan apuri. Autamme suuryrityksiä valjastamaan asiastietonsa bisneksenteon apuvälineeksi, Hakala sanoo.

Hakalan tiimi pyrkii hankkimaan yritykselle lisää uusia asiakkaita, tekemään vanhoista asiakkaista uskollisempia ja saamaan heidät ostamaan enemmän.

– Peruslupauksemme on, että kohotamme asiakasarvon keskeiseksi yritystoiminnan käsitteeksi, työkaluksi ja mittariksi.

Monen median mies

Hakalan urapolulla on ollut monta haaraa ja kaistaa. Kun Hakalan rauhallista ja pehmeää ääntä kuuntelee, uran alkuvaiheen tehtävät eivät juuri yllätä.

– Vuonna 1989 oli uusi media nimeltään radio. Hyppäsin tiskin taakse eli olin juontajana, sitten rupesin spiiikkaamaan ja myymään radiomainoksia, hän kertoo.

Hakala heitti keikkoja myös dj:nä. Mainosten spiiikkaus, myyminen ja tiskijukan työt olivat hänelle opintojen ohessa tehtävää harastusmaista työtä. Ikaalisista kotoisin oleva Hakala teki esimerkiksi Ikaalisten kylpylän radiomainontaa.

Yo-merkonomiksi valmistuttuaan vuonna 1992 hän lähti kuopiolaiselle radioasemalle myyntineuvottelijaksi ja sieltä Radio Porin leipiin. Viiden radion parissa vietetyn vuoden jälkeen hän toteutti nuoruuden haaveensa televisiotyöstä ja siirtyi MTV:lle myymään tv-mainontaa.

– Sitten alkoi syntyä sellainen ilmiö kuin internet. Alettiin tutkia sitä parin kaverin kanssa ja perustettiin markkinatutkimusyri-tyt, Hakala kertoo.

Hän oli yrityksen toimitusjohtaja ja myynnin vetäjä. Kuuden yrittäjyysvuoden jälkeen firma päätettiin myydä Suomen Gallupille, nykyiselle TNS Gallupille. Pari vuotta aiemmin yrityksestä oli kuitenkin yhtiöitetty irti telemarkkinointiyritys Protone, jossa Hakala oli myös toimitusjohtajana.

– Ja jotta kuvio menisi vielä sekaisemmaksi, niin tein samaan aikaan paikallisradiota Lapissa, Hakala kertoo naurahtaan.

”Tulevaisuudessa yritykset muodostavat sähköisesti yhä enemmän suoria one to one -suhteita asiakkaisiinsa.”

Pian kaikki firmat oli kaupattu muille, Lapin paikallisradiotkin siirtyivät NRJ:n omistukseen. Yrityskaupan myötä Hakala siirtyi myyntijohtajaksi TNS Gallupille kahdeksi vuodeksi, sen jälkeen Mikromedian toimitusjohtajaksi ja osakkaaksi viideksi vuodeksi ja sieltä StaffPointin kaupalliseksi johtajaksi. Kahden vuoden kuluttua hän löysi itsensä Fonectalta.

Myynnin myyttejä murtamassa

Hakala ehti kirjoittaa töidensä ohella myös kirjan. Yhdessä *Lalle Michelssonin* kanssa tehty *Myynninmurtaajat* ilmestyi vuonna 2009. Kaikki alkoi myynnin vetäjien ja toimitusjohtajien keskuudessa tehdystä tutkimuksesta, jossa kartoitettiin yritysten väliseen kauppaan liittyviä uskomuksia myynnistä.

– Kun luin niitä tuloksia, niin syntyi ajatus, että tästähän kannattaisi kirjoittaa kirja, Hakala kertoo.

Kirja sisältää 20 b-to-b-myyntiä koskevaa uskomusta, joita kirjailijat avaavat lukijalle ja pyrkivät sen kautta tukemaan myynnin menestystä. Teos myytiin nopeasti loppuun ja siitä otettiin myös lisäpainos. Myynnin haasteet eivät kuitenkaan rajoitu yhden kirjan kansien väliin. Viidessä vuodessa myyntityö on jo ehtinyt muuttua.

– Kirjan uskomukset varmasti pätevät, mutta tämä yritysten digitalisoituminen ajaa siihen suuntaan, että myynnin prosessi muuttuu koko ajan. Se luo lisämyyttejä. Ja ehkä tässä pitäisi keskittyä myös myynnin johdon myynteihin, ei pelkästään b-to-b-myyjän myynteihin, Hakala pohtii.

Kirjan lisäksi Hakalan mietteitä myynnistä voi lukea SMKJ:n blogista, johon hän on kirjoittanut jo muutaman vuoden ajan.

Hakalan ura on ollut vaiherikas ja työn-tynteinen. Hän ei halua eritellä mitään yksittäisiä huippuhetkiä urallaan, sillä jokainen yritys on ollut omanlaisensa haaste. Niistä kaikista hän on oppinut jotakin uutta, joskus kantapään kautta.

– Jokaisessa kasvubisneksessä on omat kasvukipunsa. Moni nuori haluaa kasvubisnekseseen, mutta he eivät aina tajua, että se ei ole niin kivutonta. Joudut venyttämään itseäsi äärimmilleen, Hakala sanoo.

Hän on kuitenkin iloinen ihmisten innosta perustaa start up -yrityksiä. Hakala kokee myös omien yritystensä olleen oivia kouluja liikkeenjohtamisen kannalta.

– Se on niin konkreettista, kun ensimmäistä kertaa kirjoitat itse laskun ja lähetät sen.

Mikään valinta uralla ei ole jäänyt kaduttamaan Hakalaa, mutta reagointinopeudessa olisi joskus ollut parantamisen varaa.

– Katumisen paikat liittyvät siihen, että jonkun asian olisi voinut päättää nopeammin. Nykypäivän vauhti on sellainen, että kannattaa epäonnistuaakin nopeasti.

Uuden ajan haasteita ja mahdollisuuksia

Digitalisoituminen on vahvasti läsnä Hakalan omassa työssä ja hän vaikuttaa aidosti huolestuneelta niistä myyntialalla olevista, jotka eivät vielä ymmärrä digiajan voimaa.

– Digijuna menee niin kovaa vauhtia tällä hetkellä, että jos et ole siinä mukana, niin olet out.

Hakalan mielestä koko myyjän ja asiakkaan välistä suhdetta pitää ajatella uudelta kantilta.

– Jos suhtaudut asiakkaisiin aina subjektina, joille vain myydään tuotteita, niin et kytke niitä mukaan omaan tekemiseesi. Näen sen niin, että asiakas on kuin yhtiökumppani. Sen kanssa tehdään yhdessä niitä juttuja, Hakala sanoo.

Tällaisen suhtautumistavan myötä asiakas kokee myynnin palveluna, ei vain myyntinä. Tulevaisuudessa Hakala uskoo yritysten muodostavan sähköisesti yhä enemmän suoria one to one -suhteita asiakkaisiinsa. Viestiä ei enää välttämättä haluta ostaa televisiosta, radiosta tai sanomalehtien etusivuilta. Tarvitaan yhä enemmän markkinointitekologiaa.

– Valtaosa netin käytöstä tapahtuu nykyään älypuhelimien kautta. Pitäisi päästä niiden kautta keskustelemaan asiakkaiden kanssa. Kasvun sarkaa tässä kaikessa tekemisessä on.

Digitalisaatio ja uudet teknologiset ratkaisut voivat kuulostaa kylmiltä ja kliinisiltä. Hakalalle työn tärkein sisältö on kuitenkin ihmiset, niin asiakkaat kuin työtoverit.

– Siitä saa eniten kicksejä, että asiakkaat ovat tyytyväisiä ja oma jengi oppii ja kehittyy. |



tässä & nyt

Teksti: Piia Kunnas



Työstressi tulee kalliiksi

Työperäinen stressi on toiseksi yleisin työperäinen terveysongelma Euroopassa heti tuki- ja liikuntaelinsairauksien jälkeen. Noin 50–60 prosenttia kaikista menetetyistä työpäivistä johtuu työperäisestä stressistä.

Työstressin hoitamatta jättäminen maksaa paljon enemmän kuin stressiongelmaan puuttuminen. Poissaolokustannukset vaihtelevat työpaikkakohtaisesti, mutta eräiden laskelmien mukaan yksi sairauspoissaolopäivä maksaa työnantajalle keskimäärin 196 euroa. Kun mukaan lasketaan välilliset kustannukset, Elinkeinoelämän keskusliitto on arvioinut poissaolopäivän kokonaiskustannusten olevan keskimäärin noin 300 euroa.

Työsuojeluosaston toimintapolitiikkayksikön johtaja *Liisa Hakala* Sosiaali- ja terveysministeriöstä muistuttaa, että stressi voi olla taustalla myös monissa mielenterveysongelmissa tai somaattisissa sairauksissa. Työpahoinvointi aiheuttaa myös inhimillisiä kärsimyksiä, joita ei voi mitata rahassa.

Työperäinen stressi voi johtua esimerkiksi jatkuvista ja huonosti hoidetuista työn muutostilanteista, työn ja työelämän epävarmuudesta, liiallisesta työkuormasta, puutteellisesta työn suunnittelusta ja organisoinnista.

– Työpaikalla kannattaa kiinnittää huomiota työntekijöiden osaamisen ja tehtävien kohtaamiseen niin, että työn vaatimukset eivät jatkuvasti ylitä työntekijän kykyä selviytyä niistä, Hakala sanoo.

Työstressiä vähentää se, että työntekijä kokee olevansa arvostettu ja saa tukea esimieheltään ja muulta työyhteisöltä. Myös omaan työhön olisi hyvä päästä vaikuttamaan.

– Haastavat työpaikan tilanteet tai asiakastilanteet voidaan purkaa ennen töistä kotiinlähtöä vaikkapa parityöskentelynä, jotta asia ei veisi yöunia. Sähköposteista voidaan sopia, että niitä ei lähetetä iltaisin tai viikonloppuna, koska ne ohjaavat työskentelemään vapaa-aikana. Henkilöstölle voidaan antaa mahdollisuus kommentoida palavereissa käsiteltäviä asioita ennakolta, jolloin työyhteisön hiljaisemmatkin jäsenet saavat äänensä kuuluville, Hakala listaa konkreettisia neuvoja.

Ota työyhteisössäsi käyttöön tarkistuslista stressin torjuntaan. Konkreettista listaa voit hyödyntää välittömästi ja se löytyy SMKJ:n sivuilta osoitteesta www.smkj.fi > Työ ja ura > Työhyvinvointi

Uudelle uralle myyjähautomon kautta

■ Varsinais-Suomen myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset käynnisti B-to-B-myyntiin erikoistuneen myyjähautomo-hankkeen, joka yhdistää työttömänä olevat myyntihenkiset osaajat ja uutta myyntivoimaa etsivät yritykset.

Myyjähautomon tavoitteena on tarjota työttömille myyntityöstä kiinnostuneille henkilöille mahdollisuus näyttää omaa osaamistaan sekä auttaa heitä työllistymään. Yritysten näkökulmasta myyjähautomo pienentää uuden myyjän hankkimiseen liittyviä rekrytointiriskejä tarjoamalla käytännön myyntitehtävissä valmennettua myyntivoimaa, jolla on jo kertynyt kokemusta yrityksen tuotteiden myynnistä.

- Hautomossa on mukana hyvin eri taustoista tulevia ja eri-ikäisiä ihmisiä. Tärkeintä on innostus alaa kohtaan ja halu tehdä töitä, hankkeen projektipäällikkö Esko Saurio sanoo.

Puolivuotinen hautomojakso alkoi elokuussa ja sen aikana hautomoon valitut 20 henkilöä saavat aluksi valmennusta myyntityöhön ja myyvät valitun yhteistyöyrityksen tuotteita ammattilaisten ohjauksessa. Hautomojakson viimeiset kolme kuukautta he työskentelevät palkkatuen avulla yrityksessä määräaikaisessa työsuhteessa. Tavoitteena on saada integroitua myyjätalentit osaksi yritysten toimintaa, jotta he voivat mahdollisimman vaivattomasti työllistyä yhteistyöyrityksiin hautomojen jälkeen.

Myyjähautomo yhdistää työttömänä olevat myyntihenkiset osaajat ja myyntivoimaa etsivät yritykset.



Supervoimia myyjille, valmennusta pomoille

■ Ohjelmistoyritysten myynti kaipaa suunnitelmallisempaa johtamista ja aktiivisempaa otetta, paljastaa myynnin esteitä selvittänyt tutkimus. Tutkimus perustuu kyselyyn ja haastatteluihin, jotka tehtiin Ohjelmistoyrittäjien ja Tieto- ja viestintätekniikan ammattilaiset ry:n jäsenille. Tutkimukseen vastasi henkilöitä 140:stä eri yrityksestä.

Tulokset jakautuivat yritysten koon ja kypsyyden mukaan. Pienemmissä, alle 50 hengen yrityksissä myynnin sisäiseksi pullonkaulaksi koettiin oman aktiivisuuden liian alhainen taso. Yhteydenottoja, tapaamisia ja muuta jalkatyötä ei vastaus-ten mukaan tehdä tarpeeksi.

Keskikokoisissa yrityksissä taas eniten nousi esille myyntityön systemaattisuuden ja ammattimaisen johtamisen puute. Suuret, yli 250 työntekijän yritykset taas kokivat isoimmaksi esteeksi huonosti määritellyn tai jalkautetun myyntistrategian.

- Ohjelmistoyrityksissä on selvä tarvetta ja halua kehittää myyntiosaamista. Siksi käynnistimme hiljattain ohjelmistoyrityksen myyntivalmennuksen, johon osallistuu kymmenen yritystä. Talouden kasvun kannalta on erittäin tärkeää, että potentiaalia pursuavalle alalle myös saadaan ne parhaat osaajat, Ohjelmistoyrittäjien toimitusjohtaja Rasmus Roiha sanoo.

Koti ja koira vaihtoon

■ Kotien ohessa vaihdetaan yhä enemmän myös muuta omaisuutta, selviää kodinvaihtomatkailuyritys HomeExchange.comin tekemästä kyselystä. HomeExchange.com on kodinvaihtosivusto, jonka yli 54 000 jäsenen arvioidaan tekevän tänä vuonna yli 120 000 kodinvaihtoa 150 maassa.

Vaihtoehtotuksissa, joissa jäsenet tiedustelevat toisiltaan kiinnostusta kodinvaihtoon, näkyy selkeää kasvua muun kuin pelkän asunnon jakamisessa. Kyselyn perusteella jäsenet haluavat vaihtaa autojaan, turvaistuimia, leluja, ulkoilu- ja liikuntavälineitä, vierailijakortteja paikallisille kuntosaleille jne.

25 % kodinvaihtajista on valmiita vaihtoon, johon liittyy kotieläimiä. Toisin kuin hotelleissa, asunnoissa ei ole eläinten koko- tai painorajoituksia.

saksittua

Lähes kahdella kolmesta pörssi-yhtiön hallitusjäsenestä on toimitusjohtajan tausta. Naisjäsenistä kuitenkin vain kolmannekselta löytyy tällaista työkokemusta. He ovat tyypillisimmin tehneet uraa taloustai lakijohtajina, henkilöstöhallinnossa tai viestinnässä.

Kesä-heinäkuun 2014 Fakta-lehti

Digitalisoitumisen myötä markkinointi muuttuu hyvin ajantasaiseksi täsmämarkkinoinniksi, jonka ytimessä on datan analysoinnin kautta syntyvä asiakasymmärrys. Markkinointi ja tietohallinto tarvitsevat digimaailmassa toisiaan. Uusi liitto vaatii molemmilta sopeutumiskykyä.

Tuulikki Markkula Kehittyvä Kauppa-lehdessä 6/14

Jorma Pakarinen teki taustatyöt hyvin. Hyvää apua antoi oma palkansaajajärjestö, akavalainen Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset SMKJ. "Sieltä kerrottiin, mitä Satakunnan alueella toimitusjohtajat saavat vastaavilla aloilla. Se auttoi asettamaan oman palkkatoiveeni kohdalleen."

Porin Tilasajo Oy:n toimitusjohtaja Jorma Pakarinen Helsingin Sanomissa 17.8.2014

Kiinteistöjuridiikkaan erikoistunut asianajaja Matti Kasso uskoo, että [kiinteistön]välitysammattilaisten määrä vähenee alan heikon kannattavuuden jatkuessa. "Näin käy väistämättä. Huonot ajat karsivat alaa, kun taloudellisesti heikosti menestynvä väki jättää bisneksen."

Kauppalehti 6.8.2014



Jukka Pylvänäinen,
48 vuotta
tulosyksikön päällikkö,
LVI-Dahl
MBA

Asiakkaiden luona pitää olla läsnä

Yksi Jukka Pylvänäisen uran aikana kertyneitä tärkeimpiä oppeja on se, että asiakkaan luokse lähdetään herkästi. Läsnäolon arvostus näkyy myös Pylvänäisen muussa elämässä. Kun hän vaihtoi keväällä LVI-Dahlin Jyväskylän tulosyksikön päälliköksi, taustalla oli halu olla enemmän perheen kanssa.

- Edellisessä työssä reissasin Jyväskylästä Helsinkiin lähes viikoittain ja olin matkalla useamman päivän kerrallaan. Ajokilometrejä kertyi ympäri Suomea liikkuessi 60 000 km vuodessa. Perheessä on 15-vuotiaat kaksospojat ja 17-vuotias tytär, joille haluan olla läsnä. En halua olla isä, joka vain soittaa hotellista kotiin, Pylvänäinen sanoo.

Pylvänäinen keskittyy työssään tulosyksikön myynnin ohjaamiseen ja seuraamiseen sekä asiakkuuksien hoitamiseen. Tulevaisuuden kysymyksiä LVI-alalla ovat muun muassa asiakkaiden palvelu nopeasti ja kustannustehokkaasti, paikallisesti omalla alueella.

Pylvänäisen työura alkoi 30 vuotta sitten Canonilla myyjänä. Tuota aikaa Pylvänäinen pitää edelleen merkittävänä, sillä sen aikana nuoren myyntimiehen mieleen iskostui tärkeitä asioita.

- Olin 18-vuotias ja myin kopiokoneita provisiopohjaisella palkalla. Oli pakko oppia myymään tai ei saanut palkkaa. Opin, että asioita on vain lähdettävä tekemään.

Pylvänäisellä on nyt toimistolla 15 alaista. Hän innostuu onnistuneesti loppuun saatuista projekteista ja siitä, kun saa muut innostumaan. Henkilöstöjohtamisessa hänen tavoitteenaan on avoin ilmapiiri ja eturivistä johtaminen.

Urheilullisen, mutta auton rattiin tottuneen Pylvänäisen suurimpia ilon aiheita on myös pyörämatkan pituinen työmatka.

- Kuljen aika ajoin työmatkat polkupyörällä. On täytynyt ihan nipistellä itseään, että voiko tämä olla sallittua: tuntuu, että ei tee työtä kun ei aja autolla. Olin niin juurtunut auton rattiin. |

Jukan urastepit:



UUSIEN HAASTEIDEN KIMPUSSA

Julkaisemme tässä jäsentemme nimitysuutisia. Tiedot nimityksistä ja valokuvan voi lähettää sähköpostilla osoitteeseen toimitus@smkj.fi.

Urapalveluita ja CV-sparrausta

Ammatillinen koulutus ja aktiivinen urasuunnittelu ovat keskeisiä keinoja varmistaa oma osaaminen työmarkkinoilla. SMKJ antaa siihen erinomaiset eväät, sillä uraneuvontamme ja koulutustarjontamme ovat laajat.

■ Target Headhunting tarjoaa SMKJ:n jäsenille suorahaun työpaikkoja ja CV-sparrausta. Tietoa suorahaun työpaikoista ja CV-sparrausten ajankohdista välitetään uutiskirjeiden kautta. Huolehdiathan, että sinusta on SMKJ:n jäsenrekisterissä oikeat tiedot, ettet jää paitsi tärkeää tietoa! (www.smkj.fi > Jäsenyys > Päivitä tietosi).

Voit myös lähettää tietosi Target Headhuntingin cv-pankkiin, sillä kaikki työpaikat eivät tule julkiseen hakuun. Lisätietoja: *Simo Österman*, 044 343 4417 ja *Kari Lilja*, 0400 311 675, www.targetheadhunting.fi

Miten asiantuntijan saa myymään

Joku on joskus osuvasti todennut, että asiantuntijoiden johtaminen on kuin kissojen paimentamista – kisat tekevät yleensä ihan mitä lystäävät, eivätkä piittaa komennoista. Vertaus on varsin osuva. Asiantuntijoiden johtajan tehtävä ei ole käskä ja komentaa, vaan huolehtia, että työskentelyn olosuhteet tukevat hyviin tuloksiin pääsemistä.

Mutta mitäpä tehdä, kun asiantuntija käyttäytyy kuin kissa, jota yritetään viedä valjaissa lenkille, eli iskee jalat tanakasti maahan ja kategorisesti kieltäytyy yhteistyöstä? Näin nimittäin käy helposti, kun asiantuntijalle mainitsee sanan ”myyminen”.

Selvitin asiantuntijatyötä tekevien asenteita myymistä kohtaan ja havaitsin kaksi asiaa: Ensinnäkin ihmisten käsitys myymisestä perustuu pitkälti ärsyttäviin kokemuksiin huonoista myyjistä. Myymistä pidetään yleisesti aivottomana ja tymeänä tyrkyttämisenä. Toisekseen käsitys myyjistä on täysin päinvastainen asiantuntijan minäkuvan kanssa. Asiantuntijat mieltävät itsensä älykkäiksi ja ovat varsin omanarvontuntoisia. Ihmekös tuo sitten, että asiantuntijat herkästi kokevat olevansa ikään kuin myymisen yläpuolella.

Asiantuntijaorganisaation johtajalle tässä on haastetta kylliksi: miten saada myymistä karsastavat asiantuntijat orientoitumaan edes jonkinlaiseen asiakastyön tapaiseen?

Menestyvissä asiantuntijayrityksissä on keksitty monenlaisia tapoja. Yksi varsin yksinkertainen tapa on, ettei puhuta myymisestä vaan arvonn tuottamisesta asiakkaille. Se motivoi paljon paremmin kuin ajatus tuputtamisesta. On myös tärkeää antaa asiantuntijoiden keskittyä tehtäviin, joissa he tuottavat suurinta arvoa – ja toisaalta huomioida jo rekrytoinnissa, minkälaisia muita taitoja kuin substanssiosaamista työssä tarvitaan.

Olennaista on, ettei sorruta aina-kaan perinteiseen b-to-b -myynti-

johtajan toimintatapaan: ”Älä selitä, vaan ota se luuri kouraan. Myynti on numeroita! Sata soittoa, 5 tapaamista viikossa, sillä se tulos tehdään.” Pakottamiseen, vähättelyyn ja arbitraarisen tuntuisiin numerotavoitteisiin perustuva johtamistapa on ylipäänsä so last season, mutta erityisen tuloksetonta asiantuntijoiden kohdalla.

Asiantuntija tarvitsee riittävästi tilaa ja vapautta käyttää omaa järkeään ja osaamistaan. On myös hyvä pitää mielessä vanha viisaus: keuhut, kiitos ja kannustaminen voivat taatusti enemmän kuin lihavinkaan bonusraha. |

Kaisa Hernberg on työskennellyt b-to-b-myyntin ja -markkinoinnin parissa yli 15 vuotta ja on kirjoittanut kirjan Asiantuntija epämukavuusalueella – kirja sinulle, joka inhoat myymistä. Nykyisin hän edistää suomalaisen ympäristöliiketoiminnan kansainvälistä kasvua Cleantech Finlandin ohjelmajohtajana.

Pakottamiseen, vähättelyyn ja arbitraarisen tuntuisiin numerotavoitteisiin perustuva johtamistapa on ylipäänsä so last season, mutta erityisen tuloksetonta asiantuntijoiden kohdalla.



Teksti: Piia Kunnas Kuvat: Esko Varesvuo

Odotusten



ylittäjät

Nordic Business Forumin nuoret yrittäjät tuovat jälleen lokakuussa Suomeen nimekkäitä puhujia aina *Arnold Schwarzeneggeristä* alkaen. Tavoitteena on tehdä vuotuisesta seminaarista yksi maailman merkittävimmistä liike-elämän seminaareista. Se onnistuu ajattelemalla myynnin asiakaspalveluna ja luomalla tapahtumissa osallistujille jatkuva hyvien kokemusten virta.



Nordic Business Forum
järjestetään 9.–10.10.2014
Helsingissä. Tapahtuma on
loppuunmyyty, mutta sitä voi
seurata digitaalisen palvelun
kautta omalta koneelta.
Lisätietoa: www.nbiforum.fi



Mikko Jaatinen on oppinut
kokeneilta puhujilta monia
elämänohjeita. Niistä yksi on
se, että huumori on lyhin tie
kahden muukalaisen välillä.



Anniina Tauriainen, Mikko
Jaatinen, Ilari Tervonen
ja muu tiimi on saanut
lokakuun tapahtuman
järjestelyt jo loppusuoralle.
Tapahtumaan saapuu
5 300 vierasta, joista yli
700 tulee ulkomailta.

Nordic Business Forumin tiimin toimipiste on Schaumanin linnassa Jyväskylässä. Marko Jalkanen (vas.) ja Ville Saarikalle pitävät palaveria.



Soitetaan *Al Gorelle*. Se oli 27-vuotiaan *Hans-Peter Siefenin* asia, kun hän herätti puhellullaan yhtiökumppaninsa *Jyri Lindénin* eräänä sunnuntaiaamuna vuonna 2010. Liike-elämän seminaareihin keskittyvä yritystoiminta oli saanut alkusysäyksensä edellisenä vuonna, ja Siefen halusi seuraavan vuoden seminaariin vetovoimaisen pääpuhujan.

Seuraavana päivänä he ryhtyivät etsimään Yhdysvaltain entisen varapresidentin puhelinnumeroa. Neuvottelut Al Goren toimiston kanssa alkoivat. Lopulta Al Gore saapui kuin saapuikin puhumaan vuoden 2011 Nordic Business Forum -seminaariin.

Sen jälkeen tahti on vain kiihtynyt ja nimekkäiden puhujien lista kasvanut. Vuotuinen seminaari on tullut tunnetuksi maailmanluokan puhujista ja ajattelijoina, kuten *Sir Richard Branson*, *Brian Tracy*, *Daniel Pink*, *Jack Welch*, *Malcolm Gladwell*, *Tom Peters*, *Jim Collins* ja *Sir Ken Robinson*.

Kun vuoden 2010 seminaari keräsi noin 700 vierasta Jyväskylän Paviljonkiin, Al Goren tähdittämään vuoden 2011 seminaariin osallistui jo 1 800

vierasta. Vuonna 2012 mukana oli 2 300 kuulijaa ja vuoden 2013 tapahtuma keräsi jo 3 319 osallistujaa.

Tänä syksynä tapahtuma on kasvanut niin suureksi, että se järjestetään Helsingissä. Vieraita tulee Virosta, Latviasta, Liettuasta, Ruotsista, Venäjältä, Tanskasta, Saksasta, yhteensä yli kahdestakymmenestä eri maasta. Kiinasta saapuu 50 hengen ryhmä. Seminaarin 5 300 paikkaa myytiin loppuun jo neljä kuukautta ennen tapahtumaa.

On syntynyt uusi tapahtumajärjestämisen tuhkimotarina.

Työ opettaa

Menestyksen eteen on tarvittu paljon työtä. Liikkeelle lähdettiin nollasta. Nordic Business Forum järjesti ensimmäisen tapahtumansa vuonna 2009. Valmennukseen osallistui silloin 80 henkilöä.

- Kaverit tulivat puhumaan ruokapalkalla. Tapahtumaan myytiin 10 euron lippuja, joten valmennuksesta saatiin 800 euroa, Nordic Business Forumin osakas *Mikko Jaatinen* kertoo.

Kun Al Goren vierailu varmistui, yrityksellä ei ollut vielä suurta kassaa.

”Meillä myyjät ovat kaikkein arvostetuimpia henkilöitä.”

- Edellisten vuosien liikevaihto oli pienempi kuin hänen puhujapalkkionsa. Otimme salkut käteen ja lähdimme myymään yhteistyökumppanuuksia, Jaatinen kertoo.

Ja myymään Jaatinen oli tottunut. Sitä hän harjoitteli jo yläkoulussa, missä hän pyöritti koululaislehteä Vuosi yrittäjänä -ohjelman tiimoilta. Lehdessä arvioitiin pelejä ja annettiin tytöille meikkivinkkejä. Kun lehden painamiseen tarvittiin rahaa, hän ryhtyi myymään mainoksia. Suurimpia mainostajia olivat paikalliset hautoustoimistot.

- Olen tehnyt jo pienenä jäsitytävää myyntityötä, Jaatinen sanoo ja nauraa mehevästi päälle.

Nordic Business Forumin ydinjoukosta on vaadittu myös rohkeutta. Samalla ennakkoluulottomalla asenteella millä Nordic Business Forumin tiimi tarttuu puhelimeen ja soit-



Mikko Jaatinen työpari Lotta Pulkkinen sanoo, että vapaaehtoisen tapahtumahenkilökunnan johtaminen vaatii aikaa.

– Kun oppii tuntemaan persoonan, hänen potentiaalinsa saa parhaiten käyttöön.

Tavoitteena on jatkuva hyvien kokemusten virta.

taa Arnold Schwarzeneggerille, Jaatinen myi omaisuutensa vuonna 2008 ja muutti Australiaan. Hän aloitti juoksuharrastuksen, ryhtyi kasvisyöjäksi ja kiersi maailmaa puolitoista vuotta.

Kyky tehdä rohkeita ratkaisuja taitaa periytyä jo äidinmaidossa, sillä Jaatinen vanhemmat ostivat aikoinaan maatilan ja ryhtyivät yrittäjiksi, vaikka eivät olleet koskaan missään tekemisissä lehmien kanssa.

Jaatinen muistuttaa, että jos on valmis tekemään töitä ja panostamaan johonkin asiaan, silloin on mahdollisuus myös saada paljon.

Tavoitteellista myyntiä

Nordic Business Forum on hyvin myyntiorientoitunut organisaatio. Oman vastualueensa lisäksi kaikki tekevät töitä myynnin parissa.

– Myynti on meille kunnia-asia. Meillä myyjät ovat kaikkein arvostetuimpia henkilöitä, Jaatinen sanoo.

– Haastamme toisiamme ja meillä on paljon myyntikilpailuja. Kerran kuukaudessa on myyntiviikko. Silloin emme sovi tapaamisia tai reissuja, vaan keskitymme myyntiin.

Myyntityö on hyvin suunnitelmallista ja tavoitteellista. Kaikilla on käytössä viikkosuunnitelma, josta selviävät viikon tehtävät. Organisaatiossa pidetään pulinapuolituntisia, joiden aikana vaihdetaan kuulumisia ja ajatuksia. Pulinapuolituntisten ulkopuolella toisen työtä ei keskeytetä, vaan kollegalle annetaan työrauha.

Nordic Business Forumissa myynti nähdään asiakaspalveluna. Jaatinen mukaan ainoa oikea keino on tehdä hyvää tapahtumaa, josta asiakas hyötyy. Silloin siitä alkaa hyötyä itsekin.

– Pyrimme tekemään kovatasoisia tapahtumia, joista syntyy jotain konkreettista hyötyä osallistujille. Sellaista, mitä osallistuja voi ottaa käytäntöön ja saada sen kautta tuloksia. Tärkein osa seminaaria on se, mitä tapahtuu seminaarin jälkeen.

Voimavarana vapaaehtoiset

Yrityksen tuotevalikoimaa on laajennettu myös muilla tapahtumilla ja tiimiin kuuluu jo 11 koko-aikaista työntekijää sekä ulkomaalaisia edustajia Virossa, Venäjällä, Ruotsissa ja Norjassa. Yli viidentuhannen hengen tapahtumaa ei kuitenkaan hoideta pelkästään omien työntekijöiden voimin.

Yritys tekee yhteistyötä Jyväskylän ammattikorkeakoulun ja tänä vuonna myös helsinkiläisen Haaga-Helia ammattikorkeakoulun kanssa. Tapahtumahenkilökuntaan valitut opiskelijat saavat aiheeseen liittyvää koulutusta kolmena tapahtumaa edeltävänä päivänä.

Ammattikorkeakouluopiskelijat saavat osallistumisestaan opintopisteitä. Mukana on kuitenkin myös muita vapaaehtoisia, kuten lokakuun tapahtuman asiakaspalvelutiimiä työparinsa kanssa vetävä *Elisa Tervo*. Hän on yksi kymmenestä vapaaehtoisten parista valitusta esimiehestä, joiden tehtävänä on johtaa muita vapaaehtoisia. Vapaaehtoiset esimiehet käyvät läpi puolen vuoden koulutuksen.

Tervo opiskelee laskentatoimea Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulussa. Hän huomasi yliopiston sähköpostilistalla viime syksynä ilmoituksen, jossa haettiin henkilöitä emännöimään syksyn Nordic Business Forumin puhujavieraista.

- Pojat ovat niin rohkeasti uskaltaneet tehdä tässä kokoluokassa olevaa tapahtumaa. Halusin nähdä miten tapahtuma rakennetaan ja mitä kulisien takana tapahtuu, Tervo kertoo.

Nordic Business Forumissa jokainen puhuja saa oman avustajan. Hän kulkee puhujan mukana koko tapahtuman ajan. Tervo toimi viime vuonna *Vijay Govindarajanin* ja *Alf Rehlin* avustajana.

- Olin ottamassa heitä vastaan, katsoimme paikat, tilasin ruoat oikeaan aikaan, saatoin esiintymislavalle ja lehdistötilaisuuteen ja huolehdin siitä, ettei puhujan tarvitse olla missään yksin. Avustaja on puhujan luottoihminen, Tervo sanoo.

Joillakin puhujilla on oma agentti mukana. Silloin puhujasta pidetään huolta yhteisvoimin.

Intohimo palvelulla

Vapaaehtoiset esimiehet käyvät läpi puolen vuoden koulutuksen. Sen aikana nämä kymmenen esimestä tutustuvat toisiinsa kunnolla ja opiskelevat johtajuutta.

- Koulutuksen aikana esimiehet oppivat tuntemaan millaisia ovat itse ihmisinä ja johtajina, *Lotta Pulkkinen* sanoo. Hän kuuluu yrityksen ydintiimiin ja vastaa Mikko Jaatisen työparina asiakaspalvelusta.

Jaatisella ja Pulkkisella on tärkeä tontti, sillä asiakaspalvelu on yksi niistä asioista, joilla Nordic Business Forum erottuu edukseen.

- Tärkeintä on intohimo omaan työhön. Siitä seuraa se, että haluaa tehdä parhaansa. Haluan ylittää asiakkaiden odotukset, myös ihan rutiinistyössä, Pulkkinen sanoo.

Puhujien kohdalla tämä tarkoittaa perusteellisen taustatyön tekemistä. Pikkuasiat ovat tärkeitä.

- Yritämme saada kaiken mahdollisen tiedon. Esimerkiksi sen, että puhuja haluaa kahvinsa hunajalla, Pulkkinen kertoo.

Pulkkinen ja Jaatisen tehtävänä on saada esimiesten ja muiden vapaaehtoisten tuntosarvet pystyyn. Myös lokakuussa 200 vapaaehtoisen koulutustilaisuus alkaa sillä, että Pulkkinen ja Jaatinen luovat yhteishenkeä ja innostavan vireen asiakkaiden palvelemiseen.

- Mikko on velho luomaan yhteishenkeä. Hän tekee sen tarinankerronnan ja huumorin kautta, *Elisa Tervo* kertoo.

- Asiakaskokemuksen portaiden rinnalla kulkee henkilöstökokemus. Asiakaskokemus ei voi olla huikea, jos henkilöstökokemus ei ole, Jaatinen sanoo.

Hyvistä asiakaskokemuksista tulee myös palautetta. Jos pyyhkäiset otsaa ja näytät huonovointiselta, tapahtumahenkilökunta saattaa jo kiikuttaa sinulle vesilasja ja särkylääkettä. Eräällä pariskunnalla oli vauva mukana ja he olivat menossa kuuntelemaan luentoa. Vapaaehtoinen tiedusteli, voisiko hän hoitaa vauvaa, niin pariskunta voisi nauttia rauhassa luennosta. Ja hän hoiti.

Eräs vieras jätti takkiaaan tapahtumatilan narikkaan ja pahoitteli,

Jos pyyhkäiset otsaa ja
näytät huonovointiselta,
tapahtumahenkilökunta
saattaa jo kiikuttaa sinulle
vesilasja ja särkylääkettä.

että niskalenkki oli rikki. Kun hän palasi hakemaan takkiaa, lenkki oli ommeltu kiinni.

- Pyrimme hyvään asiakaspalveluun, mutta se ei minulle henkilökohdaisesti riitä. Pyrin ylittämään odotukset. Tavoitteena on jatkuva hyvien kokemusten virta, *Tervo* sanoo.

Yrittäjyyskasvatusta koululaisille

Kun pohdimme menestymistä, Mikko Jaatinen puhuu mahdollistajista. He ovat ihmisiä, jotka auttavat eteenpäin, tutustuttavat ihmisiin. Jaatisel le yksi tällainen mahdollistaja oli yläkoulun opettaja, joka ei torpanut innokasta koululaislehden toimittajaa, kun tämä halusi lähteä tekemään juttua *Nylon Beatista*.

Jaatisen ja Nordic Business Forumin tielle on sattunut mahdollistajia. Nyt he haluavat itse olla sellaisia.

Yrittäjähenkisyyden edistäminen on koko ydintiimin yhteinen missio. Sen vuoksi he antavat jokaista seminaareihinsa lunastettua lippua kohti päivän yrittäjyyskasvatusta suomalaiselle koululaiselle. Tätä kirjoittaessa 12 601 koululaista oli käynyt läpi koulutuksen, jossa on yleensä mukana myös joku julkkisvieras.

Jaatinen on ehtinyt ikäänsä nähden paljon. Hänellä on ollut useita yrityksiä, hän on matkustanut, opiskellut ja asunut ulkomailla. Seuraavaksi hän opettelee kaikkien kahdensadan lokakuun tapahtumaan tulevan vapaaehtoisen nimet ja tartuttaa heihin oman energiansa.

- Tehtäväni on saada ihminen loistamaan. Jokainen janoaa sitä, että saa tuoda merkitystä muille. On makeampaa antaa kuin saada lahja. |

Hyvä markkinointi kaihtaa ylilyöntejä

Tietotulvasta erottuminen vaatii joskus räväkkää otetta, mutta lain ja hyvän maun rajoja ei saisi ylittää. Säädökset koskevat myös sosiaalista mediaa.

Mainostaja haluaa herättää kohdeyleisössä ajatuksia ja saada kuluttajat pohtimaan erilaisia vaihtoehtoja. Samaan aikaan mainoksen pitäisi olla sekä mieleenpainuva että hyvän tavan mukainen. Sen pitäisi yllättää, mutta ei järkyttää.

Usein markkinoijan tavoitteena on herättää huomiota epätavallisilla tavoilla, mikä johtaa joskus ylilyönteihin. Huomion herättäminen siten, ettei kukaan loukkaannu, on taitolaji.

Jos mainos on kuluttajan mielestä sopimaton, se saattaa vaikuttaa ostopäätökseen. Joskus markkinoija voi myös tietoisesti ärsyttää saadakseen kuluttajan huomion.

– Markkinointi on onnistunut, jos se herättää vastaanottajassa positiivisia tunteita ja on samalla lain sekä hyvän tavan mukaista, mainonnan eettisen neuvoston pääsihteeri *Paula Paloranta* sanoo.

– Huumori ja yllättävät oivalukset ovat markkinoinnin suola. Aggressiivisten tehokeinojen,

kuten väkivallan, ei pitäisi kuulua markkinoinnin keinovalikoimaan.

Mainonnan eettinen neuvosto antaa lausuntoja siitä, onko mainos hyvän tavan mukainen. Neuvosto ei ota kantaa mainoksen lainvastaisuuteen eikä käsittele esimerkiksi mainoksen harhaanjohtavuutta tai totuudenvastaisuutta.

Lapsia suojataan mainoksilta

Erityisesti lapsiin kohdistuvaa markkinointia arvioidaan keskimääräistä tiukemmin. Lapset ovat tietojensa ja kokemustensa rajoittuneisuuden vuoksi tavallista alttiimpia markkinoinnin vaikutuksille. Kuluttajansuojalain alaikäissäännöksiä sovelletaan paitsi alaikäisille suoraan suunnattuun markkinointiin, myös heidät yleisesti tavoittavaan markkinointiin.

Esimerkiksi suurin osa ulkomainonnasta tavoittaa alaikäiset. Siksi alaikäissäännöksiä sovelletaan myös tällaiseen markkinointiin, vaikka sitä ei olisi erityisesti suunnattu lapsille.

Lapsilla on oikeus olla kohtaamatta ikään ja kehitystasoonsa soveltumattomia seksuaalisia ärsykeitä tavanomaisessa elinympäristössään. Markkinoijan kannattaa tiettyjen mainosten osalta harkita, millaisessa mediassa julkaisee mainoksensa.

Mainonnan eettisen neuvoston ratkaisukäytännön mukaan mainonnassa esiintyy jonkin verran syrjintää. Markkinoijan on syytä pitää mielessä, ettei markkinoinnissa saa sallia syrjintää esimerkiksi sukupuoleen, ikään, sukupuoliseen suuntautumiseen tai kansalliseen alkuperään perustuen.

Kansainvälisessä vertailussa suomalainen markkinointi on asiallista ja eettisesti kestävä. Markkinoinnin etiikkaa valvotaan mainonnan eettisen neuvoston lisäksi liiketapalautakunnassa.

– Mielestäni markkinoinnin itsesääntely toimii erittäin hyvin, eikä lain tasoiseen lisäsääntelyyn ole tarvetta. Suomalaisia yrityksiä rasitetaan jo muutenkin liikaa erilaisella sääntelyllä.

Jos tietyn tuotteen myynti on sallittu eikä sen markkinointia ole lain erityissäännöksiin kielletty, sitä on myös voitava markkinoida. Tällöin tulee huolehtia siitä, että toimii lain ja hyvän tavan mukaisesti.

Ainoastaan tupakkatuotteiden markkinointiin pätee lähes täydellinen markkinointikielto. Samoin väkeviä alkoholijuomia ei saa markkinoida. Mietoja alkoholijuomia voi markkinoida vain rajoitetusti, ja säännökset tiukentuvat edelleen ensi vuoden alussa.

Mietojen alkoholijuomien uusilla mainontarajoituksilla ei juuri ole vaikutusta alkoholin kulutukseen.

– Mitä kielletymmäksi määrittelemme alkoholin, sitä kiinnostavampaa se nuorista on. Alkoholimainoksiin törmää joka tapauksessa globaalissa mediassa eli verkossa, *Paloranta* toteaa.

Internet mahdollistaa täsmämarkkinoinnin

Internet, älypuhelimet ja tabletit ovat muuttaneet markkinoinnin



Lapsiin kohdistuvaa markkinointia arvioidaan keskimääräistä tiukemmin. Tottuneina internetin käyttäjinä lapset kohtaavat paljon erilaista mainontaa.

mediaympäristöä. Markkinointia voi suunnata entistä tarkemmin kohdennetulle joukolle.

Markkinointi siirtyy sinne, missä ihmiset viettävät aikaansa. Blogit, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram ja muut sosiaalisen median sovellukset tarjoavat uusia mahdollisuuksia hyödykkeiden markkinoitiin.

Sosiaalisessa mediassa on otettava huomioon, että markkinoinnin lainsäädäntö pätee myös siellä. Lain mukaan markkinoinnista on aina käytävä selvästi ilmi sen kaupallinen tarkoitus sekä se, kenen lukuun markkinointi toteutetaan.

- Vanhat perusperiaatteet pätevät myös uusissa laitteissa ja uudenaikaisessa mediaympäristössä, Paloranta sanoo.

Selainkäyttöön perustuva mainonta on kuluttajan verkkosivujen selailuhistorian perusteella kohdennettua mainontaa. Tässä mainonnan muodossa mainonta kohdistetaan kuluttajalle sen mukaan, mistä hän on verkkosivukäyttäjyksiensä perusteella kiinnostunut. Tietoja kuluttajan mielenkiinnon kohteista kerätään erityisesti mediasivustoilla.

Kerättyjen tietojen perusteella kuluttajasta muodostetaan pro-

fiili. Käytännössä tämä tapahtuu esimerkiksi siten, että kuluttajan vieraillessa tietyllä verkkosivustolla tietokoneelle tallentuu eväste (cookie). Eväste itse ei sisällä tai kerää tietoja, mutta verkkosivustot käyttävät evästeitä kuluttajan tietokoneen tunnistamiseen.

Tietoa keräävän sivuston on kerrottava sivustollaan tiedon keruusta, miten tietoja käytetään ja kuka on vastuussa tietojen keräämisestä. Sähköisen viestinnän tietosuojalain mukaan kuluttajalla on oltava mahdollisuus kieltäytyä selainkäyttämiseen perustuvasta mainonnasta.

Kunnioita kilpailijoita

Tärkeä osa eettistä markkinointia on hyvä liiketapa. Hyvää liiketapaa pidetään kohtuullisena, tarkoituksenmukaisena ja oikeusjärjestyksen mukaisena.

- Liiketavan sopivuus on tapauskohtaista. Hyvän liiketavan vastainen toimi ei edellytä konkreettista vahinkoa toiselle elinkeinonharjoittajalle. Jo vahingon vaaran syntyminen riittää. Teko ei myöskään edellytä tahallisuutta.

Hyvän liiketavan mukainen toiminta ei voi olla lainvastaista. Joissakin tapauksissa markkinointia voidaan pitää hyvän tavan vastaisena suhteessa kuluttajiin, mutta sitä ei siitä huolimatta katsota hyvän liiketavan vastaiseksi, jos se ei loukkaa elinkeinonharjoittajan kilpailijoita.

Hyvän liiketavan sisältö määrittyy pääasiassa markkinaoikeuden ja Keskuskauppakamarin liiketapalautakunnan ratkaisukäytännössä. Tulkinta-apua saadaan Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n Markkinoinnin perussäännöistä ja muista ICC:n markkinointisäännöistä.

B-to-B-puolella hyvän liiketavan osa-alueita ovat esimerkiksi vertaileva markkinointi, orjallinen jäljittely ja norkkiminen eli toisen yrityksen maineen hyväksikäyttö.

Liiketapalautakunta antaa lausuntoja siitä, onko markkinointi hyvän liiketavan vastainen tai onko yritys muutoin menetellyt sopimattomasti elinkeinotoiminnassa. Liiketapalautakunta käsittelee muun muassa harhaanjohtavaa tai vertailevaa markkinointia, kilpailijan halventamista ja jäljittelyä koskevia asioita.

Liiketapalautakunnan keskimääräinen käsittelyaika on noin neljä kuukautta. Asia käsitellään lautakunnassa kirjallisesti ja luotamuksellisesti, eikä lautakunta voi kuulla todistajia. Yritys voi pyytää myös ennakkolausuntoa siitä, onko suunniteltu markkinointi hyvän liiketavan mukaista. |

10 konstia Facebook-markkinointiin

Tykkää, jaa, kommentoi. Onpa kyseessä sivujulkaisu tai mainos, Facebookissa menestyäkseen on myös oltava läsnä, suunniteltava sisältöä ja seurattava tuloksia.

6

Kysy, pyydä, innosta

Facebook painottaa erilaisia sisältöjä eri tavalla, joten sivujulkaisut tavoittavat orgaanisesti keskimäärin vain 16 % sivun tykkääjistä. Sisällölle saa enemmän näkyvyyttä, kun käyttäjät reagoivat siihen tykkäämällä, kommentoimalla tai jakamalla.

Suosi kuvia. Kerro lyhyesti ja kielellä leikitellen. Kysy – ihmiset haluavat vastata. Kuuntele – ihmiset haluavat, että heitä kuunnellaan. Innosta ja innostu myös itse tuotteistasi ja palveluistasi.

Verkossa on 8 sekuntia aikaa vakuuttaa. Joten muista: ei liian monta viestiä (lue, äänestä, tykkää, jaa, täytä lomake, käy nettisivulla, tilaa uutiskirje jne.) samassa yhteydessä.

Älä jätä hyödyntämättä tykkääjien sivulle tuottamaa sisältöä ja anna kunnia tekijöille.

7

Apua, kriisi!

Varaudu kielteiseen vuorovaikutukseen, kuten julkisiin rek-lamaatioihin, jopa some-kriiseihin. Mieti etukäteen riski-skenaariot ja niihin toimintamallit.

Älä provosoidu, kiellä tai moiti, poista viestejä tai sulje sivua vaan vastaa mahdollisimman pian, edes jotakin. Sivun ylläpitäjällä on oltava valtuudet vastata.

5

Koukuta

Kilpailut, arvonnat ja visailut houkuttavat ja koukuttavat sisällön pariin. Kun kävijä saa Facebook-sivulta sellaista, mitä ei ole muualla, hän viihtyy ja sitoutuu. Sivun tarjoama lisäarvo voi olla testi, laskuri, vinkki. Jotain, joka tuo käyttäjälle hyötyä.

Muista tykkääjät myös arvannon jälkeen.

4

Ratkaise ongelma

Mikä yhdistää kohderyhmän jäseniä? Mitkä asiat herättävät heissä tunteita? Valitse sisältöihin näkökulma, joka kiinnostaa kohderyhmää. Kiinnostavuus kasvaa, kun Facebookin käyttäjä saa tuotteellasi tai palvelullasi hyötyä arkeen, ratkaisuja ongelmiin.

3

Resurssoi käytäntö

Varaa etukäteissuunnitteluun työtunteja parin viikon edestä ja kanavien pystyttämiseen 2–3 työpäivää. Sisältökalerin suunnitteluun menee 1–2 työpäivää kuukaudessa.

Päivittäiseen läsnäoloon on syytä varata joka aamu ja iltapäivä vähintään 15 minuuttia eli noin 2,5 tuntia viikossa ja 10 tuntia kuukaudessa. Lisäksi seurantaan ja raportointiin vierähtää 1–2 työpäivää kuukaudessa.

2

Satsaa sisältöön

Ilman sisältöä ei ole läsnäoloa. Sisältöä suunnitellessa huomioi, kenelle toteutat ja millä tyy- lillä, millä äänellä. Entä kuka toteuttaa ja millai- sin resurssein? Tee kuukausisuunnitelma Exce- liin ja seuraa sitä.

Millainen on palvelulupaus? Onko toimiala tai tilanne sellainen, että FB-viesteihin on reagoitava nopeasti vai voivatko ne odottaa viikonlopun yli?

1

Mieti tavoite (myynnin lisäksi)

Miksi olen Facebookissa? Miksi haluan tykkääjiä? Mitä tavoittelen kullakin FB-päivityksellä? Entä FB-kampanjalla?

Facebookin kautta voi hakea näkyvyyttä, tunnettua tapahtumalle, tuotteelle, brändille. Facebook toimii myös asiakaspalvelun parantamisessa; sitä kautta viesti välittyy nopeasti monelle.

8

Määritä mainostavoitteet

Facebook-mainos koostuu kuvasta (tärkein), otsikosta ja tekstistä. Voit toteuttaa mainoksen, kampanjan ja/tai mainosryhmän.

Haluatko lisätä sitoutumista sivujulkaisuun (tykkäyksiä, kommentteja, jakoja, videoiden ja kuvien katselukertoja)? Kasvattaa Facebook-sivun tykkääjien määrää? Vai sittenkin ohjata ulos Facebookista verkkokauppaan tai nettisivustolle? Vai sopiiko tavoitteeseen parhaiten käyttää sivustokonversiota esimerkiksi mainostamaan tiettyjä toimia sivustolla? Myös sivujulkaisuja voi markkinoida. Määritä ensin tavoitteet ja valitse sitten sen mukainen mainosmuoto.

9

Kohdenna ja optimoi

Kun tiedät, mitä haluat saavuttaa, kohdenna. Facebook tarjoaa erilaisia kohdennusmahdollisuuksia yleisön sijainnista, iästä ja sukupuolesta kiinnostuksen kohteisiin, tuleviin syntymäpäiviin ja tiettyjen mobiililaitteiden käyttöön.

FB-mainonta vaatii jatkuvaa optimointia ja päivittäistä läsnäoloa. Seuraa mainoskohtaisia avainlukuja, mikä toimii ja mikä ei. Jätä huonoimmat mainokset pois. Kokeile myös erilaisia hinnoitteluvaihtoehtoja, jotka perustuvat joko näyttöihin tai klikkeihin.

10

Seuraa ja kehity

Facebook Insights eli kävijätiedot on Facebookin oma analytiikkatyökalu. Se kertoo hallinnoitavan FB-sivun tapahtumat viikon ajalta ja vertaa niitä edelliseen viikkoon. Tietoa on paljon, joten seuraa vain niitä mittareita, jotka liittyvät tavoitteisiisi. Kehitä sen perusteella toimintaasi.



MARIKA SINIAALLON LINKKIVINKIT

www.facebook.com/help > Facebook-mainokset.
Linkin takaa löytyy tietoja FB-mainonnasta.

Bit.ly on maksuton palvelu, jossa linkit voi muuntaa bit.ly-muotoon ja seurata näin klikkejä

www.fanpagekarma.com Ota oppia omista ja kilpailijoiden sosiaalisen median kanavista. Ilmainen, maksamalla saa vielä enemmän tietoja.

Juttu perustuu Marika Siniaallon (Grapevine Media Oy) luentoon Mainostajien Liiton Facebook-seminaarissa kesäkuussa 2014.

Singaporessa istuvan myyntijohtaja *Heikki Koivuahan* toimialueena on koko maailma. Yritysten kilpailu on kovaa kaikkialla, mutta syyt voittaa tai hävitä vaihtelevat.

Suomalaista myyntiosaamista maailmalla



Anite Singaporen toimitusjohtaja Ari Niskanen ja myyntijohtaja Simon Ng sekä Heikki Koivuaho (keskellä) voivat olla tyytyväisiä yrityksen kannattavaan kasvuun.

Myyntijohtaja Heikki Koivuaho astelee Anite Finlandin Singaporen aluekeskukseen, joka sijaitsee korkeassa toimitortornissa United Squarella. Samassa rakennuksessa toimii myös Suomen suurlähetystö.

Koivuaho on juuri tullut rullaluistele-
masta. Hänellä on tapana käydä kun-
toilemassa aamulla ennen töihin läh-
töä, sillä maailmanlaajuisesta myyn-
nistä ja markkinoinnista vastaavana
hänen työpäivänsä venyvät usein aika-
erojen takia iltamyöhään.

Koivuahon työnantaja, oululainen
Anite Finland toimittaa langattomien
verkkojen testaus- ja mittausjärjestel-
miä noin 120:een eri maahan.

– Aina kun johonkin maahan on
rakennettu langaton verkko, joku yritys
on sinne nämä testaus- ja mittausjärjes-
telmät toimittanut, selvittää Koivuaho
verkkotestauksen liiketoimintaideaa.

Langattomien puhelinverkkojen
ilmarajapintatestauksessa pyörii rahaa
maailmanlaajuisesti noin 500 miljoo-
naa dollaria vuodessa. Alan keski-
määräinen kasvu on noin seitsemän
prosenttia.

Järjestelmillä mitataan muun
muassa mobiiliverkon suorituskykyä
ja verkon peittoa. Järjestelmiä käyttävät
verkkotoimittajat verkon rakennusvai-
heessa, puhelinoperaattorit esimerkiksi
kilpailijavertailuun sekä viestintäviran-
omaiset palvelun laadun valvontaan.

Myyntiä kaikissa maanosissa

Heikki Koivuahon mukaan Aasian,
Afrikan ja eteläisen Amerikan kehitty-
vissä maissa tarjouskilpailun ratkaise-
vat tuotteen ominaisuudet ja edullinen
hintayhdessä. Poikkeuksena on Intia.
Siellä Koivuahon mukaan ratkaisevat
suhteet ja halvin hinta. Euroopassa
puolestaan hinta on tärkeä, mutta tär-
keimmässä roolissa ovat tuotteen omi-
naisuudet, kuten muuallakin läntisessä
osassa maailmaa.

– Esimerkiksi Espanjassa
hävisimme yhden tarjouskilpailun,
koska meillä ei ollut tiettyä ominai-
suutta, joka kilpailijallamme oli. He
eivät olisi ottaneet tuotettamme, vaikka
olisivat saaneet sen ilmaiseksi, kertoo
Koivuaho vitsaillen.

Yhdysvalloissa ja Kanadassa omi-
naisuuksien lisäksi tärkeää on tuot-
teen yksilöllisyys ja edistyskellisyys.
Tuotteen pitää vastata juuri asiakkaan
tarpeisiin.

Kohteliaisuus vie pitkälle

Heikki Koivuaho varoittaa kuiten-
kin niputtamasta ja yksinkertaista-
masta liikaa eri alueiden kulttuureja.
Esimerkiksi Aasian ja Tyynenmeren
alueella on useita toisistaan poikkeava
kulttuureja.

Aasiassa toimiakseen yritys tarvit-
see lähes aina paikallisen yhteistyö-
kumppanin kontakteineen.

– Partneri hallitsee paikallisen lii-
ketoimintaosaamisen ja suhdeverkos-
ton. Me yhdistämme siihen maailman-
laajuisen liiketoimintamme vahvuudet
sekä yleisen teknologia- ja tuoteosaa-
amisen, Koivuaho sanoo.

Kulttuurien väliset erot huomioi-
daan myös rekrytoinneissa. Singapo-
ren aluekeskukseen on palkattu henki-
löitä sillä perusteella, että syntyy hyvä
kulttuurinen yhteensopivuus.

– Meillä on täällä muun muassa
neljä singaporelaista, yksi mannerkii-
nalainen ja yksi malesiankiinalainen.
Tuotehallinnossa on pari suomalaista,
koska Aniten tuotehallinnon keskus
on Oulussa, ja tämän pienen erityis-
alan teknisiä huippuasiantuntijoita on
vähän tarjolla.

Koivuahon mukaan kohteliaisuus
ja huomaavaisuus ovat kuitenkin sel-
laisia yleismaailmallisia tapoja, joilla
 pärjää kaikkialla.

– Ei tarvitse ymmärtää kulttuurin
kaikkia kiemuroita. Riittää, kun on
herkät tuntosarvet.

Palvelulla etumatkaa kilpailijoihin

Alun perin Heikki Koivuaho tuli Sin-
gaporeen Anite Finlandin aluejohta-
jaksi vuonna 2002. Hänen tehtävänsä
oli perustaa Singaporen aluekeskus ja
kasvattaa Aasian ja Tyynenmeren alu-
een liiketoimintaa. Se onkin kasvanut
alkuaikojen muutamasta sadasta tu-
hannesta eurosta jo yli kymmeneen
miljoonaan euroon.

– Olemme kasvaneet maailmanlaa-
juisena liiketoimintayksikkönä erittäin
kannattavasti. Tilikauden voitto on

ollut koko ajan 20 prosentin luokkaa, Koivuaho sanoo.

Koivuahon johdolla on luotu myös palvelumalli, joka on Aniten valttikortti kovassa kilpailussa. Anitessa asiakasta ei pelkästään jätetä trouble ticket -järjestelmään ja ohjeisteta seuraamaan nettisivuilta, miten ongelmanratkaisu etenee.

– Me otamme kaukoyhteyden asiakkaan tietokoneeseen ja katsomme yhdessä hänen kanssaan, mikä on vikana. Jos ongelma ei ratkea, niin lentokone alle ja tekninen tuki paikan päälle.

Vaikka se maksaa paljon, se myös kannattaa. Kun asiakas on tyytyväinen saamaansa palveluun, se vahvistaa asiakassuhdetta, luo etumatkaa kilpailijoihin ja avaa mahdollisuuden lisämyyntiin.

Jälleenmyyjät avainasemassa

Nykyisessä työssään myyntijohtajana Heikki Koivuahon yksi tärkeimmistä tehtävistä on kehittää ja ylläpitää Anite Finlandin maailmanlaajuisia jakelukanavaa. Anitella on noin 60 jälleenmyyjää eri puolilla maailmaa. Niiden koko vaihtelee muutaman hengen pienyrityksistä satoja ihmisiä työllistäviin yhtiöihin. Usein jälleenmyyjät edustavat kymmeniä erilaisia tuotteita kaapeleista ja antennista aina tukiasematorneihin.

Jälleenmyyjien toimintaa arvioidaan koko ajan. Jos jälleenmyyjä ei myy riittävästi, sovitaan korjaavista toimenpiteistä, ja jos muutosta ei tapahdu, sopimus sanotaan irti.

– Vuosittain joudumme vaihtamaan viidestä kymmeneen jälleenmyyjää, Koivuaho harmittelee.

Koivuaho ei kuitenkaan tuijota pelkkää myyntiä vaan myös sitä, miten jälleenmyyjä tukee asiakkaita. Jos Aniten tekniseen tukeen alkaa tulla asiakkailta yksinkertaisia kysymyksiä, on se viesti siitä, että jälleenmyyjä ei toimi hyvin.

Omaa myyntihenkilöstöä Anitessa on maailmanlaajuisesti noin 20 henkilöä. Lisäksi palkkalistoilla on kolme aluejohtajaa.

Ratkaisuja asiakkaan tarpeisiin

Heikki Koivuaho on selvästi innostunut työstään. Hänen mukaansa ala tar-



Heikki Koivuaho, 45 vuotta

- Anite Finland Ltd:n varatoimitusjohtaja ja globaali myynti- ja markkinointijohtaja. Anite Finland Ltd on Iso-Britanniassa pääkonttoriaan pitävän ja Lontoon pörssiin listautuneen Anite Plc:n tytäryhtiö.
- Koulutukseltaan hän on laskentatoimen ekonomi.
- Aikaisemmin hän on työskennellyt Nokiassa talousjohtajana, tuotepäällikkönä ja myynti- ja markkinointijohtajana.
- Koivuaho asuu vaimonsa ja kolmen kouluikäisen lapsensa kanssa East Coastilla, Singaporessa. Vapaa-aika kuluu lasten kanssa muun muassa uudessa ja ulkoillessa. Harrastuksiin kuuluu rullaluistelu, pyöräily ja kuntosalilla käynti.

joa haasteita ja on itsestä kiinni, mihin asiakkaiden viesteihin tarttuu, ja miten niitä lähtee työstämään.

Esimerkiksi Anite Finlandin kannettavat mittaussuunnitelmaratkaisut lähtivät liikkeelle siitä, kun Aasiassa alettiin rakentaa 3G-verkkoa. Korkeiden toimistotornien verkon toimivuus piti mitata, mutta läppärin kanssa se oli hankalaa, eikä aina olisi päässytkään joka paikkaan. Laitteen piti olla kevyt ja huomaamaton. Siitä syntyivät kännykkä- ja reppuversiot.

– Menet paikalle kännykän kanssa, laitat sen paidan taskuun ja mittaussuunnitelman päälle, ja lähdet kävelemään taloa ympäri kerroksesta toiseen. Sitten

merkitset pohjapiirroksiin, missä olet kävellyt, ja tulostat esimerkiksi verkon peittoa kuvaavat tiedot pohjapiirroksen päälle, Koivuaho selittää.

Piipahdus koti-Suomessa

Heikki Koivuaho ehti työskennellä aluejohtajana Singaporessa kahdeksan vuotta, kun hänelle tarjottiin Anite Finlandin globaalin myynti- ja markkinointijohtajan paikkaa - toimipaikkana Oulu.

Pienen pohdinnan jälkeen viisihekinen perhe muutti Suomeen vuonna 2010 ja perusti kodin Oulun Toppilansaareen. Koivuaho pystyy sanojensa mukaan sopeutumaan minne vain, mutta hänen singaporelaisella vaimolaan oli melkoisen vaikeaa sopeutua esimerkiksi Suomen kylmään ja kuivaan ilmastoon sekä lähes jatkuvaan kulttuurishokkiin. Esimerkiksi suomalaisen itsepalvelu oli singaporelaiseen palvelukulttuuriin tottuneelle vierasta. Myös Koivuaho kaipasi takaisin Aasiaan.

– Minä voin lähteä Aasiasta, mutta Aasia ei lähde minusta, kuvailee Koivuaho tuntemuksiaan.

Lopulta kahden vuoden jälkeen hän ehdotti muuttoa takaisin Singaporeen. Vaimo ei vastustellut, vaikka jäikin kaipaamaan erityisesti ystäväyssuhteita, joita hän ehti Suomessa olonsa aikana solmia.

Koivuaho sai sovittua työnantajansa kanssa, että hän jatkaa samassa tehtävässä Singaporessa.

– Suurin ero on siinä, että täältä on pidempi matka-aika Eurooppaan, missä käyn aika usein.

Koivuaholle kertyy vuosittain noin 120 matkapäivää. Myyntijohtajana hänen tehtävänsä on huolehtia Anite Finlandin aluekeskusten ja jakelukanavan toiminnasta, ja osallistua alan suuriin tilaisuuksiin ja tapahtumiin.

– Suuri osa ajasta menee lentokoneessa ja taksissa istumiseen. Tehokas peliaika paikan päällä jää usein vähäiseksi.

Koivuaho pitää matkustamista kuitenkin tärkeänä osana työtään, sillä vain paikan päällä asiakkaita kuuntelemalla hän tietää missä markkinat menevät ja mikä on Aniten asema markkinoilla. |

Teksti: Jyrki Järvinen, MOT

Tällä palstalla käsittelemme vuoden 2014 aikana Myynnin ja markkinoinnin Oikeusturva MOTin TOP 6 asiait: 1) Kielletty kilpaileva toiminta 2) Työsuhteen päättymisen ja päättämissopimukset 3) Yhteistoimintaneuvottelut 4) Palkkaus 5) Rikosasiat 6) Autoasiat

Ymmärrä palkkasi perusteet

 Palkkaus kaikkine siihen liittyvine ongelmineen on laaja kokonaisuus ja sitä koskevat kysymykset ovatkin vuodesta toiseen iso osa MOTin työstä. Myyntialalla yleinen kannustava palkkaus tekee kysymyksestä usein sangen hankalia; ainakin mikäli verrataan perinteiseen kuukausipalkkaan.

Vielä kun palkka sidotaan katteeseen, törmätään aivan uuteen ryhmään ongelmia. Myyntimääriin tai myyntieuroihin sidottu tavoitepalkka on vielä yksinkertainen. Sen sijaan monimutkaisessa katelaskennassa on paljon kohtia, joissa voi syntyä erimielisyys katteen oikeasta määrästä ja joissa työnantaja voi halutessaan jopa vääristää katetta. Tällaisia kohtia on muun muassa ulkomaisen emon ja suomalaisen tytäryhtiön välinen siirtohinnoittelu, ostohintojen salaaminen sekä erilaiset hallinnointikulut, joita lisätään kustannuspuolelle.

Katepohjainen palkka edellyttääkin toimiakseen joko työntekijältä suunnatonta luottamusta työnantajan toimintaan tai sitten täydellistä avoimuutta työnantajalta. Yleisenä ohjeena voikin sanoa, että mitä monimutkaisempi palkkausjärjestelmä on, sitä tärkeämpää on käydä palkkaus läpi kirjallisesti usean esimerkin avulla ja ottaa talteen nämä esimerkkilaskelmat.

Työnantajien tulisi pitää mielessä, että kannustava palkkaus toimii kannustimena vain, jos palkan määrä on ennakoitavissa. Työntekijän tulee jo myyntiä tehdessään tietää, mitä onnistunut myynti tarkoittaa palkassa.

Palkkaustavan muutoksella haetaan säästöjä

Palkkaan liittyvät jäsenten kysymykset käsittelevät myös palkkausmuutoksia, joissa työnantaja haluaa joko avoimesti pienentää palkkaa tai pyrkii palkkaustavan muuttamisella samaan päämäärään. Useimmiten tilanne etenee siten, että talousvaikeuksissa oleva yritys pyrkii suostuttelemaan työntekijät hyväksymään palkkausmuutoksen. Suostutellussa on luonnollisesti apuna uhka työpaikan menettämisestä. Mikäli työntekijä ei suostu alentamaan palkkaansa, joutuu työnantaja miettimään onko sillä laillisia mahdollisuuksia pienentää palkkaa yksipuolisella päätöksellä.

Todennäköisesti laillisia perusteita tähän ei ole, sillä palkanalennus on tehty työlaainsäädännössä jopa vaikeammaksi kuin työsuhteen irtisanominen. Lähes poikkeuksetta palkanalennukset tapahtuvatkin siten, että työntekijä katsoo parhaimmaksi hyväksyä työnantajan ehdotuksen.

Koskeeko yleiskorotus minua?

Työehtosopimusten myötä voimaan astuvat ”yleiset” palkankorotukset tuovat ajoittain paljon puheluja MOTiin. Ongelmat näiden kohdalla ovat kahta tyyppiä. Ensimmäinen on se, että kaikkeen myyntityöhön ei löydy työehtosopimusta, joka velvoittaisi työnantajan antamaan palkankorotuksen. Tällöin pyrimme vakuuttamaan työnantajan siitä, että myös myyntiväki on korotuksensa ansainnut ja että työnantajan ei varmaankaan ole tarkoitus eriarvoistaa väkeään siten, että vain osa saa palkankorotuksen. Suurin yksittäinen työehtosopimusten ulkopuolella oleva ammattiryhmä lienee kiinteistönvälittäjät.

Toinen ongelmakohta on se, että yleisistä korotuksista liittotasolla sovittaessa ei yleensä oteta kantaa siihen, että kuuluvatko korotukset myös provisiopalkkaisille työntekijöille ja jos kuuluvat, niin mistä palkkasummasta prosenttikorotus lasketaan. Näissä tilanteissa on toisinaan tarpeen selvittää onko työntekijän palkka kehittynyt esimerkiksi hintojen nousun myötä vähintään samassa tahdissa kuin palkankorotukset. Jos ei ole, on korotuksen vaatiminen helpompaa.

”Palkanalennus on tehty työlaainsäädännössä jopa vaikeammaksi kuin työsuhteen irtisanominen.”



Harva ostaa autonsa perusvarusteisena.
Kannattaako ostaa varustellumpi malli-
versio vai tilata varusteet erikseen?

Millä herkuilla laitetaan?

Ajomukavuutta lisävarusteilla

Autotekniikka harppoo eteenpäin jättiaskelin. Uusia innovaatioita tulee jokaiseen uuteen automalliin ja vanhojakin versioita päivitetään asiakkaiden houkuttelemiseksi.

Autotehtaat haluavat myydä lisävarusteita ja uutta tekniikkaa. Asiakkailla on kaksi mahdollisuutta, joko valita niitä hinnaston lisävarustelistalta tai ostaa valmiiksi varustellumman malliversion. Mikä kannattaa?

Perusmalli vai kalliimpi versio

Hinta alkaen -mallit on tarkoitettu houkuttelemaan asiakasta tutustumaan automalliin. Silti harva ostaa autonsa perusvarusteisena.

Lisähoukuttimena tarjotaan yleensä aina parempaa malliversiota. Nimiä niille on keksitty laidasta laitaan. Kaikissa versioissa on eritasoinen varustelu. Ostajalle tilanne on hankala, pitäisi päättää mitä tarvitaan ja mitä ei.

Jokaisella malliversiolla on tietenkin myös oma hintansa, joka lisää päätöksenteon vaikeutta. Turhasta ei haluta maksaa. Kannattaisiko halutut varusteet sittenkin tilata erikseen lisävarustehinnastosta?

Erikseen tilattuna kalliimpaa

Nykyisin autot tulevat lähes poikkeuksetta asiakastilausten perusteella tehdastilauksena. Ne räätälöidään myös asiakkaan toiveiden

mukaisesti. Vain harvoin auto-liikkeet varastoivat myyntiautojaan varastossa tai tulosatamassa.

Asiakkaan täytyy myös varautua toimitusaikaan, joka voi olla keskimäärin 3-4 kuukautta. Tehtaille on huomattavasti selkeämpää myydä eri malliversioita, joissa varusteet ovat standardisoituja. Toimitusaika on myös nopeampi. Hintaa saadaan myös suhteellisesti alemmaksi isompien valmistussarjojen ansiosta.



Esimerkkejä pitkän matkan ajamiseen vaikuttavista lisävarustepaketeista:

BMW 320i Touring Twin Power Turbo

42 571 €

+ Sport Line Business -paketti (lisähinta)

1 208 €

mallierot mm.

- automaattivaihteisto
- Sport-vanteet
- vakionopeudensäädin
- peruutustutka
- Bluetooth-handsfree-järjestelmä

Skoda Octavia 2.0 TDI 150 hv Elegance, 5-ovinen

31 417 €

+ RS-malli (lisähinta)

1 241 €

- moottoriteho 184 hv (+34 hv)
- sähköinen tasauspyörästön lukko
- taka-akseliston monivarsituenta
- progressiivinen sähköinen ohjaustehostin
- Sport-alusta
- edellä ajavan etäisyyden mukaan säätyvä adaptiivinen vakionopeudensäädin
- RS-istuimet

Kun autoonsa haluaa erilaisia varusteita, kannattaa vertailla hinnaston kalliimpaa, paremmin varusteltua malliversiota halvempaan ja verrata myös, mitä sama varustetaso maksaisi erikseen tilattuna. Tulos voi yllättää.

Business-malleissa ei alennusvaraa

Muutamia vuosia sitten autoverouudistusten jälkeen alettiin myydä business-malleja. Koska ostoon liittyvä autovero ja autoedun vero lasketaan auton ohjehinnan perusteella, tehtiin ensin lähinnä yritysasiakkaita varten oma mallistonsa. Näissä lisävarusteiden hintaosuus oli tingitty mahdollisimman alas ja myyjän kate pienennetty sellaiseksi, että ostoalennuksia ei enää voitu näistä malleista antaa, eikä vaihtoautoa yliarvostaa.

Näissä versioissa oli myös paljon ajavia varten hyviä ja oikeita varusteita. Jos yksityinen henkilö tuli autokauppaan, business-malleja ei haluttu myydä hänelle. Syynä oli se, että koska näistä malliversioista ei voitu antaa alen-

nuksia ja tavallisessa malliversiossa se onnistui, tuli usein turhia kädenvääntöjä asiakkaan kanssa. Ja kuten myyjät tietävät, kädenväännöt päättyvät usein jaloilla äänestämiseen.

Nykyisin business-malleja myydään myös yksityisasiakkaille, tosin jo ennakoon tiukemmasta alennuspolitiikasta hienovaraisesti varoittaen.

Autokaupan nihkeyden takia kauppaa pyritään vauhdittamaan myös erilaisilla kaupanpäälle-tarjouksilla. Jotkut merkit ovat tarjonneet muun muassa business-pakettia veloituksetta. Ostajan kannattaa käyttää tarjoukset hyväkseen, mutta laskea myös kaupan kokonaisuus ja muut edut. Harvoin niitä täysin ilmaisia lounaita on.

Mistä kannattaa maksaa

Ajo-olosuhteet ratkaisevat sen, mistä kannattaa maksaa ja mikä varustelutaso on tarpeen. Paljon ajava arvostaa eri asioita kuin kaupunkiympyröissä pyörivä auton tarvitsija.

Ammattilaiselle tärkeitä varusteita ovat muun muassa istuinten säätöjen monipuolisuus ja tukevuus, korkeatasoiset valot, automaattisesti liikennetilanteisiin reagoiva valojärjestelmä, vakionopeudensäädin, automaatti-ilmastointi, bluetooth-valmius, navigaattori, laaturenkaat, uuden sukupolven ajonhallintajärjestelmät, automaattiset lasinpyyhkijät, automaattisesti himmenevät peilit, riittävän tehokas moottori ja miksei automaattivaihteistokin, vaikka se onkin parhaimmillaan kaupunkiliikenteessä.

Jos nelivedon saa vielä mahdumaan järkevästi budjettiinsa, alkaa pitkäkin ajomatka tuntua paljon lyhyemmältä. Tämän tasoisia varusteyhdistelmiä löytyy useimmiten automallien yläpään hintaversioista.

Mieti jälleenmyyntiarvoa

Ostaessa kannattaa aina pohtia myös jälleenmyyntiarvoa, koska auton todellinen hinta ratkeaa vasta, kun saa autostaan hinnan käytettynä.

Autokaupassa yleinen sääntö on, että auton lisävarusteet maksetaan vain kerran, eli uutena ostettaessa. Tämä pitää paikkansa varsinkin, kun varusteet on valittu yksi kerrallaan lisävarustehinnastosta.

Tilanne on parempi, jos on ostettu hyvin varustettu malliversio, jolla on uutena ollut oma ohjehintansa. Käytetyn auton ostajalla on silloin lähtökohta, mihin hintaa voi peilata.

Esimerkiksi Skoda Octavian malliston Elegance- ja RS-versiot ovat helppoja myytäviä sekä uutena että käytettynä. Hinta-laatusuhde ratkaisee molemmissa tapauksissa. |



Teiden ritari antaa apuvirtaa

■ Polttoaineen loppuminen, renkaanvaihto ja apuvirran antaminen ovat tiepalvelumies *Matti Niemen* mukaan autoilijoiden yleisimpiä ongelmia tien päällä.

Uusissa autoissa ei ole enää aina vararengasta, mikä aiheuttaa ongelmia rengasrikon sattuessa. Lisäksi erityisesti iäkkäät autoilijat tarvitsevat apua renkaanvaihtoon. Myös polttoaineen loppuminen on yllättävän yleistä.

– Ihmiset luottavat sokeasti ajotietokoneen näyttämään jäljellä olevaan ajomatkaan.

Apuvirtaa tarvitaan niin kesällä kuin talvella, sillä sekä kuumuus että kylmyys rasittavat akkuja. Kesällä virta saattaa loppua myös, kun kannettava jääkaappi tai kylmälaukku on jätetty yöksi hurisemaan.

Tiepalvelumiehen kyydistä löytyy myös harvinaisempia työkaluja.

– Jos avaimet jäävät vahingossa sisään, autamme oven avaamisessa. Siihen tarkoitukseen meillä on Saksasta tilattu erikoistyökalu, Niemi kertoo.

Vuoden tiepalvelumieheksi valittu turkulainen Niemi on tien päällä lähes päivittäin. Jos alla ei ole tiepalvelun päivystysauto, oman auton katolla loistaa tiepalvelun kyltti.

Tiepalvelumiehiltä vaaditaan teknisen osaamisen lisäksi ensiaputaitoja. Myös liikenteenohjaukset työllistävät tiepalvelumiehiä.

– Tällä hetkellä autamme uusimman Vareksen kuvauksissa. Se on jo seitsemäs elokuvaprojekti, jonka yhteydessä olen liikenteenohjauksessa mukana.

Suomen teillä liikkuu noin
16 200
avoautoa.

Lähde: Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi

Tunnetko vesiliikennesäännöt?

■ Vielä on veneilykautta jäljellä. Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi muistuttaa, että jokaisen kipparin pitäisi tuntea yleisimmät vesiliikennesäännöt. Tällaisia ovat mm. väistämissäännöt ja olosuhteiden vaikutus sekä omaan että muiden matkantekoon.

Väistämissäännöistä kannattaa muistaa nämä asiat:

1. Ohittava vene väistää ohitettavaa. Ohituksen voi tehdä turvallisemmaksi katsomaltaan puolelta. Ohittavan pitää muistaa huomioida aiheuttamansa aallokko, joka saattaa keinuttaa toista venettä voimakkaasti.
2. Kahden moottoriveneen kohdatessa molemmat väistävät oikealle.
3. Moottoriveneiden kulkusuuntien risteytyessä, vasemmalta tuleva on väistämismuuttuva. Jos mahdollista, väistäminen tulee tehdä väistettävän veneen perän takaa.
4. Moottorivene väistää purjevenettä lähestymissuunnasta riippumatta. Moottorin avulla liikkuva purjevene lasketaan moottoriveneeksi.
5. Purjeveneet väistävät toisiaan tuulen mukaan. Mikäli tuuli on samalta puolelta, tuulenpuoleinen väistää. Jos tuuli on eri puolilta, väistää se, jolla tuuli on vasemmalta puolelta.
6. Kaikki veneet väistävät laavaa ahtailla kulkuväylillä.



Ajo-opetusta verkossa

■ Autoliiton Ajokoulu tarjoaa henkilöauton ajo-opetusta verkossa. Ajokoulu on suunnattu erityisesti opetusluvalla opettaville ja opiskeleville, mutta se sopii hyvin myös vanhoille kuljettajille taitojen kertaamiseen.

Ajokoulussa käsitellään aihealueita 20 eri aihepiirissä, joista jokaisesta löytyy video. Videoiden katsomisen jälkeen oppimista syvennetään palveluun sisältyvän nettikirjan avulla.

– Autoliiton Ajokoulussa on tarkoitus käydä yksi tai kaksi aihealuetta kerralla läpi. Ei sen enempää. Näin oppiminen on mahdollisimman tehokasta. Ajokoulu tukee opettamista, mutta ei vähennä opettajan velvollisuuksia ja vaatimuksia, Ajokoulusta vastaava Autoliiton koulutuspäällikkö *Teppo Vesalainen* painottaa.

Kokonaisuuteen kuuluu myös tehtäviä, joiden joukossa on pohdintatehtäviä ja vastaavia kuvatehtäviä kuin teoriakokeissa. Tukea opiskeluun ja opettamiseen antaa oppituntikohtainen keskustelutyökalu, jonka kautta voi esittää kysymyksiä Autoliiton asiantuntijalle.

Autoliiton Ajokoulu toimii sekä tietokoneella että yleisimmillä mobiililaitteilla. Mobiililaitteiden käyttö mahdollistaa asioihin palaamisen vaikka ajotunnin tauolla parkkipaikalla.



YLI SATA **VAIHTOEHTOA**

SUPER**LAHJAKORTTI**

Sopii yrityksen erilaisiin tarpeisiin

Presentcard.fi -lahjakorttiportaalista löydät n. 100 eri lahjakorttivaihtoehtoa sekä meidän oman SuperLahjakorttimme, joka antaa vastaanottajalle mahdollisuuden valita vapaasti kaikista edustamistamme lahjakorteista.

Liitä mukaan ilmainen tervehdys yrityksen logolla!
Toimitukset postitse, sähköpostitse ja tekstiviestinä.



PRESENTCARD.FI 
SUOMEN LAHJAKORTTIPORTAALI

Kun työikäisen lataus hiipuu, Aslak auttaa pärjäämään

Työajan rajattomuus, univaikeudet, liikunnan aloittamisen hankaluus, painon hallinta. Siinä joukko työikäisten tyypillisiä ongelmia, joita ratkotaan Aslak-kurssilla.

Vastuu, kiire ja muutokset painavat. Ajokilometrit rassaavat selkää ja huoltoasemakahvi närstää. Työt seuraavat kotiin, eikä työ-kavereitakaan näe kuin kuukausipalaverissa. Tuntuuko tutulta?

Turkulaisen kuntoutuskeskus Petrean Aslak-kursseilta työkuntoa hakevat niin poliisit, telakkatyöntekijät kuin opettajatkin. Aslak auttaa työikäistä säilyttämään työkykynsä. Se rohkaisee oman työn ja työolojen kehittämiseen sekä tukee fyysisen kunnon kohentamisessa ja terveellisten elämäntapojen löytämisessä.

Petreassa kokoontuu myös kolmas SMKJ:n Aslak-ryhmä. Kymmenen myynnin ja markkinoinnin ammattilaista on lähtenyt hakemaan keinoja jaksamiseen ja ajanhallintaan. On toisen kurssijakson toinen päivä ja porukka näyttää sekä kuulostaa siltä, kuin olisi tehnyt aina töitä kimpassa. Puhe porisee ja huuli lentää.

Kaikki kurssilaiset tuntuvat etsivän Aslakista ratkaisua yhteen perusongelmaan: miten erottaa työ ja vapaa-aika toisistaan. Jos toimisto sijaitsee kotona, kuten oululaisella *Sirpa Kivimäellä*, on rajanveto työn ja oman ajan välillä vieläkin vaikeampaa.

Sirpa Kivimäki on aktiivinen liikkuja ja etsii uusia tapoja harrastaa liikuntaa. Hän joutui auto-onnettomuuteen joitakin vuosia sitten, mikä herätti pitämään huolta itsestä. Se myös havahdutti huomaamaan, että kukaan ei ole työelämässä korvaamaton. Firma selvisi, vaikka piiripäällikkö oli sairauslomalla muutaman kuukauden.

Vihtiläinen Key Account & Tender Manager *Ari Korte* sanoo kärsivänsä myyntimiehelle tyypillisestä selkävaivasta. Kun työnantajayrityksen omistuspohjan vaihtuminen pani monet asiat uusiksi, joutui mies miettimään, mikä auttaisi jaksamaan. Aslakista hän uumoili löytävänsä vertaistukea ja liikunnan iloa.

Mikkeliäinen avainasiakaspäällikkö *Jari Noponen* reissaa vuodessa 45 000–55 000 kilometriä. Hän tajusi, että ABC-kahvin ja karjalanpiirakan voimalla ei työkuntoa pitkään ylläpidetä. Aslak-kurssi kuulosti hyvältä keinolta saada oravanpyörä pyörimään oikeaan suuntaan ja oikealla nopeudella.



– Oman ajankäytön hallinnan takiahan täällä olen, Jari pohtii.

Niin kuin kaikki muutkin, *Mari Tuominen* hakeutui Aslakiin myynti & markkinointi -lehdessä julkaistun ilmoituksen perusteella. Tamperealainen verkostomarkkinointia tekevä yrittäjä haluaa kurssilta keinoja ajankäytön tehostamiseen ja kimmoketta liikunnan lisäämiseen.

Melkein viiden viikon irtiotto

Aslak koostuu viidestä jaksosta, jotka kestävät 4–5 päivää.

Työnantajat suhtautuvat yleensä myönteisesti työkyvyn kohentamiseen tähtäävään kurssiin ja jotkut ovat jopa valmiita maksamaan siitä.

– Työnantaja kannusti hakemaan kurssille, Jari Noponen kuvailee osallistumisen helppoutta.

Firma jopa maksaa hänelle palkan kurssiajalta. Moni muu kurssilainen joutuu kuitenkin ottamaan palkatonta lomaa ja tyytymään Kelan kuntoutuspäivärahaan.

Yrittäjälle Aslakiin osallistuminen voi tietää bisneksen pysähtymistä kurssiajaksi. Marille kurssille lähteminen ei kuitenkaan tuottanut ongelmia. Hänen mukaansa verkostomarkkinoinnille oma tiimi tuo tuloa sinäkin aikana, kun itse on pois.

Miten muutos viedään työpaikalle

Kurssiin kuuluvaan yhteistoimintapäivään kutsutaan kurssilaisten esimiehet. Ja nykyisin yhä useampi esimies myös tulee paikalle, SMKJ:n ryhmää vetävä *Päivi Ekman* sanoo. Näin työpaikan



– Ohjelma on tehty tarkoituksella sen verran väljäksi, että jokaisella on kerrankin aikaa pysähtyä miettimään itseään ja työtään. Työelämän asiantuntija *Päivi Ekmanin* mukaan jo ymmärrys omasta itsestä, asenteesta ja muutosten syistä auttaa pärjäämään jatkossa.

Kuka pääsee Aslakiin?

– Tyypillisesti kurssilainen on 40–57-vuotias, mutta ikäraja on liukuva. Työvuosia kuntoutujalla pitää olla sekä takana että edessä, kertoo *Päivi Ekman* Petreasta.

Jonkinlainen uhka työkyvyn alenemiselle pitää olla.

– Nykyisin uhka on yhä useammin henkisen jaksamisen alueella. Usein kurssilainen kärsii myös selkä-, niska- tai hartiavaivoista.

– Hakemukseen tarvitaan lääkärin B-lausunto. Viime kädessä Kela kuitenkin päättää, kuka Aslakiin pääsee.

Milloin Aslakiin haetaan?

SMKJ on hakenut Kelalta kahta Aslak-kurssia ensi vuodelle. Jos Kela myöntää kurssit, niistä ilmoitetaan nettisivuilla ja lehdessä. Kurssit ovat suosittuja, joten kannattaa toimia nopeasti.

Aslak = Ammatillisesti syvennetty lääketieteellinen kuntoutus



– Keski-ikäinen, jos tarvitset draivia työhön ja kärsit pienistä kremoista, hae Aslakiin, kehottavat Sirpa (vas.), Jari, Mari ja Ari.
– Sopii erityisesti korvaamattomille ihmisille, lisää Ari.

edustajat sidotaan mukaan kuntoutukseen, sillä kyse on myös työn kehittämistä. Samalla kumotaan mielikuvia kylpemis- ja rentoutumisviikoista.

Päivi Ekman rohkaisee ihmisiä puuttumaan työn järjestelyihin ja etsimään uusia ratkaisuja. Hän myöntää, että työntekijän vaikutusmahdollisuudet ovat rajalliset. Pattitilanteessa apuun on haettava työterveyshuoltoa. Aina sekään ei auta.

Yt-myllerryksessä Aslak-ryhmästä voi olla suuri hyöty. Sen Päivi Ekman on nähnyt, kun veti ryhmää, jonka osallistujat lukivat lehdestä työpaikkansa lopettamisesta.

Vertaistukea, salaattia ja pallojumppaa

SMKJlaisissa on monta yksinään työskentelevää, joille ryhmässä mukana oleminen on erityisen antoisaa. Ekmanin mukaan kurssien jälkeen monen kommentti on ollutkin:

– Parasta oli meidän ryhmä.

Vertaistuki ja toisten kokemukset auttavat löytämään uusia näkökulmia. Oivalluksiakin syntyy.

– Olen huomannut, että eihän minulla asiat niin huonosti olekaan, toteaa Jari.

– Olen saanut muilta hyviä vinkkejä, joita voin soveltaa omassa työssäni, sanoo Sirpa.

– Nyt tiedän, mitä pallolla voi tehdä, sanoo Ari, jonka kotona pyörii kolme jumppapalloa. Muu porukka vielä huutelee, että mies kehuu syöneensä Petreassa enemmän salaattia, kuin koskaan ennen.

Keskeistä työn ja jaksamisen pohdinta

Aslak todistetusti tuottaa tuloksia. Eri-tyyseen tehokkaiksi apuvälineiksi työkyvyn kohentamisessa ovat osoittautuneet yksilölliset kuntoutustavoitteet ja suunnitelma niiden toteuttamiseksi.

Työn henkisen kuormituksen lisääntyminen on vaikuttanut Kelan tukeman kuntoutuksen sisältöön. Aiemmin liikuntapainotteinen kurssi keskittyy nyt työssäjaksamisen keinojen etsimiseen ja hallintaan.

Kolmasosa kurssista käytetään työhön liittyviin, ammatillisten asioiden pohdintaan. Keskeinen teema on työn muutos.

Toinen kolmasosa on omistettu työssäjaksamiselle ja työhyvinvoinnille. Aiheita käsitellään psykologin johdolla.

Liian vähän liikuntaa

Liikunnalle ja terveyden edistämiseen liittyville asioille jää ohjelmassa yksi kolmasosa. Kurssilaisen fyysinen kunto testataan sekä kurssin alussa että lopussa. Liikunta on painottunut harjoitteisiin, jotka kurssilaiset pystyvät ottamaan osaksi normaalia arkeaan.

Liikuntatuokioita on päivässä 1–2, eikä aina sitäkään. Siitä löytyykin SMKJ:n porukan mielestä kurssin heikko kohta. Omalla ajalla voi kyllä käyttää Petrean kuntosalia ja ohjattuakin liikuntaa löytyy. Pyöräilyä, Niantanssia ja uintia on jo kokeiltu. Ja jos talo ei tarjoa toimintaa, tämä joukkue kyllä keksii tekemistä, vaikkapa viettää iltaa kesäteatterissa Matti ja Teppo-musikaalin parissa. |



Miten Marille kävi?

myynti & markkinointi-lehdessä numero 2/2014 tämän lehden taitosta vastaava Mari Niemi kertoi kokemuksistaan 1.askel-hyvinvointijaksolta. Lue SMKJ:n blogista, mitä seurantajakso sisälsi ja mitä testitulokset kertoivat. blogi.smkj.fi

Työhyvinvointia SMKJ:n tuella

Aslak-kurssien lisäksi sinulla on SMKJ:n jäsenenä mahdollisuus hakea monenlaisen työkykyä ja työhyvinvointia edistävään toimintaan.

Kaikista kursseista ja työhyvinvointiin liittyvistä asioista saat lisätietoja SMKJ:ssa Heidi Sarenilta. Hänelle voit antaa palautetta ja vinkkejä sekä kertoa omat toiveesi työhyvinvointia edistävistä toimista. Heidän tavoittaa sähköpostilla osoitteesta heidi.saren@smkj.fi ja puhelimitse numerosta 020 122 4403.

Kaikista kursseista ja kuntoutuksista saat tietoa SMKJ:n nettisivuilta työhyvinvointiosioista: www.smkj.fi. fi > Työ ja ura > Työhyvinvointi. Sieltä löydät aina kulloinkin tarjolla olevat vaihtoehdot.

Tyk-kuntoutus

Tyk-kuntoutus on tarkoitettu henkilöille, joiden työkyky ja ansiomahdollisuudet ovat sairauden, vian tai vamman vuoksi olennaisesti heikentyneet tai joilla on työkyvyttömyyden uhka lähivuosina. Kuntoutus on Kelan järjestämää.

Tänä syksynä SMKJ:n jäsenille on tarjolla Tyk-kuntoutusta Rokualla, joka sijaitsee Oulun ja Kajaanin välimaastossa. Kurssi alkaa 17.11. Kannattaa toimia nopeasti. Kurssi täyttyy sitä mukaa, kun kriteerit täyttäviä hakijoita ilmaantuu.

Myynnin ammattilaisten merkkihuolto

Kuntokurssi, joka on räätälöity SMKJ:n jäsenille. Tämän syksyn kurssi pidetään Herttuan Kuntoutuskeskuksessa Kerimäellä 23.9.–26.9. ja siihen liittyvä treffijakso on 21.1.–23.1.2015. Viimehetken paikkoja voit kysellä Heidi Sarenilta.

1. askel -hyvinvointijaksoja itselle tai koko perheelle

Aiemmin oli tarjolla kuntoremontteja. Nyt tilalla on 1.askel-työhyvinvointijaksot. Työikäisten aikuisten jaksojen tavoitteena on tukea elämänhallintaa, työssäjaksamista sekä terveyttä ja toimintakykyä.

Lapsiperheille tarkoitetut jaksot ovat ryhmämuotoisia, liikuntapainotteisia ja virikkeellisiä. Ne tarjoavat lapsille ja aikuisille mahdollisuuden virikkeelliseen yhdessäoloon ja uusien harrastusten löytämiseen.

Osallistumisesta maksetaan vain omavastuu. Kurssien järjestäjänä on palkansaaajajärjestöjen yhteinen työhyvinvointiin keskittyvä organisaatio PHT. 1.askel-työhyvinvointijaksoja järjestetään ympäri Suomea lähes 30 eri kohteessa.

Hakemuksen ja lisätietoja löydät PHT:n nettisivuilta www.pht.fi

Opas markkinoiden valloitukseen

Mielipidejohtajaa kuunnellaan ja siteerataan. Mielipidejohtajuus on myös itseään ruokkiva kehä: mitä enemmän olet esillä, sitä enemmän asiantuntijuutesi vahvistuu yleisön silmissä. Mielipidejohtajaksi ei tulla kuitenkaan yhdessä yössä, vaan se vaatii järjestelmällistä työtä asian hyväksi.

Kaiken perusta on näkemys. Näkemys syntyy, kun seuraa alansa kehitystä ja paneutuu siihen, millaisten ongelmien kanssa asiakkaat kamppailevat nyt ja tulevaisuudessa.

Vahvan näkemyksen lisäksi siitä pitää osata viestiä. Viestimisen tueksi tarvitaan selkeä suunnitelma mittareineen. Monelta yritykseltä unohtuu kokonaan sisäinen markkinointi tai se tehdään puolihuolimattomasti. Sillä on kuitenkin tärkeä rooli, sillä sisäisen markkinoinnin avulla varmistetaan, että tiimi käyttää energiansa yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Tiedon ja tahdon levittämiseen on panostettava tietoisesti.

Kirjassa puhutaan paljon sisältömarkkinoinnista. Maistiaisten antaminen omasta osaamisesta on tehokkaampaa kuin oman erinomaisuuden huutaminen jokaiseen kanavaan. Kirjoittajat muistuttavat, että yritysten välisessä kaupankäynnissä myynti on yleensä suorassa suhteessa asiakkaiden kanssa vietettyyn aikaan: jos tulet puskista, kauppa ei välttämättä synny. Kouluttaminen, erilaiset tietoisuudet ja innostavat sisällöt ovat tapoja antaa asiakkaalle aikaasi. Niiden kautta asiakas tutustuu sinuun ja ajatuksiisi ja luodaan pohja luottamukselle.

Blogi on yksi hyvä kanava oman osaamisen markkinointiin. Sen avulla voi tuottaa konkreettista hyötyä esimerkiksi kertomalla tapauksista, joissa asiakas löysi ongelmaansa ratkaisun, tai tarjoamalla vinkkilistojäseniä asiakkaan tarpeisiin.

Olivatpa valitsemasi kanavat mitkä tahansa, käytännön toteutusta varten kannattaa tehdä sisältösuunnitelma. Siitä selviää mitä ollaan tekemässä, kenelle, millä tavoitteilla, resursseilla ja aikataululla.

Kirjassa on paljon konkreettisia kysymyslistoja ja esimerkkejä, jotka tuovat asiat käytännön tasolle ja auttavat matkalla mielipidejohtajaksi.



**Jarkko Kurvinen,
Lauri Sipilä:
Mielipidejohtaja
Talentum, 2014**

Hio brändiäsi



**Petri Uusitalo:
Brändi & Business
Mainostajien Liitto,
2014**

Brändi & Business -kirja kannustaa tekemään brändin rakentamisesta samanlaisen kansallisen leipälajin kuin koneenrakennus ja koodaaminen, mikäli haluamme pärjätä kovenevassa kansainvälisessä kilpailussa. Brändin rakentaminen lähtee kolmesta osatekijästä.

Perustan brändille luo arvon tuottaminen. Arvoa ei kuitenkaan huomata, ellei siitä kommunikoida asiakkaille. Kolmas tekijä on arvon kotiuttaminen, jolla tarkoitetaan sopivan ansainta- ja hinnoittelumallin luomista.

Uusitalo esittää myös mallin brändi vahvistamiseksi. Sen avulla määritellään brändin nykytila, tehdään toimenpidesuunnitelma ja toteutetaan toimenpiteet niin arvon tuottamisen, arvoista viestimisen kuin arvon kotiuttamisen osalta.

Perkele, kiukkukin on tunne



**Mikael Saarinen,
Pauli Aalto-Setälä:
Perkele! – Tunneosaamisen oppikirja esimiehille (myös e-kirjana)
Talentum 2013**

”Ei nyt sekoiteta tähän mitään tunteita”, sanoi esimies. Tunteet ovat kuitenkin aina mukana kaikessa, missä ihmiset toimivat. Tunteita voi kuitenkin oppia käsittelemään. Se ei ole vain synnynäinen ominaisuus. Tunneosaamisella tarkoitetaan tunteiden havainnoimiseen ja säätelyyn liittyviä taitoja.

Kirja auttaa esimiestä tunnetaitojen oppimisessa. Lukujen lopussa esitetään lukijalle pohdittavaksi haastavia tilanteita, tapauksia, joilla omaa toimintaansa voi testata.

Saratoga Instituutti tutki vuonna 2005 yhteensä 60 000 amerikkalaisen työntekijän erohaastattelun. Tulos oli karu. Huono pomo oli ylivoimaisesti tärkein lähdön syy. Esimiesten on siis aihetta opiskella tunnetaitoja.

Jokainen pallo on uusi mahdollisuus

Golf on mielenkiintoinen peli. Se on fyysinen laji, sillä pelikierroksen aikana tulee käveltyä helposti kymmenenkin kilometriä. Samalla henkisen puolen pitää kuitenkin olla menossa mukana.

Golf opettaa nöyryyttä ja mielen tyyneyttä. Jokaiseen lyöntiin täytyy keskittyä ja voittaa itsensä. Onnistuminen on harvoin muusta kuin itsestä kiinni, sillä olosuhteet ovat kaikille samat. Haastavimmat olosuhteet olen kokenut Tanskassa, missä pelasimme hyvin tuulisella säällä ja jouduimme etsiskelemään pallojamme 30 cm:n kanervikosta.

Aloitin pelaamisen 1990-luvun puolivälissä, kun työpaikan golfklubi järjesti green card -kurssin. Olen taapertanut yrityksen ja erehdyksen kautta, mutta onneksi jokainen pallo on uusi mahdollisuus.

Golf on hyvää vastapainoa kiinteistönvälittäjän työlle. Pelatessa ei voi vastata puhelimeen, vaan olet muutaman tunnin täysin muissa maisemissa. Pään tuulettaminen tekee hyvää.

Laji opettaa strategista ajattelua. Joka lyönnin kohdalla pitää miettiä, mitä siitä seuraa. Lisäksi sosiaalinen puoli on oma lukunsa. Pelaa joskus myös asiakkaiden kanssa.

Kierros kierretään neljän hengen ryhmissä, joten pelikavereiksi voi saada tuntemattomia, jos lähtee kierrokselle yksin. Kun tapaan uusia ihmisiä, pelin kautta tutustun nopeasti heidän persoonaansa. Jotkut ovat stoalaisen tyyniä, vaikka lyövät pallon metsään. Toisilla se käy kunnian päälle.

Eräs pro neuvoi kerran, että pelaamaan pitäisi lähteä joka kerta kisamielellä. Jos lähtee vain lätkimään palloa, se ei ole kovin mielekästä. Kisaan ystävättären kanssa. Kesän lopussa katsomme, kumpi voitti useamman kierroksen. Häviöjä ostaa samppanjapullon, joka tosin juodaan yhdessä.

Myös mieheni pelaa golfia, ja kilpailemme joka kesä tuttavapariskunnan kanssa. Olemme hankkineet kiertopalkinnoksi ison pytyn, johon kaiverretaan joka vuosi voittaja. Jäin kesällä eläkkeelle, joten golfiakin tulee varmasti pelattua enemmän. Pyttyyn mahtuu vielä ainakin kymmenen vuoden nimet |

Eija Lilja, 64, jäi kesällä eläkkeelle toimittuaan 27 vuotta Huoneistokeskuksen kiinteistönvälittäjänä.



Valaise työhuoneesi

Syysiltojen pimetessä on syytä kiinnittää huomiota työtilojen valaisuun. Työhuoneen oikealla valaistuksella on iso merkitys omaan vireystilaan ja työtehoon.

Työhuoneen valaistus koostuu epäsuorasta yleisvalaistuksesta ja työtason kohdevalaistuksesta. Epäsuorassa yleisvalaistuksessa valo jakautuu tasaisesti katon ja seinien kautta huoneeseen. Kohdevalaisimena taas perinteisesti käytetään nivellettyä pöytävalaisinta.

– Mikäli työtilassa tehdään pitkiä päiviä, on yleisvalaistukseen panostaminen tärkeää. Jos ympärillä on pimeää tietokoneen näyttöruudun hehkuessa kirkkaana, silmät väsyvät nopeasti. Satunnaisessa työskentelyssä tällä ei ole niin suurta merkitystä, sanoo sisustusarkkitehti *Tanja Mytsak-Inkinen* Avico Oy:stä.

Paras paikka tietokoneelle on työhuoneen ikkunaseinän viereinen seinä. Valaistuksessa tulee huomioida, ettei näytölle synny häiritseviä heijastuksia ikkunasta tai muista valonlähteistä. Oikea suunta työskentelyvalaistuksen sijoittamisessa on oikeakätisille ylävasemmalta ja vasenkätisille yläoikealta kohdistuva valo.

Pöytälamppuissa viimeisintä muotia ovat tällä hetkellä kupariset lamput sekä 60-luvun retrotyyli, josta markkinoilta löytyy laaja valikoima. Mytsak-Inkinen kuitenkin suosittelee ennemmin hankkimaan ajattoman ja laadukkaan valaisimen, jolla on näin ollen pitkä käyttöikä. Varmimmat värisävyt ovat musta tai valkoinen.

Työtilojen loisteputkivalaisimien rinnalle suosioon ovat nousseet kustannustehokkaat led-valot, joiden tekniikka ja laatu parantuvat vuosi vuodelta. Himmeällä led-valolla ei kuitenkaan voi vanhoja lamppeja korvata, joten on tärkeä tarkistaa, että esimerkiksi lampun värintoistokyky ja tehokkuus ovat hyvät.

– Parhaimmillaan ihmisen silmät toimivat päivänvalossa, joka on kylmää, sinertävää valoa. Mitä lähempänä päivänvaloa valon sävy on, sen piristävämpi se myös on. Kotona taas tavallisesti halutaan rauhoittua ja siksi lämpimämpi valaistus toimii sinne parhaiten, Mytsak-Inkinen opastaa.

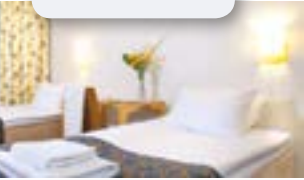
Vaikka toimisto sijaitsisi kotona, kannattaa sen valaistus rakentaa sinisen päivänvalon ympärille. Lämmintä ja kylmää valoa ei tule samassa huoneessa käyttää sekaisin.

– Myös ikä vaikuttaa valaistuksen tarpeeseen. Ikääntyessä silmät eivät käsittele valoa samalla tavoin kuin nuorena, jolloin kirkkaamman ja tehokkaamman valon tarve lisääntyy, Mytsak-Inkinen huomauttaa. |





KOTI MATKALLASI






• 1 hh alk. 49 €/vrk • 2 hh alk. 59 €/vrk
• Tervetuloa!

Kodikas Hotelli AVA sijaitsee rauhallisessa ympäristössä Helsingin Vallilassa. Hotellista on sujuvat yhteydet mm. ydinkeskustaan, Helsinki-Vantaan lentoasemalle ja Messukeskukseen. Viihtyisissä huoneissamme on langaton internet-yhteys, modernit taulutelevisiot elokuva-kanavineen, suihkut ja osassa huoneista on jopa oma keittiö. Tyylikkäissä saunatiloissamme rentoudut päivän päätteeksi. Tarjoamme asiakkaillemme myös ilmaiset parkkipaikat.

HOTELLI AVA | Karstulantie 6, 00550 HELSINKI | puh. 09 774 751 | fax 09 730 090 | varaukset@ava.fi | www.ava.fi



Park Alandia Hotell Maarianhaminassa aivan keskustassa 79 huonetta, suosittu ravintola, pubi sekä kokoustilat.



Myyntimies-paketti
81 euroa

- ✓ C More kanavat
- ✓ näytellyttilat ilmaiseksi
- ✓ Ilmainen Wi fi
- ✓ ilmaiset parkkipaikat

Hotelli on hyvä lähtökohta useisiin tapahtumiin esim. museot, golf, luonto, kaupat. Kesällä on ulkoterasi pubin yhteydessä.

Puh: 018-14130, fax: 018-17130
Norra Esplanadgatan 3, 22100 Mariehamn

E-mail: parkhotel@vikingline.com
www.parkalandiahotel.com

Terve-tuloa!

Saaristomaisemissa

Myyntimies-paketti
95,-

Sis. majoituksen, päivällisen sekä aamiaisen. Puolison majoitus veloituksetta. Vain SMKJ:n kortilla. Runsaasti parkkitilaa autoille hotellin edustalla. Hotellin yhteydessä keilahalli ja pesula. Ilmainen wlan-yhteys ja kuntosal.

Bowling Aquarius

AQUARIUS
ENEMMÄN KUIN HOTELLI

Uusikaupunki, p. (02) 8413 123, www.hotelliaquarius.fi

CASTELLO
-herkutteluun...

Satakunnan sydämessä

Myyntimies-paketti
79,-

Sis majoituksen, saunan, aamiaisen ja päivällisen tai puolison majoituksen. Sauna, uima-allas ja kuntolutila. Curling ja keilahalli välittömässä läheisyydessä.

Hotelli Iittinenharju

HARJAVALTA p. (02) 5311 600
www.hotellihiittenharju.fi

CASTELLO
-herkutteluun...



TERVETULOA TAMPEREEN PARHAASEEN HOTELLIIN!*

SMKJ:n jäsenille päivän huonehinnasta -12% koko vuoden 2014.

Varaukset: 03-339 8000 tai scandichotels.fi/tamperestation
Varaustunnus: D000004165
*Tripadvisor travelers' choice® winner 2014

Ratapihankatu 37
33100 Tampere

Scandic
TAMPERE STATION



Virkistävää kokous IMATRAN KYLPYLÄSSÄ!

Täällä odotuksesi täytetään runsailla buffet-aterioilla ja virkistytymisellä Kylpylä Taikametsässä ja kuntosalilla. Kysy myös kokouspakettia!

MYYNNTIMIES-PAKETTI
SMKJ:n jäsenille

80€
alk. 1 hh/vrk (sport-huone)

Imatra
Kylpylä - Spa

Myyntipalvelu puh. 020 7100 502
www.imatrankylpyla.fi

Lankapuhelimesta 8,35 snt/puhelu + 7,02 snt/min, matkapuhelimesta 8,35 snt/puhelu + 17,17 snt/min. Sis. alv 24%



1 vrk saunallisessa yksiosässä 1 hengelle

90€

pidemmät majoitukset sopimuksen mukaan

SMKJ:n jäsenille majoitushinnoista -20% loppuvuoden hinnoista (varaus suoraan hotellille). Tilauksesta myös aamiais-tarvikkeet valmiiksi huoneistoosi.

POHJANMAAN HUIPULLA!

Majoitu mukavasti uudessa huoneisto-hotellissa Lapuan Simpsionvuoren laella, keskellä Pohjanmaata. Huoneistoissa olo-/mh, kph, keittiö, sauna + parveke.

Varaa netissä!

Kokous-, koulutus-, Tyky- ja virkistyspäivät.
Kysy tarjous!

SIMPSION KULLAS
HOTEL - RESTAURANT

Laatua Simpsionvuoren laella

www.simpсионkullas.fi
info@simpсионkullas.fi
Puh. 06 433 8560

Viihdy Rauhalahdessa

UUDISTETUT HOTELLIHUONEET JA KOKOUSTILAT. TULE TUTUSTUMAAN!

Tarjous SMKJ:n jäsenille 99 e / vrk

Hintaan sisältyy 1-hengen huone tai 32 m² huoneisto huoneistohotellissa, aamiainen, päivällinen, kylpylä, kuntosali, tanssit, savusauna ti perinneillassa.

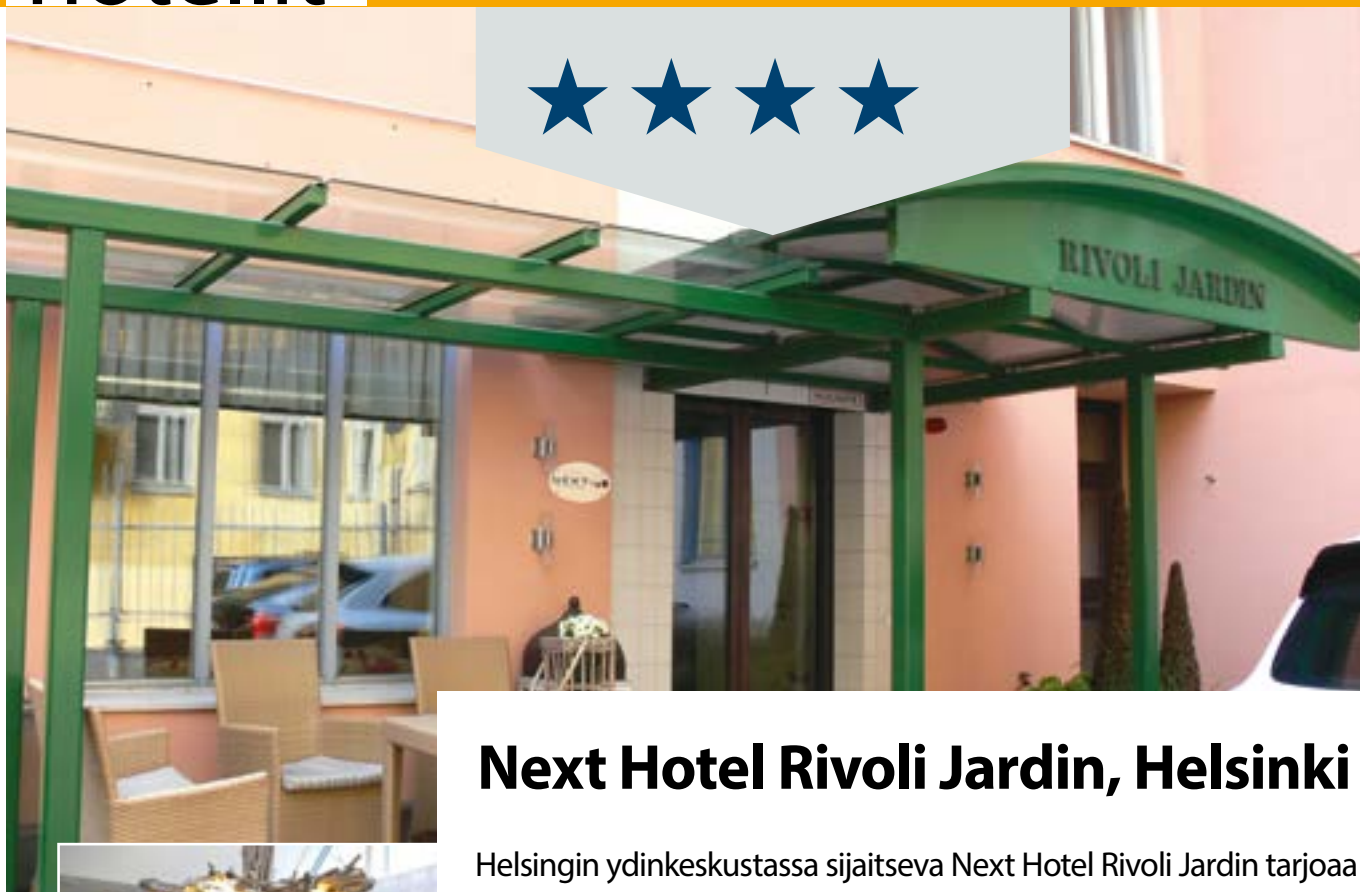
KYLPYLÄ HOTELLI RAUHALAHTI

Katiskaniementie 8 70700 KUOPIO
www.rauhalahti.fi puh. 030 608 30

Katso ravintolan ohjelma oheisen QR-koodin kautta.

Puh. hinta: Lankap. 0,032 e/min. + 0,0835 e/puh. Matkap. 0,19 e/min.





Next Hotel Rivoli Jardin, Helsinki

Helsingin ydinkeskustassa sijaitseva Next Hotel Rivoli Jardin tarjoaa majoittujille kauniita yksityiskohtia ja yksilöllistä palvelua. Kysymyksiimme vastasi Next Hotels -ketjun hallituksen puheenjohtaja, sosiaalineuvos *Markku Savijärvi*.



Markku Savijärvi

Miksi Helsingissä yöpyvän kannattaa valita teidän hotellinne?

Sijaintimme Kasarmikadulla on aivan erinomainen: Jardin sijaitsee vain korttelin päässä Helsingin kauneimmista kävely- ja ostoskaduista, Esplanadeista, ja vain kivenheiton päässä Kauppatorista. Siitä huolimatta hotelli on rauhallisella paikalla sisäpihalla. Olemme pieni, yksityinen hotelli, joten pystymme ottamaan hyvin asiakkaan toiveet huomioon.

Meillä on paljon kanta-asiakkaita ja tunnemme heidät pitkältä ajalta. Joskus asiakas tulee aina esimerkiksi tietyn tapahtuman ajaksi. Kun kanta-asiakas lähtee, saatamme muistuttaa häntä, että tehdäänkö varaus jo seuraavaa kertaa varten. Erkki Toivasella oli hotellissa jopa oma kaappi, jossa hän sai säilyttää tavaroitaan.

Miten erottauduttu muista?

Toimintaamme leimaa virkistävä poikkeus. Se tarkoittaa paitsi hieman erilaista, persoonallista sisustusta, myös yksilöllisyyttä asiakkaiden toiveiden kautta. Pelkillä tiloilla ei pärjää, ellei palvelukonsepti ole kunnossa.

Elegantisti ehostettujen hotellihuoneiden lisäksi hotellissa on tyylikäs suite, jossa on sauna. Suiten parvekkeelta avautuu upeat näkymät yli Helsingin kattojen.

Meillä on myös kalustettuja huoneistoja pitkäaikaismajoitukseen. Ne tarjoavat helpon vaihtoehdon niin projektimajoitukselle kuin ulkomailta siirtyville perheille ja eri alojen johtajille ja asiantuntijoille.

Millaiset ovat pysäköintimahdollisuudet?

Hotellin vieressä on Carparkin Kasarmitorin parkkihalli. 400-paikkaisesta parkkihallista löytyy myös autonpesupalvelut. Next Hotel Jardinin asiakkaat saavat 20 %:n alennuksen pysäköinnistä parkkihallissa.

Miten teillä voi rentoutua työpäivän jälkeen?

Meillä on upea aamiainen, jonka voi nauttia kodikkaassa viherhuoneessa. Saunassa saa makeat löylyt ja kuntohuoneessa on mm. juoksumatto ja crosstrainer. Keskeinen sijainti tarjoaa lukemattomia mahdollisuuksia rentoutumiseen ja vastaanoton henkilökunta auttaa mielellään eri vaihtoehtojen etsimisessä.



Yrittäjyys on voimavara

Työelämän rakennemuutoksessa työn teon tavat ja mallit monimuotoistuvat ja monet erityisosaamista hankkineet asiantuntijat toimivat yrittäjinä ja työllistävät siten itsensä. Yksi tällainen ryhmä on SMKJ:läiset myynnin ja markkinoinnin yrittäjät, joita on tällä hetkellä noin 1 600.

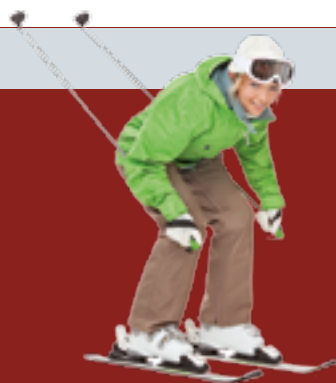
Muutenkin liikkuminen työn tekemisen eri muotojen välillä on tätä päivää. Palkkatyöstä voidaan siirtyä yrittäjäksi tai ammatinharjoittajaksi ja päinvastoin. Ja yrittäjämäisen toimintatavan soisi kuuluvan moneen muuhunkin ammattiin kuin liikkuvaan myyntityöhön.

Joskus jäsenellemme syntyy ongelmia tilanteissa, joissa hän on ollut Myynnin ja markkinoinnin ammattilaisten työttömyyskassan jäsen, mutta on kuitenkin toiminut yrittäjänä – mahdollisesti jo pitempäänkin. Päämiehen konkurssin yhteydessä, edustussuhteen päättyessä tai oman yritystoiminnan loppuessa muusta syystä, ei työttömyyspäivärahan maksu palkansaajakassasta ole lain mukaan mahdollista, jos jäsen todetaan työvoimaviranomaisen päätöksellä yrittäjäksi.

Tästä syystä yrittäjäjäsenen on erityisen tärkeää päivittää oma jäsenstatuksensa liittoon välittömästi, kun muutoksia tulee puoleen tai toiseen. SMKJ ei voi tarjota yrittäjäjäsenilleen työttömyysturvaa. Se on hankittava yrittäjille tarkoitusta työttömyyskassasta. Vaikka yksin- tai pienyrittäjän asema voi monilla tavoin muistuttaa työsuhdetta, on yrittäjän turvaverkko kuitenkin edelleen merkittävästi palkansaajaa huonompi. Esimerkiksi työ- ja loma-ajoista sekä eläke- ja sosiaaliturvasta täytyy pitää huoli itse – usein rajallisten mahdollisuuksien mukaan.

Myynnin ja markkinoinnin yrittäjät toimivat liiton jäsenistä koostuvana verkostona. Yrittäjäjäsenemme voivat hyödyntää liiton tuottamia palveluita aivan kuten palkansaajajäsenemme, lukuun ottamatta edellä mainitsemiani liiton työttömyyskassan palveluita. Liiton tuoreimman yrittäjätutkimuksen mukaan erityisesti lakipalveluita ja sopimusneuvontaa arvostetaan suuresti. Liitto toimii lisäksi aktiivisesti Akavan ammatinharjoittajien ja yrittäjien verkostossa sekä Ayt-kassan hallinnossa.

Yrittäjän Päivä 5.9. on myös Mainion päivä. Ja näin mainion päivän aikaan sopii toivoa, että pienten yritysten merkitys tärkeänä voimavarana yhteiskunnassa muistettaisiin laajemmin, muutenkin kuin juhlapuheissa. Laskusuhdanteessa pienyritykset ovat usein niitä, jotka joutuvat nopeimmin joustamaan. Toisaalta ne ovat ensimmäisten joukossa valmiita riskinottoon, kun ajat paranevat. |



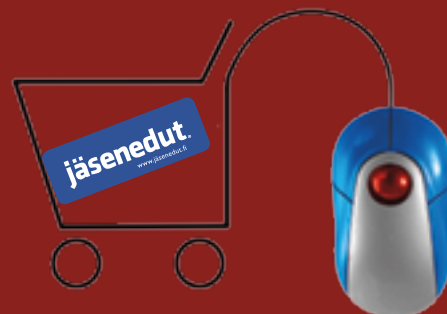
Suosituimmat SMKJ:n mökkilomaviikot ovat varattavissa nyt! Katso lisää s. 44



Kesä oli erilaisia, mukavia SMKJ-tapahtuma pullollaan. Raumalla muun muassa heitettiin keihästä.

Sivu 46

jäsensivut >



Jäsenedut.fi > nyt ostoksille!

MÖKKIHAKU

vuoden 2015 lomaviikoille
käynnistyy 8.9.2014

SMKJ:n lomahuoneistojen ensi vuoden
sesonkiviikkojen haku on käynnissä
8.–21.9.2014. Haussa ovat lomaviikot tulevalle
ykkösesogille. Haettavat viikot vuonna 2015
ovat 1, 8–15 ja 52–53 pohjoisen kohteissa sekä
viikot 23–32 Meri-Teijossa. Hakulomakkeen
voit täyttää netissä: www.levirakka.fi ->
hakulomake.

■ Loma-aika alkaa varausjakson ensimmäisenä päivänä klo 14.00 ja päättyy varausjakson viimeisenä päivänä klo 12.00. Huoneiston vuokra ei sisällä siivouspalveluita, vaan huoneisto on siivottava itse ennen lähtöä.

Varaus laskutetaan kahdessa erässä. Varausmaksun suuruus on 1/3 koko laskun loppusummasta ja se erääntyy maksettavaksi kaksi viikkoa varauksen tekemisestä. Loppulasku lähetetään erikseen ja se erääntyy noin kuukautta ennen loman alkua.

Infopaketti avaimineen lähetetään postitse kaksi viikkoa ennen varausjakson alkua.

Huoneistojen varustelutaso

Huoneistot on hyvin varustettuja. Kaikissa huoneistoissa on oma sauna ja tulisija. Huoneistoissa on TV, DVD tai Blu-ray, pyykin- ja astianpesukone, mikro, jääkaappipakastin, liesi sekä kaikki astiat sekä ruokailuun että ruoan valmistukseen. Takkapuut sisältyvät huoneiston vuokrahintaan. Huoneistoissa on peitot ja tyynyt. Liinavaatteet täytyy tuoda itse, ne eivät kuulu varustukseen.

Hissi- ja kylpyläkortit

Pohjoisen kohteissa (Levi, Ruka, Ylläs ja Tahko) huoneistojen vuokrahintaan sisältyy lumikaudella kaksi hissikorttia. Tahkon huoneistoissa on hissikorttien lisäksi myös kaksi kylpyläkorttia. Kylpyläkortit ovat voimassa ympärivuoden.

■ HUONEISTOT LEVILLÄ

Levin keskusta

Levi 3 huoneistot 3/11 ja 3/12 (32m² + parvi, 2+4 henkilöä, ei kotieläimiä)

Kelorakka

Rakkatuuli huoneistot 1 ja 2 (60 m² + parvi, 8 henkilöä, eläimet sallittu)
etäisyys keskustaan 800 m

Väilirakka

Paritalohuoneistot (50 m² + parvi, 5 henkilöä, eläimet sallittu)
E ja F rivitalohuoneistot (55 m² + parvi, 4+2 henkilöä, ei kotieläimiä)
II A rivitalohuoneistot (55 m² + parvi, 4+2 henkilöä, eläimet sallittu)
II B rivitalohuoneistot (55 m² + parvi, 4+2 henkilöä, ei kotieläimiä)
etäisyys keskustaan 2,5 km

Isorakka

Alapykälä 1 A paritalohuoneisto (84 m², 6+2 henkilöä, ei kotieläimiä)
etäisyys keskustaan 2,5 km

■ HUONEISTOT RUKALLA

Rukaköngäs 30 ja 33 (39 m², 3+2 henkilöä, eläimet sallittu)
Rukaköngäs 20 (39 m², 3+2 henkilöä, ei kotieläimiä)
Rukakuru 45 (50 m², 3+3 henkilöä, eläimet sallittu)
Rukapahta 4 (67 m², 6 henkilöä, eläimet sallittu)
Rukapahta 2 ja 3 (82 m², 8 henkilöä, ei kotieläimiä)
Huoneistoista on noin 800 metriä Rukakeskukseen.

■ HUONEISTO YLLÄKSELLÄ

Kunelinmäki (120 m², 8+2 henkilöä, eläimet sallittu)
Mökki sijaitsee Ylläsjärven tuntumassa, noin viiden kilometrin päässä Ylläksen laskettelukeskuksesta.

■ HUONEISTOT TAHKOLLA

Kultakoto A (82 m², 6+2 henkilöä, eläimet sallittu)
Kultakoto B (82 m², 6+2 henkilöä, ei kotieläimiä)
Kultakoto-paritalo sijaitsee noin 2 kilometrin päässä Tahkon keskustasta

Rinnetähti A ja B (90 m², 8+2 henkilöä, ei kotieläimiä)
Rinnetähti-paritalo sijaitsee Tahkon keskustassa, kylpylän lähellä

■ HUONEISTOT MERI-TEIJOSSA

Mökki 1 (51 m² + parvi, 6 henkilöä, eläimet sallittu)
Mökki 2 (37 m² + parvi, 3+2 henkilöä, eläimet sallittu)
Mökit 7 ja 8 (50 m², 4+2 henkilöä, ei kotieläimiä)
Mökit 9 ja 10 (50 m², 4+2 henkilöä, eläimet sallittu)
Mökit sijaitsevat merenrannan tuntumassa Kiikunmäentiellä ja ovat ympärivuotisessa käytössä. Tässä haussa haetaan kesän 2015 viikot 23–32, muut varausjaksot on vapaasti varattavissa.



Levirakka

Tarkemmat mökki- ja huoneistoesittelyt hinnastoineen löydät
nettisivuiltamme: www.levirakka.fi

Lisätiedusteluihin vastaa Sanna Saikkonen, KOy Levirakka,
puhelin 020 122 4412 tai sähköposti: levirakka@smkj.fi

SMKJ:n palvelut jäsenelle

Oikeusturva ja lakimiehet

Maksuton neuvonta työ- ja edustussopimusasioissa Myynnin ja markkinoinnin oikeusturva MOT Oy:stä, (03) 6484 240, www.mot.fi. Oikeusturvavakuutus kattaa jäsenyysaikana syntyneestä riidasta aiheutuneet työ- tai edustussuhdeoikeudenkäyntikulut MOT:n hoitamana 17 000 euroon saakka. Oikeusturvan käyttäminen edellyttää liiton etukäteispäätöstä.

Työttömyysurva

Ansiopäivärahan saannin edellytyksenä on mm., että olet ollut työttömyyskassan työssä oleva jäsen vähintään 34 viikkoa 28 kuukauden aikana. Lisätietoa: www.smkj.fi > Edut ja palvelut > Työttömyyskassa. Yrittäjäjäsen voi liittyä AYT-työttömyyskassaan, www.ayt.fi

Rekrytointipalvelut ja edustusväilytys

Target Headhunting Oy on henkilöstöpalveluihin erikoistunut yritys, joka tarjoaa SMKJ:n jäsenille suorahaun työtehtäviä ja nostetta työuralle sekä yrittäjäjäsenille edustusväilytystä. Kun haluat tietoa Targetin suorahaun työpaikoista, ota yhteyttä: www.targetheadhunting.fi

Koulutusta ja kehittymistä

Asiantuntevaa ammatillista koulutusta. Koulutustukea ja -neuvontaa.

myynti & markkinointi -ammattilehti

6 kertaa vuodessa ilmestyvä ammatillinen aikakauslehti. Nuorille tehdään youngsales.print -liite kerran vuodessa. eNews sähköpostikirje 8–10 kertaa vuodessa. Lehden näköisversiota voi lukea www.smkj.fi-sivulla olevan linkin kautta.

Edulliset lomat, www.levirakka.fi

Joka vuosi yli 2 100 lomaviikkoa Levillä, Rukalla, Ylläksellä ja Tahkolla sekä Meriteijossa. Haku lomaosakkeisiin syksyisin m&m-lehdessä olevalla lomakkeella tai netissä. Kysy vapaita viikkoja Sanna Saikkoselta, 020 122 4412, www.levirakka.fi

SMKJ:n kalenteri

Pohjolan vakuutukset

SMKJ on vakuuttanut enintään 68-vuotiaat jäsenensä. Vapaa-ajan tapaturmavakuutus korvaa tapaturman aiheuttamia hoitokuluja enintään 2 500 €. Vapaa-ajan matkustajavakuutus on voimassa enintään 45 vuorokautta yhtäjaksoisesti kestäville vapaa-ajan matkoilla. Vakuutettuina ovat myös mukana matkustavat alle 20-vuotiaat perheenjäsenet sekä alle 20-vuotiaat lapsenlapset.

Hoitoravaukseen sisältyy korvaus matkan peruuntumisesta tai keskeytymisestä sekä vainajan kotiinkuljetuksesta. Lisäksi sisältyy korvaus matkalta myöhästymisestä ja matkan odottamisesta sekä pahoinpitelyrikoksen aiheuttamasta henkilövahingosta.

Suomessa matkustajavakuutus on voimassa matkoilla, jotka tehdään vähintään 50 kilometrin etäisyydelle asunnosta, työpaikasta, opiskelupaikasta tai vapaa-ajan asunnosta. Jäsenkortti on myös matkustajavakuutuskortti.

SMKJ:n ottamaa perusturva voi täydentää edullisesti yksilöllisillä vakuutuksilla. Jäsenetujen lisäksi jäsen saa Pohjolan keskittämisedut. Mittaturvan vakuutuksissa saa hyviä jäsenalennuksia. Yksityiskäytössä olevan auton Super- ja Isokaskoon jäsen saa heti 60 % lähtöbonusta ja 1. vuoden alennusta 20 %.

Lisätietoja sivulta www.smkj.fi, OP-Pohjolan konttorista tai Pohjolan palvelunumerosta 0303 0303.



URAPALVELUT
www.smkj.fi > Työ ja ura

youngsales.fi

Edukseksi neuvotellut jäsenedut

Shellin, St1:n ja Nesteen edut

Uusia euroShell-yksityiskortteja ei enää myönnetä, nykyiset euroShell-kortit toimivat. St1 Focus -yrityskortilla alennusta 2,5 snt/l. Jäsenkortilla päivän käteisalennus St1:ltä tankatessa käteisellä tai pankkikortilla. St1 Visa-kortilla prosenttialennusta. Neste Oil Yksityiskortilla alennusta 2,5 snt/l. Neste Info 0800 196 196. Ei alennusta Neste Oil Express -asemilta. Katso tarkemmin www.smkj.fi.

Talentum-lehtitarjoukset

Tekniikka&Talous, Markkinointi&Mainonta ja Talouselämä jäsenetuhintaan. Katso www.smkj.fi

Hotelliedut

Varaa Cumulus-, Rantasipi- ja Holiday Inn-hotellit OnLine-varausjärjestelmästä www.hotellimaailma.fi

Viking Line -edut

Erikoishintaisia (koko hytti 2–4 henkilölle) Helsinki–Tukholma–Helsinki -risteilyjä (tuotetunnus FKKRY) Helsingistä Tallinnaan sekä miniristeilyjä Turusta su-peaamu sekä pe-ilta ja la. Varaukset www.vikingline.fi/risteilyvaraukset tai matkatointistasi.

Fonecta Finderin etu

Saat 100 Fonecta Finder -hakua (mm. puhelinnumerot, osoitteet, kartat) **maksutta** kuukausittain smkj.fi-palvelun banneria klikkaamalla tai pikalinkeistä. Kirjautu osioon jäsennumerosi.

Sanakirja.net-banneri SMKJ:n sivulla

Monikielinen sanakirja on ilmaiseksi käytössäsi, kun haluat.

Yritysten maksuhäiriöt puhelinpalvelusta ilmaiseksi

Intellia Oy tarjoaa SMKJ:n jäsenille ilmaiseksi suomalaisten yritysten julkiset maksuhäiriömerkintätiedot. Maksuhäiriömerkinnän tarkistaminen on helppoa ja vaivatonta: soita 0159 3341 ja saat tiedot. Ilmoita jäsennumerosi ja nimesi soittaessasi. Intellia tarjoaa lisäksi maksullista palvelua numerossa 0600 555 444, josta voi tarkistaa tarkemmin suomalaisten yritysten luottoluokitukset. Maksullisen palvelunumeron hinta on 1,90 € min+ppm/mpm. www.intellia.fi



Jäsenedut.fi:
Lukuisia rahanarvoisia jäsenetuja akavalaisille

Rekisteröidy käyttäjäksi ja hyödynnä etusi!

Esimerkiksi nämä tarjoukset jasenedut.fi-palvelun kautta:

Vattenfall tarjoaa sähköä kaikille opiskelijahintaan, tee sopimus Jäsenedut.fi-palvelussa. Kampanja on voimassa 16.9.2014 asti. Tekemällä sähkösopimuksen osallistut samalla Samsung Galaxy 4 Wifi -tabletin arvontaan (arvo 250 Euroa).

HifiStudio.fi antaa 10 prosentin alennuksen kaikista verkkokaupan kautta ostetuista tuotteista (myös jo alennetuista) koodilla JÄSENEDET. Tarjous on voimassa 30.9.2014 asti. Katso myös myymälöiden tarjoukset Jäsenedut.fi-palvelusta.

Reinokauppa.fi myy tennareita puoleen hintaan koodilla Akava50. Tarjous ei koske ruskearuutu- tai skottitennareita ja se on voimassa 30.9.2014 asti.

Lingonet.com tarjoaa kielikursseja ja myöntää 15 prosentin alennuksen kaikista verkkokaupan tuotteista koodilla jasenedut1. Tarjous on voimassa toistaiseksi.



SM-golf pelattiin Salossa

■ SMKJ:n SM-golfin mestarit saatiin jälleen selville. Wiurilassa 16.–17.7. käydyissä kisoissa SM-golf 2014 -mestariksi pelasi itsensä *Ilkka Jokinen* (kuvassa) komealla lyöntimäärällä 143. Ilkka Jokinen voitti myös miesten HCP-sarjan.

Naisten pb-sarjan voitti *Mirja Tuisku* ja miesten pb-sarjan *Hannu Hostio*. Joukkuemestariksi pelasi *Juha Tuohimaan*, *Rami Ruoholan* ja *Mirja Tuiskun* joukkue. Yhdistysten välisen kisan voitti PMMA.



Kesäkauden avajaiset Lahdessa

■ Päijät-Hämeen myynnin ja markkinoinnin ammatilaiset ry järjesti kesäkauden avajaiset kisailemalla tennismestaruudesta ja risteilemällä Aino-laivalla Vesijärvellä.

Tennismestaruuskilpailut pelattiin 24.5. ja harrastesarja oli siinä mielessä historiallinen, että mukaan saatiin myös ensimmäinen naispelaaja. Harrastesarjan voitto meni *Jukka Honkasalolle* (kuvassa).

Risteilyllä oli mukana viidenkymmenen myyntinaisen ja -miehen ryhmä. Kolmituntisen risteilyn aikana kierrettiin Lahden lähirantoja. Yhdistyksen puheenjohtaja *Sari Luomalahti* totesi tyytyväisenä, että mukana oli myös uusia jäseniä. Ohjelmassa oli ruokailu seisovasta pöydästä sekä arpajaiset.



Iloiset kesäpäivät Kokkolassa

■ SMKJ:n kesäpäiviä vietettiin 6.–8.6. Kahakka-teemalla. Ohjelmassa oli muun muassa perinteinen SM-karaoke ja opastettu kävelykierros Kokkolan vanhassa kaupungissa. Ohjelmallinen illallinen nautittiin kesäravintola Mustakarilla. Kesäpäivillä juhlittiin samalla Kokkolan yhdistyksen 80-vuotispäivää. Kuvassa Kokkolan mma:n iloista järjestäjäkaartia.



Motoristit Saimaalla

■ SMKJ:n Motoristipäivät 2014 järjestettiin 1.-3.8. Etelä-Karjalassa Saimaan rantoja kiertellen, tapahtumaan osallistui yli 40 motoristia ympäri Suomen.



Rikkaan rakkautta Karjalassa

■ Karjalan mma oli sankoin joukoin, 125 jäsentä seuralaisineen, Rikkaan rakkaus-kesäteatteriesityksessä Joensuussa 4.7.



Oulussa golfattiin...

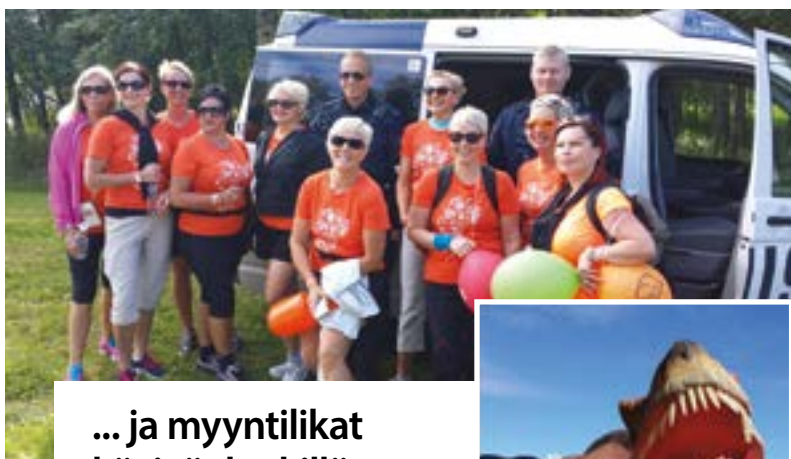
■ Oulun myyntimiesten paikalliset mestaruuskisat pelattiin 14.6. aurinkoisessa säässä. Kuvassa on parhaan lyöntipelituloksen ilman tasoituksia pelannut *Esa Karihtala* (oik). Vasemmalla Oulun myyntimiesten *Pasi Backman*.



Liikuntatapahtuma Raumalla

■ Rauman myynnin ja markkinoinnin ammattilaisten leikkimielisessä urheilu- ja liikuntatapahtumassa kisailtiin muun muassa pallonheitossa, pituushypyssä, saappaanheitossa ja turbokeihäänheitossa, joka olikin monelle aivan uusi laji. Perheen pienimmät pääsivät ponijajelulle.

Paikalla oli myös RMMA:n hallitus ja toimitsijoina Vasaraisten Iskun ja kyläyhdistyksen väkeä.



... ja myyntilikat kävivät lenkillä

■ 11 energistä myynti- ja markkinoitileidiä osallistui Likkojen Lenkille Oulussa.

– Matkan varrella tapasimme Oulun myyntimieht ry:n puheenjohtajan, jututimme yllättäen poliisimiehiä ja dinosauruskin teki tuttavuutta stadionilla. Lenkin jälkeen nautimme Juha-Tapion keikasta. Kolmatta kertaa osallistuimme. Tämä vaan on niin voimaannuttava ja energisoiva lenkki, kertoo *Marika Haapakoski* käsi dinosauruksen suussa.



"Ei se vuan jaksa sattoo"

Kuopiossa juhlittiin

■ Pohjois-Savon mm vietti 80-vuotisjuhlaansa 9.8. aurinkoisissa ja helteisissä tunnelmissa.

Juhlaväki risteili M/S Ukko-laivalla Alahovin viinitilalle. Ohjelmaan kuului muun muassa suppean oppimäärän kurssi savon kieleen. Illan päätteeksi pistettiin jalalla koreasti Rakkauden ammattilaisten tahtiin.





Jyväskylässä asuntomessuultiin...

■ Parikymmentä Keski-Suomen myynnin ja markkinoinnin ammattilaisista tutustui Jyväskylän asuntomessujen tarjontaan 28.7.

Yhteisen messupäivän aloitti puheenjohtaja *Seppo Mäkiranta* ohjeistamalla joukkonsa ja ohjaamalla kaikki osanottajat messuportista läpi. Seuraavana saatiin kuulla Jyväskylän kaupungin ja messuorganisaation esitykset liittyen rakentamisprojektiin ja muihin messujen yksityiskohtiin.

Esitysten jälkeen jokainen kiirehti laajan messualueen kohteisiin etsimään uusia ideoita kotiin vietäväksi.

... ja käytiin teatterissa vanhassa tehtaassa

■ Jyväskylässä entinen Kankaan paperitehdas on muuttumassa lähivuosina uudeksi asuntoalueeksi. Teatteri Eurooppa Neljä on asettunut alueelle ensimmäisten joukossa ja pitää kesäiset esityksensä vanhassa teollisuusmiljöössä.

Keski-Suomen myynnin ja markkinoinnin ammattilaisten 50 jäsentä valloitti katsomon 23.7. Puheenjohtajan tervetulosanojen jälkeen nähty esitys oli vauhdikas ja monia tuttuja rockesityksiä täynnä. Rengas vinkui ja kuumassa illassa taidokkaat tanssiesitykset saivat hien lentämään esiintyjiltä ja myös katsojilta.

Väliajan tarjoilu viilensi ja antoi voimia esityksen loppuun saakka.



AITOJA AMMATTILAISIA

En kuulunut mihinkään liittoon, mutta ajattelin, että työttömyyskassa ja lakipalvelut olisivat tärkeitä. Viime aikoina myös koulutukset ja muiden alan ammattilaisten kanssa verkottuminen on tullut tärkeämmäksi.

Suomessa ei luultavasti ole SMKJ:ta parempaa asiantuntijaa turvaamaan myyjän selustaa, neuvomaan uuden työpaikan hakemisessa ja palkasta sopimisessa!

VILLE HILTUNEN
ALUEPÄÄLLIKÖ

”SMKJ pitää huolta markkinoinnin ja myynnin ammattilaisista myös silloin, kun kollegat katoavat lopputilin takia.

Pariskunta halailee laivan
kenkälakannella. Laiva törmää
jäätoseen. Nainen pelastuu,
mies ei.

Meillä ehdit kuluttaa aikaa jonottamiseen vain sekunteja.

020202
Vastauksia nopeasti.

Jäsenedut yhdeltä luukulta

Ammattiliiton jäsenyys tuo rahanarvoisia etuja Jäsenedut-palvelun kautta.

Palvelua käyttämällä saat joukkovoiman edut itsellesi.

Ammattiliiton jäsenyys ei ole vain työelämän turvaa, tapaturmavakuutuksia ja satunnaisia lehtitilauksia. Akavalaisten ammattiliittojen jäsenille on tarjolla monipuolinen etusivusto Jäsenedut.fi, jonne on koottu kiinnostavia tarjouksia autonrenkaista matkailuun ja harrastusvälineistä hyvinvointiin yli 140 yritykseltä. Ruokaakin sivuston käyttäjät voivat tilata kotiovelle asti. Osa eduista on paikkakuntakohtaisia, osa valtakunnallisia.

Perinteisten ammattiliiton jäsenetujen, kuten lehtitilausten sekä polttoaine- ja vakuutuslennusten rinnalle etsitään ja löydetään koko ajan uusia etuja. Kun edut neuvotellaan keskitetysti 35 akavalaiselle liitolle, tarjolla olevat palvelut ja tarjoukset ovat käyttäjilleen edullisempia kuin jos jokainen ammattiliitto olisi neuvotellut edut yksinään.

– Ammattiliitot voivat keskittyä hoitamaan työsuhteeseen liittyviä asioita, pitämään huolta jäsentensä työehdoista ja antamaan tähän liittyvää neuvontaa, yhteyspäälikkö *Marja-Liisa Häkli* Jäsenedut-palvelua ylläpitävästä InMind Mediasta sanoo.

Tällä hetkellä palveluun on rekisteröitynyt noin 50 000 akavalaista. Määrää on varaa kasvattaa, sillä akavalaisia on lähes 590 000. Jäsenedut-palvelun piirissä ovat kaikki akavalaisten liittojen jäsenet opiskelijoita ja eläkeläisiä sekä heidän perheenjäseniään myöten.

Edut ovat jokaiselle samat joitain vakuutuksia lukuun ottamatta.

– Jäsenedut-palvelu pyörii mainosrahoituksella. Sen ylläpitoon ei käytetä senttiäkään jäsenmaksuja. Tämä on siis ylimääräinen jäsenetu, jota jokaisen jäsenen kannattaa hyödyntää. Mitä enemmän palvelua käytetään, sitä enemmän sinne saadaan myös uusia, entistä parempia tarjouksia.

Palvelun käyttäjät ovat siihen tyytyväisiä: 83 prosenttia suosittelee sitä ystävilleen.

Kilpailukykyisiä tarjouksia

Jokainen Jäsenedut-palvelun tarjous on räätälöity akavalaisten liittojen jäsenille. Sitä ei kuitenkaan voida taata, etteikö palvelussa mukana oleva yritys tarjoaisi vastaavaa etua myös muille asiakkailleen.

– Palvelu tai tuote on taatusti normaalihintaa edullisempi, mutta hintoja kannattaa aina vertailla, Marja-Liisa Häkli sanoo.

Hän kehottaa tutkimaan tarjoukset tarkkaan, sillä pieneltäkin näyttävä alennusprosentti voi lopulta tuottaa ison edun.

– Alennus saattaa nimittäin tulla koko ostoskorin loppusummasta ja jo alennetuista tuotteista. Siksi ei kannata tuijottaa pelkkää alennusprosenttia, vaan ostoksen loppusummaa.

Suosituimpia jäsenetuja ovat olleet etenkin matkailuun ja autoiluun liittyvät palvelut.

– Erityyppiset hotelli- ja loma-asumistarjoukset kiinnostavat selvästi jäseniä. Toinen suuri ryhmä ovat autoiluun liittyvät edut rengastarjouksista autonvuokraukseen ja kat-

sastuksiin. Myös sähkösopimuksia on hankittu palvelussa paljon. Vaateostoksille pääsee vaikka Sokoksen tai Zalandon kautta ja ruokaa voi tilata kotiovelle asti Ruokanetistä, Häkli sanoo.

Uusia etuja tulee palvelun piiriin kuukausittain. Etenkin liikuntaan liittyviä palveluja toivottaisiin lisää.

– Pääsääntöisesti hankin edut ottamalla yhteyttä kiinnostaviin yrityksiin ympäri Suomen. Joidenkin kanssa neuvotteluja käydään pitkäänkin ja mietitään yhdessä, minkälainen tarjouspaketti kiinnostaisi jäseniämme. Osa yrityksistä on suoraan yhteydessä minuun, Marja-Liisa Häkli kertoo.

Päivitetty tiedot ajankohtaisista, uusista palveluista löytyvät kuukausittain sähköpostitse lähettävästä uutiskirjeestä ja niitä voi tutkia myös Jäsenedut-sivustolta. Osa alennuksista on voimassa määräajan, osa pitempiä aikoja. Tilaamalla uutiskirjeen pääsee hyödyntämään vain lyhyen hetken voimassa olevia tarjouksia.

Rekisteröityminen kannattaa

Jäsenedut.fi on suljettu palvelu, jonka tarjouksia voivat hyödyntää vain akavalaisten ammattiliittojen jäsenet sekä heidän perheenjäsenensä. Sen vuoksi palveluun on rekisteröidyttävä ja luotava käyttäjätunnus salasanoineen.

Rekisteröityminen hoituu oman ammattiliiton jäsennumerolla. Nettioستamisen lisäksi osa tarjouksista on ostettavissa suoraan pal-



jäsenedut

www.jäsenedut.fi

Näin pääset käyttämään Jäsenedut-palvelua

- ★ Rekisteröidy palvelun käyttäjäksi jäsennumerollasi osoitteessa **www.jäsenedut.fi**.
- ★ Palveluun kirjaututaan sisään rekisteröinnin yhteydessä luoduilla käyttäjätunnuksella ja salasanalla. Klikkaamalla Muista minut -kohtaa pääsee jatkossa tutkimaan tarjouksia ilman erillistä kirjautumista.
- ★ Uusista tarjouksista saa tietoa kuukausittain lähetettävästä uutiskirjeestä sekä Jäsenedut-sivustolta.
- ★ Ostaminen tapahtuu palveluntarjoajasta ja edusta riippuen verkossa tai perinteisesti myymälässä. Tunnistautuminen liikkeissä tapahtuu oman liiton jäsenkortilla, jossa on Jäsenedut.fi / Akavan logo (kuten SMKJ:n jäsenkortissa).

velun tuottajalta. Silloin ostosta tehdessä tarvitsee mukaansa jäsenkortin tai liiton sivuilta tulostettavan jäsenkortin.

– Palvelun käyttöä ja tarjousten tutkimista sivustolla helpottaa se, jos sisäänkirjautumisaan laittaa ruksin Muista minut -laatikkoon. Näin toimimalla palveluun ei enää tarvitse erikseen kirjautua. Tällä hetkellä Jäsenedut-palvelun käyttö ei vielä onnistu mobiilisti, mutta sitäkin työestetään.

Kesällä toteutetulla jäsenkyselyllä kartoitetaan käyttäjien kokemuksia ja pyydetään parannusehdotuksia sekä toiveita palvelun kehittämiseksi.

– Haluamme palautetta siitä, miten palvelua pitäisi kehittää, jotta se palvelisi entistä paremmin. Tavoitteena on, että palvelun käyttö helpottuisi entisestään ja valikoima laajenisi. Palautetta otetaan edelleen vastaan, Marja-Liisa Häkli sanoo. |



Ilmoittaudu heti! www.smkj.fi

■ HELSINKI

pe 5.9.	8-10	Edustajayrittäjän menestys	SMKJ (myös webinaari)
ke 17.9.	16.30-20	Asiantuntijasta esimieheksi (1/3)	YTY ja SMKJ
to 18.9.	17-21	Muutosvoima	Shift Consulting
la 20.9.	9-13	Vastamäessä testataan yrityksen kilpailukyky	Lasse Hakala
ti 23.9.	9-16	Kysy kauppaa - voit vain voittaa	Urano
ke 24.9.	16.30-20	Asiantuntijasta esimieheksi (2/3)	YTY ja SMKJ
pe 26.9.	9-13	Persoona peliin – auta asiakastasi ostamaan!	Logotiimi
pe 12.9.	9-13	Yrittäjäseminaari: nuoren yrityksen haasteet	SMKJ
to 23.10.	9-13	Myyntityö: aina voi kehittyä	Mervi Nuutinen, NiceMark
ma 27.10.	17-21	Persoona peliin – auta asiakastasi ostamaan!	Logotiimi
ke 1.10.	16.30-20	Asiantuntijasta esimieheksi (3/3)	YTY ja SMKJ
pe 14.11.	9-13	Verkotu tai kuole!	Somehow

■ HÄMEENLINNA

la 11.10.	9-13	Myyntityö: aina voi kehittyä	NiceMark
-----------	------	------------------------------	----------

■ KUOPIO

to 9.10.	17-21	Kehon kieli	Saildream
la 15.11.	9-13	Verkotu tai kuole!	Somehow
la 18.10.	9-13	Vastamäessä mitataan todellinen kilpailukyky	Lasse Hakala

■ JOENSUU

ke 17.9.	17-21	Kehon kieli	Saildream
----------	-------	-------------	-----------

■ KEMI

pe 31.10.	17-21	Persoona peliin – auta asiakastasi ostamaan!	Logotiimi
-----------	-------	--	-----------

■ OULU

la 1.11.	9-13	Peroonat peliin	Logotiimi
to 11.9.	9-16	Humanistinen johtaminen	Aktivos

■ TAMPERE

ma 15.9.	9-13	Yrittäjäseminaari: nuoren yrityksen haasteet	SMKJ
to 25.9.	17-21	Integroitu markkinointiviestintä	Lena Halén
ma 6.10.	17-21	Persoona peliin – auta asiakastasi ostamaan!	Logotiimi
pe 10.10.	9-13	Myyntityö: aina voi kehittyä	NiceMark

■ TURKU

ti 16.9.	17-21	Kehon kieli	Saildream
to 25.9.	9-13	Persoona peliin – auta asiakastasi ostamaan!	Logotiimi
ti 21.10.	17-21	Voittajan omakuva	Asenteella tulosta MA

■ VERKKOKOULUTUKSET Opiskele verkossa paikkakunnasta riippumatta!

pe 5.9.	8-10	Edustajayrittäjän menestys	
ma 8.9.	9-12	Webinaari: Outlook ajankäytön hallinta / Salcom Learning	
ke 1.10.		Ruotsin kieli / Logotiimi	
to 2.10.		Englannin kieli / Lingonet	
ti 7.10.		Office-ohjelmat / EDUtv	
la 11.10.	9-13	Myyntityö: aina voi kehittyä / NiceMark (Hämeenlinna)	
ti 4.11.		Työhaun verkkosparraus / SMKJ	
ma 10.11.	9-12	Webinaari: Excel perusteet / Salcom Learning	
ti 11.11.	itseopiskelu	Englannin kieli / Lingonet	
la 15.11.	9-13	Verkotu tai kuole! / Somehow (Kuopio)	
ti 25.11.	itseopiskelu	Ruotsin kieli / Lingonet	



Kaikki koulutukset ovat jäsenille maksuttomia. Ulkopuolisille koulutus maksaa 250–500 €.

Teksti: Jouni Röksä

Syksyn tarjonnassa yli 40 valmennusta

SMKJ:n lyhyet jäsenkoulutukset ovat jäsenille tehokas ja ilmainen tapa verkostoitua ja ylläpitää omaa ammattitaitoaan. Erityisen tärkeää kouluttautuminen on työttömille ja heille, joiden työnantajat eivät kouluta jäseniään lainkaan. Syksyn aikana tarjonnassa on yli 40 valmennusta, ja niistä valtaosa järjestetään iltaisin tai verkossa.

■ Koulutusten painopisteitä ovat asenteen ja persoonan merkitys myyntitoiminnassa, myyntitaidot, sosiaalisen median taidot, esimiestäidot ja työttömien työnhakusparraus. Lisäksi järjestämme lukuisia webinaareja, joiden aiheita ovat mm. Outlookin käyttö ajanhallinnassa ja näyttävien esitysten teko PowerPointillä. Jatkamme myös verkkotelevision käyttöä Office-ohjelmien itseopiskeluun.

Verkosta oppivirtaa

SMKJ on lisännyt verkkovalmennuksia jäsenten toivomuksesta. Syksyllä opiskellaan Salcom Learningin johdolla Excelin perusteita ma 10.11. ja Outlookin käyttöä ja ajanhallintaa ma 8.9. Toisena verkkovalmennuksena on EDUtv:n Office-itseopiskelukurssit, joista seuraava kurssi starttaa lokakuussa. Verkossa opiskellaan myös ruotsia, englantia, ajanhallintaa ja työnhakua.

Sometu oikein

Yksi Suomen verkottuneimmista henkilöistä eli Somehown *Tom Laine* tulee valmentamaan jäseniä verkottumisen keinoista. Hän opastaa hyödyntämään eri palveluita, oli kyse sitten yrityksen markkinoinnista tai omasta näkymisestä. Miten hyödynnät LinkedIniä, Twitteriä, Facebookia, Google+aa ja muita sosiaalisen median paleluita? Miten verkottua ja kenen kanssa? Koulutukset pidetään Helsingissä 14.11. ja Kuopiossa 15.11. Kuopion koulutus järjestetään myös webinaarina. Lisäksi pidetään erikseen webinaari pitemmälle ehtineille.

Valmennuksia yrittäjille

Syyskuun 5. päivänä vietämme valtakunnallista yrittäjäpäivää julkaisemalla yrittäjätutkimuksen ennakkotiedot. Lisäksi pidetään kaksi yrittäjäiltaa, jossa yrittäjäjäsenet NiceMarkin Mervi Nuutinen ja Havainin Timo Sorri esittävät yrittämisen alkutaipaleen haasteita. Koulutukset ovat Tampereella pe 12.9. ja ma 15.9.

SMKJ:n jäsen voi osallistua jäsenmaksullaan kolmeen koulutukseen aina puolivuositain, mutta jos valmennuksissa on tilaa, rajoitus ei ole voimassa. Lisäksi voit osallistua verkkovalmennuksiin. Opiskelijajäsenellä on oikeus osallistua yhteen koulutukseen puolivuositain.

Juhlavuoden erityisprojekteja

■ SMKJ täyttää ensi vuonna 120 vuotta. Juhlavuoteen liittyen käynnistämme erityisprojekteja, joiden avulla jäsen voi merkittävästi parantaa omaa työmarkkina-arvoaan.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun kanssa selvitämme löytyykö jäsenistämme merkonomeja, merkantteja tai tekniikkoja, jotka haluaisivat täydentää oman koulutuksensa tradenomiksi.

Mercuri Internationalin kanssa tutkimme, löytyykö 50-vuotiaista ja sitä vanhemmista jäsenistä ryhmää, joka haluaisi päivittää myyntitaidot työmarkkinamurrosten vaatimaan iskuun. Kiinnostusta selvitetään sähköpostikyselyillä.

Myyntin tulevaisuuteen pureudumme Taloustutkimus Oy:n ja Mercuri Internationalin kanssa selvittämällä toimitusjohtajilta ja ostajilta b-to-b-myyntin tulevaisuudesta. Tulokset julkaistaan vuoden viimeisessä lehdessä.

200 päivän säännön soveltaminen korkeimman oikeuden ratkaistavaksi



Mika Honkanen, MOT Oy

Jäsenet voivat kääntyä Myynnin ja markkinoinnin oikeusturva MOT Oy:n puoleen työ- ja edustus-suhteeseen liittyvissä oikeus-asioissa.

”Epäselvää säännöstä on aina tulkittava heikomman osapuolen eli työntekijän hyväksi.”

Yhtiö lomautti työntekijän osa-aikaisesti 27.7.2009 lukien tuotannollisin ja taloudellisin perustein. Osalomautuksen ilmoitettiin kestävänsä vuoden 2009 loppuun saakka ja se oli tarkoitus toteuttaa siten, että työntekijä oli työnantajan laatiman lomautuslistan mukaisesti aina viikon kerrallaan lomautettuna. Kesken osalomautuksen yhtiö muutti lomautuksen kokoaikaiseksi lomautukseksi 16.11.2009 lukien, jolloin lomautuksen arvioitiin kestävänsä 31.1.2010 saakka. Myöhemmin yhtiö ilmoitti kokoaikaisen lomautuksen jatkuvan toistaiseksi 1.2.2010 lukien.

Työntekijä irtisanoi työsuhteensa päättymään välittömästi 7.5.2010. Osalomautuksen alkamisesta oli tuolloin kulunut 285 kalenteripäivää. Samalla hän vaati, että yhtiö maksaisi hänelle irtisanomisajan palkan, koska hänen lomautuksensa oli tuolloin kestänyt yli 200 päivää.

Yhtiö kiisti vaatimuksen, koska yhtiön mukaan työntekijän lomautus ei ollut kestänyt yhdenjaksoisesti yli 200 päivää. Yhtiön näkemyksen mukaan osalomautusaikaa ei kuullut huomioida 200 päivän kertymää laskettaessa ja kokoaikainen lomautus oli kestänyt alle 200 päivää. Lisäksi yhtiö katsoi, että osalomautuksen aikana tehty työ joka tapauksessa katkaisi yhdenjaksoisen lomautuksen kertymisen.

Koska yhtiö ei suostunut maksamaan irtisanomisajan palkkaa, työntekijä saattoi asian käräjäoikeuden ratkaistavaksi. Työntekijän näkemyksen mukaan työsopimuslain mukaisen 200 päivän säännön soveltaminen ei ollut riippuvainen siitä, onko lomautus toteutettu osalomautuksena vai kokoaikaisena lomautuksena. Tulkinnanvaraista oli ainoastaan se, miten 200 päivän kertymä lasketaan osalomautustilanteissa. Kokoaikaisessa lomautuksessa 200 päivään lasketaan mukaan kaikki kalenteripäivät, kun osalomautuksessa laskennan perusteena voidaan käyttää lomautusjaksoon sisältyviä todellisia lomautuspäiviä. Lomautus oli alkanut 27.7.2009 ja päättynyt 7.5.2009, joten lomautus oli kestänyt kaikkiaan 285 kalenteripäivää. Mikäli osalomautus-

jaksolta huomioidaan vain todelliset lomautuspäivät, oli lomautus kestänyt 203 päivää.

Käräjäoikeus totesi tuomiossaan, että asiaa koskevan säännöksen sanamuotoa voidaan tulkita kummallakin tavalla. Säännöksen syntytarinaan vedoten, käräjäoikeus kuitenkin katsoi, että 200 päivän sääntöä oli tarkoitettu sovellettavan vain kokoaikaisissa lomautuksissa ja tästä syystä käräjäoikeus hylkäsi työntekijän kanteen.

SMKJ:n jäsen valitti asiassa hovioikeuteen, joka kumosi käräjäoikeuden tuomion. Hovioikeus totesi tuomiossaan, että lomauttamisen käsite sisältää kokoaikaisen lomautuksen lisäksi myös osalomautuksen ja työsopimuslaissa työntekijän oikeus päättää työsuhteensa lomautuksen yhteydessä on liitetty kaikkiin lomauttamismuotoihin. Koska säännöksen tarkoituksena on suojata työntekijää pitkäaikaiselta lomautukselta ja sen aiheuttamalta ansionmenetykseltä, ei ole merkittävää eroa sillä, onko kysymyksessä pitkään kestänyt kokoaikainen vai osa-aikainen lomautus.

Lisäksi hovioikeus totesi, että työoikeudessa epäselvää säännöstä on aina tulkittava heikomman osapuolen eli työntekijän hyväksi. Lomautuksen toteuttamistapaa oli lomautuksen aikana muutettu osa-aikaisesta kokoaikaiseksi, mutta itse lomautus oli jatkunut keskeytymättömänä, eikä työntekijä ollut missään vaiheessa palannut työsuhteensa mukaiseen työntekoon.

Osalomautuksen aikana tehty työ ei ollut hovioikeuden mukaan sellainen lomautuksen väliin sijoittuva työntekijäjakso, joka lain esitöiden mukaisesti katkaisisi lomautuksen yhdenjaksoisuuden. Edellä sanotun perusteella hovioikeus velvoitti yhtiön maksamaan työntekijälle irtisanomisajan palkan lomakorvauksiin sekä korvaamaan työntekijälle aiheutuneet oikeudenkäyntikulut.

Koska kysymyksessä on ennakkotapausluonteinen asia, on korkein oikeus myöntänyt yhtiölle valitusluvan asiassa. Jäämme siis odottamaan asiaan lopullista ratkaisua korkeimmalta oikeudelta. |



NÄIN HAET ANSIOPÄIVÄRAHAA

Ilmoittaudu työnhakijaksi asuinpaikkakuntasi työ- ja elinkeinotoimistoon (TE-toimisto) viimeistään ensimmäisenä työttömyys- tai lomautuspäivänä. Mikäli ilmoittaudut sähköisesti, noudata TE-toimiston antamia ohjeita henkilökohtaisesta käynnistä ja asiakirjojen toimittamisesta.

Jos olet saanut työnantajaltasi työsuhteen päättymiseen liittyvän tukipaketin, erokorvauksen tms., ilmoittaudu siitä huolimatta TE-toimistoon työttömäksi työnhakijaksi heti työsuhteesi päätyttyä. Pidä työnhakemuksesi voimassa TE-toimistolta saamasi ohjeen mukaisesti säilyttääksesi oikeutesi työttömyyspäivärahan tukipaketin jälkeen.

Voit lähettää ensimmäisen ansiopäivarahahakemuksen liitteineen työttömyyskassaan kahden viikon työttömyyden tai lomautuksen jälkeen. Jos työttömyys- tai lomautusaika alkaa keskellä kalenteriviikkoa (ma–su), hakemus täytetään ensimmäisestä työttömyyspäivästä kahden viikon päähän sunnuntaihin.

Ansiopäivarahahakemuksen saat TE-toimistosta tai esimerkiksi tulostamalla sen kassan kotisivujen www.smkj.fi/fi/jasenedut/tyottomyyskassa kohdasta Ajankohtaista – Lomakkeet.

Tiesithän, että Myyntin ja markkinoinnin ammattilaisten työttömyyskassan jäsenenä sinulla on mahdollisuus lähettää kassalle hakemuksesi ja siihen kuuluvat liitteet myös sähköisen asioinnin avulla (eMMA). Kirjaudu tällöin palveluun kassan kotisivuilta.

LIITÄ HAKEMUKSEESI

- alkuperäinen palkkatodistus välittömästi työttömyyttä edeltäneeltä vähintään 34 palkalliselta kalenteriviikolta (tai vähintään 26 kalenteriviikolta, mikäli työsuhteesi päättyy 1.1.2014 jälkeen) työttömyyttä/lomautusta edeltävään päivään asti. Työttömyyskassa ei saa ottaa päivärahan perusteena olevan palkan määrittelyyn aikaa, jolloin henkilö ei ole ollut työttömyyskassan jäsen, joten palkkatodistuskkin tulee olla maksimissaan jäsenyysajalta. Voit tulostaa palkkatodistuslomakemallin työnantajaasi varten kassan kotisivuilta www.smkj.fi/fi/jasenedut/tyottomyyskassa kohdasta Ajankohtaista – Lomakkeet
- kopio irtisanomisilmoituksesta tai irtisanoutumistodistuksesta tai lomautustilanteessa lomautusilmoitus
- kopio työtodistuksesta ja työ sopimuksesta
- jos työsuhteen päättymisestä tai päättämisestä on tehty erillinen sopimus, muista toimittaa kopio siitä työttömyyskassalle
- virkatodistusta ei nykyisin normaalitilanteessa enää tarvitse lähettää, sillä työttömyyskassa saa tarkistettua lapsitiedot suoraan väestörekisterikeskuksesta edellyttäen, että hakija on päivittänyt tietonsa sinne
- kopio viimeisimmästä päätöksestä, jos saat sosiaalietuuksia
- mahdolliseen maatalous- tai yritystuloon liittyen kopio verotuspäätöksestä erittelyosineen (viimeksi vahvistettu verotus) sekä selvitys yrityksestä (kopio kaupparekisteriotteesta). Ilmoita näistä aina myös TE-toimistoon
- palkkatodistus ja työ sopimus mahdollisesta sivu- tai osa-aikatyöstä
- jos saat kassalta tiedustelun tai lisäselvityspyynnön, toimita pyydetty selvitys mahdollisimman pian, ettei käsittely viivästy

Muista hakea päivärahaasi ajoissa. Hakemus vanhennee 3 kuukaudessa.

Vanheneminen koskee myös jatkohakemusta ja lapsikorotusten hakemista. Etuutta ei voida maksaa sellaiselta ajalta, jonka osalta hakemus on vanhentunut.

Muista pitää työnhakusi voimassa työ- ja elinkeinotoimistossa!

Mitä kuuluu – mitä ei kuulu?

SMKJ:n työsuhteiseen jäsenyyteen kuuluvat kaikki liiton palvelut.

Yrittäjäjäsenyyteen ei kuulu työttömyysturvaa

Eläkeläisjäsenyyteen ei kuulu työttömyysturvaa eikä oikeusturvaa. Lisäksi jäsenelle otettu tapaturma- ja matkustajavakuutus loppuu sen vuoden aikana, kun jäsen täyttää 68 vuotta.

Onko jäsenlajisi oikea? Epäillessäsi ota yhteys liiton toimistoon.

Vuorotteluvapaan ehdot muuttuivat

■ Vuorotteluvapaa edellyttää jatkossa 16 vuoden työhistoriaa ja vapaassa on jatkossa työeläkelainsäädäntöön sidottu yläikäraja, joka on tällä hetkellä 60 vuotta. Yläikäraja ei tule koskemaan ennen vuotta 1957 syntyneitä.

Sijaiselta edellytetään yhteensä 14 kuukauden aikana vähintään 90 päivän työttömyysjaksoa – yhdenjaksoisesti tai osissa. "Ohituskaista" on jatkossa alle 25-vuotiailla, alle 30-vuotiailla vastavalmistuneilla (ammatti- tai korkeakoulututkinnon suorittamisesta on kulunut enintään vuosi) sekä yli 55-vuotiailla. Heidän osaltaan vuorotteluvapaasijaisen ehdot säilyvät ennallaan eli sijaisuuteen riittää yksikin työttömyyspäivä.

SMKJ:N TOIMISTO | Järjestöasiat, jäsenedut, jäsenpalvelut | Koulutus | Tutkimus | myynti & markkinointi -lehti | talous ja hallinto

Osoite: PL 1100, 00101 Helsinki (käynti Töölönkatu 11 A, 5.krs) | **Puhelin:** 020 122 4400 | **Sähköposti:** info@smkj.fi tai etunimi.sukunimi@smkj.fi | **faksit:** (09) 4780 7730, (09) 4780 7750 | **www.smkj.fi**

JÄSENPALVELU:



● Jäsenrekisteri
Sari Kanervo
020 122 4402



● Järjestösihteeri
Heidi Sarén
020 122 4403



● Jäsenedut, kurssit
Eija Kuitunen
020 122 4401



● Yhteyspäälikkö
Samuli Myllyharju
020 122 4409



● Koulutus- ja tutkimuspäälikkö
Jouni Rösä
020 122 4404

JOHTO:



● Puheenjohtaja
Jarmo Hyvärinen
020 122 4415
040 596 9143



● Toiminnanjohtaja
Juha Häkkinen
020 122 4408



● Johdon assistentti
Gunilla Plutén
020 122 4405



● Viestintäsuunnittelija
Sirkku Rytkönen
020 122 4429



● Toimituspäälikkö
Piia Kunnas
020 122 4428
(Anni Karppanen
perhevapaalla)



● Julkaisusuunnittelija
Mari Niemi
020 122 4411

TALOUS:



● Taluspäälikkö
Heli Vesterinen
020 122 4406



● Kirjanpito
Lea Lehtonen
020 122 4413



● Kirjanpito
Elina Järvinen
020 122 4414



● Lomaosakkeet
Sanna Saikkonen
020 122 4412

Verkostoitumaan!



www.facebook.com/smkj.fi |
SMKJ:lla oma ryhmä LinkedInissä

MYNNIN JA MARKKINOINNIN OIKEUSTURVA MOT OY

Työ- ja edustusopimuksiin liittyvät neuvonta- ja lakipalvelut,
Myyntin ja markkinoinnin yrittäjät: yhdistyksen asiat

sähköposti info@mot.fi tai etunimi.sukunimi@mot.fi, www.mot.fi

Toimisto avoinna ma–pe 8.30–16.15

Raatihuoneenkatu 13 B 13, 13100 Hämeenlinna

puhelin (020 122 4450) faksi (03) 616 6750.

Suorat numerot:

Jyrki Järvinen, toimitusjohtaja, lakimies 020 122 4457

Jaana Liimatainen, johtava lakimies 020 122 4456

Mika Honkanen, lakimies 020 122 4454

Sanna Honkanen, lakimies 020 122 4455

Tuuli Lahikainen, lakimies 020 122 4453

Minna Takala, toimituspäälikkö 020 122 4451

Sanna Saikkonen, yhteyspäälikkö 020 122 4412

MYNNIN JA MARKKINOINNIN YRITTÄJÄT MMY www.mmy.fi

• Tietoa mm. yrityksen perustamisesta, provision laskemisesta, yrittäjän osa-aikaeläkkeestä ja kuntoutuksesta.

• Voit ilmoittaa oman kotisivusi linkin yritysesittelyihin.

• Yhteyshenkilö: Sanna Saikkonen, puhelin 020 122 4412, sanna.saikkonen@mot.fi

MMA TYÖTTÖMYYSKASSA

PL 720, 00101 Helsinki (käynti Töölönkatu 11 A, 5. krs.),

sähköposti etunimi.sukunimi@smkj.fi

Puhelinaika ma–to klo 9–11, maksuton puhelin 0800 554 322,

faksi (09) 4780 7740.

Toimisto avoinna ma–pe 9.00–15.00

Kassanjohtaja Jaana Apell

Kassan toimihenkilöt: Seija Aarnio, Tarja Heiskanen, Tytti Jolkonen, Laura Laakso, Sari Meling, Pete Mäkelä, Heimo Vuorinen, Maria Vuorinen.

Ammatinharjoittajien ja yrittäjien työttömyyskassan AYT:n maksuton palvelunumero 0800 9 0888, www.ayt.fi

OSOITTEENMUUTOSTIEDOT saamme suoraan postin osoitteenmuutosilmoituksesta. Jos tässä yhteydessä kiellät uuden osoitteen luovuttamisen, ilmoita uusi osoitteesi suoraan liittoon. Jos muutat ulkomaille, ota yhteys liittoon. Jäsenrekisterin tiedot on koottu jäsenhakemuksesta saatujen tietojen perusteella. Jäsentiotoja käsitellään 1.6.1999 voimaan tulleen henkilötietolain mukaisesti.



SM-keilakilpailu marraskuussa Oulussa

■ SMKJ:n SM-keilamestaruuskisa pidetään Oulussa Pelixir -hallissa 8.11.2014.

Katso lisätiedot (muun muassa pelitavat, sarjat, maksut, majoitustarjous ja ilmoittautumisohjeet) Oulun myyntimiesten nettisivuilta: oulu.smkj.fi

SUOSITTELE JÄSENYTYTTÄ - SINUT PALKITAAN!

Suosittele SMKJ:n jäsenyyttä kaverillesi ja tienaa samalla itse! Jos suosittelemasi henkilö liittyy jäseneksi, saat **40 euron** arvoisen Superlahjakortin. Lahjakortilla voit lunastaa kiitoslahjasi yli sadasta eri liikkeestä ympäri Suomen!

KLIKKAA: MGM.SMKJ.FI

yhdistyksissä tapahtuu

Julkaisemme tässä tietoa jäsenyhdistystysten tapahtumista. Yhdistys voi toimittaa tiedot alueellisista tapahtumista sähköpostilla osoitteeseen **toimitus@smkj.fi**

Ilmoita ainakin mikä tapahtuma on kyseessä (lyhyesti voi kirjoittaa sisällöstä), paikka, aika, mahdollinen lisäinformaatiolähde. Pituus alle 700 merkkiä.

Seuraava lehti ilmestyy 23.10.2014, siihen toimitettava aineisto on oltava toimituksessa 29.9.

OULUN MYYNTIMIEHET

Koulutus ma15.9. kello 17–21

Jämäkkä ja tehokas palaveri, Oili Valkila

Miten selviät työelämän vuorovaikutustilanteissa paremmin ja viet asiaasi tehokkaammin eteenpäin? Tule jämäkkään ja innostavaan koulutuksiltaan Op-pankin luentotilaan. Ilmoittaudu heti: taina.kulju@hammas-aaria.fi

KOKKOLAN MYYNNIN JA MARKKINOINNIN AMMATTILAISET

Syyskokous to 13.11. kello 18 alkaen

Sokos Hotel Kaarlessa, Kauppatori 4. Kahvitarjoilu.
Tervetuloa! – hallitus

Muuttuiko työpaikka? Muista päivittää yhteystietosi!

Se onnistuu helposti osoitteessa www.smkj.fi > Jäsenyys > Päivitä tietosi

Ilmoittamalla meille sähköpostiosoitteesi, puhelinnumerosi ja työnantajatietosi annat meille mahdollisuuden palvella sinua jatkossa entistäkin paremmin.

Jos sähköpostiosoitteesi on ajan tasalla, saat ensimmäisten joukossa viestin SMKJ:n ajankohtaisista kuulumisista ja tapahtumista.

Tarvitsemme tietoa jäsentemme työpaikoista ja toimialoista jäsenpalvelun tueksi. Työnantajatietoja käytetään vain SMKJ:n sisäisiin tarkoituksiin eikä niitä luovuteta ulkopuolisille.



Liiton*n*ainen

Teksti: Piia Kunnas | Kuva: Marja Seppälä

Hei,

Jaana Pehu, Kouvolan mma:n sihteeri sekä nuoris- ja mökki-vastaava

Mitä teet työksesi?

Toimina asiakasryhmäpäällikkönä teknisen alan tukkukauppa Ahlsell Oy:ssä. Työhöni kuuluu käytännön myyntityön lisäksi muun muassa asiakassuhteiden hoitoa.

Mitä kaikkea teet aktiivina SMKJ:ssa?

Olen ollut Kouvolan mma:n sihteerinä melkein siitä saakka, kun aloitin hallituksessa. Hoidan myös mökkimme vuokrausta ja nuorisovastaavan tehtäviä. Urheilutoiminta on yhdistyksessämme melko isossa roolissa, sillä jäsenet ovat mielellään siinä mukana. Tarjoamme mahdollisuuden osallistua golfkilpailuihin ja pelata kaukalopalloa ja lentopalloa. Myös teatteriretket sekä pikkujoulut ovat saaneet jäsenistön liikkeelle.

Mitkä asiat ovat jäsenyhdistyksessäsi hyvin, ja mitä haluaisit parantaa?

Hallituksessamme on paljon konkareita, joten asiat kyllä sujuvat. Teemme yhteistyötä naapuriyhdistyksen kanssa, mikä on hyvä asia pienen yhdistyksen kannalta. Nuorisoa pitäisi saada mukaan toimintaan.

Millaista tukea haluaisit SMKJ:n toimistolta?

Koulutukset ovat olleet hyviä. Toivoisin ehkä läheisempää vuorovaikutusta jäsenyhdistysten kanssa. Ehkä joku voisi jalkautua esimerkiksi puhumaan kouluihin?

Mikä sinua motivoi aktiivitoiminnassa?

Voin toimia erilaisten ihmisen kanssa, verkostoitua ja osallistua koulutuksiin. Saan ideoita työtekoon, ja tapahtumat ovat vaihtelua arkiseen aherrukseen.

Mitä palveluita kaipaisit ammattiliitolta jäsenenä?

Palvelut ovat aika hyvät jo nyt. Toivoisin, että ammattiliitto panostaisi edelleen työhyvinvointiin ja terveyteen liittyviin asioihin.

Mihin ammattiliittoa tarvitaan vuonna 2014?

Ammattiliiton jäsenyys tarjoaa taloudellista turvaa työttömyyden varalle, lakineuvontaa ja auttaa tukemaan piteneviä työuria. Nuorille se on hyvä kanava saada tietoa työelämän pelisäännöistä.

Miten nuoret saadaan kiinnostumaan?

Nuorille pitäisi saada ensin töitä ja herättää sitten innostus järjestötoimintaan. Imagoa pitäisi kohentaa, jotta he kokisivat, että jäsenyys ei ole mikään herraseura, vaan juttu jossa kannattaa olla mukana.

Missä asut ja keitä kuuluu perheeseesi?

Asun Kuusankoskella idyllisellä omakotialueella mieheni kanssa.

Mitä harrastat?

Olen yrittänyt aloittaa golfin harrastamista. Suoritin aikoinaan yhdistyksemme järjestämän green card -kurssin, mutta pelaaminen on jäänyt. Pilates ja avantouinti ovat lähellä sydäntäni.



Omasairaala hoivaa mestarin ottein

Hoidamme mestarillisesti kuntoon olkapään, ranteen, lonkan, polven ja nilkan tapaturmat viikon jokaisena päivänä.

Kun vahinko sattuu...

1

Soita 010 2578 100
tai varaa aika netissä
omasairaala.fi

2

Lääkärin vastaanotto,
kuvantaminen ja
hoitosuositus jopa
samalla käynnillä.

3

Varmistamme
toimintakyvyn
palautumisen ja
töihin paluun rivakasti.

Lääkäreiden vastaanotot
ja tapaturmapäivystys
Arkisin klo 08.00–22.00
Viikonloppuisin klo 11.00–17.00

Omasairaala on Pohjola Vakuutuksen
omistama ortopedinen yksityissairaala,
joka palvelee myös kaikkien muiden
vakuutusyhtiöiden asiakkaita.



sairaala



2ROCKEY

Supernopea 10-tuumainen Android tablet
puhelimella

2 KAMERA
2 SIM-KORTTIPAIKKAA

Navigointi • Bluetooth
FM radio • 3G



249€
NORMAALI HINTA
457€

HINTA SISÄLTÄÄ
• 32G MUISTIKORTIN
• 5200 MAH VARALATURIN

KATSO SMKJ-TARJOUKSET TÄSTÄ
WWW.BLUEBIIT.COM/SMKJ

SUOSITTU MEDIASTAND

• Kerää liidit ja yhteystiedot • Hoitaa palautekyselyt • Esittelee tuotteet •



TARJOUS
679€
+alv

Hanki itsellesi edustava myyntiapulainen!

Kysy lisää: myynti@bluebiit.com