

# myynti & markkinointi

*Reijo Mylläri:*

## Uskalla myydä

Varainhankinta on  
kumppanuutta

Big dataa kannattaa  
hyödyntää

Ulkoistamisessa on  
puolensa

Vaativaa myynti-  
työtä Aasiassa



*Marjut Herranen:*  
**Tilaisuudet  
tukevat myyntiä**



# YLI SATA VAIHTOEHTOA

## SUPERLAHJAKORTTI

Sopii yrityksen erilaisiin tarpeisiin

Presentcard.fi -lahjakorttiportaalista löydät n. 100 eri lahjakorttivalikoimaa 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

## Eläkettä ja työttömyysturvaa

**E**läkneuvottelutulos syntyi, se julistettiin hyväksi ja syntyneen tuloksen pohjalta ryhdyttiin lainvalmistelutoimiin asian viemiseksi eteenpäin ja eläkejärjestelmän muuttamiseksi. Kauneusvirheeksi jäi, että akavalaiset liitot jäivät pois ratkaisusta. Se ei sinänsä tarkoita sitä, että neuvoteltua ratkaisua ei voitaisi viedä eteenpäin, mutta sitä se tarkoittaa, että Akavassa katsottiin neuvottelujen painottuneen väärällä tavalla.

Hyvää syntyneessä tuloksessa on se, että se syntyi. Jotain on pakko tehdä kestävyysvajeeseen puuttumiseksi. Oli selvää, että eläkeiän alarajaankin oli puuttuttava. Olennainen asia eläkeiän lisäksi on kuitenkin myös se, millä laskentatavalla eläkkeet muodostuvat ja mitä portteja aukaistaan ennenaikaiseen eläköitymiseen. Nämä kaksi jälkimmäistä asiaa eivät kuulostaneet kaikilta osin tasapuolisilta. Muodostettiin esimerkiksi työuraeläke terveydeltään heikossa kunnossa oleville ja pitkän työuran tehneille ”työn sankareille”. Ja sankarit tuntuivat löytyvän jo neuvotteluvaiheessa ns. duunariammateista. Itse haluaisin uskoa, että työuraeläkkeen voisi ansaita selkensä rikkonut pitkän linjan myyntiammattilainenkin. Jää nähtäväksi.

Oleennaista on myös se, missä moni ikääntynyt entinen työntekijä viettää väliajan työttömyyden alun ja nykyisen 63 vuoden – tulevaisuudessa 65 vuoden tai muun henkilökohtaisen – eläkeiän välillä. Akavaa lukuun ottamatta muut keskusjärjestöt eivät olleet liian kiinnostuneita ikääntyvien työttömien tilanteesta. Syntynyt ratkaisu ei sisällä merkittäviä elementtejä työuran pidentymiselle.

Työttömyysturva lisäpäivineen onkin ikääntyneiden työttömien tulonlähde. Vuoden 2008 jälkeinen huono taloudellinen suhdanne, ikääntyneiden työttömyyden lisääntyminen ja parantuneet työttömyysturvaetuedet ovat käyneet työttömyyskassojen kukkarolle ja työttömyysturvan vuosimaksut ovat jälleen nousussa. SMKJ:ssa työttömyysturvan maksuosuuden vaatimia korotuksia ei ole aina viety täysimääräisinä jäsenmaksuihin, vaan niitä on osin katettu myös liiton varoista – olemme siis käyttäneet puskureitamme jäsenmaksujen korotuspaineen vaimentamiseen. Valitettavasti näyttää siltä, että ansiosidonnaisen työttömyysturvan piirissä pysymisen kustannukset eli jäsenmaksut ovat tästäkin huolimatta jälleen nousussa. |

**JUHAN VALINTA:** Ulkoistamisessa on puolensa. Lue lisää sivuilta 24 ja 50.



## myynti & markkinointi



### Julkaisija

Myyntin ja markkinoinnin ammattilaiset SMKJ.  
myynti & markkinointi on myyntin ja markkinoinnin ammattilehti.

### Päätoimittaja

Juha Häkkinen

### Toimituspäällikkö

Anni Karppanen (vanhempainvapaalla)

Piia Kunnas

### Ulkoasu, taitto

Mari Niemi

### Toimitusneuvosto

Jarmo Hyvärinen, Jaana Immanen-Peuha,  
Rauno Lindroos

### Toimituksen osoite

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

### Tilauhintaa

54 €/vuosi, kestotilauksena 37 €/vuosi.

Kuusi numeroa vuodessa.

Tilaukset: heidi.saren@smkj.fi

### Osoitteenmuutokset

saamme suoraan muuttolomituksista.  
Jos olet kieltänyt 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 ympäristöystävälliselle paperille.

### Kansikuva:

Reijo Mylläri,

kuvaaja: Matti Matikainen





tarjoaa paljon  
mahdollisuuksia

26

#### VAKIO & VARMA

- 6 ideaa & ilmiöitä
- 9 Toimittajalta
- 12 tässä & nyt: Verkostoitumista hotellin illallispyödyssä
- 14 Vaihtoaskel
- 15 Kolumni: Myyntijohtaja, joka ei myy
- 32 auto & liikenne: Nissan yllättää
- 34 Cruisailen

#### TYÖ & URA

- 10 Reijo Mylläri: Myyjien sparraaja
- 16 Varainhankinnassa myydään kumppanuutta
- 22 Myyntiteksti tehoaa tarinallaan ja kielellään
- 24 Ulkoistuksesta haetaan lisää myyntiä
- 26 Big data auttaa asiakkuuksien hoitamisessa
- 28 Myyntityö Aasiassa vaatii paljon
- 31 MOT Top6: Myyntialan rikosjutut ovat herrasmiesrikoksia



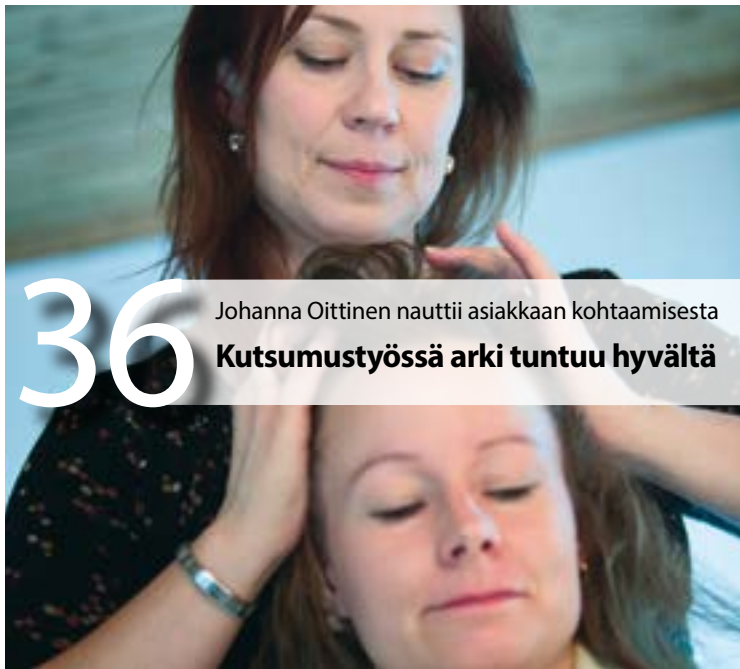
# 24

Myynnin ulkoistaminen  
**vaatii suunnittelua**



# 28

Mikko Jarva työskentelee  
monikulttuurisessa  
**Malesiassa**



# 36

Johanna Oittinen nauttii asiakkaan kohtaamisesta  
**Kutsumustyössä arki tuntuu hyvältä**



# 41

Tuukka Kapaselle pingis on vastapainoa  
**työhön ja perhearkeen**

## LIFE & STYLE

- 36** Onni löytyy kutsumustyöstä
- 40** Kirjaesittelyjä
- 41** Vapaalla: Pingiksen pauloissa
- 42** tyyli & tavat: Lahja vai lahjus?

## JÄSEN & TIETO

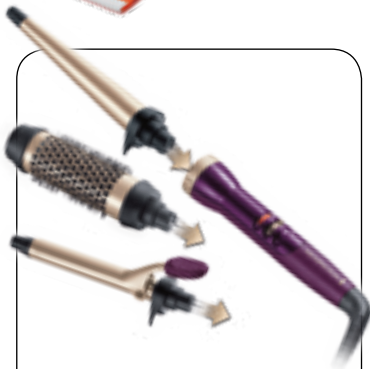
- 45** Puhetta johtavalta
- 48** SMKJ tutki: Yrittäjäjäsenet ovat myyntityön konkareita
- 50** Juhan kynästä: Ulkoistaminen ei aina tuo säästöjä
- 52** Syksyn koulutuksia
- 53** Kutsu LSE-seminaariin: Muuttuva lääke- ja sairaalatarvikeala
- 54** Lakipalsta: Työtehtävien laiminlyönti ja ohjeiden vastainen menettely
- 56** SMKJ:n toimiston yhteystiedot
- 58** Liitonmies: Antti Koskinen, Etelä-Karjalan mma

## PIHA PUHTAAKSI

Kohta niitä taas tarvitaan: erilaisia välineitä lumen lapiointiin, kolaamiseen ja putsamiseen. Black&Decker® Curve -lumentyöntimessä on leveä pesäosa ja varsi on muotoiltu ergonomiseksi, joten työnkin on kevyt käyttää painavassakin lumessa.

Lumentyönnin on myynnissä hyvinvarustetuissa vähittäistavarakaupoissa marraskuusta lähtien.

Lisätietoja:  
[www.tammer-tukku.fi](http://www.tammer-tukku.fi)



## RÄÄTÄLÖI OMA HIUSTYYLI

Remington Your Style Kit -hiustenmuotoilulaite on kätevä mm. matkoilla, sillä tarvitset vain yhden laitteen saadaksesi aikaiseksi monia eri tyylejä. Hiustenmuotoilijassa on vaihdettavia osia. Lämpöharjalla luot hienostunutta volyyymia ja kihartimella tai sauva-kihartimella erilaisia kiharoita.

Kaikissa lisäosissa on 4 x protection-pinnoite: antistaattinen, keraaminen, turmaliini/ionisointi. Laite liukuu hiuksissa ilman kitkaa. Lämpötila on säädettävissä ja laite on käyttövalmis 30 sekunnissa.

Pakkaus sisältää säilytyslaukun ja lämmönkestävän hanskan.

Lisätietoja:

[www.remington-europe.com](http://www.remington-europe.com)



## Vaatteet sileäksi

■ Miele Fashion Master on helppo-käyttöinen silityskeskus, jonka avulla onnistuu myös paksujen, monikeroksisten tekstiilien silittäminen. Silitysraudan patentoitu kennomuoto takaa erinomaisen silitystuloksen, sillä se tuottaa höyryä tasaisesti ja laajalle alueelle. Lisäksi tarttumattoman pohjan ansiosta tekstiilejä voi silittää tarvittaessa suoraan printtien ja koristeiden päältä ilman, että niitä tarvitsee kääntää nurinpäin.

Silityskeskuksessa on muistilla varustettu puhallintoiminto, joka sopii erityisen hellävaraiseen ryppyjen poistoon. Miele Fashion Master B 2847 -mallissa on lisäksi höyrysuutin, jolla on kätevä silittää ja viimeistellä ripustettuja tekstiilejä, kuten puvun takkeja ja mekkoja.

Silityskeskusta on helppo liikutella pyörien ansiosta ja sen voi taittaa kokoon. Automaattiset kalkinpoisto- ja huuhtelutoiminnot huolehtivat keskuksen huollosta.

Lisätietoja: [www.miele.fi](http://www.miele.fi)



Kuorttisen luomukanalasta on tähän mennessä matkannut jo satoja vastamunittuja munia Helsingin itäiseen kantakaupunkiin työporukan kimppatilauksena.

## Munia työpaikalle

■ Fitness-harrastajien keskuudesta alkanut ja sosiaalisen median kautta levinnyt luomumunien kimppatilauksella on levinnyt jo suurelle yleisölle. Nyt munarinkejä perustetaan jo työpaikoillekin.

Tuottajilta tilataan jopa tuhansia munia kerralla. Tyypillisesti munat jakaantuvat tilaajien kesken siten, että yksittäisen tilaajan osuus on yhdestä kahteen 30 munaa sisältävää kenna. Luomumunat säilyvät huoneenlämmössä noin kuukauden ja jääkaapissa jopa kolme kuukautta.

Kimppatilauksissa hinta jää pienemmäksi verrattuna yksin tehtyihin tilauksiin. Etenkin luomumunien kohdalla hinnanalennus on tervetullutta, sillä kuluttajahinta on kymmenessä vuodessa kaksinkertaistunut.

Myös luomutuotetun ruoan suosiminen on vahva syy kimppatilauksien yleistymiseen. Moni tekee valinnan eettisistä syistä ja positiivisena pidetään myös sitä, että tuotteiden alkuperä on tarkasti tiedossa.

Lisätietoja: [www.kotitila.fi](http://www.kotitila.fi)

Koonneet: Piia Kunnas ja Mari Niemi



## Tuoretta ja itsekasvatettua

■ Tuoreiden yrttien ja salaattien kasvatusta onnistuu ilman hortonomien taitoja ja vieläpä myös talvella. Plantui Smart Garden on sisätiloihin suunniteltu älypuutarha. Plantuin avulla voi kasvattaa yrttejä, erikoissalaatteja ja syötäviä kukkia, erilaisia siemeniä on noin 30.

Kasvualusta ei sisällä multaa, vaan siemenet myydään Plantui Kasvikapseleissa, joiden mukana tulee tarvittava lannoite. Älykäs led-valaistus ja vesiviljelytekniikka mahdollistavat kasvatuksen siemenestä sadonkorjuuseen 6 - 8 viikossa, ympäri vuoden. Laite toimii myös kauniina sisustuselementtinä ja valonlähteenä. Plantui Smart Garden on suunniteltu ja valmistettu Suomessa.

Lisätietoja: [www.plantui.com](http://www.plantui.com)

## Mittaa lämpö otsasta

■ Braunin otsakuumemittari mittaa lämmön nopeasti otsalta joko ilman kosketusta tai koskettamalla. Tarkka, kliinisesti tutkittu mittaustulos saadaan kahdessa sekunnissa. Värikoodattu näyttö kertoo mittaustuloksen lisäksi tilanteen väreillä: punainen väri hälyttää kuumeesta, keltainen väri kertoo hiukan kohonneesta lämmöstä ja vihreä väri kertoo, että lämpötila on normaali.

Kliinisesti testatun teknologian avulla Braun No-Touch rekisteröi jopa kaksi kertaa enemmän kehon lämpöä. Luotettavan mittaustuloksen varmistavat mittarin anturi, jolla saadaan oikea, 5 cm:n mittaustäisyys sekä oikean mittaustuloksen tunnistamiseen ohjaava kohdevalo ja näyttö. Taustavalo mahdollistaa mittaamisen myös hämärässä.

Lisätietoja: [www.brauntherms.com](http://www.brauntherms.com)



### 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](mailto:mari.niemi@smkj.fi)



## ULKOMAINOKSEN UUSI ELÄMÄ

Invalidiliiton mainoslakana roikkuu Mannerheimintieä pyytään lahjoituksia vammaistyöhön. Nyt lakana on saanut uuden elämän Globe Hopen valmistamina olkattaitoilettelaukuina. Reikävinyylikankaasta valmistetut laukut on helppo puhdistaa pyyhkäisemällä lika pois. Jokainen tuote on uniikki.

Lisätietoja: [www.i-puoti.fi](http://www.i-puoti.fi)

## KASVIT LISÄÄVÄT VIIHTYVYYTTÄ

Vihersisustamisen parantaa viihtyvyyttä ja luo tiloihin näyttävyyttä. Robinex Oy toteuttaa yritysten ja yksityisten vihersisustamista sisä- ja ulkotiloissa. Tuotevalikoimiin kuuluvat viherkasvien ja aidonäköisten silkkikasvien lisäksi muun muassa ruukut. Palvelu kattaa



haluttaessa kasvien huollot ja hoidon. Yritys tukee Lastenkliniikoiden Kummit ry:tä lahjoittamalla kukat ja vihersisustuksen kaikkiin heidän tapahtumiinsa.

Lisätietoja [www.robinex.fi](http://www.robinex.fi)

Lukijoilta



## Lukijakilpailu

Valitse kolme mielenkiintoisinta juttua tästä lehdestä ja voit voittaa huippukevyet Maxell Bluetooth -kuulokkeet tai ohuet Super Slim -kuulokkeet.



■ Maxell Bluetooth -kuulokkeita voi käyttää mikrofonin ansiosta myös puhelimen handsfree-laitteena, johon saa yhdellä latauksella jopa 8–10 tuntia puheaikaa. Erinomaisesta äänenlaadusta vastaavat 32 mm:n elementit. Äänenvoimakkuutta ja kapaleita voi säätää ja vaihtaa helposti kosketusnäppäimillä.

Ohuissa Super Slim -kuulokkeissa on erinomainen äänentoisto, jonka takaa 40 mm:n kaiutinelementti. Kuulokkeiden toiminnallisuutta lisää ohut, säädettävä sanka ja litteä audiokaapeli. Kuulokkeissa on myös handsfree-toiminnallisuus.

**Osallistu lukijakilpailuun osoitteessa [www.smkj.fi](http://www.smkj.fi) > Edut ja palvelut > myynti ja markkinointi tai lähettämällä sähköpostia osoitteeseen [toimitus@smkj.fi](mailto:toimitus@smkj.fi) (laita aihekenttään otsikko Lukijakilpailu 5/14).**

**Osallistumisaikaa on 17.11.2014 saakka.**

## Myyntiammatilaisen tulevaisuus vahva

■ B-to-B-myyntiammatilaisen asema vahvistuu tulevaisuudessa, käy ilmi Taloustutkimuksen, Mercuri Internationalin ja Myynnin ja markkinoinnin ammatilliset SMKJ:n syyskuussa tekemästä tutkimuksesta.

Peräti 95 % vastaajista arvioi myynnin ammattilaisten määrän pysyvän ennallaan tai kasvavan lähivuosina. Yhdeksän vastaajaa kymmenestä pitää myyjän tapaamista erittäin hyödyllisenä tai jossain määrin hyödyllisenä yrityksen hankintapäätöksiä tehtäessä. Mainontaa pitää erittäin tai jossain määrin hyödyllisenä puolet vastaajista ja sosiaalisen median palvelut kokee erittäin tai jossain määrin hyödylliseksi kaksi vastaajaa kymmenestä.

Tulokset esitellään tarkemmin myynti & markkinointi -lehdessä 6/2014, joka ilmestyy 11.12. Puhelimella toteutettuun kyselyyn vastasi yli 600 johtajaa pk-yrityksistä, jotka työllistävät 5–250 henkilöä. Kysely koski nimenomaan B-to-B-myyntiä.

Tuloksista järjestetään myös webinaari lokakuun lopussa. Tuloksia esittelevät ja kommentoivat tutkimusjohtaja *Jari Pajunen* Taloustutkimuksesta ja konsulttijohtaja *Pasi Pyysiäinen* Mercuri Internationalista.

**Ilmoittaudu seminaariin osoitteessa [www.smkj.fi](http://www.smkj.fi) > koulutuskalenteri.**

## Palautetta edellisestä lehdestä:

”Haluaisin lukea myynti & markkinointi -lehdessä ihmisten kokemuk-  
sia urapalveluista.”

”Mielestäni lehden tulisi kirjoittaa siitä,  
miten tärkeää maamme hyvinvoinnille  
on se, että myyntimiehet saavat kieliiin  
ja muiden maiden kulttuuriin liittyvää  
koulutusta. Tuotteita löytyy, mutta va-  
litettavasti ei riittävästi osaavia myyjiä,  
joten tuotteet ja innovaatiot päätyvät

yleensä jonkun ulkolaisen firman ke-  
hitettäväksi ja myyntiin.”

”Haluaisin lukea jutun ikääntyvän  
työnhausta.”

*Edellisestä lehdestä palautetta antaneiden kesken arvottiin Magisson minikarahvi. Sen voitti Anitta Jumisko. Onnea voittajalle!*

”IBM:n Watson-tietokone kykenee jo ratkaisemaan esimerkiksi myynnin ja terveydenhuollon haasteita, eli käytännössä kommunikoidaan ja tekemään ratkaisumyyntiä.”

Lauri Seppälä 25.9.2014 SMKJ:n Myynti & markkinointi -blogissa



## Keskity olennaiseen

Sähköposti laulaa, puhelin häiriköi ja ilma on sakeana tiedonmurusia ja tekemättömiä tehtäviä. Nurkan takaa kiilaa vielä ohituskaistaa esimiehen akuutti toimeksianto. Tällainen informaatoruuhka on ainakin aika ajoin arkea monelle, ainakin jos lukee *Juha Wiskarin* Kiireentappoase-kirjan esimerkkejä.

Tieto on kaksiteräinen miekka. Se voi olla sekä hyväksi että pahaksi. Jokaisessa organisaatiossa kertyy koko ajan valtava määrä tietoa, jota ei osata hyödyntää. On asiakaspalautteita, sosiaalisesta mediasta saatavaa tietoa, käyttäytymisdataa. Aikaisemmin ei ole ollut välineitä sen hyödyntämiseen, mutta nyt alkaa olla. Big datan hyödyntämisestä puhutaan tämän lehden sivuilla. Kertynyttä tietoa analysoimalla organisaatio voi löytää kokonaan uusia liiketoiminta-alueita. Löytää sen kuuluisan neulan heinäsuovasta.

Mutta se henkilökohtainen tietotulva. Jokainen sen tietää, mutta meitä tarvitsee vain muistuttaa: Keskity. Olennaiseen. Kiireentappoase-kirja auttoi itseäni taas tämän ajatuksen äärelle. Mutta miten löytää se olennainen? Yksinkertaisimmillaan kyse on siitä, että pysähtyy määrittelemään asioiden ja tehtävien tärkeysjärjestyksen – ja tähän Wiskari antaa varsin pätevän mallin, joka ottaa huomioon tärkeyden ja kiireellisyyden lisäksi tehtävien haasteellisuuden ja miellyttävyyden. Eli sen, että ikäviä tehtäviä on niin mukava lykätä.

Kun tulee oikein kiire, harjoittelen keskittymistä mielikuvatasolla. Kuvittelen olevani kuin teflonkapseli, joka on keskittynyt tekemään sitä tärkeintä tehtävää ja jonka pinnasta vähemmän tärkeitä asiat kimpoilevat takaisin. Tai kuin valtamerilaiva, joka kyntää sinnikkäästi oikeaan suuntaan, vaikka aallot välillä vääntävät harhareitille.

Otetaan selkävoitto informaatiosta, organisaatiossa tai henkilökohtaisesti. |

Kirjoittaja Piia Kunnas on myynti & markkinointi -lehden toimituspäällikkö, joka kampailee tietotulvaa delete-nappulalla ja pohtii olennaisia iltalenkillä.



## Business TOUHULAT



MYynti  
ON PIENIEN  
PLUSIEN  
KERÄÄMISTÄ

# Myyjien sparraaja

*Reijo Mylläri* oli menestynyt myyjä, mutta siitä huolimatta asiakkaat eivät aina ostaneet. Hän ymmärsi, että myyntityössä tarvitaan kovien faktojen lisäksi pehmeämpää lähestymistapaa ja tarjoaa molempia nyt valmennuksissaan.

**Y**rityksen myynti laskee ja myyntijohto vaatii lisää kontaktointia, lisää myyntiä, lisää tuloksia. Myyjät tekevät yhä enemmän töitä, mutta myynti ei kasva. Syytetään markkinatilannetta, ja myyjille tarjotaan myyntitaitoihin liittyvää koulutusta. Kuulos- taako tutulta?

- Kun myynti vähenee ja tulee haasteita, tilannetta pitäisi katsoa kokonaisuutena. Ei niin, että johto vain vaatii lisää tuloksia. Muut- tunut markkinatilanne ei ole kenenkään syy. Perinteiset keinot eivät enää toimi, vaikka ne olivat ihan oikeita, johtamisen kehittäjä ja myyntivalmentaja *Reijo Mylläri* sanoo.

Syyttelyn sijaan tulisi palata perusasioi- hin. Kuinka löydämme omat vahvuutemme? Mihin keskitymme? Mylläri peräänkuuluttaa myös tunneällyn käyttöä.

- Myyjät ovat yleensä tunnollisia ja teke- vät enemmän ja enemmän. Myyntitaidot eivät usein ole se ongelma. Pitää päättää mitä teh- dään ja miettii sitten, millaista osaamista sii- hen vaaditaan.

### Tuotemyynnistä asiakaslähtöisyyteen

Mylläri aloitti myyntiuransa vuonna 1981 Canonilla kopiokoneiden myynnin parissa. Kahdenkymmenen Canonilla vietetyn vuo- den aikana tekniikka kehittyi ja siirryttiin tuo- temyynnistä asiakaslähtöiseen tapaan toimia. Tuotteen merkitys väheni, sillä jo oletus oli, että tuote on riittävän hyvä.

Kun kate tuli ennen suoraan tuotteesta, 90-luvulla asiakkaat alkoivat haluta kokonai- suuksia ja kate muodostui vähitellen asiakas- suhteen aikana. Mylläri painottaa pitkien asia- kassuhteiden merkitystä.

- Markkinoilla ei ole kypsiä marjoja poi- mittavana, ja menetetyt asiakkaan takaisin saaminen on vaikeaa. Asiakkaan bisnestä täy- tyy ymmärtää niin että osaa tarjota hänelle hyötyä. Luottamuksen rakentamiseen puo- lestaan tarvitaan myyjien lisäksi myös muuta organisaatiota. On kyse siitä, miten koko orga- nisaatio ajattelee.

Myllärin myyntiuran merkittävin kauppa juontaa juurensa tilanteeseen, jossa hän onnis- tui voittamaan asiakkaan luottamuksen. Oli 1980-luvun puoliväli ja hän joutui silloin hoi-

tamaan Canonilla toisen osaston puolesta erästä reklamaatiota.

- Toimistohotellissa oli pieni huone, jossa hoidin onnistuneesti asiakkaan reklamaation. Asiakas osti samalla minulta yhden kopioko- neen. Myöhemmin yritys kasvoi usean kym- menen hengen yritykseksi ja osti kopioko- neita sekä muita tuotteita minulta aina siihen saakka, kun siirryin pois Canonilta.

### Myyjästä kouluttajaksi

Viimeiset viisi Canonin vuotta Mylläri pyörit- ti Lohjan aluetoimistoa, kunnes siirtyi Editan palvelukseen vuonna 2000. Sähköiset myyn- nin työkalut tulivat osaksi arkea ja toimintoja ulkoistettiin. Kumppanuusasiakkuus oli tul- lut jäädäkseen.

Mylläri oli kouluttanut myyjiä aikaisemmin ja se kiinnosti häntä edelleen.

- Pohdin, että vaikka tein asiat oikein ja olin menestynyt myyjänä, miksi asiakkaat eivät aina osta. Kiinnostuin siitä miten ihmi- nen käyttäytyy.

Mylläri oli opiskellut jo aikaisemmin psy- kologiaa ja sosiaalipsykologiaa ja kouluttau- tui nyt työnohjaajaksi.

- Huomasin, että nyt mennään aivan toi- seen ääripäähän kuin myynti. Se loi uuden näkökulman.

Mylläri kehitti edelleen coaching-taitoja ja valmistui NLP-traineriksi, mutta opiskeli myös ”kovia taitoja.” Tuloksena oli se, että hän oli esimerkiksi ammattitaitoinen terveh- dyttämiskonsultti eli saneeraaja, mutta kykeni ymmärtämään ihmisten sisäisten mallien ja kommunikaation merkityksen.

- Mietin, että miten voisin yhdistää nämä kovat ja pehmeät asiat. Se onnistui, kun perus- tin myyntiin ja myynnin johtamiseen keskitty- vän valmennusyritys Rementorin vuonna 2005.

Viimeisen kymmenen vuoden aikana Mylläri on kouluttanut sekä Rementorin että myyntityön tehostamiseen ja esimies- työn parantamiseen keskittyvän Urano Oy:n kautta.

### Uskalla myydä

Yrittäjäaikaan kuvaavat Myllärin mukaan teke- misen, löytämisen ja onnistumisen kokemuk-

**”Jos ei miellä olevansa myyjä, se on iso este. Silloin asiakkuuspäällikkö tulee vain juttelemaan mukavia.”**

set. Tärkeää on se, että tekee matkaa niin, et- tä on uskollinen omille arvoilleen ja ajatus- maailmalleen. Sivupolutkin ovat osa matkaa.

- Kun tekee asioita, jokin toimii ja jokin ei. Yrittäjänä toimiminen tarjosi mahdolli- suuden etsiä.

Työn vastapainoksi Mylläri kuntoilee ahke- rasti: pyöräilee, käy kuntosalilla, ui.

- Myynti on vastuullista hommaa ja oma keho on ainoa työkalu. Kuntoilu ja koulut- tautuminen ovat molemmat tämän työka- lun hoitamista.

Nyt Mylläri auttaa myyntialan väkeä hoi- tamaan työkaluaan. Hän sanoo, että myyjän osaamispaletissa pitäisi olla tasapainossa tuo- tekoulutus ja myynnillisten taitojen kehittä- minen.

Myyntityylivalmennuksessa kartoitetaan ne tekijät, jotka estävät myyjää saavuttamasta parhainta mahdollista tulosta. Kun tietää tyy- linsä, tunnistaa millaisten asiakkaiden kanssa voi olla haasteellista saada kauppa.

Myllärin mukaan yksi yleinen ongelma on se, että monessa organisaatiossa ei oteta rei- lusti myyjän roolia.

- Ajatellaan, että en ole myyjä, olen asian- tuntija. Jos ei miellä olevansa myyjä, se on iso este. Silloin asiakkuuspäällikkö tulee vain jut- telemaan mukavia.

Myllärin kokemuksen mukaan suoma- laisten myyntityön ammattilaisten pahim- mat sudenkuopat ovat ylimielisyys ja halut- tomuus kehittyä.

- Jos osaa jonkin asian, kuvitellaan, että ei tarvitse enää kehittyä. Joskus kysyn koke- neilta koulutuksiin tulijoilta, että miksi juuri he tulivat. He sanovat, että koskaan ei ole valmis ja koulutuksissa saa uusia kontakteja. Heitä kuunnellessa tulee esiin nöyryys ja aito halu tehdä myyntityötä.

## Verkostoitumista hotellin illallispöydässä

■ Ruokailussa on yhä useammin vahva sosiaalinen lataus, mutta monesta fine dining -ravintolasta puuttuu tällä hetkellä yhdessäolon elementtejä. Näin todetaan Foodservice 2020 -tulevaisuusraportissa, jossa HK:n, Meira Novan ja S-ryhmän matkailu- ja ravitsemiskaupan ketjuohjauksen asiantuntijat ennakoivat tulevaisuutta.

Sosiaalinen syöminen on trendi, joka näkyy vähitellen myös työmatkalaisten arjessa. Sen sijaan, että söisi illallista yksin hotellin ravintolassa, voi nyt hakeutua muiden työmatkalaisten seuraan heille erikseen varattuun pöytään.

Break Sokos Hotel Flamingossa Vantaalla on maanantaista torstaihin oma illallispöytä niille työmatkalaisille, joilla on S-ryhmän työmatkustuksen kanta-asiakaskortti S-Card. Idea työmatkalaisten omaan pöytään tuli asiakkailta itseltään.

– S-Card-asiakkaat ovat yleensä yksin matkustavia. Yksin syöminen ei aina ole kivaa. Yhteinen illallispöytä tarjoaa mahdollisuuden verkostoitua ja tutustua toisiin. Ravintolan kannalta säästämme myös tilaa, kun ennen omissa pöydissään istuneet asiakkaat ovat nyt samassa pöydässä, Break Sokos Hotel Flamingon ravintolapäällikkö *Raisa Oikarinen* sanoo.

Break Sokos Hotel Flamingon Amarillo-ravintolan asiakkaista on työmatkalaisia noin 20 prosenttia. Se tarkoittaa Oikarisen mukaan esimerkiksi torstai-iltaisain useita satoja ihmisiä.

Amarillossa S-Cardilaisille on oma menu ja työmatkalaisten pöytä on selvästi näkyvillä sisään tulon yhteydessä. Myös vastaanotossa kerrotaan mahdollisuudesta aktiivisesti.

– Olen huomannut, että aikaisemmin yksin eri pöydissä istuneet vakioasiakkaat istuvat nyt yhdessä. Enää ei ujustella, vaan osataan jo hakeutua yhteiseen pöytään, Oikarinen sanoo.

Break Sokos Hotel Flamingon S-Card-illallispöydän ideaa on tarkoitus laajentaa koko ketjuun. S-ryhmän uusissa ravintolakonsepteissa huomioidaan jatkossa jo suunnitteluvaiheessa usean ruokailijan ryhmät. Vanhoihinkin konsepteihin pyritään tuomaan elementtejä, jotka tukevat elämyksellisyyttä, viihtymistä ja kohtaamisia.

Esimerkiksi Rosso-ketjun liikeidean uudistamisen yhteydessä uutena palvelutuotteena tulevat ”kimppapöydät”. Joensuun kauppakeskus Prismassa toukokuussa avautuneessa Rosso-ravintolassa kokeillaan kimppapöytää, jossa yksin ruokailemaan tulevat voivat syödä yhdessä. |

## Työkaarimalli avuksi työurien pidentämiseen

■ Työhyvinvointi ja työkyky paranevat, kun työpaikan toiminta nojaa eri-ikäisten vahvuuksiin ja tiiviiseen yhteistyöhön. Työturvallisuuskeskus (TTK) on julkaissut uuden sähköisen työkalun työurien pidentämistalkoisiin.

Työkaarityökalu auttaa työpaikkoja arvioimaan ikäjohtamisen käytäntöjä, asettamaan tavoitteita sekä kehittämään työtä, työoloja ja toimintatapoja työhyvinvoinnin edistämiseksi ja työssä pysymiseksi työurien alussa, keskellä ja lopussa.

Tavoitteena on myös herättää jokainen meistä miettimään, miten huolehdimme omasta työkunnostamme.

– Pienetkin investoinnit henkilöstöön tulevat korkojen kanssa takaisin jo muutaman vuoden kuluessa. Siksi työhyvinvointiin kannattaa satsata myös haastavassa tilanteessa, painottaa työkalun kehitysryhmän varapuheenjohtaja *Riitta Työläjärvi* STTK:sta.

Metsäkoneistaan tuttu Ponsse on hyvä esimerkki työpaikasta, jolle pitkien työurien tukeminen on talon tapa. Ponsella on useita työtehtäviä muokattu yksilön fyysisen tai henkisen työkyvyn tukemiseksi.

– Ikähaitari työn uudelleen järjestelyissä ulottuu aina 30-vuotiaasta 60-vuotiaaseen. Tärkeää on, että työntekijä on aktiivinen ja haluaa ottaa vastuun tulevaisuudestaan, sanoo Ponssen työsuojelupäällikkö *Tiina Lavinen*.

*Työmaarimalli – työpaikan ikäjohtamisen tuki -video, TTK 2014: [www.sykettatyohon.fi/tyokaari](http://www.sykettatyohon.fi/tyokaari)*



## Eläkeratkaisu ei vähennä työkyvyttömyyseläkkeitä

■ Työterveyslaitos pitää huolestuttavana, että päätös eläkeiän korottamisesta ei tarjoa ratkaisuja työkyvyttömyyseläkkeiden aiheuttamiin menetyksiin.

Vuosittain työkyvyttömyyseläkkeelle siirtyy noin 20 000 keskimäärin 52-vuotiaasta henkilöä. Jopa kaksi kolmasosaa ennenaikaisesta eläköitymisestä aiheutuvista työpanosmenetyksistä liittyy työkyvyttömyyseläkkeisiin. Näin ollen eläkeuudistuksen työuria pidentävät vaikutukset uhkaavat jäädä vähäisiksi.

Työterveyslaitos ehdottaa, että olisi pikaisesti sovittava laajamittaisesta ohjelmasta, jolla työkyvyttömyyden alkuvuus saataisiin pieneneväksi. Suomen työikäisen väestön jäljellä olevaa työkykyä voidaan ja pitää hyödyntää paremmin.

## Ammattikoulun käyneillä heikot ongelmanratkaisukyvyt

■ Suomalaisaikaisten osaamisen taso tietoteknisessä ongelmanratkaisussa on Euroopan kärkipäätä. Tuore tutkimus paljastaa kuitenkin, että yli puolella ammatillisen koulutuksen suorittaneista aikuisista on heikot ongelmanratkaisutaidot. Eri-tisessä alle 40-vuotiaiden osaamiserot ovat huolestuttavan suuria.

Noin joka viides vain toisen asteen ammatillisen koulutuksen suorittaneista aikuisista on niin sanottu riskisuoriutuja ongelmanratkaisussa, eli ei yllä edes niin sanotun heikon suoriutujan tasolle. Heikkoja suoriutujia on neljä kymmenestä, joka kolmas suoriutuu keskitasoisesti ja vain neljä sadasta suoriutuu hyvin.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että ammatillisen koulutuksen käyneiden aikuisten heikot ongelmanratkaisutaidot eivät johtuneet ammatillisesta koulutuksesta koulutusmuotona, vaan esimerkiksi vähäisemmästä koulutusvuosien määrästä.

Tulokset perustuvat kansainvälisen PIAAC-tutkimuksen aineiston analyysiin, joissa oli mukana 11 Euroopan maata ja 50 369 iältään 16–65-vuotiaasta aikuista, joista 4 503 oli suomalaisia. PIAAC-tutkimuksen verkkosivut: <https://ktl.jyu.fi/piaac>

saks

ittua

Todennäköistä on, että sosiaalisen median mobiilikäytön yleistyminen lisää entisestään negatiivisten kokemusten jakamista. Kännykkäkuva karpäsestä ravintola-annoksessa tai piittaamatomasta liikennekäyttäytymisestä ovat todistusaineistoa, jota on helppo levittää.

**Harri Jalonen Talouselämässä 26.9.2014**

Väitän, että meidän yritysilmämme suurin ongelma on siinä, että emme yksinkertaisesti osaa myydä. Totta kai myytävien tuotteiden tulee olla erottuvia, innovatiivisia, käyttöönsä soveltuvia ja hinta/laatu-suhteeltaan kunnossa. Mutta itse tuote ei auta, jos myyntiin ei panosteta oikealla tavalla eikä myyntiä johdeta systemaattisesti.

**Pasi Nieminen Teknisen kaupan ja palveluiden yhdistyksen blogissa 17.9.2014**

Puolison persoonallisuus vaikuttaa uramenestykseen, päättelee amerikkalaisen St. Louisin Washington-yliopiston psykologian apulaisprofessorin Joshua Jacksonin johtama tutkimus. Parhaiten töissä menestyvät ne naiset ja miehet, joiden puoliset ovat tunnollisia.

**Helsingin Sanomat 2.10.2014**

Kansainvälisessä tutkimuksessa on noussut esiin kymmenen asian lista, joka vaikuttaa eniten työssä innostumiseen. Asioiden tärkeysjärjestys vaihtelee maittain. Suomessa kärjessä ovat aikaansaamisen tunne, hyvä johtaminen ja hyvät suhteet työpaikalla. Korkealle listalla nousee myös hallinnan tunne eli mahdollisuus vaikuttaa omaan työhönsä.

**Helsingin Sanomat 28.9.2014**



**Marjut Herranen,**  
40 vuotta

**Project Director,**  
Management Events  
Studio

tradenomi

## Tilaisuuksilla kasvatetaan myyntiä

**M**arjut Herranen myy yrityksille räätälöityjä tapahtumia, jotka hyödyttävät asiakkaan liiketoimintaa. Lähtökohta on sama kuin niillä aloilla, joilla ei ole konkreettista tuotetta näytettävänä. Asiakkaalle myydään mielikuvaa.

- Asiakkaalle pitää pystyä maalaamaan eräänlainen taulu: miltä tapahtuma näyttää, tuoksuu, tuntuu. Minun vahvuuteni on se, että osaan vakuuttaa asiakkaan ja pystyn kertomaan myös yksityiskohtia, Herranen sanoo.

Vahva käytännön kokemus tapahtumien järjestämisestä on eduksi Marjut Herrasen uudessa tehtävässä Management Events Studion projektijohtajana. Hän työskenteli aikaisemmin samassa yrityksessä projektipäällikkönä ja teki tapahtumiin liittyvää käytännön työtä. Sitä ennenkin hän oli vahvasti mukana tapahtumabisneksessä. Funmedia Oy:ssä vietetyt viisi vuotta kartuttivat kokemusta niin tapahtumien myynnistä kuin tapahtumatuottajan tehtävistä.

Tästä syksystä alkaen Herranen on keskittynyt uusasiakashankintaan, konseptien kehittämiseen ja budjettien laatimiseen.

- Minulla on selkärangassa se miten tapahtumia tehdään. Tuli tunne, että olen antanut jo kaikkeni tuotantopuolella. Sen sijaan haluan visioida ja luoda uutta.

Management Events Studio on erikoistunut siihen, miten vaikeasti saavutettavia kohderyhmiä saadaan paikalle. Apuna käytetään tarvittaessa kohderyhmäkartoituksia. Niiden avulla selvitetään ennen tapahtuman järjestämistä, mikä on kohderyhmälle ajankohdista ja tärkeää juuri nyt.

Tapahtuman tavoitteena voi olla esimerkiksi uusien kontaktien ja liidien luominen, asenteisiin vaikuttaminen tai myynnin lisääminen. Tavoite voi olla niin tärkeä yrityksen kannalta, että huono taloustilannekaan ei välittömästi vaikuta tapahtuman järjestämiseen.

-Teemme paljon tilaisuuksia, joiden avulla halutaan kasvattaa myyntiä. Tällaisia tapahtumia ei karsita ensimmäisenä. |

### Marjutin urastepit:

**1998**  
muutti Joensuusta Helsinkiin ja toimi erilaisissa myynnin ja markkinoinnin tehtävissä

**2000-2003**  
työskenteli K-kauppiasliiton tuotepäällikkönä

**2004-2009**  
toimi Funmedia Oy:ssä tapahtumien myynnissä ja tuotannossa

**2010**  
aloitti projektipäällikkönä Management Events Studiassa

**8/2014**  
siirtyi Management Events Studion projektijohtajaksi

## UUSIEN HAASTEIDEN KIMPUSSA

Julkaisemme tässä jäsentemme nimitysuutisia. Tiedot nimityksistä ja valokuvan voi lähettää sähköpostilla osoitteeseen [toimitus@smkj.fi](mailto: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 koulustarjontamme 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, ettei jää paitsi tärkeää tietoa! ([www.smkj.fi](http://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](http://www.targetheadhunting.fi)

## Myyntijohtaja, joka ei myy

Kuulin eräästä projektista, jonka siivellä eri yritysten B-to-B-myyjät saavat avuttua asiakasyhteyksiä ilman myyntikärkeä. Keskustelu voidaan sitten pikkuhiljaa siirtää oikeille raiteilleen ikään kuin vahingossa. Ostaja ei muka vain huomaa sitä. Kaikkein hämmäntävintä on kerskailu sillä, ettei tarvitse edes myydä, kun asiakas ostaa muutenkin. Tärkeintä ei ilmeisesti ole myynti vaan torjunnan välttäminen.

”Liian suuret asiakaskontaktimäärät eivät ole ongelma Suomessa”, argumentoi eräs myyntiorganisaation johtaja ja kouluttaja. Hän ei ole ajan tasalla myyntikentän muutoksista tai niistä haasteista, joita myyjä kohtaa päivittäin. Hän palkitsee tiimensä kontaktimäärien, ei tulosten, perusteella. Väitän, että asiakkaat saavat kyllästymiseen asti myyntipuheluita ja tarjouksia, jotka ovat heille epäolennaisia. Vastaukset ovat brutaalin tyljiä, siksi myyjä kehittää itselleen suojakilven. Laitetaan paljon turhaa meiliä, jotta asiakasta ei tarvitse kohdata. Pakotettuna tavataan asiakas toisella verukkeella - pomokin on tyytyväinen kun face-to-face-kontaktimäärät ovat koholla. Paljon tehdään, silti itse myynti takkuilee. Se on tämä haastava markkinatilanne, sanotaan.

Säännöllisesti joku kysyy minulta joudunko itse johtotehtävissä myymään. Kysymys on absurdi. Miten voin johtaa myyntiorganisaatiota, ellen itse myy? Miten voin tietää myyjien muuttuvan maailman haasteista, ellen itse kohtaa niitä tai edes yritä? Miksi viestittäisin, että organisaatiossa yleneminen johtaa myynnin loppumiseen? Ikään kuin se olisi tavoiteltavaa.

Myyntijohdon myymättömyys liittyy usein epävarmuuteen omasta menestyksestä. Tulokset eivät ole vertailukelpoisia, kun fokus on jakaantunut. Tuskin kukaan huippumyntejä odottaakaan. Uskon kuitenkin, että esimerkki tarmokkaasta yrittämisestä tekee organisaatiosta inhimillisemmän ja saa onnistumiset maistumaan vieläkin paremmalta. Myyntijohtaja, joka itsekin myy, arvostaa tiimiään entistä enemmän. Hän ymmärtää työn vaatimukset, sen rankkuuden ja henkisen tuen tärkeyden. |

*Kirjoittaja Jasmine Plavsic on sisältömarkkinointiyritys Presser Oy:n perustaja ja toimitusjohtaja. Hän järjestää myynnin sparrausta organisaatioissa, joissa tarvitaan uutta näkemystä ja motivaatiota tekemiseen.*



# Varainhankinnassa myydään kumppanuutta

Suomalaiset ovat tottuneet, että järjestöt tekevät varainhankintaa perinteisen suoramarkkinoinnin keinoin. Varainhankinta nähdään kuitenkin yhä enemmän oman asian myyntinä ja markkinointina, vastavuoroisena toimintana, jossa kumpikin osapuoli saa vastinetta.





**D**ance Theatre of Harlem on New Yorkissa sijaitseva korkealuokkainen tanssiteatteri ja -koulu, joka haluaa edistää erityisesti afroamerikkalaisten mahdollisuutta balettiin. Se ylläpitää tanssikoulua ja tekee yhteistyötä esimerkiksi paikallisten koulujen kanssa New Yorkin Harlemissa.

Kymmenen vuotta sitten tanssiteatterin talous oli romahtanut, ja kunnianhimoinen teatteri näytti hetken tulleen tiensä päähän. Käynnistet-

tiin uudenlainen toimintatapa, joka pelasti teatterin ja mahdollisti toiminnan aloittamisen uudelleen muutaman vuoden katkoksen jälkeen.

Uusista linjauksista ja uuden varainhankintastrategian luomisesta vastannut mies, New York Universityn varainhankinnan professori *Rodney Trapp*, kävi syyskuussa Helsingissä esitelmöimässä varainhankinnan tilanteesta, asennemuutoksesta ja toimivista käytännöistä.

Trappin opit eivät kaikilta osin ole suoraan sovellettavissa Suomeen, onhan esimerkiksi taidelaitosten rahoituspohja USA:ssa pääasiassa yksityisen rahoituksen varassa ja hyväntekeväisyys, ”give back” -asenne, suorastaan kansalaishyve. Myös lainsäädäntö on erilainen: hieman osavaltiosta riippuen yritykset ja yksityishenkilöt voivat vähentää lahjoituksensa verotuksessaan.

Trappin mukaan yleisön – niin yksityisten kuin yritystenkin – suhtautumisessa lahjoituksiin on tapahtunut suuri muutos.

– Baby Boomer -sukupolville riitti pelkkä lahjoittaminen, mutta heidän jälkeensä tulleet X-, Y- jne. sukupolvet haluavat syvällisempää yhteistyötä tukemiensa toimijoiden kanssa. Kyse on vastavuoraisuudesta. Tämän päivän ihminen haluaa perehtyä ja sitoutua asioihin voimakkaammin kuin edeltävät sukupolvet, Trapp sanoo.

Ronald Trapp loi New Yorkissa toimivalle Dance Theatre of Harlemille uuden toimintatavan ja varainhankintastrategian, mikä auttoi talousvaikeuksista kärsivän teatterin jaloilleen. Kuvassa tanssivat Ingrid Silva ja Anthony Savoy.



SMKJ:n jäsen ja Invalidiliiton keräyspäällikkö Petri Äikiä kertoo, että avustajakoirakalenteri on yksi liiton varainhankintatuotteista.

## Invalidiliitto:

### Ammattimaista varainhankintaa

■ – Meillä Invalidiliitossa varainhankinta kohdistuu, kuten varmaan muillakin kansanterveysjärjestöillä, yhtä hyvin yksityisiin kansalaisiin kuin yrityksiinkin, kertoo liiton keräyspäällikkö *Petri Äikiä*.

– Olemme eräs maan vanhimmista kansanterveysjärjestöistä, joten meillä on pitkät perinteet myös varainhankinnassa. Se on meillä strategiaan kirjattua, täysin ammattimaista, luonnollista toimintaa. Varainhankinnan osastolla työskentelee seitsemän päätoimista henkilöä ja projektitoissa noin kaksikymmentä lähinnä puhelintyötä tekevää varainhankkijaa.

Miten Invalidiliitto myy asiansa, miltä kulmalta keskustelua lähdetään viemään eteenpäin?

– Kyllä me myymme Invalidiliittoa ja jotain sen yksittäistä kohdetta. Yksittäinen asia ja selkeämpi kohde on helpompi. Esimerkkinä voisin mainita hiljattain käynnissä olleen avustajakoirahankkeen, jossa myimme avustajakoirakalentereita. Yksi avustajakoira tulee maksamaan 20 000–30 000 euroa, joten rahan tarve on suuri. Toinen, hyvin yleinen keräysaiheemme on lasten ja nuorten leirien rahoittaminen, Äikiä kertoo.

Yrityspuolella on päästy syvällisempään yhteistyöhön.

– Esimerkiksi erään hotelliketjun kanssa tehdään yhteistyötä esteettömyysasioissa. Suomalainen hissiyritys puolestaan on hyötynyt yhteistyöstä hissiratkaisuihinsa, joihin annoimme oman, esteettömyyteen liittyvän näkökulmamme. Tällaiset yhteistyöprojektit ovat pitkäaikaisia, ja niissä on molemmin puolin asiantuntijoita mukana.



Trappin mukaan on koittanut uusi ihanteellisuuden aika, ja sen myötä uudet lahjoittajapolvet miettivät asiaa jopa siltä kannalta, millaisen perinnön he haluavat jättää itsestään. Omistautuminen vapaaehtoisena jonkin yleishyödyllisen yhteisön toimintaan nähdään itseä ja yhteisöä rikastavana toimintana.

Suhtautumisen muutoksesta joutuksen lahjoittajasuhteita on ryhdyttävä katsomaan toisesta näkökulmasta.



- Kysymys ei siis enää ole kertaluonteisesta ja kenties helposta rahan antamisesta vaan yhteistyön aloittamisesta, pitkäaikaisesta kumppanuudesta, jossa kumpikin osapuoli on saamapuolella. Ajattelutavan muutos edellyttää luonnollisesti strategioiden ja keinojen uudelleen arviointia.

#### **Asennemuutos myös Suomessa**

Myös kotimainen varainhankinnan asiantuntija ja yhdessä Trappin kans-

sa luennoinut *Heidi Lehmuskumpu* allekirjoittaa saman muutoksen.

- Varainhankinta ei ole hattu kourassa anomista. Jos minkään organisaation tarvitsee kerjätä rahaa, se ei ole tuen arvoinen. Kun toiminta on kunnossa, lahjoitus ja kumppanuus ovat sijoituksia esimerkiksi tanssiteatteriin. Tuotto näkyy elinvoimaisempana teatterina, josta kaikki hyötyvät.

Heidi Lehmuskumpu on asiantuntija, joka on Suomessa kenties syväli-



Lapin kamariorkesterin menestys rakentuu pitkäjänteisen harjoittelun varaan. Orkesteriharjoituksia johtaa John Storgårds.

Lapin kamariorkesteri:

## **Napapiiriltä kansainvälisyyteen**

■ Lapin kamariorkesteri on EU-alueen pohjoisin toimiva ammattilaisorkesteri, ja suomalaisiksi maakuntaorkesteriksi varsin menestyvä. Vuosikausien määrätietoinen työ on tuottanut tulosta ja vienyt orkesteria paitsi Lapin kiertueille, myös maamme rajojen ulkopuolelle.

- Yritysyhteistyö Rovaniemen tapaisessa pikkukaupungissa on olosuhteista johtuen melko pientä ja tapahtuu melko perinteiseen tapaan. Paikalliset yritykset ostavat meiltä toisinaan kokonaisia konsertteja tai yksittäisiä ohjelmanumeroita omiin juhliinsa tai asiakastilaisuuksiin. Yritykset ovat myös ostaneet paljon levytyksiämme, kertoo Kanerva.

Lapin kamariorkesteri toimii uusissa tiloissa yhdessä Rovaniemen taidemuseon kanssa. Samassa rakennuksessa on luontevaa etsiä yhteisiä toimintamuotoja, joita ovat muun muassa taidemuseokonsertit ja lauantaikonsertti Korundin kahvilassa.

Paikallisten yritysten lisäksi rovaniemeläiset ovat lähteneet rohkeasti hakemaan yhteistyötä maamme rajojen ulkopuolelle.

- Olemme jo pitkään luoneet kontakteja Tanskaan. Kaikki alkoi levytysyhteistyöstä tanskalaisen Da Capo -levy-yhtiön kanssa. Yhteistyö on kantanut enemmänkin hedelmää, tulossa on mm. erään tanskalaisen kustantamon ostama konsertti. Tanska-yhteistyö herättää meillä suuria toiveita.

simmin koulutuksensa kautta perehtynyt varainhankintaan. Ekonomi, taidejohtamisen maisteri ja New York Universityn Fundraising and Grantmaking -ohjelmasta valmistunut Lehmuskumpu konsultoi taideorganisaatioita varainhankinta-asioissa. Lisäksi hän toimii Helsingin yliopiston lääketieteellisen tiedekunnan varainhankinnan ja yhteiskuntasuhteiden suunnittelijana.

Lehmuskumpu painottaa, että yleisön käyttäytymisen muutos edellyttää

entistä syvällisempää strategista ajattelua varainhankintaa harjoittavilta yhteisöiltä.

- Pitkäaikaiset lahjoittaja- ja kumppanuussuhteet eivät rakennu päivässä. Täytyy kartoittaa ne lahjoittajat ja kumppanit, joilla on side organisaatioon ja kiinnostus tukea tämän toimintaa. Varsinkin yrityskumppaneille täytyy miettiä myös niitä hyödyttäviä vastineita.

Esimerkkinä eräästä uudesta yhteistyön mallista Lehmuskumpu mainitsee

USA:sta peräisin olevan käytännön, jossa yritys ”lainaa” tietyn ammattitaidon omaavan henkilönsä – esimerkiksi it-velhon tai graafisen suunnittelijan – kumppaniyhteisön käyttöön sovituksi ajaksi, vaikkapa viikoksi.

- Vastaavasti monelle suomalaisellekin taidelaitokselle on jo tuttua tuoda omaa osaamistaan esille esimerkiksi kumppaniyrityksen asiakastilaisuuksissa. Tämä onnistuu tietenkin parhaiten esittävän taiteen puolella, mutta yhtä hyvin kuvataiteessa on keksittävässä omia, luovia keinoja, toteaa Lehmuskumpu.

Suomessa suuri yleisö on tutustunut varainhankintaan ehkä eniten erilaisten kansalaisjärjestöjen toiminnan kautta. Potilas-, luonnonsuojelu- ja ihmisoikeusjärjestöt ovat jo kymmenien vuosien ajan hakeneet lahjoittajia perinteisin suoramarkkinoinnin keinoin, mutta viime vuosina heidän painopisteensä on siirtynyt henkilökohtaiseen feissaritoimintaan ja säännöllisten kuukausilahjoittajien värväämiseen.

Kulttuurielämästä löytyy toimijoita, joiden varainhankinta on kehittynyt jo varsin syvälliseksi erityisesti yritysyhteistyön osalta. Näistä Lehmuskumpu mainitsee esimerkkeinä Savonlinnan Oopperajuhlat ja Nykyaikaisen taiteen museo Kiasman.

- Myös World Design Capital Helsinki loi loistavia yhteissisältöjä yrityskumppanien kanssa toimintansa rahoittamiseksi, hän toteaa.

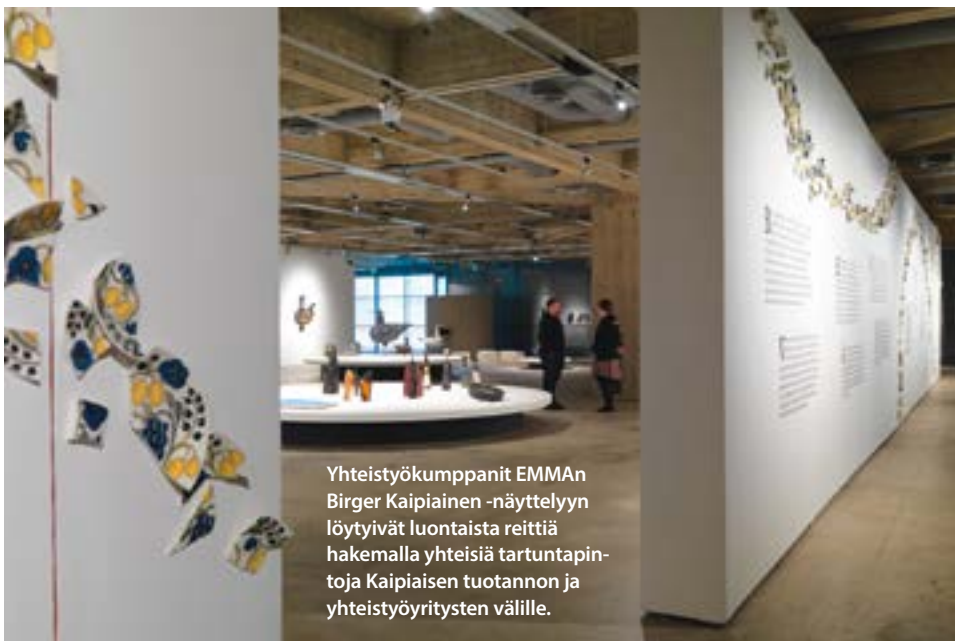
Eteenpäin siis mennään. Ja vaikka Oopperajuhlat tai Kiasma ovatkin maamme eturivin kulttuurilaitoksia, Lehmuskummun mukaan eteenpäin voidaan mennä myös vaatimattomammalla maineella ja kasvukeskuksen ulkopuolella.

### ”Ota rahat ja juokse” ei toimi

Varainhankinnan käytännöissä voidaan ottaa pitkälti mallia voitollisen liiketoiminnan puolelta. Tuloksenteossa vallitsevat jokseenkin samat peruserätykset.

- Tavoitteellisuus, suunnitelmallisuus ja pitkäjänteisyys tuovat parhaat tulokset, sanoo Lehmuskumpu.

- Tavoite kannattaa määritellä sekä sanallisesti että euromääräisesti. Sanalliset tavoitteet liittyvät tunnettuuteen



Yhteistyökumppanit EMMAn Birger Kaipiaisen -näyttelyyn löytyivät luontaista reittiä hakemalla yhteisiä tartuntapintoja Kaipiaisen tuotannon ja yhteistyöyritysten välille.

## EMMA – Espoon modernin taiteen museo:

### Yhteisistä arvoista yhteisiin sisältöihin

■ WeeGee-talossa Espoon Tapiolassa toimiva EMMA harjoittaa syvälle menevää yhteistyötä yrityskumppaneidensa kanssa.

- Mietimme jokaisen näyttelyn yhteistyökumppanit aina erikseen etsimällä yhteisiä tartuntapintoja yrityksen toimialan ja näyttelyn välille, museon johtaja *Pilvi Kalhama* kertoo.

- Mikäli yritys jakaa näyttelyn kanssa samat arvot, sitä voidaan harkita kumppaniksi ja lähteä yhdessä sisällöllistämään yhteistyötä. Tällä tavalla yritysten osuudesta ei tule päälleliimattua, vaan mallit nivoutuvat sulavasti näyttelyiden ideaan.

Hyvänä esimerkkinä Kalhama mainitsee vuonna 2013 pidetyn, yleisöennätykseen yltäneen näyttelyn *”Kuriton kaunosielu – Birger Kaipiaisen keraamisia fantasiaita”*.

- Luontevin yhteistyökumppani tähän näyttelyyn oli tietenkin Arabia-littala, edustaan se täysin samaa toimialaa kuin näyttelyssä esiteltävät tuotteet. Avotakka-lehden kanssa teimme mediayhteistyötä ja saimme heidän kauttaan toimivan markkinointikampanjan.

Aivan kaikkien näyttelyiden sisällöistä ei nouse yhtä luontevasti ideoita yhteistyökumppaneiksi ja yhteistyön sisällöiksi.

- Tällaisia näyttelyitä meillä on vuosittain ehkä yksi tai kaksi. Silloin teemme yhteistyötä pitkäaikaisien yrityskumppaneidemme kanssa yleisemmällä tasolla.

ja mielikuvaan, euromääräiset tiestysti sisään tulevaan rahaan. Taloudelliset tavoitteet kannattaa purkaa osiin ja miettiä, mistä ne koostuvat: mitä toimenpiteitä tehdään ja mitä ne tuottavat. Kun resurssit ovat rajalliset, kannattaa keskittyä toimintaan, jossa panos-tuotossuhde on paras. Yhteistyöyrityksiä etsittäessä kannattaa aina miettiä, mitä tarjottavaa yhteisöllä olisi juuri tälle yritykselle. Yhteiset tartuntapinnat synnyttävät luovia yhteisiä toimintamalleja.

Sekä Lehmuskumpu että Trapp painottavat myös, että yrityksillä on aina useampia ovia. Mikäli yksi ovi ei aukea, kannattaa kokeilla toista. Pienemmällä paikkakunnilla, joissa yritysten määrä on vähäisempi, kannattaa piipahtaa naapurikunnankin puolella – toimivathan esimerkiksi orkesterit yleensä laajalla, jopa kokonaisen maakunnan kattavalla alueella.

Trapp korostaa myös ns. hissipuheeseen merkitystä.

- Oman myyntipuheen kehittämisen lyhyeksi ja napakaksi kannattaa aina. Kun puheessa lähdetään liikkeelle asiakaslähtöisesti – toisin sanoen painotetaan oman tuotteen sijaan sitä, mitä yhteistyökumppani hyötyy – kuulija kiinnostuu todennäköisemmin.

Lahjoittaja- tai kumppanuussuhteen syntyminen edellyttää myös suhteen hoitamista. Tässä Lehmuskumpu ja Trapp korostavat kolmea seikkaa: läpinäkyvyys, läpinäkyvyys ja läpinäkyvyys.

Sitoutumista lisää säännöllinen tiedottaminen lahjoitus- tai kumppanuusvarojen käytöstä ja niistä konkreettisista tuloksista, joihin lisärahalta on päästy. Yhteydenpidon ei tarvitse olla suurta ja mahtavaa, esimerkiksi postikortti tai sähköposti 2-3 kertaa vuodessa ja suurempi katsaus ker-

ran vuodessa voivat jo toimia hyvänä kanavana.

Monella taidelaitoksella herää kysymys taiteen riippumattomuudesta. Entä jos rahoittajat haluavatkin vaihtaa taiteen sisältöön rajoittaen täten taidelaitoksen omaa määräysvaltaa?

Trappin mukaan asiaan ei ole yksiselitteistä vastausta, vaan sitä on katsottava aina tapaus kerrallaan.

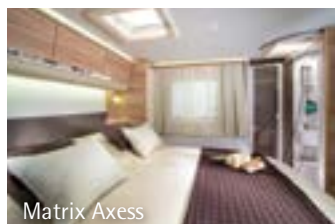
- Mikäli yhteistyöprojektit yrityksen kanssa tuovat selvää hyötyä taidelaitokselle eivätkä syö sen perusresursseja, esimerkiksi orkesterin varsinaisen taideohjelmiston harjoitteluaiakaa tai imagoa, se on nähtävä myös mahdollisuutena. Mutta toki omalle toiminta-ajatukselle täytyy silti olla aina uskollinen, koska se luo toiminnan perustan, Trapp sanoo. |



## UUDET UPEAT ADRIA-MALLISTOT 2015 Uusi Matrix – avarampi ja sutjakkaampi



Matrix Axess



Matrix Axess



Matrix Supreme

Adria – valmis matkantekoon!

360°  
panoraamaesittely  
kaikista malleista  
[www.adria.fi](http://www.adria.fi)

[www.adria.fi](http://www.adria.fi)

Adria-autojen jälleenmyyjät  
• Espoo Best-Caravan Oy  
• Hyvinkää Best-Caravan Oy  
• Kokkola Caravan Shop Oy  
• Kuopio Best-Caravan Oy  
• Lahti J. Rinta-Jouppi Oy

(09) 854 1055  
010 832 4500  
(06) 830 1310  
010 832 4527  
020 788 1310

[www.bestcaravan.fi](http://www.bestcaravan.fi)  
[www.bestcaravan.fi](http://www.bestcaravan.fi)  
[www.caravan-shop.fi](http://www.caravan-shop.fi)  
[www.bestcaravan.fi](http://www.bestcaravan.fi)  
[www.rintajouppi.fi](http://www.rintajouppi.fi)

• Lappeenranta J. Rinta-Jouppi Oy  
• Oulu/Kempele JP-Caravan  
• Rovaniemi Caravankeskus Reatalo  
• Salo Auto Simelius Oy  
• Seinäjoki J. Rinta-Jouppi Oy

020 788 1340  
(010) 387 5000  
(016) 315 440  
(02) 733 1550  
(06) 420 1800

[www.rintajouppi.fi](http://www.rintajouppi.fi)  
[www.jp-caravan.fi](http://www.jp-caravan.fi)  
[www.reatalo.net](http://www.reatalo.net)  
[www.auto-simelius.fi](http://www.auto-simelius.fi)  
[www.rintajouppi.fi](http://www.rintajouppi.fi)

• Tampere Caravan Erälaukko Oy  
• Turku Turun Länsi-Vankkurit Oy  
• Vantaa J. Rinta-Jouppi Oy

020 755 9960  
(02) 274 9880  
(09) 2525 7500

[www.eralaukko.fi](http://www.eralaukko.fi)  
[www.lansivankkurit.com](http://www.lansivankkurit.com)  
[www.rintajouppi.fi](http://www.rintajouppi.fi)

# Myyntiteksti tehoaa tarinallaan ja kielellään

Tarkkaan mietityt ja huolella kirjoitetut sanat, lauseet ja virkkeet innostavat lukijaa jatkamaan. Herätä uteliaisuus, sillä myös myyntitekstien vastaanottaja innostuu arvoituksista ja tarinoista.

**M**inulta sinulle. Sisällöntuotannon ja markkinointiviestinnän kouluttaja *Jukka Niemelä* korostaa, että kaikki myyntitekstit ovat henkilökohtaisia, kirjoittajalta lukijalle.

- Tarjouskirje tai twiitti, sähköpostiviesti tai blogipostaus, vastaanottaja on aina yksi henkilö. Hän tulkitsee viestiä ja tekee silläkin hetkellä päätöksiä.

Ostopäätöksiä, kyllä, mutta myös päätöksistä ensimmäinen on tärkeä: avaanko kirjeen, klikkaanko sähköpostiviestin auki?

Yrittäjänä ja copywriterina työskentelevä Niemelä kutsuu onnistunutta otsikkoa lööpiksi. Hän varoittelee epämääräisen löysistä ja yleispäteivistä otsikoista, jotka eivät tartu ketään.

- Väitä, kehot, tee yllättävä kysymys, esitä paradoksi. Kirjoita lööppi, joka tarttuu ja sen jälkeen lunasta lööpin odotusarvo. Kaikkia ei pidä yrittääkään miellyttää.

Jukka Niemelä luottaa kysymyksiin. Ne ohjaavat lukijaa pohtimaan. Vaikka hän ei kysymykseen heti mielessään vastaisikaan, jää kysymys ja sen aihe mieleen muhimaan. Samanlainen vaikutus on kehotuksella.

- Sähköpostiviestin otsikosta löytyvä ”Tule hyvinvointikoulutukseen” pistää aivot raksuttamaan. Kannattaisiko minun ostaa tämä ja miksi? Muista siis hyvät perustelut heti kehoituksen jälkeen.

## Jotain tuttua, jotain uutta

Nyt lukija on tehnyt päätöksen ja hän jatkaa lukemista. Jukka Niemelä on puolestaan val-

mis täydentämään hyvän myyntitekstin reseptiä: tarjoile alussa jotain tuttua ja jotain uutta.

- Lukijaa on aina pidettävä tietämättömänä, mutta ei koskaan tyhmänä. Tarjoa tiedonmurusia tutusta kohti tuntematonta ja pienestä kokonaisuudesta kohti suurempia kokonaisuuksia. Ymmärrys kasvaa tekstissä matkan varrella.

- Jos tarjoat ratkaisua ennen kuin lukija ymmärtää, että hänellä on ongelma, ratkaisu on silloin tuntematon elementti. Se voi olla myynnin este, selittää Niemelä.

Saman tien hän muistuttaa, että onnistunut teksti sisältää myös sopivasti uutta.

- Jos toimialan kaikki tekstit alkavat näyttää samalta, ne eivät tartu, vaikka niiden sisään olisi leivottu kuinka hyviä etuja tahansa.

Lukijaa vie eteenpäin hänen uteliaisuutensa. Jukka Niemelä käyttää teksteissään arvoituksia. Jos ne liittyvät lukijan intresseihin, hän haluaa löytää arvoituksiin vastaukset.

Tarinat, niistäkin Niemelä innostuu. Hän mielellään kertoo ja yhtä mielellään kirjoittaa asiansa tarinoiden kautta.

- Meillä kaikilla on taipumus kuunnella tarinoita ja uskoa niihin. Tarina on uskottavampi ja se jää mieleen paremmin kuin asiantuntijakirjoitus.

## Kirjoitusvirheet, luottamuksen karkottajat

Tarinan mukaan tietotekniikkayritys Applen toimitusjohtaja Steve Jobs käytti ”K13-kieltä”. Myös Jukka Niemelä pyrki kirjoittamaan tekstinsä niin, että 13-vuotiaskin ymmärtää sen.

- Jokainen virke, jokainen lause, jokainen sana ja sanajärjestys, niillä kirjoittaja lunastaa lisää aikaa lukijalta eteenpäin, ehkä seuraavaan virkkeeseen. Harva miettii näin syvästi, että tekstistä tulee eheä ja vakuuttava kokonaisuus, jonka lukija lukee loppuun asti.

Kirjoitusvirheet karkottavat luottamuksen. Niemelä muistelee vuosien takaista mittavaa kirjoitusprojektia, jossa hän maksoi jokaisesta tekemästään kirjoitusvirheestä ”sakkoja”.

- Vieläkin kirjoitan päälauseita ilman verbejä, kun ne kuuluvat kokonaisuuteen. Yksittäisinä lauseina ne olisivat todella huonoja. Tehokas kirjoittaminen ei ole sitä, että noudatetaan orjallisesti äidinkielen oppeja, mutta tekstin pitää silti olla hyvää kieltä.

Seuraavaksi kouluttaja pyytää kokeilemaan sanojen voimaa. Vaihda sanajärjestystä. Tuo toiseksi tärkein sana lauseen alkuun ja jätä kaikkein tärkein sana viimeiseksi.

- Kiireessä tulee usein kirjoitettua pitkästi ja velttoa tekstiä. Jos korostettava asia on lauseen keskellä, se uhkaa hukkua sinne. Jos on reilusti aikaa, perehdy aiheeseen, suunnittele ja mieti ja kokeile, hän neuvoo.

Ainoastaan omasta näkökulmasta kirjoittaminen ei palvele lukijaa. Jos kirjoittajalla ei ole kokemusta kohderyhmän arjesta ja arvo maailmasta, Jukka Niemelä ohjaa hakemaan tietoa julkisista lähteistä.

- Jos sekään ei riitä, käytä mielikuvitusta tai etsi joku, jolta voi kysyä lisää. Se vaatii aikaa. Parhaissa myyntiteksteissä suurin työ tehdään muualla kuin näppäimistön ääressä. |

## Tärppejä kirjoittajalle

- Jos virkkeessä on enemmän kuin yksi pilkku, on virke liian pitkä. Pilko pitkät virkkeet helposti luettaviksi päälauseiksi.
- Käytä huutomerkkejä säästeliäästi. Asian pitää olla itsessään riittävän merkittävä ja esitetty kiinnostavasti; sen ei tarvitse huutaa.
- Anna tekstistä näkyä itsevarmuus ja usko omaan tuotteeseesi, palveluusi, yritykseesi. Ei näin: "Pyrimme tekemään parhaamme, jotta asiakas saa laadukkaan tuotteen" vaan näin: "Takaamme tuotteidemme laadun".
- Kirjoita tekijä esille eli unohda passiivi. Tarkistussääntö: kaikista lauseista löytyy vastaus kysymykseen "kuka tekee?".
- Älä päästä isoja kirjaimia keskelle virkettä. Isot kirjaimet ovat laiskan kirjoittajan halpamainen korostuskeino.
- Tuo positiivisuutta sanoihin ja lauseisiin. Muokkaa kieltosanoilla alkavat kysymykset ja muut lauseet myönteiseksi.
- Karkota substantiivivauti ja unohda tekemisen tuleamisen suunnittelemisen aloittaminen. Jokainen -inen-pääte on liikaa.
- Kirjoita asiat heti oikeisiin paikkoihin. Näin et turhaan hyppyytä lukijaa. Unohda siis "Jäljempänä kerron", "Seuraavalla sivulla osoitan", "Edellisellä sivulla mainitsemani".
- Lyhenteet hidastavat lukemista, joten pura ne auki.
- Turha keksiä asioita uudelleen, jos ne jossain jo toimivat. Ota siis muilta mallia. Ideoiden kopioiminen ja niiden soveltaminen on sallittua.
- Tekstiä ei synny vaikka kuinka yrittäisi? Jos mahdollista, lopeta kirjoittaminen ja tee jotain aivan muuta. Käy vaikka kävelyllä. Fyysinen suoritus selkeyttää ajatuksia ja pääset paremmin työhön kiinni.

Lähde: Jukka Niemelä, Prepsikka Oy

# Ulkoistuksesta haetaan lisää myyntiä

Myynti on elintärkeä osa liiketoimintaa, minkä vuoksi se halutaan pitää yleensä omissa käsissä. Myynnin ulkoistamiseen liittyy riskinsä.

**M**enestyvän liiketoiminnan salaisuus on tuloksellinen myynti. Joskus yritykset hakevat lisämyyntiä palkkaamalla myyntityöhön ulkopuolisia asiantuntijoita.

Yritykset ovat jo vuosikausia ulkoistaneet osia toiminnoistaan. Muun muassa taloushallinto, työterveys- ja it-palvelut ovat tyypillisiä ulkoistettuja toimintoja.

Myynti on kuitenkin liiketoiminnan kovaa ydintä. Se tuo yritykseen kassavirtaa ja mahdollistaa esimerkiksi tuotekehityksen.

Myynnin ulkoistaminen on vielä suhteellisen harvinaista, mutta ei tavatonta. Ulkopuolisia myyjiä etsitään tekemään tulosta kustannussäästöjen toivossa.

Lapin ammattikorkeakoulussa tehdyn selvityksen mukaan kolme pohjoissuomalaisten yritysten suosituinta myynnin ulkoistamiskohdetta olivat myyntimateriaalien teko, internetmarkkinointi ja myyntihenkilöstön vuokraus.

Lappilaiset yritykset ovat pääasiassa pieniä. Kyselytutkimuksessa havaittiin, että myyntiä ei mielellään ulkoistettu.

- Yrittäjä halusi monessa yrityksessä hoitaa myynnin itse, olipa hänellä siihen osaamista tai ei, kertoo projektipäällikkö *Pirkko Tervonen* Lapin ammattikorkeakoulusta.

- Esimerkiksi taloushallinnon ulkoistamiseen suhtautuminen tuntuu olevan aivan erilainen.

## Tavoitteena säästöt

Markkinointiguru *Philip Kotlerin* mukaan yrityksen tulisi ulkoistaa kaikki ne toiminnot, jotka muut osaat tehdä paremmin. Ulkoistetut ammattilaiset voivat tarjota parhaimmillaan alhaisia kustannuksia ja parempia tuloksia.

- Myynnin ulkoistaminen sopii mielestäni useimmille yrityksille. Ulkoistamisella voidaan tarkoittaa hyvin monenlaista asiaa. Jos yrityksellä on tarvetta tehostaa asiakashankintaa ja nostaa myynnin tehokkuutta eikä itsellä ole resursseja asian hoitamiseen, on ulkoistaminen luonnollinen valinta, *Tervonen* sanoo.

Ulkoistamista harkittaessa pitää ensin määrittää kokonaiskuva siitä, mitä

halutaan. Miten ulkoistaminen vaikuttaa yrityksen luotettavuuteen ja asiakaspalveluun? Miten asiakkaat reagoivat muutoksiin? Ulkoistamista harkitsevan yrityksen on käytävä läpi kaikki kustannukset, säästöt, hyödyt ja haitat.

Ulkoistettu myyjä mahdollistaa parhaimmillaan resurssien tehokkaan kohdentamisen. Myyjä palkataan vain esimerkiksi sesongin ajaksi. Yritys saa joustavuutta ja välttää turhat rekrytoinnit.

Ulkoistaminen on yrityksen toimintojen uudelleen organisointia. Myyjällä täytyy olla sekä toimialan tuntemusta että ymmärrystä paikallisesta markkina-alueesta. Ulkoistamisen edut tulevat esiin pienissä vientiyrityksissä, joista harvalla on varaa perustaa ulkomaille omaa myyntiverkostoa.

- On myös mietittävä tarkasti palveluyrityksen valinta ja mitä sitten tehdään, jos ongelmia esiintyy. Sopivan yhteistyökumppanin valintaan on kiinnitettävä huomiota, *Tervonen* sanoo.

Asiakkaan on luotettava siihen, että myyjä - oli hän kenen palveluksessa tahansa - on rehellinen, tuntee tuotteen, palvelun ja toimialan. Ennen varsinaista myyntityötä myyjän on saatava yritykseltä tiivis myynnin koulutus sekä tarvittava tukimateriaali.

Yksi suurimpia haasteita myyntityön ulkoistamisessa on myyntihenkilöstön koulutus. Silloin kun myytävä tuote tai palvelu vaatii asiantuntijuutta, myyjän perehdytys on työläs prosessi.







Sopimus ulkoistamisesta täytyy valmista aina huolellisesti. Myyntipalvelua ostavan osapuolen on tärkeää sopia tunnusluvuista, joilla seurataan myyntitavoitteiden toteutumista.

#### **Luottamus ratkaisee**

Epäonnistunut ulkoistaminen voi pahimmassa tapauksessa karkottaa yritykseltä asiakkaat. Jos myyjä ei tunne alaa riittävästi, asiakkaiden luottamus yritystä kohtaan uhkaa kadota.

Toinen ulkoistetun myyntityön vaara on jatkuvuuden puute. Ulkoistamisessa yksi myyjä vastaa usein monen yrityksen myynnistä.

Myyntiin ja asiakkaiden tapaamiseen on löydettävä riittävästi aikaa. Luottamuksellisen ja pitkäaikaisen asiakassuhteen rakentaminen kestää joilla-kin aloilla jopa vuosia.

Yrityksen täytyy voida luottaa siihen, että ulkopuolinen myyjä osaa

asiansa. Jos ulkoistaja valitsee väärän palveluntarjoajan, voi myynti kärsiä ja pahimmillaan vaarantaa koko yrityksen liiketoiminnan.

Jos myynti ulkoistetaan kokonaisuudessaan, avainkysymys on oman myyntihenkilöstön kohtalo. Vaihtoehtoina ovat siirto muihin tehtäviin yrityksen sisällä, siirto vanhoina työntekijöinä palveluntarjoajan palvelukseen tai irtisanominen.

Ulkoistaminen ei aina tuo kaivatua joustavuutta. Suurella myyntipalveluyrityksellä voi olla useita asiakkaita. Toiminta saattaa olla liukuhinnamaista.

Jos ulkoistaminen ei onnistukaan toivotulla tavalla, yrityksen haasteena on menetetyt myyntiosaamisen takaisinsaanti. Erityisesti nopeasti kehittyvillä aloilla yritys voi väärän palveluntarjoajan valinnan vuoksi menettää kilpailukykyään. |

## **MOT: Eniten ulkoistamista kiinteistönvälitysalalla**

■ Ulkoistaminen tunnettiin aiemmin käsitteellä "alihankinta". Kyseessä on aiemmin työsuhteessa teetetyn työn teettäminen yrittäjällä, yleensä yksinyrittäjällä. Tavallisesti tähän liittyy se, että työnantaja tarjoaa työsuhteiselle työntekijälleen mahdollisuutta jatkaa omaa työtään yrittäjänä.

– Ulkoistaminen vaikuttaa olevan kausiluontoista, sanoo Myynnin ja markkinoinnin oikeusturva MOT Oy:n toimitusjohtaja, lakimies Jyrki Järvinen.

– On ollut aikoja, jolloin myynnin ja erityisesti tuotesittelytöiden ulkoistaminen on ollut erityisen voimakasta. Tällä hetkellä on rauhallisempaa. Yksittäistapauksia toki tulee esiin säännöllisesti.

Sellaiset tilanteet, joissa koko myyntiorganisaatio ulkoistetaan, ovat Järvisen mukaan harvinaisia. Asia on pikemminkin toisinpäin. Yritykset haluavat pitää myyntimiehet ja -naiset työsuhteisina, jolloin heitä voidaan paremmin valvoa ja ohjata.

– Kiinteistönvälitys on tällä hetkellä se ala, jossa eniten tapahtuu työn ulkoistamista, Järvinen sanoo.

Oman työn mahdollinen ulkoistaminen huolettamonia vakituksissa työsuhteissa olevia. SMKJ:n jäsenet kysyvät epäselvissä tilanteissa apua Myynnin ja markkinoinnin oikeusturva MOT Oy:stä.

– Kyselyjä ei tule päivittäin, mutta viikoittain kuitenkin, Järvinen sanoo.

– Yleensä halutaan tietää omasta asemasta: mitä tapahtuu jos kieltäydyn yrittäjyydestä. Samoin yritystoiminnan aloittamiseen liittyviä neuvoja halutaan. Onhan monella edessään tilanne, jossa ensimmäistä kertaa edes miettii yrittäjyyttä.

## **Laki suojaa työntekijää**

■ Työsopimuslaki ei tunne käsitettä "ulkoistaminen", mutta lain perussäännös irtisanomisesta koskee myös ulkoistamistilanteita.

"Työnantaja saa irtisanoa työsopimuksen, kun tarjolla oleva työ on taloudellisista, tuotannollisista tai työnantajan toiminnan uudelleenjärjestelyistä johtuvista syistä vähentynyt olennaisesti ja pysyvästi. Perustetta irtisanomiseen ei ole ainakaan silloin, kun töiden uudelleenjärjestelystä ei ole aiheutunut työn tosiasiallista vähentymistä."

Tämä on työsopimuslain perussäännös, joka suojaa työntekijää. Jos työn määrä ei vähene vaan se vain halutaan teettää yrittäjällä, on työntekijän irtisanominen sallittua vain, jos yhtiön taloudellinen tila edellyttää työn ulkoistamista, ja sillä saavutetaan yhtiön toiminnan kannalta olennaista kustannussäästöä.



Yritykset keräävät valtavasti tietoa, joka hautautuu helposti tiedostoihin. Big data tuo välineet sen hyödyntämiseen.

**T**eleoperaattori T-Mobilella on yli 30 miljoonaa asiakasta. Kuten monella operaattorilla, myös T-Mobilella oli eräs haaste: suuri asiakaspoistuma.

Yritykselle kertyi normaalin liiketoiminnan kautta valtava määrä erilaista dataa. T-Mobile päätti yhdistää big data -teknologialla eri tietolähteitä, kuten laskutus- ja puhelutietoja sekä verkkodataa. Tuloksena syntyi Customer Lifetime Value -mallinnus. Järjestelmä alkoi tuottaa tietoja analysoimalla löydöksiä, jotka olivat asiakaspalvelun ja myyjien käytössä suoraan ja erilaisten hälytysmekanismien kautta.

Järjestelmän käyttöönoton myötä T-Mobilen asiakaspoistuma pieneni 50 prosenttia yhden vuosineljänneksen aikana.

- Big data on pitkälti dataa, jota yrityksillä jo on: asiakaskokemuskyselyitä, sosiaalisessa mediassa käytävää keskustelua, tietoa kilpailijoista, Asiakkuusmarkkinointiliiton toimitusjohtaja *Jari Perko* sanoo.

Perko korostaa, että big data -nimityksestä huolimatta kyse ei ole aina valtavista tietomassoista. Kyse on enemmän ajatusmallista ja uudenlaisen toimintakulttuurin luomisesta: miten yhdistellä erilaisia tietovarastoja ja seuloa joukosta sellaista tietoa, josta on hyötyä oman liiketoiminnan kehittämisessä.

#### Reaaliaikaista tietoa

Big datan kautta on mahdollista saada jatkuvasti ajantasaista tietoa. Tiedon reaaliaikainen hyödyntäminen on ollut jo pitkään arkipäivää tuotannossa, mutta nyt se tekee tuloaan logistiikka-, myynti- ja markkinointiprosessin kautta johtamiseen asti.

Kun ennen talousosasto laati taloussuunnitelman ja myynti teki myyntiennusteen loppuvuodelle, nyt näitä ennusteita ja muita tietovirtoja yhdistämällä voi saada monipuolisemman näkymän lähitulevaisuuteen. Tieto tulee tarvittaessa koneelle tai matkapuhelimeen reaaliajassa.

**On saavutettu piste, jossa ei enää puhuta big datan potentiaalisista hyödyistä vaan saavutetuista eduista.**

Perko kertoo, että liikkeen valvontakameran hahmontunnistuksen kautta voidaan kerätä tietoja, joiden kautta huomataan esimerkiksi se, jos asiakkaiden liikkeessäoloaika lyhenee. Tieto saadaan heti eikä vasta esimerkiksi puolen vuoden päästä. Tällöin esimerkiksi tiedon puhelimeensa saanut johtoryhmä voi heti pohtia, johtuuko muutos kilpailijoiden toimenpiteistä vai jostain muusta seikasta.

- Yrityksissä tarkastelujaksot lyhenevät ja tietoa kaivataan nopeammassa syklissä. Asialla on merkitystä paitsi yritysten, myös koko Suomen kilpailukyvyyn kannalta, SAS Instituten myyntijohtaja *Jaakko Virkki* pohtii.

Virkki puhuu myös siitä, miten perinteinen segmentointi ei enää riitä, vaan asiakasryhmiä voi olla kymmeniä tai satoja.

- Kilpailu kiristyy myös tarkkuustasolla. Asiakas näkyy eri tavalla eri kanavissa. Kysymys on siitä, miten esimerkiksi verkkokaupan ja puhelinpalvelun tiedot kytkeytyvät yhteen, saadaan kokonaiskuva asiakkaasta ja pystytään reagoimaan nopeasti.

Virkillä on omakohtaista kokemusta aiheesta viime kesältä.

- Halusin ostaa verkkokaupasta tuotteen ja siihen liittyvän oheistarvikkeen. Kun oheistavike oli loppu kaikista verkkokaupoista, ainoastaan yksi verkkokauppa otti tämän huomioon ja tarjosi minulle hinnanalennusta varsinaisesta tuotteesta. Ei ole vaikea arvata mistä verkkokaupasta ostin, Virkki naurahtaa.

- Kuluttaja liikkuu eri segmentistä toiseen, mutta tällaisessa käyttäytymisen perusteella rakennetussa mallissa se ei häitää, Perko lisää.

#### Uusia tulonlähteitä

Big dataa voi käyttää myös uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytämiseen.

- Yrityksellä saattaa olla dataa, joka voisi palvella myös muita yrityksiä. Niistä tulisi vain jalostaa valmiita palveluita, Jari Perko sanoo.

Näin tehdäänkin jo erityisesti Yhdysvalloissa. Siellä puhutaan uusista big dataa hyödyntävistä liiketoiminta-alueista. Yrityskulttuuriin kuuluu luonnollisena osana ulkoisen tiedon ostaminen.

Konsultointi-, teknologia- ja ulkoistamispalveluita tekevän Accenturen tutkimuksen mukaan big data on parantanut yritysten liiketoimintaa eniten juuri uusien tulonlähteiden löytämisessä (56 prosentilla kaikista vastaajista ja 48 prosentilla suomalaisista vastaajista). Big datan katsottiin myös parantaneen asiakaskokemusta. Tutkimukseen osallistui yrityksiä seitsemältä eri toimialalta ja 19 eri maasta, Suomi mukaan lukien.

- Yritykset ovat nyt saavuttaneet pisteen, jossa ei enää puhuta big datan potentiaalisista hyödyistä vaan saavutetaan todellisia etuja, kuten liikevaihdon kasvu, lisääntynyt asiakasuskollisuus ja toimintojen tehostuminen, toteaa Björn Hortling, Accenturen kaupan ja teollisuuden alan analytiikasta vastaava johtaja Suomessa.

#### Tietoturva puhuttaa

Kun puhutaan suurien tietosisältöjen tai esimerkiksi asiakastietojen käsittelystä, tulee helposti mieleen tietosuojat. Jaakko Virkki ja Jari Perko eivät näe asiassa ongelmaa.

- Kyseessä ei ole sen kummempi asia kuin jos henkilö asioi fyysisesti liikkeessä. Kun rekisteriselosteet ovat ajan tasalla ja toimitaan vastuullisesti, kaikki on kunnossa, Perko sanoo.

Accenturen tutkimukseen vastanneet pitivät big datan käyttöönnoton suurimpina haasteina tietoturvaa (51 prosenttia kaikista vastanneista) ja kustannuksia (47 prosenttia). Globaaleista tuloksista poiketen suomalaisyhtiöissä tietoturvaa piti haasteena 35 prosenttia ja kustannuksia 37 prosenttia suomalaisvastaajista. Suomessa suurimmaksi haasteeksi koettiin pula big data -osaajista (51 prosenttia vastaajista).

Mediayhtiö Sanoma käynnisti laajan big data -hankkeen, jonka tiimoilta palkattiin uusia ammattilaisia. Yksityisyydensuojasta huolehtii Consumer Privacy and Data Protection Officer ja Data scientistit kääntävät liiketoiminnallisen tavoitteen algoritmeiksi ja kommunikoivat IT-osaston kanssa.

Sanoman esimerkki osoittaa, että uusia ammattinimikkeitä syntyy ja tarvitaan yli toimintorajojen menevää ajattelua.

- Markkinoinnin sijaan pitäisi keskittyä laajemmin koko toimintaan. Markkinointijohtajien budjetti siirtyy tietojärjestelmien puolelle. Kaiken ytimessä on ajatus siitä, että pitää tuntea asiakkaat, Jaakko Virkki sanoo. |

## NÄIN BIG DATAA HYÖDYNNETÄÄN

### ▶ Autoteollisuudessa

Volvo hyödyntää auton sensoritietoa. Mikäli automalliin vaihdetaan esimerkiksi sähköjärjestelmän osa, voidaan seurata millaisen vaikutuksen se aiheuttaa moottorille, polttoaineen kulutukselle tai huoltotarpeille. Varaosia ja niiden varastointia voidaan optimoida. Lisäksi EU-hankkeessa 80 Volvon rekkaa kerää tien päällä dataa, jota käytetään liikenneturvallisuuden parantamisessa.

Autoihin voidaan asentaa sensoreita, jotka keräävät tietoa esimerkiksi siitä, ketkä kuljettajat ajavat taloudellisesti. Tietoa voidaan hyödyntää motiivoinnissa ja palkita esimerkiksi niitä kuljettajia, joiden ajotapa säästää autoa.

### ▶ Finanssialalla

Alan yritykset tekevät riskiluokituksia ja ennusteita lainasopimuksista ja asiakkaistaan. Lisäksi hyödynnetään väärinkäytösten ja rahanpesun ehkäisyyn liittyviä sovelluksia.

### ▶ Yrityksen maineen hallinnassa

Yritys voi saada tietoa siitä, miten asiakkaat kokevat yrityksen tai esimerkiksi sen asiakaspalvelun. Asiakaspalautteita ja niiden avoimia vastauksia, kilpailijoita tai sosiaalisen median tekstejä voidaan analysoida hakusanojen avulla. Näin saadaan tietoa siitä, millaista keskustelua yrityksestä käydään.

### ▶ Myynnissä

Verkkokauppa Ebay käyttää big dataa perustellakseen kauppiaille miksi heidän tulisi tulla mukaan Ebayhin. Kauppiat saavat datan perusteella ennusteen tulevasta myynnistä ja ennusteen toimivuutta myös seurataan. Ennusteen vahva toteutumisasieste tuo kauppiaita Ebayhin ja pitää heitä siellä.

### ▶ Henkilöstöhallinnossa

Big datan analysoinnin avulla on saatu selville, että tiimissä kannattaa olla tietty määrä toisilleen tuttuja henkilöitä. Jos tällaisten työparien määrä laskee alle tietyn rajan, tuottavuus heikkeni 20 prosenttia.

Teksti ja kuvat: Stoorisoppi

Kuala Lumpurin tunnusmerkki on malesialaisen öljy- ja kaasujätti Petronasin lasista ja teräksestä rakennetut kaksoistornit.

# Myyntityö Aasiassa vaatii paljon

Myyntiprosessien monipolvisuus, henkilökohtaiset suhteet ja ympärivuorokautinen tavoitettavuus asettavat haasteita myyjän työhön Aasiassa. Usein oman vapaa-ajan ja perhe-elämän kustannuksella.

## Malesia

- Malesia sijaitsee Kaakkois-Aasiassa Malakan niemimaalla ja Borneon pohjoisosassa.
- Maassa on yli 29 miljoonaa asukasta, josta työvoiman osuus on reilu 13 miljoonaa. Työttömyys on noin 3 prosenttia.
- Maan talous perustuu vientiteollisuuteen ja öljyn- ja kaasuntuotantoon.
- Valmistusteollisuuden tärkeimmät tuotteet ovat sähkö- ja elektroniikkalaitteet sekä puolijohteet.



Mikko Jarva työskentelee kollegoidensa kanssa avokonttorissa. Yhteensä Kuala Lumpurin toimistossa työskentelee noin 200 henkeä.

**R**avintolan ovessa on lappu: ”Emme tarjoile muslimeille”. Vilkaissu ympärille osoittaa, että ravintolat ovat lähes tyhjiä, vaikka on lounasaika. On paastokuukausi ramadan, jolloin muslimit eri puolilla maailmaa paastoavat auringonnoususta auringonlaskuun. Niin myös Kuala Lumpurissa, Malesian pääkaupungissa.

- Pari viikkoa sitten olin pitämässä esitystä asiakkaalle. Puhuessi kurkkua alkoi kuivata, mutta kokoushuoneessa ei ollut vettä tarjolla. Mietin, että kehtaanko pyytää, sillä tiesin, että muut paastoavat, eivätkä juo edes vettä päivän aikana. Kyllä minä sitten kehtasin, eikä se onneksi heitä haitannut, *Mikko Jarva* kertoo.

Mikko Jarva työskentelee suomalaisen ohjelmistovalmistaja Comptelin palveluksessa Kuala Lumpurissa, joka toimittaa liiketoiminnan tukiohjelmistoja teleoperaattoreille. Kuala Lumpur on sekoitus malaijilaisia, kiinalaisia ja intialaisia kulttuureita. Malaijit ovat muslimeita, mutta Jarvan mukaan liiketoiminnassa uskonto vaikuttaa enimmäkseen vain ramadanina.

- Jos meillä on ramadanin aikana tapaaminen asiakkaan kanssa ja siellä on töissä enimmäkseen malaijeja, sil-

loin yritämme sopia tapaamisen aamupäiväksi, jolloin porukka on vielä virkeänä.

Kun aurinko on laskenut, ramadanin perinteisiin kuuluvat breaking fast-illalliset. Silloin ravintoloiden noutopöydät notkuvat erityisistä ramadanina tarjottavista herkuista. Tapana on, että yritys vie henkilöstönsä tai esimies tiiminsä illalliselle.

#### Uusi tuote vei Aasiaan

Fysiikkaa opiskellut Mikko Jarva aloitti Comptelissa kouluttajana vuonna 2000. Sen jälkeen hän siirtyi tuotemarkkinointiin, jossa hänen tehtävänsä oli viedä uusi tuote Aasian markkinoille. Tuotteen tiimoilta hän alkoi matkustaa Suomen ja Aasian väliä.

- Vuonna 2002 tein yhden vuoden aikana kaksikymmentä reissua tänne. Olin täällä käytännössä joka toinen työviikko. Ajattelin, että nyt on aika muuttaa tännepäin, Jarva muistelee.

Siitä lähtien hän on työskennellyt teknisen myynnin ja myynnin tuen parissa Kuala Lumpurissa, jossa on yhtiön Aasian toimintojen keskus.

- Tällä hetkellä työni liittyy analytiikkaratkaisuihin ja niiden myynnin tukeen.

## ”Suhdeverkostolla ja henkilö- kemoilla on suurempi merkitys Aasiassa kuin Euroopassa.”

Liiketoiminta-analytiikan kehittäminen on Jarvalle uusi ja mielenkiintoinen aluevaltaus. Analytiikan avulla yritykseen kertyvä tieto, jota tulee muun muassa verkoista ja asiakkailta, on tarkoitus saada hyötykäyttöön. Yritys pystyy esimerkiksi ennustamaan, milloin asiakas ollaan menettämässä ja ennakoivasti pyrkiä estämään sen. Tavoitteena on ennakointi ja päätöksenteon nopeuttaminen.

#### Tavoitettavissa yötä päivää

Mikko Jarvan tehtävänä on tukea myynti- ja asiakkuuspäälliköitä työssään. Kun Jarva myyjineen on mukana tarjouskilpailussa, liittyy siihen kymmeniä asiakaskäyntejä ja ainakin puolen tusinaa ”workshopia”. Jarvan mukaan tapaamisia on enemmän kuin Suomessa. Hän arvelee sen johtuvan siitä, että suhdeverkostolla ja henkilö-  
kemoilla on suurempi merkitys Aasiassa kuin Euroopassa. Euroopassa operaattoreilla on selkeä ostoproses-

si, kun taas Aasiassa prosessi on monipolvisempi.

Jarvan kollega ja toimitusjohtaja Petri Nikula Comptelin Jakartan toimistosta, Indonesiasta sanoo asian suuremmin.

- Prosessi. Se on aika hyvä sana, sillä sitä harvoin on, Nikula naurahtaa.

Nikulan mukaan vaatimusmäärittelyä työsetään ja ideoidaan asiakkaan kanssa jo ennen tarjouspyynnön jättämistä. Samaa ideointia asiakas tekee usean toimittajan kanssa.

- Euroopassa ajatellaan, että sitten kun tarjous on jätetty, alkaa niin sanottu hiljainen aika. Täällä sellaista ei tunneta vaan koko ajan pitää olla yhteydessä asiakkaaseen.

Prosessin aikana vaatimusmäärittely saattaa muuttua ja joskus jopa niin paljon, että pitää tehdä kokonaan uusi konsepti. Nikulan mukaan myyntisykli onkin pitkä: jopa vuodesta puoleentoista vuoteen.

Jarva korostaa, että prosessissa mukana pysyminen tarvitsee paljon näkemystä ja ymmärrystä asiakkaan tarpeista ja erityisyyksistä sekä organisaatiosta että vallalla olevista poliitikoista.

- Jos emme tunne asiakasta henkilökohtaisesti, jääme paljosta informaatiosta paitsi. Asiakkaaseen tutustuminen on sijoitus, johon panostetaan aikaa ja kustannuksia.

Jarvan mukaan parasta tulosta tekevillä myyjillä tämä näkyy työn ja vapaa-ajan rajan hämärtymisellä: pitää olla tavoitettavissa ja käytettävissä 24/7.

### Viestinnän haasteet kulttuurien sekamelskassa

Mikko Jarvan työympäristö on hyvin monikulttuurinen: on viestinnältään suoraviivaisia suomalaisia, varovaisia malesialaisia ja indonesialaisia, kohteliaita japanilaisia ja joskus jopa suorastaan aggressiivisia intialaisia. Useimmat puhuvat englantia toisena kieleenään, mikä aiheuttaa paljon väärinkäsityksiä. Myös kulttuurien erillaisuus vaikeuttaa viestin perille menemistä.

Jarvan mukaan varsinkin sähköpostiviestinnässä tulee helposti väärinkäsityksiä. Siksi hän pitää asiakkaiden tapaamista kasvotusten tärkeänä. Silloin voi esimerkiksi sanatonta viestin-



## Mikko Jarva

- 39-vuotias Jarva työskentelee Comptel Communications Sdn Bhd:n palveluksessa vastuualueenaan analytiikka-liiketoiminnan kehittäminen.
- Hän on opiskellut Helsingin yliopistossa fysiikkaa.
- Jarva asuu Kuala Lumpurin ulkopuolella, Petaling Jayassa vaimonsa ja koiransa kanssa.
- Hän harrastaa liikuntaa ja ulkoilua. Tavoitteena on osallistua triathlonkisaan ainakin kerran vuodessa.

tää tulkitsemalla varmistaa, että viesti on mennyt perille.

- Mutta yksi kaikille kulttuureille yhteinen piirre on se, että palaverihin osa porukasta tulee vain nukkumaan. En tiedä, ovatko esitykseni niin tylsiä, mutta aina joku nukkuu, vitsailee Jarva.

Myös palaverista myöhästymisen, puheluihin ja viesteihin vastaaminen kesken palaverin ja niistä poistuminen mitään sanomatta on yleistä.

### Matkapäivät ovat työtä aamusta iltaan

Mikko Jarvan työhön kuuluu paljon matkustamista eri puolilla Aasiaa. Matkapäivän rutiini on sitä, että aamulla aikaisin hän lähtee lentokentälle tai herää hotellista, minkä jälkeen on asiakastapaamisia. Jos käy hyvin, hän ehtii välillä käydä hotellissa ja kuntosalilla, ennen kuin taas jatkaa seuraavaan tapaamiseen. Illalla hän menee syömään yksin tai asiakkaiden kanssa, ja vasta iltamyöhään ehtii katsoa sähköpostit ja vastata niihin.

- Toimistopäivänä rutiini on vähän helpompi. Yleensä katson sähköpostit aamulla kotona, enkä tule aikaisin toimistolle, koska välttelen ruuhkia. Työ-

päivät kuitenkin venähtävät iltaan asti esimerkiksi aikaeroista johtuen, Jarva kuvailee.

Jarvan normaaliin toimistopäivään kuuluu paljon sisäisiä palavereita ja videoneuvotteluita. Jarva pitää videoneuvottelua toimivana ratkaisuna, silloin kun siihen osallistuvat henkilöt tietävät toisensa, joten se toimii parhaiten sisäisissä palavereissa.

- Olen pitänyt myös asiakasesityksiä videoneuvottelun kautta ihan sen takia, ettei ole ollut aikaa matkustaa. En pidä sitä kuitenkaan toivottavana.

Jarvan mukaan videoneuvottelussa on vaikea varmistaa, että asiakas on ymmärtänyt asian.

### Koulutus auttaa ymmärtämään kulttuurieroja

Ennen siirtymistä Kuala Lumpuriin Mikko Jarva sai työnantajaltaan monikulttuurisuuskoulutusta, jota hän pitää tärkeänä.

- Koulutus avasi silmiä ja antoi eväät ymmärtää vieraita kulttuureja, Jarva sanoo.

Jarvan mukaan vieraassa kulttuurissa pitää toimia hienovaraisesti, yrittää lukea tilannetta ja käyttäytyä sen mukaan.

- Malesiassa ei ole mitään hirveän isoja ”älä tee näin” -juttuja. Täällä ei voi kovin helposti mokata, jos ei käyttäydy räävittömästi.

Jarva suosittelee suomalaisille työkokemuksen hankkimista ulkomailta. Paras tilanne hänen mukaansa olisi se, että pääsisi suomalaisen yrityksen lähettämänä ulkomaille.

- Suomalainen yritys taustalla tuo turvallisuutta. Esimerkiksi palkat tulevat ajallaan ja prosessit toimivat.

Petri Nikula on samaa mieltä. Hänen mukaansa suomalaiset työntekijät maailmalla ovat kaikkein paras käytikortti Suomelle ja suomalaiselle vientitoiminnalle. Suomalaista osaamista ja rehellisyyttä arvostetaan. Esimerkiksi se, että Suomi on yksi vähiten korruptoituneista maista nostaa suomalaisten arvostusta.

- Varsinkin näissä maissa, joissa korruptio on yleistä, on helppo laittaa kaveri vastuullisiin hommiin, kun tiedetään, ettei hän ala puuhaamaan hämäriä, Nikula toteaa.

”On tyyppistä, että palaverihin osa porukasta tulee vain nukkumaan.”

**Teksti:** Jyrki Järvinen, MOT

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

## Myyntialan rikosjutut ovat herrasmiesrikoksia

**R**ikosjuttujen osuus MOTin hoitamissa oikeudenkäynneissä on ollut jatkuvassa kasvussa. Tosin näkemykseni lienee hieman vääristynyt, sillä rikosjuttujen hoitaminen MOTissa on keskitetty allekirjoittaneelle.

Rikosjuttujen lisääntyminen johtunee kahdesta tekijästä. Ensimmäinen on se, että työnantajan ja työntekijän välisissä epäselvyyksissä työnantajat kääntyvät entistä herkemmin poliisin puoleen ja siirtävät kaiken selvitystyön viranomaisten tehtäväksi. Onhan se helpompaa sanoa poliisille, että voitteko tutkia onko työntekijä syylistynyt petokseen, väärennöksen, kavallukseen ym. kuin ryhtyä itse selvittämään asiaa. Toinen syy juttujen lisääntymiseen lienee se, että nykyään entistä useammin otamme tällaiset jutut hoitoomme, vaikka alkuajoina karsastimme rikosjuttujen hoitamista.

Onneksemme liiton jäsenten rikosjutut ovat ns. herrasmiesrikoksia; tai siis epäilyjä niistä. Väkivaltarikoksiin emme törmää emmekä haluakaan. Yleisimmät rikostyyppit jäsenistön keskuudessa ovat varmasti liikenneturvallisuu- den vaarantaminen (ylinopeus) tai rattijuopumukset. Näitä juttuja emme juurikaan hoida. Näin siksi, että niissä ei ole mitään hoidettavaa. Jutut ovat yleensä varsin selviä, joten nöyrästi vaan kuuntelemaan tuomionlukua.

### Yleisin syyte liittyy petokseen

Millaisia sitten ovat MOTin hoimat rikosjutut. Yleisin syyte lienee petos. Petoksen alle mahtuu vaikka minkälaista juttua asiakkaan tai työnantajan erehdyttämisestä. Klassinen esimerkki on tapaus 5-6 vuoden takaa, jossa irtisanottu provisiopalkkainen myyntimies teki ns. viimeisen kierroksen kentällä myyden kaikki asiakasyritykset ”täyteen” tavaraa. Työnantaja väitti tilauksia petoksella hankituksi, sillä muutamat asiakkaat olivat tulleet katupäälle tilausten suuruuden suhteen ja halusivat perua tai pienentää tilauksia. Eihän ”liikamyynti” toki rikos ole eikä ollut tuossakaan tapauksessa. Tuomioistuini katsoi, että provisiopalkkaisella myyntimiehellä on oltava oi-

keus myydä. Tapahtuneen eettisyydestä voidaan toki keskustella, jos asiakas puhutaan ostamaan tavaraa selkeästi yli järkevän tarpeen.

Tyypillinen esimerkki on myös tilanne, jossa työpaikkaa vaihtanut myyntimies käy uuden työnantajansa myötä vanhoilla asiakkaillaan ja antaa asiakkaan ymmärtää, että myyntimies on edelleen saman yrityksen palveluksessa ja myy ikään kuin vanhan asiakassuhteen pohjalta uuden työnantajan tuotteita. Näissä jutuissa syyllisyys ratkeaa todistelulla. Useimmiten tuomio jää tulematta, sillä myyntimies on yleensä antanut uuden firman käyntikortin ja tilaus tehdään uuden firman lomakkeelle. Tällaisessa tilanteessa mahdollinen erehtyminen siitä kenen palveluksessa myyntimies on, joutuu enimmäkseen asiakkaan ”huolimattomuudesta”.

**Tarkkana työpaikkaa vaihtaessa** Työpaikan vaihto kilpailijalle voi altistaa myyntimiehen rikossyytteelle. Ol-

kaa siis tarkkoina. On ikävä keksiä selityksiä sille, miksi poliisi löytää kannettavastanne tai puhelimestanne entisen työnantajan asiakasrekisterin. Tähän tarkkana olemiseen kuuluu myös tietoisuus siitä, että työnantajan on tavattoman helppo selvittää mitä tiedostoja yhtiön tietokannasta olette selailleet juuri ennen irtisanomistanne tai irtisanomisaikana.

Ottakaa siis jo mahdollinen esitutkintavaihe (poliisikuulustelu) vakavasti. Rikosjutuissa kun on se ikävä puoli, että poliisin on turvallisempi viedä juttu syyttäjälle syytehar- kintaan kuin olla viemättä ja syyttäjän puolestaan on turvallisempi viedä juttu eteenpäin käräjäoikeuteen kuin olla viemättä. Mikäli poliisi keskeyttää esitutkinnan tai syyttäjä jättää syyttämättä, altistuu hän heti kantelulle. Näin järjestelmä ikään kuin ruokkii itseään. |

”On ikävä keksiä selityksiä sille, miksi poliisi löytää kannettavastanne tai puhelimestanne entisen työnantajan asiakasrekisterin.”



# Nissan yllättää

Nissan Qashqai on kiilannut myyntitilastojen kärkipaikoille. Onko menestykseen aihetta?

**N**issan on ollut Suomessa jo vuosia vahva tekijä. Sen edeltäjä Datsun oli todellinen kansanauto. Sitten tulivat Micrat, Almerat ja Primerat, jotka vetosivat etupäässä suuriin perusautoilijoiden ryhmiin.

Autot tunnettiin hyvinä ja luotettavina perheautoina. Tämä johtolanka kuitenkin katosi jossain määrin, kun erikoisen näköiset ja kokoiset uudet henkilöautomallit eivät riittävästi puhutelleet entisiä vakioasiakkaita. Markkinaosuus laski. Mutta jo ensimmäisen sukupolven Qashqai muutti tilannetta, ja nyt tämä uusimman sukupolven city-maasturityyppinen auto puree jo laajaan asiakaspiiriin.

Uuden polven Qashqai on saanut selvästi modernimman ja jyrkemmän ulkoasun. Tämän hetken suuntauksen mukaan koriin on lisätty muotoilua erilaisten pokkausten ja kulmien avulla. Vaikutelma on hyvä. Korin muodot tulevat parhaiten esiin vahvoissa ulkoväreissä, jotka ovat taas muodissa.

## Melkein maasturi

Nissan on uudessa Qashqaissa soveltanut selvästi pitkää ja menestyksekkästä maasturikemustaan. Koeajoautomme oli nelivetoinen 1,6 Diesel. Jo pelkästään nelivetojärjes-

telmä vie sen tavanomaisesta henkilöautosta maasturisuuntaan.

Kojetaulussa on keinukytkin, josta voidaan valita etuveto, neliveto ja tasauspyörästön lukolla varustettu neliveto. Kun alennusvaihe puuttuu, ei Qashqai ole täysverinen maastoauto, mutta hyvinkin toimintakykyinen myös vaikeissa olosuhteissa ja huonoilla teillä. Etuvetoisenakin tällä Nissanilla pärjää sen hyvän maavaran ja ajettavuuden ansiosta.

Ohjaamo on henkilöautomainen. Mittaristo ja kojetaulu ovat selkeitä ja mukavan kaartuvaksi muotoiltuja. Istuimet antavat hyvän tuen monipuolisten säätöjen ansiosta. Pitkilläkin ajomatkoilla löytää itselleen väsyttömän istumismukavuuden.

Näkyvyys etusuuntiin on hyvä, sivupylväät eivät ole häiritsevän paksuja tai hankalasti sijoitettuja. Nykyään on yleistynyt tapa luoda korinlinjan nousevaa vaikutelmaa pienentämällä takaikkunoita. Tämä haittaa näkyvyyttä takasuuntiin ja myös takapenkin matkustajien maiseman katseluun.

Toisaalta koeajoautossa oli monipuolinen kamerajärjestelmä ja peruutustutka selkeillä varoitusäänillä. Myös etusuuntaan on tutka. Kun tähän on vielä lisätty lintuperspektiivikuva, jossa näkyy koko auton ympäristö

ylhäältäpäin, on peruuttaminen ja pysäköinti helpompaa. Kamerakuvan laatua toivoisi paremmaksi.

Moottorin ääni on hiljainen, miinusta tulee rengasäänistä. Valitettavasti Suomen karkea asfaltti vielä korostaa renkaiden merkitystä. Tähän ongelmaan on Suomessa pakko tottua.

## Hyvää ajettavuutta

Kokonaisajettavuus on hyvää tasoa ja suuntavakavuus on hyvä. Pieni ongelma on ohjauksen ajoittainen keskittämisen puute. Tämä tuntuu silloin, kun pyörät on käännetty mutkan tai korjausliikkeen takia pois suorasta ajolinjasta. Ohjaus ei palauta automaattisesti, kun irrottaa otteen ohjauspyörästä. Kuljettajan pitää itse palauttaa ohjaus keskikohtaan.

Jos käänös on nopea, palautus toimii paremmin. Renkaat vaikuttavat osaltaan tähän, isot 19 tuuman pyörät ja leveät renkaat korostavat tätä ominaisuutta. Jousitus on hyvää tasoa, takajousitus kantaa suuretkin kuormat, eikä etupäässä ole pohjajamisongelmaa.

Tarjolla on kolme moottorivaihtoehtoa. Bensiinikäyttöinen 1,2 Turbo ja Dieselit 1,5 dCi ja 1,6 dCi. Vaihteistona automaatti tai 6-vaihteinen manuaali.





## Qashqai pähkinäkuoressa

### PLUSSAT

- + tasapainoiset ajo-ominaisuudet
- + hyvin sijoitetut käyttökytkimet
- + hyvät istuimet
- + maasturimainen jämäkyvyys
- + selkeä, tasapohjainen tavaratila
- + moderni varustetaso

### MIINUKSET

- ohjauksen tunnettomuus keskittämiskohdalla
- ohituskiihtyvyyys varauksin
- rengasäänät

### Halvin Qashqai-malliversio:

- Bensiinimoottorinen 1,2/115 hv Visia manuaalivaihteistolla
- Hinta ilman toimituskuluja: 22 691 €, josta autoveroa 4 654 €.

### Tämän Qashqain valitsisin:

- Dieselmoottorinen 1.6 dCi Business 360 Xtronic automaattivaihteisena
- Hinta ilman toimituskuluja: 32 390 €, josta autoveroa 6 108 €.
- CO<sub>2</sub>-päästöt: 119 g/km
- Vuotuiset käyttöverot vuonna 2014: perusvero 100 €, käyttövoimaverot 381 €
- Täysautoetu: 685 €/kk
- Käyttöetu: 505 €/kk

Koeajossa moottorina oli 1,6 Diesel. Sen suorituskyky on pienemmissä nopeuksissa hyvä ja vääntö riittävä. Isommissa nopeuksissa vääntö kärsii. Ohituskiihdytyksissä tarvittiin manuaalivaihteisella vaihteen pudottamista vähintään pari pykälää alaspäin. Auto maattihan hoitaa sen työn itse. Samaa vääntöpuutosilmiötä oli myös 1,2 bensakoneessa. Normaalisissa maantieliikennerytmissä moottorit toimivat riittävän hyvin.

Kulutus on saatu myös hyvälle tasolle. Esitteet lupaavat kaikilla automerkeillä kulutuslukumia, joihin ei tavallisella ajolla päästä. Niin on myös Nissanilla. Diesel saavutti ajo-olosuhteista riippuen 5–6 litran keskikulutuksia. CO<sub>2</sub>-päästöarvot ovat myös modernia tasoa: 99–129 g/km.

### Neljä varustetasoa

Nykyautoihin tulee vauhdilla uutta tekniikkaa. On kaistavahtia, ajotietokonetta, navigointijärjestelmää, bluetooth-näppäimiä, radio- ja mediakytkimiä ja kaikkea muuta, mikä alkaa helposti haitata varsinaiseen ajoon keskittymistä.

Nissanin tärkeimmät käyttökytkimet on sijoitettu pääasiassa ohjauspyörään ja ohjauspylvään sivuviikisiin ja tarvittava info tulee näyttöön mittariston keskelle. Käyttökytkimien symbolit ovat selviä ja nopeasti opittavissa. Perustoimintoja käytettäessä ei katsetta tarvitse siirtää liikaa pois tienäkösunnasta. Hallintalaitteiden sijoittelussa on vältelty turhaa nörttikikkailua ja hyvä niin.

Varustetasoja löytyy neljä. Ne ovat Visia, Acenta, Business 360 ja Tekna. Jo perusver-

siossa on hyvät varusteet, mutta asiakkaiden valinta kohdistunee parempiin varustever-sioihin. Tosin aivan perusmalliakin myydään varsin hyvin, sen varusteilla pärjää riittävästi tavanomaisessa perheajossa. Hintaero esimerkiksi etuvetoisen 1,6 Dieselin halvimman ja kalleimman mallin kohdalla on 4 400 euroa. Tällä hintaerolla saa lähes kaikki uusimman autotekniikan tuomat hyödyt ja ilot.

Nissan-myyjän mukaan suosituin versio tuntuisi olevan etuvetoinen 1,2 Accenta Safety Packilla. Lisäpaketissa tulee monipuoliset kamerajärjestelmät sekä peruutus- ja etusuuntaavat tutkat. Uuden malliston myötä myös Diesel-mallien myynti on selvästi kasvanut.

Qashqain voisi hyvin valita myyntimiehen ja -naisen tarpeisiin. Auto on helppo käsiteltävä ja istuinten monipuolinen muuntelumahdollisuus ja erinomainen tukevuus antavat mahdollisuuden erikokoisille kuljettajille hyvän mukavuustason löytämiseen. Kun siihen lisätään vielä Bluetooth-handsfree-toiminnot, hyvä äänentoisto, monipuoliset turva-avustajajärjestelmät ja hyvät automaattivalot, käy pitkään matkanteko leppoisasti. |

### Hyviä mallivarusteita:

Ajovaloautomatiikka ja automaattinen kaukovalojen vaihto, Bi LED-ajovalot, LED päivääjvalot, automaattinen kaksoisilmastointi, sivulle taittavat sähköpeilit, STOP/START järjestelmä, vakionopeuden säädin ja nopeuden rajoitin, älyavainjärjestelmä nappikäynnistyksellä, etu- ja takapysäköintitutka, peruutuskamera, Around View Monitor -kamera, liikennemerkkien havainnointi, peräänajovaroitin hätäjarrustustoiminnolla, kaistavahti, Bluetooth-handsfree puhelimelle ja tabletille, integroitu navigointijärjestelmä.

**Yksityiskohtaiset tiedot: [www.nissan.fi](http://www.nissan.fi)**



## Puhelimet keräävät liikennetietoa

Autoilijat tulevat saamaan jatkossa yhä laadukkaampaa ja ajantasaisempaa tietoa liikenteen sujumisesta tieverkkoilla. Liikennevirasto tilaa uudenlaista matka-aikatietopalvelua Soneralta. Kerätyn matka-aikatiedon avulla Liikenneviraston tieliikennekeskukset saavat tietoa siitä, miten liikenne tieverkolla sujuu.

Uudella matka-aikatietopalvelun tavoitteena on helpottaa ja sujuvoittaa liikennettä Suomessa. Uusi palvelu kerää yksittäisten ajoneuvojen matka-aikahavaintoja autoilevien ihmisten puhelimista. Kaikki tietopalvelutuotteet ovat täysin anonyymeja. Palvelun toteutusta on kehitetty yhdessä tietosuojavaltuutetun kanssa.

– Uuden järjestelmän avulla analysoidaan liikenteen sujuvuutta ja autojen liikkumista tieverkostossa. Aikaisemmin tietoa kerättiin tiekameroiden avulla. Kamerat eivät kuitenkaan toimineet riittävän hyvin Suomen sääoloissa. Jatkossa puhelimista kerättävän tiedon uskotaan toimivan kaikissa keliolosuhteissa, kertoo Liikenneviraston liikenteen palvelut -osastolta yksikön päällikkö **Juuso Kummala**.

Tiedon avulla voidaan havaita häiriöitä ja tiedottaa niistä edelleen tienkäyttäjille sekä tarvittaessa ohjata liikennettä esimerkiksi laskemalla nopeusrajoitusta.

– Kun Liikenneviraston tieliikennekeskus tiedottaa asiasta, pystyy autoilija tiedon avulla muuttamaan reittiään tai ajankohtaa, jolloin lähtee liikenteeseen. Autoilija voi parhaimmillaan jopa välttää ruuhkat, Kummala sanoo.

Sujuvuustiedot ovat ajantasaisesti nähtävillä kartalla myös Liikenneviraston liikennetilannepalvelussa, josta autoilija pystyy katsomaan tämänhetkisen liikennetilanteen. Tietojen avulla tieverkosta kehitetään myös entistä sujuvampaa.

Yli 70-vuotiailla on Suomessa ajokortteja

330 000

ja yli 90-vuotiailla noin

2 500

Lähde: Liikenneturva



Heijastinkin voi olla kaunis kuin koru. Kotimaisen heijastinvalmistajan Saintexin designheijastinvalikoimasta löytyy esimerkiksi tämä, yhteistyössä Paola Suhosen kanssa syntynyt Butterfly -koruheijastin. Lisätietoja: [www.heijastinkauppa.fi](http://www.heijastinkauppa.fi)

### Muista heijastin!

- > Riippuva heijastin kannattaa kiinnittää polven korkeudelle niin, että se pääsee vapaasti heilumaan.
- > Ranne tai kyynärvarsi on hyvä paikka stretch-tai jousiheijastimelle.
- > Molemmin puolin kiinnitetyt heijastimet auttavat autoilijaa hahmottamaan tiellä kulkijan myös leveys suunnassa.



## If avasi vahinkotietoja startup-yritysten käyttöön

If Vahinkovakuutusyhtiö avasi vahinkodataansa opiskelijoiden ja startup-yritysten käyttöön. Rajattuja liikenne- ja autovahinkotietoja oli tarkoitus yhdistää erilaisiin avoimiin tietolähteisiin ja kehittää niiden avulla turvallisuutta parantavia palveluita autoilijoille.

Vahinkotietoja hyödynnettiin innovaatioiden polttoaineena If Open Hackathon -kilpailutapahtumassa, johon osallistui teknisistä kehittäjistä, liiketoimintaosaajista ja muotoilijoista koostuvia tiimejä.

Rajattuja liikenne- ja autovahinkotietoja annettiin kisaan osallistuvien käyttöön siten, että vahinkotiedot eivät olleet henkilötasolla yksilöitävissä. Suuresta vahinkomassasta löydettäviä havaintoja voidaan yhdistää esimerkiksi sää- tai tautiepidemiotietoihin ja kehittää niiden pohjalta autoilun turvallisuutta parantavia palveluita.

# Kenen



Selvitä ajoneuvon tiedot  
Tekstaa rekisterinumero numeroon:

**020202**

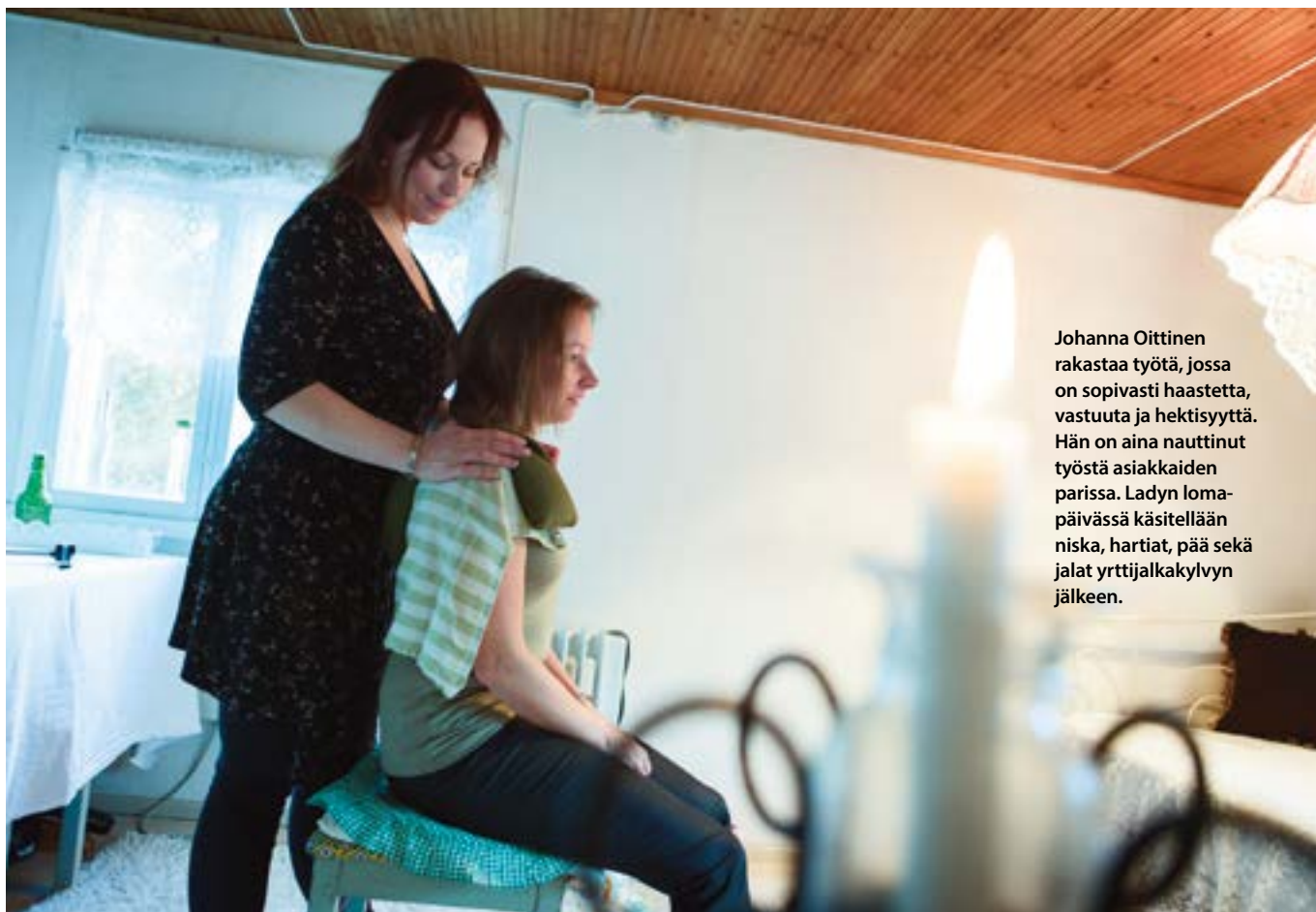
Haun hinta 2,90 €/haku.  
Sisällön tuottaa TraFi.

Teksti: Heli Leppä Kuvat: Sami Siurola

Ihmisten kanssa työskennellessäni kiitollisuus ja ilo ovat läsnä. Parasta on asiakkaan ilo, kun on voinut tarjota ratkaisun tai tuotteen, jota hän on tarvinnut, Johanna Oittinen sanoo.

Palkitsevaa työtä tekevät ovat muita terveempiä ja onnellisempia. Kutsumustyö löytyy sieltä, missä arki tuntuu itsestä hyvältä ja tuottaa toisille ihmisille aitoa hyötyä ja iloa.

# Onni löytyy kutsumustyöstä



Johanna Oittinen rakastaa työtä, jossa on sopivasti haastetta, vastuuta ja hektisyyttä. Hän on aina nauttinut työstä asiakkaiden parissa. Lady'n lomapäivässä käsitellään niska, hartiat, pää sekä jalat yrttijalkakyllyn jälkeen.

**O**n ammatteja, joihin erilaisten tapahtumien jälkeen lähinnä ajaututaan ja sitten on toiveammatteja, jotka määrätietoiset uraohjukset nappaavat itselleen. Näin siis äkkiä ajatellen. Haaveammatit tosin saattavat tarjota melko yksipuolisen ihannekuvan. Lentäjän työ, jossa istutaan päivät koneen ohjaamossa, saattaa loppupeleissä olla melko tylsä tehtävä. Kutsumusammatit ovatkin filosofi *Lauri Järvilehdon* mukaan kaikkien käden ulottuvilla edellyttäen, ettei niitä nähdä liian kapea-alaisesti.

- Jokaisella on mahdollisuus toteuttaa omaa kutsumustaan. Kyse ei kuitenkaan ole siitä, että olisimme syntyneet tiettyihin ammatteihin, vaan ennemminkin jokaisella on olemassa tiettyntyyppisiä tuottavia aktiviteetteja, joista nauttii. Yksi ihminen voi toteuttaa kutsumustaan hyvin monella tavalla. Esimerkiksi ihmisten kanssa hyvin viihtyvä voi löytää kutsumuksensa niin palvelualalta kuin myyntityöstäkin, kun taas tietokoneiden kanssa viihtyvälle elektroniikkalaitteiden huoltaminen tai ohjelmoijan työ voi olla kutsumus, Järvilehto kuvailee.

Intohimo työhön syttyy sisäisestä motivaatiosta. Kutsumustyö on tutkimusten mukaan erittäin hyödyllistä niin työntekijälle kuin organisaatioillekin. Palkitsevaa työtä tekevät ovat muita terveempiä, onnellisempia ja kärsivät vähemmän loppuun palamisesta. He selviytyvät työtehtävistään paremmin ja ovat sitoutuneempia työhönsä.

- Yhteiskuntamme pyörii tällä hetkellä lähinnä ulkoisten motivaattorien varassa, jotka liittyvät välittömien henkiinjäämiseen liittyvien resurssien, kuten rahan ja sosiaalisten suhteiden, maksimointiin. Tämä ei lisää hyvinvointia, vaan aiheuttaa usein stressiä. Ulkoisten motivaattorien dynamiikka on jatkuva tarpeen kasvu, jossa ihminen jää tyytymättömäksi, vaikka saavuttaisikin tavoitteitaan, Järvilehto sanoo.

#### **Kutsumus löytyy ihmisten kohtaamisessa**

*Johanna Oittinen*, 38, elää unelmaansa Vihreä Aurinkokumpu -yrityksensä vetäjänä ja Springhousen kouluttajana. Oittisen yritys tarjoaa monipuolisesti

**”Merkityksellisyyden tunne ennustaa tutkitusti parhaiten hyvinvointia ja lisää myös tuottavuutta.”**

hyvinvointipalveluita luonnonmukaisilla menetelmillä.

- Luonto on aina ollut elämässäni läsnä. Pidän asioista, jotka ovat mutkattomia, luonnollisia, aitoja ja laadukkaita. Usein koulutan siitä, mitä kieltä ihmisen keho tajuaa. Vastaukset löytyvät luonnosta, koska sieltä ihminen kuitenkin on peräisin, Oittinen sanoo.

Oittisen innostus omaan ammattialaan kuvastuu hänen koulutushistoriastaan, joka on hengästyttävän pitkä. On luontaishoitajan tutkintoa, luontaistuoteneuvojan ja yrttiasiantuntijan koulutusta, kiinalaisen lääketieteen perusteita ja kasvatustieteen maisteria.

- Olen aina nauttinut opiskelemisesta, sillä se avaa uusia näkökulmia. Maailmassa ei vain yksinkertaisesti ole yhtä totuutta. Haluan oppia



Lauri Järvilehto

ymmärtämään ihmisiä ja maailmaa, Oittinen toteaa.

Aktiivisen naisen työhistoria puolestaan pitää sisällään pääosin erilaisia myynnin ja markkinoinnin toimenkuvia. Niissä keskeistä on ihmisten palveleminen.

- Oma intohimoni on ihmisten kohtaaminen. Haluan olla läsnä ja todella nähdä asiakkaan. Se on minusta kaiken ydin. Sytyn joka kerta, kun näen oivalluksen asiakkaan silmissä tai jokin hänen sisällään liikahtaa. Tyytyväinen asiakas, joka tuntee saavansa sitä mitä haki, ja enemmän, on tavoitteeni työssäni. Asiakkaan kohtaaminen on mielestäni myös yksi hyvän myyjän piirteistä.

### Matkalla kutsumusammattiin

Intohimo ilmenee Järvilehdon mukaan aitona haluna tehdä työtä. Kutsumustyössä tekeminen itsessään palkitsee. Ulospäin se näkyy keskittyneisyytenä ja paneutumisena.

- Yksi intohimon ulkoisia tunnusmerkkejä, jos kohta ei kovin tieteellinen, on "silmiä loiste". Intohimo ei läheskään aina näy "bumtsibum"-intoiluna, sillä sisäänpäin kääntynyt ihminen voi näyttää innostuessaan hyvinkin passiiviselta ja rauhalliselta. Silmissä silti löytyy se palo, Järvilehto sanoo.

Kutsumustyössä tekeminen itsessään on palkitsevaa. Tähän päästään itsetutkiskelun, tekemisen ja toisten auttamisen kautta.

- Hyvä tapa kartoittaa omaa kutsumusta on ensin kirjoittaa ylös, mil-

"Arjesta kannattaa hakea vaikutuspaikkoja, joissa sisäisen motivaation perustarpeita voisi tyydyttää paremmin."



laisista aktiviteeteista pitää. Seuraava askel on miettiä, miten voisi tuottaa hyötyä tai iloa toisille näiden aktiviteettien kautta. Lopuksi pitää vielä tutkia, millä tavoin tällainen arvon tuottaminen on käännettävissä ammattialaksi. Ihminen ei tarvitse tutkintoaan vastaavaa työtä, vaan intohimoaan vastaavaa työtä, Järvilehto painottaa.

Kutsumuksen löytäminen ei välttämättä edellytä työpaikan tai ammatin vaihtoa. Järvilehto puhuuakin mielellään oman työn tuunaamisesta.

- Sen sijaan, että lyödään hanskat tiskiin ja lähdetään Tiibettiin meditoimaan, kannattaa arjesta hakea vaikutuspaikkoja, joissa sisäisen motivaation perustarpeita voisi tyydyttää paremmin. Tärkeintä on, että työn arki sopii parhaalla mahdollisella tavalla omalle persoonalle ja omiin kiinnostuksen kohteisiin, Järvilehto sanoo.

Järvilehto määrittelee kirjassaan *Upeaa työtä* kutsumustyön koostuvan kolmesta tekijästä, joita ovat vapaus, virtaus ja vastuu. Oma ammattiaan kannattaa kehittää lisäämällä näitä tekijöitä. Voiko työskentelytapaansa

muokata itselle paremmin sopivaksi? Entä onko mahdollista tehdä etätöitä tai vaikkapa nelipäiväistä työviikkoa? Työntekoa kannattaa myös jäsentää prioriteettilistoilla ja tehtävälistoilla, jotka lisäävät virtauskokemuksia.

- On hyvä selvittää, millä tavalla työ palvelee toisia ja tekee maailmassa hyvää. Tutustumalla työnantajansa strategia- ja missiodokumentaatioon voi ymmärtää isomman kuvan, johon oma työ liittyy. Tästä syntyy merkityksellisyyden tunne, joka tutkitusti ennustaa parhaiten hyvinvointia ja lisää myös tuottavuutta, Järvilehto sanoo.

Myös Oittisen mielestä on tärkeä oppia kuuntelemaan itseään. Vastaukset löytyvät sisäلتä, jos niitä malttaa kuunnella.

- Jos joku asia tuntuu jatkuvasti pahalta, niin se ei välttämättä hyväksi muutu, vaikka sen sokerilla kuorrutaisi. Oman tien löytämistä ei kannata ottaa itselle kuitenkaan uudeksi suorituspaineeaksi. Ihmiset ovat luonteeltaan erilaisia ja jollekin rohkea teko on erilainen kuin toiselle. Pohja vastauksiin löytyy aina itsestä, Oittinen sanoo. |

# MEMBER GETS MEMBER

## SUOSITTELE SMKJ:N JÄSENYYYTTÄ

Olet tehnyt hyvät kaupat liittyessäsi SMKJ:n jäseneksi. Auta kollegaasikin tekemään yhtä hyvät kaupat ja suosittele hänelle SMKJ:n jäsenyyttä.

Suosittelu on helppoa.  
Mene osoitteeseen

**MGM.SMKJ.FI**

ja lähetä kollegallesi suositteluviesti.

## SINUT PALKITTAAN!

40€



Suosittelusi kautta liittyneestä uudesta jäsenestä saat 40€ arvoisen Superlahjakortin.



Myynnin ja markkinoinnin  
ammattilaiset SMKJ





**Juha Wiskari:**  
**Kiireentappoase**  
**Sanoma Pro Oy, 2014**

## Selätä kiire

**O**sa ihmisistä kokee, että pystyy toimimaan pienessä kiireessä tehokkaammin. Kiireentappoase-kirja lähtee kuitenkin siitä, että "ainoa hyödyllinen kiire on tapettu kiire". Kirja on itse asiassa enemmän kuin opas kiireen selättämiseen. Se johdattaa lukijan tutkimusmatkalle omiin toimintatapoihin, mistä on hyötyä myös laajemmin.

Ensimmäinen askel on muutostarpeen kuuleminen. Se vaatii itsetutkiskelua, jota ajatellen kirjassa lanseerataan poukaman käsite. Poukama on hengähdysvetki tai aikalisä, jolloin voi pysähtyä jäsentämään tilannetta, suunnittelemaan tai vain lepäämään, mikä milloinkin on tarpeellista.

Toinen askel on selvittää itselle, mikä on omalla kohdalla tiedostamattoman ja tietoisien käyttäytymisen välinen ero.

Kolmanneksi valitaan uusi tapa käyttäytyä. Sen sijaan, että tekee ne työt ensin, jotka huutavat eniten, kannattaa keskittyä suunnittelussa lopputulokseen. Miltä haluat lopputuloksen näyttävän, jotta sillä olisi arvoa työillesi ja merkitystä itsellesi? Kysymys pitää sisällään sekä hyödyn että motivaation.

Neljänneksi muistetaan perussääntö: yksi asia kerrallaan ja plussa perään. Plussa tarkoittaa sitä, että otetaan perussuorituksen päälle yksi askel lisää. Siitä syntyy arjen huippusuoritus. Nämä arjen huippusuoritukset ehkäisevät myös kiirettä.

Kirjassa on paljon neuvoja, jotka on helppo ottaa käytäntöön. Asioiden jakaminen tärkeyden ja kiireellisyyden mukaan A- ja B-tehtäviin kirjoittajan uuden tärkeysjärjestysmallin mukaan helpottaa ruodussa pysymistä, kun työtaakka paisuu.

Kirjassa on useita tehokkaita malleja itsearviointiin. Näistä mielenkiintoisin on ehkä minä työssäni -kartoitus, joka tuottaa näkemyksen siitä, mistä tehtävistä työ tosiasiaa koostuu ja mistä sen tulisi koostua, millainen on motivaatio ja osaamistaso kunkin tehtävän suhteen.

Arjessa ei tule ajatelleeksi, miten paljon kiireen kustannukset todellisuudessa ovat. Kun motivaatio, käyttäytyminen ja työn vaatimukset ovat tasapainossa, työ on tuottavaa. Kuten kirjassa sanotaan, tuottavan tekemisen vastakohta ei ole tuottamaton laiskottelu, vaan sählääminen kiirettä syyttäen. |

## Sujuvasti somessa



**Katleena Kortesus:**  
**Sano se someksi 1**  
**Kauppakamari, 2014**

■ Kirja kertoo vinkkejä ammattimaiseen somenäöön yksityishenkilöille, olitpa sitten yrittäjä, toimihenkilö, viranhaltija tai asiantuntija. Liikkeelle lähdetään ammattilaisen syistä olla somessa. Oletko tullut ajatelleeksi, että jos sinusta ei löydy laisinkaan jälkiä sosiaalisessa mediasa, esimerkiksi kirjallisia vuorovaikutustaitoja saatetaan epäillä?

Kirjoittaja käy läpi tärkeimmät sosiaalisen median sovellukset. Hakukoneoptimointia käsitellään niin tekniseltä kuin tekstuaaliselta kantilta.

Eniten tilaa saa blogi, jota pureskellaan niin kirjoittamisen kuin tyylin näkökulmasta. Kortesus auttaa analysoimaan omaa tyyliä ja opettaa kädestä pitäen, miten kirjoitetaan hyvä postaus.

Kirjassa on paljon konkreettisia esimerkkejä ja vinkkilistoja, mikä tekee teoksesta helpon soveltaa omaan tekemiseen.

## Lisää yrittäjätarinoita



**Karo Hämäläinen & Mika Mäkeläinen:**  
**Taivas+Helvetti**  
**Vol. 2,**  
**One on One**  
**Publishing Oy,**  
**2014**

■ Se on täällä taas: Kaunistelemattomista yrittäjätarinoistaan tunnetuksi tulleesta Taivas+Helvetti-kirjasta julkaistiin toinen osa. Taivas+Helvetti Vol. 2 -kirjan sivuilla ovat mukana muun muassa Pekka Hyysalo, St1:n perustaja Mika Anttonen, Hee.bo:n Susanna Rantanen ja start-up-maailman supertähti William Wolfram.

Mukana on myös tuoreita tarinoita, joista osa on vielä aivan alussa. Tällainen on muun muassa Jasu Koposen Venuu, joka auttaa löytämään tapahtumalle sopivan tilan. Evon Söderlundin tarina on tarinoiden parhaimmistoa. Se kertoo, miten 19-vuotias malesialaisnainen muutti Suomeen, löysi aviomiehen ja kehitti helpon tavan järjestää kokouksia, koulutuksia ja illanviettoja. Syntyi Tapahtumahotelli Huone.

Ensimmäisen kirjan tapaan jokaista myytyä kirjaa kohti lahjoitetaan toinen opintonsa päättävälle nuorelle.



# Pingiksen pauloissa

**P**öytätennis on yksi maailman nopeimmista pallopeleistä, mutta siitä huolimatta sitä voi pelata melkein vauvasta vaariin. Nuorin tuntemani pelaaja on 6-vuotias ja veteraanien SM-kisoissa pelasi 95-vuotias henkilö. Laji sopii hyvin myös liikuntarajoitteisille ihmisille.

Itse aloitin pelaamisen 12-vuotiaana pienellä kaveriporukalla. Sitten liityin seuraan, missä alkoi säännöllinen ohjattu harjoittelu ja kisojen kiertäminen. Salilla roikuin aikuisten hihassa ja pyysin pelaamaan ja antamaan vinkkejä. Pääsin pelaamaan itseäni parempien pelaajien kanssa, ja sain näin koko ajan lisää haasteita. Syksyllä saatoin hävitä jollekin, mutta voittaa hänet jo keväällä. Merkittävin saavutus oli SM-pronssi 17-vuotiaiden nelinpelissä ja joukkuepelissä.

Noin 20-vuotiaana pöytätennis muuttui enemmän harrastukseksi. Harjoittelen nyt kerran viikossa ja laji on minulle henkireikä ja vastapaino työhön ja perhearkeen.

Kun nykyisin käyn salilla pelaamassa, sparraan samalla nuoria pelaajanalkuja. Minua on autettu aikoinaan, joten nyt on kiva auttaa muita. Mielestäni nykyisin keskitytään liikaa robottimaiseen harjoitteluun ajattelematta mitä ollaan tekemässä. Yritän aina kertoa syyn, miksi tiettyä asiaa opetellaan, ja kiinnittää huomiota myös mentaaliseen puoleen.

Junioreita neuvoessa huomaa, että samoista neuvoista on hyötyä myös työelämässä. Jos pelkää hävitä, todennäköisesti häviät. Jos työssä olet varma jostain kaupasta ja pidät sitä itsestäänselvyytenä, et saa kauppaa. Tämän aiheuttaa tiedostomaton asennoitumisen muuttuminen ja nöyryyden häviäminen.

Myyin työpaikkatarvikkeisiin ja -ratkaisuihin liittyviä kokonaisuuksia suurasiakkaille. Työpaikallamme Lyreco Finland Oy:ssä on pingispöytä ja tälläkin hetkellä on käynnissä firman sisäinen mestaruuskisa. Mukana kisassa on toimitusjohtaja ja muu johto sulassa sovussa henkilökunnan kanssa. Se parantaa yrityksen ilmapiiriä ja luo epämuodollisia suhteita. Varastohenkilökunta käy pelaamassa pöytätennistä myös kahvitaupoilla ja välillä pöydän äärellä onkin suuren urheilujuhlan tuntua.

Nykyisin kun pelaan kisoissa tai seuran harjoituksissa, minulle se on ennen kaikkea sosiaalinen tapahtuma. Näen paljon tuttuja lapsuudesta ja nuoruudesta. Mutta kun mennään pöydän ääreen pelaamaan, voitontahto on yhä tallella. Tykkään kiusata muita voittamalla heidät. |



Tuukka Kapasen, 38, työpaikalla Lyreco Finland Oy:ssä tuuletetaan ajatuksia pelaamalla pingistä kahvitaupoilla.

## Lahja vai lahjus?

**M**yntityössä asiakassuhteiden hoitamiseen kuuluu lounaiden ja illallisten tarjoamista ja välillä myös erilaisia lahjoja. Sopivasta vieraanvaraisuudesta keskustellaan aika ajoin myös julkisuudessa. Missä menee se raja, jolloin lahja muuttuu lahjukseksi?

Keskuskauppakamarin varatoimitusjohtaja *Leena Linnainmaa* sanoo, että lahja muuttuu lahjukseksi silloin, kun lahjan antaja odottaa vastapalvelusta.

– Mitään euromääristä rajaa ei ole säädetty, mutta lahjan tai vieraanvaraisuuden on pysyteltävä kohtuullisella ja tavanomaisella tasolla. Toinen hälytysmerkki on se, että jos tulee tunne, että tätä lahjanantotilannetta eivät saa muut tietää, Linnainmaa neuvoo.

Rikoslaisa kielletään lahjuksen antaminen ja ottaminen elinkeinotoiminnassa. Lain kannalta lahjuksen arvolla on se merkitys, että rikosnimike voi muuttua lahjomisesta törkeäksi lahjomiseksi. Tällöin myös rangaistus on kovempi.

Lahjuksella vaikutetaan tai pyritään vaikuttamaan lahjan saajaan. Sillä ei ole merkitystä, toimiiko lahjojen saaja toivotulla tavalla vai ei.

Linnainmaa muistuttaa, että lahjojen antamisessa kannattaa olla erityisen varovainen silloin, kun lahjan saajan edustaman tahon kanssa on meneillään esimerkiksi sopimusneuvottelut.

Monissa organisaatioissa on tehty lahjan antamiseen liittyvät ohjeet. Myynnin ja markkinoinnin oikeusturva MOT Oy:n lakimies *Sanna Honkanen* sanoo, että työnantajan ohjeistusta tulisi aina noudattaa, jos sellainen on olemassa. Työnantaja on saattanut ottaa lakia tiukemman linjan ja kieltää esimerkiksi asiakaslahjat kokonaan. Silloin työnantajan linjausta pitää noudattaa.

Jos työnantaja edellyttää asiakkaan muistamista, siitähän kannattaa pyytää työnantajalta selkeät ohjeet. Tällöin pystyy tarvittaessa osoittamaan, että on toiminut ohjeiden mukaisesti.

Lain ja ohjeiden vastaisesti toimiminen voi johtaa paitsi rikoslain määräämiin seuraamuksiin, myös työsuhteen päättämiseen.

– Esimerkiksi eräässä tapauksessa ostajana toiminut työntekijä sai ison kaupan yhteydessä merkittävän lahjan työnantajansa tietämättä, mikä johti sekä lahjansaajan että -antajan työsuhteen päättämiseen, Honkanen kertoo. |

**AVA HOTELLI**

## 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. Tyylikkäässä saunatiloiissamme 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**

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



**Myyntimiespaketti 81 euroa**

- ✓ majoitus viihtyisässä 1-hengen huoneessa
- ✓ runsas aamiainen
- ✓ maittava päivällinen
- ✓ myyntimiessauna ja uinti

✓ C More kanavat ✓ Ilmainen Wi fi  
✓ näytelytilat ilmaiseksi ✓ ilmaiset parkkipaikat

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

**Tervetuloa!**

Puh: 018-14130, fax: 018-17130 E-mail: parkhotel@vikingline.com  
Norra Esplanadgatan 3, 22100 Mariehamn www.parkalandiahotel.com

## Saaristomaisemissa

**Myyntimiespaketti 95,-**



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

**AQUARIUS ENEMMÄN KUIN HOTELLI**

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

**CASTELLO** -herkutteluun...

## Satakunnan sydämessä

**Myyntimiespaketti 79,-**



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

**Hotelli Hiittenharju**

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

**CASTELLO** -herkutteluun...



## TERVETULOAA 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**



## Virkistävä kokous IMATRAN KYLPYLÄSSÄ!

Entisten Nuorten Nenäpäivän hyväntekeväisyysilta **7.11.2014 klo 19.30.** Pukeudu 70-luvun styleen tai tule omassa lookissa! Kysy myös pikkujoulupaketteja!

**MYYNTIMIESPAKETTI**  
SMKJ:n jäsenille

**80€**  
alk. 1 hh/vrk (sport-huone)

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 aamiaistarvikkeet valmiiksi huoneistoosi.

**POHJANMAAN HUIPULLA!**

Majoitu mukavasti uudessa huoneistohotellissa Lapuan Simpsoninvuoren laella, keskellä Pohjanmaata. Huoneistoissa olo-/mh, kph, keittiö, sauna + parveke.

**Varaa netissä!**  
Kokous-, koulutus-, Tyky- ja virkistyspäivät.  
**Kysy tarjous!**

**SIMPSONIN KULLAS**  
HOTEL - RESTAURANT

Laatua Simpsoninvuoren laella

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

## Viihdy Rauhalahdessa

UUDISTETUT HOTELLIHUONEET JA KOKOUSTILAT. TULE TUTUSTUMAAN!

**Tarjous SMKJ:n jäsenille 99 e / vrk**

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

**KYLPYLÄ HOTELLI RAUHALAHTI**

Katiskaniementie 8 70700 KUOPIO  
www.rauhalahdi.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.



# hotellit



## Hotelli Aquarius, Uusikaupunki

Hotelli Aquarius on saaristomaisemissa sijaitseva kokous- ja lomahotelli, jonka ympäristössä riittää tekemistä niin työmatkalaiselle kuin vapaa-ajan matkustajalle. Kysymyksiimme vastaa toimitusjohtaja *Toni Tyrjy*.

### Mitä asiakkaat arvostavat eniten hotellissanne?

Meillä on ilmaiset parkkipaikat, rauhallinen ympäristö ja hyvät sängyt. Hotellista on merinäköala, joten meillä ei tarvita tauluja seinille, riittää kun avaa verhot. Aamiainen ja ilmainen Wi-Fi-yhteys sisältyvät hintaan.

### Miten erottaudutte muista?

Samassa rakennuksessa ja lähiympäristössä on monipuolisia palveluita. Vakioasiakkaat arvostavat kodikasta tunnelmaa.

### Miten teillä voi rentoutua työpäivän jälkeen?

Samassa rakennuksessa toimii Uudenkaupungin teatteri. Kauneushoitolassa voi nauttia esimerkiksi jalkahoidosta tai hieronnasta. Hotellin yhteydessä olevassa keilahallissa voi harrastaa yksin tai porukalla. Lisäksi parin kilometrin päässä on golfkenttä ja kuntoputki, jossa voi hiihtää, rullaluistella, lenkkeillä tai pyöräillä säällä kuin säällä. Ja lopuksi sitten saunaan.

### Mikä on listan paras ruoka?

Perinteinen pippuripihvi. Asiakkaita palvelevat Perheravintola Castello ja Ravintola Meritähti. Hyvä tapa rentoutua illalla on tulla laulamaan karaokea tai kuuntelemaan elävää musiikkia. Pikkujouluai-kaan meillä esiintyy mm. Lauri Tähkä.



## Hotelli Simpsiönkullas, Lapua

Lapuan Simpsiönvuoren laella sijaitseva Huoneistohotelli Simpsiönkullas tarjoaa hulppeita maisemia ja upeita ulkoiluvaihtoehtoja. Kysymyksiimme vastaa markkinointipäällikkö *Johanna Liinamaa*.

### Mitä asiakkaat arvostavat eniten hotellissanne?

Hotelli on uusi ja tarjoaa rauhallisen ympäristön. Meillä saa nukkua ilman hälyä ja melua. Jokaisessa huoneistossa on oma sauna, mikä on monelle suomalaiselle se juttu.

### Miten erottaudutte muista?

Emme kuulu mihinkään ketjuun, vaan palvelemme asiakkaita yksilöllisesti. Toimitamme esimerkiksi aamiaisen tarvittaessa etukäteen huoneiston omaan jääkaappiin.

### Miten teillä voi rentoutua työpäivän jälkeen?

Moni rentoutuu saunomalla tai kulkemalla luonnossa. Hotellin pihasta pääsee valaistulle lenkkipolulle, talvisin hiihtolenkille. Lähiympäristössä on läntisen Suomen pisimmät rinteet ja pihalta voi laskea suoraan laskettelurinteeseen. Hotellin takana on 20 henkilön kota, jota vuokrataan majoitusryhmille tai esimerkiksi perheille.

### Mikä on listan paras ruoka?


Majoitus sisältää aamiaisen, mutta muuten toimimme tilausravintolana. Silloin tarjoamme aina omissa keittiössämme tehtyä ruokaa, esimerkiksi joulukinkku paistetaan itse. Yksittäiselle majoittujalle on ruokailumahdollisuuksia kolmen kilometrin päässä sijaitsevassa Lapuan keskustassa. Talvisin, kun rinteet ovat auki, sadan metrin päässä oleva rinneravintola palvelee myös hotellin asiakkaita.



**S**anta's Hotels on kotimainen, Suomen Lapissa toimiva yksilöllinen hotelliketju. Kattavat edut ja tarjoukset tekevät yöpymisen myynnin ammattilaiselle kuin saapumiseksi toiseen kotiin.

Santa's Hotel Santa Claus  
Korkalonkatu 29, Rovaniemi  
p. (016) 321 3227  
rovaniemi@santashotels.fi

[www.santashotels.fi](http://www.santashotels.fi)




TUTUSTU JA HAE JAKSOLLE [WWW.PHT.FI](http://WWW.PHT.FI)

**YHTEISTÄ AIKAA PERHEEN KANSSA?**

Ensimmäinen askel on koko perheen hyvinvointijakso, jolla pääset matkalle kohti terveellisempiä elämäntapoja! PHT tarjoaa elämyksiä, onnistumisen iloa ja hyvää oloa ympäri Suomen.

**PHT** ENSIMMÄINEN ASKEL ON TÄRKEIN.  
PHT ry, Lintulahdenkatu 10, 00500 Helsinki.



## Kasvavan työttömyyden haasteet

**T**yöttömyyskassan tehtävänä on lakisääteisen ansioturvan järjestäminen jäsenilleen. Työttömyyskassa ei voi harjoittaa mitään muuta toimintaa eikä se saa olla yhteydessä muunlaista toimintaa harjoittavaan yhteisöön sellaisella tavalla, jossa kassan itsenäisyys tulisi rajoitetuksi.

Työttömyyskassat hoitavat julkista tehtävää. Niiden toiminnasta ja menettelytavoista säädetään laissa (mm. hallintolaki ja työttömyyskassalaki) ja sen myötä eri kassojen jäsenillä on samat oikeudet ja velvollisuudet. Työttömyyskassojen toiminnassa ja hallinnossa on kuitenkin kassojen säännöistä johtuvia eroja, minkä vuoksi muun muassa kassan organisaatio, jäsenyyden edellytykset ja jäsenmaksut voivat poiketa toisistaan. Myös esimerkiksi etuushakemusten käsittelyajat ja asiakaspalvelun järjestäminen voivat olla erilaisia eri kassoissa.

Työttömyyskassojen toimintaa valvoo Finanssivalvonta, jonka sivuilta oheinen lausaus on.

Myyntiin ja markkinointiin ammattilaisten työttömyyskassa pärjää vertailussa erinomaisesti, sillä työttömyyspäiväraahakemus käsitellään muihin kassoihin verraten edelleen ennätysajassa kasvaneesta työttömyydestä huolimatta. MMA:n kassan kahdeksan hengen joukko on pystynyt palvelemaan kiitettävästi yhä kasvavaa asiakaskuntaa.

Syyskuussa etuudensaajia oli 1 482 henkilöä mikä on 15,2 % enemmän kuin vuosi sitten (1 287 henkilöä). Etuudensaajien osuus jäsenistöstä eli laskennallinen työttömyysaste on 7,3 % (6,2 % syyskuussa 2013). Työttömyys- ja koulutusajan etuuksia maksettiin 2 778 393 €, mikä on 18,7 % enemmän kuin viime vuonna vastaavaan aikaan.

Kassan korvausmenojen kasvaessa myös liiton jäsenmaksuun kohdistuu nousupaineita. Kuluvana vuonna kassan osuus jäsenmaksustamme on 107 euroa. Tätä kirjoitettaessa kassan jäsenmaksun euromäärä ei ole vielä tiedossa vuodelle 2015, mutta sen tiedämme, että lähes kaikki työttömyyskassat ovat samassa tilanteessa; jäsenmaksut nousevat ja lopullisen jäsenmaksutason hyväksyy Finanssivalvonta.

Finanssivalvonta myös seuraa, että kassoissa pysyy tietty taloudellinen puskuri, tasoitusrahasto. Useissa kassoissa tämä puskuri on suurelta osin käytetty vuoden 2008 jälkeisinä huonoina talousvuosina ja kassojen maksukorotukset ovat välttämättömiä.

Liiton uudet ja nykyiset jäsenet ostavat tai ovat ostaneet liittyessään itselleen turvaa työelämän muutostilanteisiin. Työttömyyskassa, MOT:n oikeusturvapalvelut, liiton sopimat rekrytointi- ja urapalvelut sekä omaehtoinen SMKJ:n koulutus ja henkilökohtainen sparraus ja neuvonta ovat käytettävissä – varsinkin vastaaviin kilpailijoihin nähden – edelleenkin edullisella jäsenmaksulla. |



## jäsensivut >

SMKJ:n yrittäjäjäsenet ovat myyntityön konkareita.  
Sivu 48



Mitä tabletti tarkoitti 40 vuotta sitten ja mitä nyt? Tämä ja muita mielenkiintoisia aiheita LSE-seminaarissa 19.11. Tule mukaan alalla työskentelevä!  
Sivu 53



Antti Koskinen Etelä-Karjalan mma:ssa pitää aktiivitoiminnassa motivoivana ensisijaisesti uusien ihmisten tapaamista ja verkostojen rakentamista.  
Sivu 58



## Juhlavuosi on jo ovella

SMKJ täyttää ensi vuonna 120 vuotta – SMKJ on siis yksi Suomen vanhimmista ammattiliitoista! Sitä on syytä juhlia.

Juhlavuosi näkyy koulutustarjonnassa, työmarkkinatutkimuksen tuloksia esittelevissä alueellisissa aamiaistilaisuuksissa ja jäsenyhdistysten tapahtumissa. Emmekä unohda nuoria; jaamme muutamalle nuorelle myyjälahjakuudelle juhluvuoden stipendin.

**Lauantaina  
6. kesäkuuta 2015  
vietämme perhe-  
tapahtumaa Linnanmäellä,  
joten varaa päivä jo  
kalenteristasi!**

## Muuttuiko työpaikka? Muista päivittää yhteystietosi!

Se onnistuu helposti osoitteessa [www.smkj.fi](http://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 jäsenemme työpaikoista ja toimialoista jäsenpalvelun tueksi. Työnantajatietoja käytetään vain SMKJ:n sisäisiin tarkoituksiin eikä niitä luovuteta ulkopuolisille.



## 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](http://www.mot.fi). Oikeusturvavakuutus kattaa jäsenyysaikana syntyneestä riidasta aiheutuneet työ- tai edustussuhdeoikeudenkäyntikulut MOT:n hoitamana 17 000 euroon saakka. Oikeusturvan käyttäminen edellyttää liiton etukäteispäättöstä.

### Työttömyysturva

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

### Rekrytointipalvelut ja edustusväilytys

Target Headhunting Oy on henkilöstöpalveluihin erikoistunut yritys, joka tarjoaa SMKJ:n jäsenille suoraan työtehtäviä ja nostetta työuralle sekä yrittäjäjäsenille edustusväilytystä. Kun haluat tietoa Targetin suoraan työpaikoista, ota yhteyttä: [www.targetheadhunting.fi](http://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](http://www.smkj.fi)-sivulla olevan linkin kautta.

### Edulliset lomamatkat, [www.levirakka.fi](http://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](http://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 kestäväillä vapaa-ajan matkoilla. Vakuutettuina ovat myös mukana matkustavat alle 20-vuotiaat perheenjäsenet sekä alle 20-vuotiaat lapsenlapset.

Hoitokorvaukseen sisältyy korvaus matkan peruuntumisesta tai keskeytymisestä sekä vainajan kotikuljetuksesta. 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. Yksityskäytössä olevan auton Super- ja Isokaskoon jäsen saa heti 60 % lähtöbonusta ja 1. vuoden alennusta 20 %.

Lisätietoja sivulta [www.smkj.fi](http://www.smkj.fi), OP-Pohjolan konttorista tai Pohjolan palvelunumerosta 0303 0303.



**URAPALVELUT**  
[www.smkj.fi](http://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 Yksityskortilla alennusta 2,5 snt/l. Neste Info 0800 196 196. Ei alennusta Neste Oil Express -asemilta. Katso tarkemmin [www.smkj.fi](http://www.smkj.fi).

### Talentum-lehtitarjoukset

Tekniikka&Talous, Markkinointi&Mainonta ja Talouselämä jäsenetuhintaan. Katso [www.smkj.fi](http://www.smkj.fi)

### Hotelliedut

Varaa Cumulus-, Rantasipi- ja Holiday Inn-hotellit OnLine-varausjärjestelmästä [www.hotellimaailma.fi](http://www.hotellimaailma.fi)

### Viking Line -edut

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

### Fonecta Finderin etu

Saat 100 Fonecta Finder -hakua (mm. puhelinnumerot, osoitteet, kartat) **maksutta** kuukausittain [smkj.fi](http://smkj.fi)-palvelun banneria klikkaamalla tai pikalinkistä. 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 numeroon 09 6159 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](http://www.intellia.fi)



**Jäsenedut.fi:**  
**Lukuisia rahanarvoisia jäsenetuja akavalaisille**

Rekisteröidy käyttäjäksi ja hyödynnä etusi!

Esimerkiksi nämä tarjoukset [jasenedut.fi](http://jasenedut.fi)-palvelun kautta:

**Citymarket.fi-verkkokaupasta** naisten-, lasten-, ja miesten vaatteet -30 %:n alennuksella (ei koske urheiluvaatteita). Tarjous on voimassa vain verkkokaupassa 30.11.2014 asti. Alennuskoodi: JASENETUCM14

**Med Group hammaslääkärin** tarkastus uusille asiakkaille 20 € lokakuun ajan (Kela-korvauksen jälkeen, norm. hinta 44–58€). Lisäksi -10 %:n alennus kaikista hammashoidon palveluista, myös erikoishammashoidosta. Etu on voimassa toistaiseksi eikä sitä voi yhdistää muihin tarjouksiin.

**Naantalien Kylpylän tarjoukset:** su-pe 140,-/huone/vrk (norm. alk. 168,-), la 170,-/huone/vrk (norm. alk. 188,-). Hinnat sisältävät majoituksen kahdelle Standard Deluxe -tason huoneessa, buffetaamiaiset sekä kylpylän ja kuntosalin käytön. Tarjous on voimassa 8.9.–30.11.2014. Varaustunnus ETUFI.

**Zoner Yrityswebhotelli ensimmäinen vuosi -50 %:n alennuksella.** Jäsenhinta on 6,45 €/kk (norm. 12,90 €/kk). Hintoihin lisätään alv. 24 %. Zoner Yrityswebhotelliin kuuluu yhden verkkotunnuksen rekisteröinti ja ylläpito, 6 gigatavua levytilaa ja rajattomasti sähköpostilaatikoita, tietokantoja ja ali-domaineja. Tarjous on voimassa 30.9.2015 asti tilauskoodilla JASENETU50.

SMKJ:n yrittäjätutkimus paljastaa, että tyypillinen yrittäjäjäsen on toiminut myyntitehtävissä pitkään, tarjoaa konsultointipalveluita ja yhtiömuotona on osakeyhtiö. Provisiotaso on noussut hieman edelliseen tutkimukseen verrattuna.

# Yrittäjäjäsenet ovat myyntityön konkareita



**N**oin kahdella kolmesta yrittäjäjäsenestä ei ole palkattua ulkopuolista työvoimaa, vaan he toimivat yksin. 28 prosentilla vastaajista henkilömäärä on 2–5 ja vain 9 prosentilla yrittäjistä on yli 5 työntekijää. Suurimmat yritykset toimivat maahantuonnin ja jälleenmyynnin parissa tai ovat niitä, joilla on useita edustuksia.

## Vahva myyntialan kokemus

Yhdeksän kymmenestä yrittäjästä on toiminut myyntitehtävissä yli 10 vuotta ja lähes 40 prosenttia peräti yli 30 vuotta. Itsenäisenä yrittäjänä ei ole toimittu yhtä pitkään. Alle 11 vuotta yrittäjänä on toiminut 47 prosenttia ja yli 20 vuotta 28 prosenttia vastaajista. Vastaajat ovat selvästi kokeneempia sekä myyntitehtävissä että yrittäjinä kuin aiemmissa tutkimuksissa.

Ammatillinen koulutus on hankittu kaupalliselta alalta. Vastaajista noin neljännes on

merkonomeja ja neljällä prosentilla on tradenomin tai insinöörin tutkinto. Teknikon koulutus on lähes joka viidennellä.

Viisi prosenttia vastaajista on suorittanut alan kurseja ja neljällä prosentilla vastaajista ei ole ammatillista koulutusta. Korkeakoulututkinto on jo 16 prosentilla vastaajista.

## Osakeyhtiö yleisty

Yleisin yritysmuoto on osakeyhtiö. Se on 57 prosentilla tutkimukseen osallistuneista. 29 prosenttia vastaajista harjoittaa myyntitoimintaa toiminimellä ja 11 prosentilla on kommandiittiyhtiö.

Kauppaedustajista toiminimellä toimii 41 prosenttia ja jälleenmyyjillä vastaava osuus on 12 prosenttia. Liki kaikilla maahantuojilla on osakeyhtiö. Jälleenmyyjistä se on 73 prosentilla ja kauppaedustajista 44 prosentilla. Osakeyhtiömuoto on selkeästi yleisempi yrittäjillä, joilla on palkattua työvoimaa tai jotka harjoittavat maahantuontia. Osakeyhtiö on aiemmin ollut erittäin yleinen nuorten keskuudessa, mutta ero on tasaantumassa.

Yleisin yksittäinen tuoteryhmä on konsultointipalvelut, joita myy joka viides vastaajista. Muita useimmin myytyjä tuotteita liiton yrittäjäjäsenillä ovat koulutus, rakentaminen, koneet ja laitteet sekä elintarvikkeet. Näitä myy kutakin noin 10 prosenttia vastaajista.

## Tulonlähteenä provisio

Yrittäjäjäsen saa yleensä tulonsa myynnin määrästä. Yleisin provision laskentaperus-

## SMKJ:n jäsenistä noin 1 400 on myynnin ja markkinoinnin yrittäjiä

He toimivat itsenäisinä kauppaedustajina päämiehensä lukuun. Tunnuspiirteitä ovat yksin yrittäminen, osakeyhtiömuoto, arvonlisäverottomasta myynnistä määritelty korvaus, pari päämiestä sekä pitkän linjan myyntikokemus. Tiedot käyvät ilmi SMKJ:n yrittäjätutkimuksesta, joka toteutettiin verkkokyselynä touko-kesäkuussa.



## Tyypillinen yrittäjäjäsen

- mies
- 55-vuotias
- myy parin päämiehen tuotetta teollisuuteen
- saa korvausta arvonlisäverottomasta myyntihinnasta, korvaustaso yleensä 10–25 prosenttia
- on yksinyrittäjä
- yritysmuotona osakeyhtiö



te on hinta ilman arvonlisäveroa. Kaikkiaan se on perusteena 51 prosentille vastaajista. Pääosin provisioista tulonsa saavilla hinta ilman arvonlisäveroa on provision perustana 58 prosentilla.

Provisiotaso on talouden taantumana pitkitetyssä pääosin parantunut verrattuna vuonna 2011 tehtyyn yrittäjätutkimukseen. Yli kymmenen prosentin provisio-tasoon ovat nousseet mm. elintarvikkeet, LVI, valaistus, rakentaminen, huonekalut, pienrauta, päivittäistavarakauppa, vaatteet ja taloustavarat.

– Provisioprosentit ovat onneksi hiukan kasvussa, joten yrittäjäjäsenen kannattaa tarkistaa oma sopimustilanteensa juuri nyt, kun tuoreet tiedot ovat käytettävissä, koulutus- ja tutkimuspäällikkö *Jouni Röksä* muistuttaa.

Aikapalkkaa saa vastaajista kaikkiaan 44 prosenttia, mikä on selvästi enemmän kuin aiemmin.

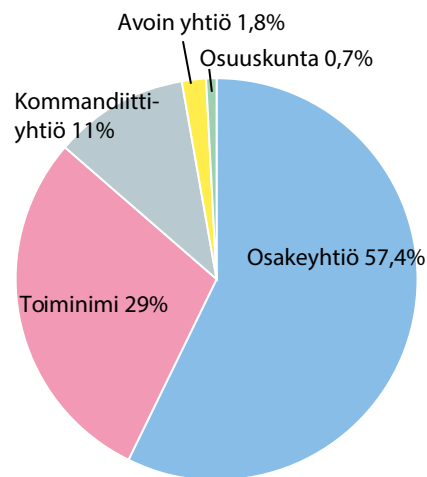
Päämiehiä on tyypillisesti alle viisi. Yksi päämies on 30 prosentilla vastaajista ja lähes puolella on 2–4 päämiestä. 5–10 päämiestä on 13 prosentilla ja yli 10 päämiestä 10 prosentilla vastaajista.



Myynnin ja markkinoinnin yrittäjistä 54 prosentilla on pelkästään suomalainen päämies ja 17 prosentilla taas pelkästään ulkomainen päämies. Runsaalla viidenneksellä vastaajista on päämiehiä sekä Suomesta että ulkomailta. Yleisimmin ulkomaiset päämiehet ovat muualta EU:n alueelta kuin Pohjoismaista. |

saalla viidenneksellä vastaajista on päämiehiä sekä Suomesta että ulkomailta. Yleisimmin ulkomaiset päämiehet ovat muualta EU:n alueelta kuin Pohjoismaista. |

## Yritysmuodot/kaikki SMKJ:n yrittäjäjäsenet



Yksin työskentelevistä toiminimi on 42 %:lla ja osakeyhtiö 43 %:lla, kun taas ulkopuolista työvoimaa käyttävissä yrityksissä toiminimi on 5 %:lla ja osakeyhtiöiden osuus on kaikkiaan 84 %.

63 % vastaajista toimii yrityksessään yksin. 29 %:lla yrityksistä henkilöstömäärä on 2–5, mikä on enemmän kuin vuoden 2011 tutkimuksessa. 8 %:ssa yrityksistä työskentelee yli 5 henkilöä. Yli 10 hengen yrityksiä on kaikkiaan 4 % yrityksistä.

Myynnin ja markkinoinnin yrittäjistä 49 %:lla valtaosa tuloista tulee provisioista. Jälleenmyynti on päätulonlähde 12 %:lla, maahantuonti 8 %:lla ja muu tulonlähde, lähinnä palkkatulot, 19 %:lla.

Vastaajilla on yleensä useampia kuin yksi päämies. Heistä 48 %:lla päämiehiä on 2–4, 13 %:lla 5–10 ja 10 %:lla yli 10 päämiestä. Yksi päämies on 30 %:lla vastaajista.

### SMKJ:n yrittäjäjäsenen palvelut:

- MOT:n lakimiehen sopimusneuvonta
- Oikeusturvavakuutus
- Sopimusneuvonta, kun siirryt yrittäjäksi
- Osakassopimusneuvonta, kun siirryt osakkaaksi
- Johtajasopimusneuvonta
- Edustajasopimusten korvausten arviointi
- Päämiessopimusten arviointi ennen allekirjoittamista
- Sopimusten purkutilanteen arviointi
- Edustajasalkun kunnan arviointi
- Yritystoiminnan sparraus
- Yrittäjän ammatillisen kouluttautumisen tuki
- Jäsenkoulutukset

## Kuuntele päätulokset aamuwebinaarissa

Esittelemme 30 minuutin tehokkaassa webinaarissa yrittäjätutkimuksen tärkeimmät tiedot, jotka koskevat yrittäjän tulonmuodostusta ja provisio prosenttien muutoksia.

Ilmoittaudu mukaan osoitteessa [www.smkj.fi](http://www.smkj.fi)

### Aamuwebinaarit järjestetään

- ma 27.10. klo 8.00–8.30 ja
- ti 28.10. klo 8.00–8.30.



## Ulkoistaminen ei aina tuo säästöjä

**M**yyntin ulkoistamista on ollut aina. Eräs ulkoistamisen muoto on perinteisesti ollut itsenäisen kauppaedustajan käyttäminen tuotteen myyntityössä. Oman tuotteen antaminen myyntityön hallitsevan yrittäjän tuotesalkkuun sopiikin moneen tilanteeseen. Myyntityön peitto ja teho paranee, mutta omaan henkilökuntaan ei tarvitse panostaa. Joskus myynti ja markkinointi kannattaakin antaa alusta lähtien ammattilaisten tehtäväksi.

Suomessakin on suurehkoja ja pitkäikäisiä tuotetaloja, joita ei oikeastaan edes miellä myynnin ulkoistamisen tarjoajaksi, vaikka sitähän erilaisten brändien ja tuotemerkkien edustaminen Suomessa oikeastaan on. Historiaa löytyy, myynti on olennainen osa niiden toimintaa ja sitä tekevän henkilökunnan rooli palkkauksine ja muine asioineen ei poikkea sellaisen yhtiön toiminnasta, jolla on oma myynti- ja markkinointiorganisaatio omien tuotteiden tehokkaaseen markkinoille saattamiseen.

Mikä sitten on tuonut ulkoistamiselle myös luonnetta eräänlaisena kirosanana? Miksi ulkoistus asiana herättää paljon tunteita ja ajatuksia?

Vastaus: Ulkoistamistilanne ja henkilöstön työehdot.

Muutos aiheuttaa aina reagoitua, koska se koskettaa yleensä aina työntekijöitä. Jo vakiintuneen myyntiorganisaation tai sen osan ulkoistaminen aiheuttaa luonnollisesti enemmän reagoitua kuin vaikkapa vasta perustettavan yrityksen myynnin ulkoistaminen heti aluksi jollekin muulle taholle.

Ulkoistamiseen liittyy myös ihmisten mielessä usein käsitys huonommista työehdoista kuin ”omana työnä” tehdyssä työssä – ja syy tällaisen käsityksen syntymiseen tuskin on pelkästään ”asiaa tuntemattomissa” ihmisissä.

Meidänkin alallamme on valitettavasti firmoja, joiden yritys menestyä markkinoilla perustuu yritykseen pitää yllä keskimääräistä pienempää palkkatasoa. Ulospäin päämiehen suuntaan myynnin ulkoistamisen etujen kuitenkin selitetään löytyvän palveluntuottajan toiminnan koosta, osaamisesta, hyvistä välineistä ja toiminnan ohjauksesta tai muusta vastaavasta, vaikka taustalla koko ajan myyntihenkilöstön vaihtuvuus on suurta ja työtyytyväisyys heikkoa.

Ulkoistaminen ja alihankinta ovat kuitenkin tulleet jäädäkseen, vaikka suurin ulkoistamishype onkin ehkä takanapäin. Ulkoistaminen ei ratkaise kaikkia ongelmia ja se sopii toisiin asioihin paremmin ja toisiin huonommin. Paremmin se sopii harkittuun myynnin järjestämiseen ja huonommin pikavoittojen tavoitteluun. |





Päijät-Hämeen mma:n hallitus vastaanotti vieraat hymyssä suin.

## Päijät-Hämeen mma vietti 80-vuotisjuhlia

■ Päijät-Hämeen myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset viettivät 80-vuotisjuhlapäiväänsä 30.8. Hotelli Tallukassa Vääksyssä. Juhla alkoi onnittelevien vastaanotolla ja sen aloitti SMKJ:n hallitus, joka puheenjohtaja *Jarmo Hyvärisen* johdolla esitti liiton onnittelet. Sitten seurasi yhdistysten vuoro. Tervetuliaispuheen piti Päijät-Hämeen mma:n puheenjohtaja *Sari Luomalhti*.

Juhlailallinen syötiin seisovasta pöydästä ja illan aikana esiintyi stand-up-koomikko. Illan musiikista vastasi Beatfools.

Juhlavieraat saivat mukaansa Vääksyn Myllyn tuotteita ja illan orkesterin CD-levyn.



Oulun voittoisa joukkue.

## Kaukalopallon SM-kisat pelattiin Lahdessa

■ Lahdessa pelattiin 30.8.2014 Suomen Myyntimiesten keskusjärjestön kaukalopallon SM-kisat. Turnaus oli samalla osa Päijät-Hämeen myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset ry:n 80-vuotisjuhlatapahtumaa. Mestaruuden nappasi Oulun joukkue, joka voitti kaikki ottelunsa.

Nyt on sopiva hetki tehdä päätös mukana olosta ensi vuoden turnauksessa. Mukaan toivotaan lisää eri yhdistysten joukkueita.

## SMKJ:n jäsenkortilla alennusta jokaisesta polttoainelitrasta sekä muita etuja.

SMKJ:n jäsenkortilla saat aina etuja ja alennusta St1- ja Shell-asemilta. Lue lisää [www.smkj.fi/jasenedut/jasenalennukset](http://www.smkj.fi/jasenedut/jasenalennukset)

Rekisteröi jäsenkorttisi 15.11.2014 mennessä osoitteessa [www.st1.fi](http://www.st1.fi) → **Rekisteröi jäsenkorttisi.** Osallistut iPadin arvontaan ja saat jatkossa lähiasemasasi tarjoukset suoraan puhelimeesi.



Liikuitpa missä päin Suomea tahansa, sinua lähinnä olevat St1- ja Shell-asemat löydät aina älypuhelimellasi [m.st1.fi](http://m.st1.fi)



## Ilmoittaudu heti! [www.smkj.fi](http://www.smkj.fi)

### ■ HELSINKI

ke 5.11.	17–21	Persoonapeliin – auta asiakastasi ostamaan!	Logotiimi
pe 14.11.	9–13	Verkotu tai kuole!	Somehow
ke 19.11.	9–16	LSE-seminaari / Muuttuva lääke- ja sairaalatarvikeala	

### ■ JYVÄSKYLÄ

to 6.11.	9–16	Työnhaun sparrauspäivä	
----------	------	------------------------	--

### ■ KUOPIO

la 15.11.	9–13	Verkotu tai kuole!	Somehow
-----------	------	--------------------	---------

### ■ KEMI

pe 7.11.	17–21	Persoonapeliin – auta asiakastasi ostamaan!	Logotiimi
----------	-------	---	-----------

### ■ OULU

la 8.11.	9–13	Persoonapeliin – auta asiakastasi ostamaan!	Logotiimi
----------	------	---	-----------

### ■ VERKKOKOULUTUKSET Opiskele verkossa paikkakunnasta riippumatta!

ma 27.10.	8–8.30	Yrittäjän provisioprosentit ja tulot	
ti 28.10.	8–8.30	Yrittäjän provisioprosentit ja tulot	
ti 4.11.		Työnhaun 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)	
ma 24.11.	8–9 ja 16–17	Webinaari:	
ti 25.11.	itseopiskelu	Ruotsin kieli / Lingonet	



Ilmoittaudu koulutuksiin [www.smkj.fi](http://www.smkj.fi) > Edut ja palvelut > Koulutukset > Koulutuskalenteri

## Kaipaako urasi nostetta?

■ Mitä koulutuksia urasi kaipaa, että se saisi nostetta? Onko palkkasi ja tehtäväsi tasapainossa? Tiedätkö mikä ero on edustaja- ja myyntipäällikkötyön sisällöissä? Miten toimit aktiivisesti oman urasi eteen? Miten hyödynnät kehityskeskusteluja osana ammatillista kehittymistä?

SMKJ tukee urasuunnittelua monin eri tavoin. Harmittavan usein ura on enemmän ajopuu kuin systemaattisen toiminnan tulos.

– Urasuunnittelu onnistuu parhaiten, jos sitä huoltaa kuten autoa eli säännöllisesti. Monesti uran eteen tehdään työtä, kun pahin eli irtisanomisen tapahtuu, koulutus- ja tutkimuspäällikkö *Jouni Röksä* kertoo.

### Osallistu urasuunnittelun webinaareihin

SMKJ järjestää kaksi tunnin webinaaria urasuunnittelusta maanantaina 24.11., ensimmäinen kello 8–9 ja toinen kello 16–17. Teemoina ovat myyntiyön portaat ja palkkatasot, miten palkasta kannattaa neuvotella ja miten kehityskeskusteluja hyödyntää. Lisäksi saat vinkkejä työnantajaryityksesi taloustilanteen arviointiin.





## SMKJ auttaa työtöntä työhaussa monin tavoin

■ Jos olet työtön tai työttömyysuhan alla, muista, että SMKJ tukee työnhakuasi monin eri tavoin. Voit sparrata oman ansioluettelosi kuntoon, hakea spurttia työnhakuasi tai osallistua työnhaun verkkosparraukseen.

Seuraava työnhaun verkkosparraus on tiistaina 4.11. Viiden viikon verkkosparrauksen jälkeen rakennamme kansasi tehokkaan 3–6 kuukauden projektin työn hakemiseksi. Oman ansioluettelon voit tarkistaa osana projektia tai erikseen lähettämällä sen osoitteeseen [jouni.roksa@smkj.fi](mailto:jouni.roksa@smkj.fi). Laita otsikkoon Ansioluettelon tarkistus.

### Otty tukena Uudellamaalla

Uudellamaalla SMKJ on mukana Omaehtoisien työllistymisen tuki OTTY ry:n toiminnassa, jossa järjestetään työnhakuluentoja sekä pienryhmätoimintaa työnhaun tehostamiseksi. Seuraavat työnhakuluennot ovat:

- Miten piilotyöpaikkoja löydetään ja lähestytään, to 20.11. klo 9.
- Soveltuvuusarviointi työhaussa, ke 10.12. klo 9.

Lisätietoja ja ilmoittautuminen osoitteessa [www.otto.fi](http://www.otto.fi).

Pienryhmätoimintaan eli työnhakuboosteriin kannattaa ilmoittautua, jos olet työtön tai työttömyysuhan alla. Työllistymistulokset ovat erinomaisia, sillä jopa yli vuoden työttöminä olleista tai yli 50-vuotiaista työttömistä yli kolmannes on työllistynyt ja parikymmentä prosenttia on löytänyt muun ratkaisun, kuten opiskelun tai yrittäjyyden, tämän projektin avulla. Vastaava luku itse toimien on alle 5 prosenttia.

## Lääkemarkkinoinnin ohjeet, kilpailutukset, markkinamuutokset? Miten lääkäri kokee esittelyn, mikä on lääkemarkkinoinnin rooli tulevaisuudessa?

Tule päivittämään tietosi Lääke- ja sairaalatarvike-edustajat LSE:n seminaariin. Tilaisuus on maksuton ja avoinna myös muille kuin SMKJ:n jäsenille.

Paikat täytetään ilmoittautumisjärjestyksessä.

**Aika:** ke 19.11.2014 9–16

**Paikka:** Sokos Hotel Presidentti, Helsinki

**Ilmoittautu:** [www.smkj.fi](http://www.smkj.fi) > Koulutukset

### LSE-SEMINAARI: MUUTTUVA LÄÄKE- JA SAIRAALATARVIKEALA OHJELMA:

- 8.30 Kahvitarjoilu
- 9.00 Tilaisuuden avaus  
Puheenjohtaja *Jouni Hassinen*, Lääke- ja sairaalatarvike-edustajat
- 9.15 Sairaalatarjoukset, yrityksen ja henkilöstön näkökulma – ymmärrämmekö toisiamme?  
Konsultti *Jaakko Lehtonen*, Signatum
- 10.00 Mitä hankintalaki on tuonut tullessaan ja mitä se tarkoittaa?  
Toiminnanjohtaja *Antti Vatanen*, Sairaala- ja laboratorioalan tavarantoimittajat SaiLab ry
- 10.45 Tauko
- 11.00 Yhteistyö lääke- ja sairaalatarviketeollisuuden kanssa – Lääkäriliiton näkökulma  
Varatoiminnanjohtaja *Hannu Halila*, Suomen Lääkäriliitto
- 11.30 Yhteistyö lääke- ja sairaalatarviketeollisuuden kanssa – lääkärin näkökulma  
Ylilääkäri *Mikko Valkonen*, Töölön terveysasema
- 12.00 Keskustelua
- 12.15 Lounas
- 13.00 Mitä tabletti tarkoitti 40 vuotta sitten ja nyt?  
*Mauri Otamo*, lääke-edustaja EVP (eläkkeellä vakinaisesta palveluksesta)
- 13.45 Eettiset ohjeet vuonna 2015  
*Jaakko Laurila*, Lääketeollisuus ry
- 14.30 Myynti- ja markkinointialan työnkuva,  
*Jouni Röksä*, SMKJ
- 15.15 Loppukahvit ja seminaariverkostoituminen
- 16.00 Tilaisuus päättyy



Lääke- ja sairaalatarvike-  
edustajat LSE

## Työtehtävien laiminlyönti ja ohjeiden vastainen menettely



Sanna Honkanen, MOT Oy

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

”Työnantaja vetoaa usein irtisanomisen yhteydessä ilmoitetun perusteen lisäksi kaikkiin, jopa vähäisiin, työntekijän virheisiin tai erehdyksiin.”

**S**MKJ:n jäsenen työsuhde irtisanottiin työtehtävien laiminlyönnin johdosta. Työnantaja väitti, että varoituksista ja huomautuksista huolimatta työntekijä ei noudattanut yhtiön antamaa ohjeistusta mm. asiakaskäyntien toteuttamisen ja toimistolla käynnin osalta, oli laiminlyönyt uusasiakashankinnan ja oli luvatta pois työstä. Lisäksi työnantaja väitti, että työntekijä teki sairaslomalla työtä toiselle työnantajalle sekä esiintyi asiakastilaisuuksissa epäasiallisesti ja vahingoitti käytöksellään yhtiön mainetta.

Monta väitettä siis. Työnantaja vetoaakin usein irtisanomisen yhteydessä ilmoitetun perusteen lisäksi lopulta kaikkiin, jopa vähäisiin työntekijän virheisiin tai erehdyksiin eli riita voi niin sanotusti kasvaa riidellessä.

Huomioon tulee kuitenkin ottaa, että työ-sopimuslain mukaan työnantaja saa irtisanoa toistaiseksi voimassa olevan työsuhteen vain asiallisesta ja painavasta syystä. Työntekijästä johtuvana asiallisena ja painavana irtisanomis-perusteena voidaan pitää vain työsuhteeseen olennaisesti vaikuttavien velvoitteiden vakavaa rikkomista tai laiminlyöntiä. Arvioinnissa on otettava huomioon työnantajan ja työntekijän olosuhteet kokonaisuudessaan.

Työntekijä kiisti kaikki työnantajan väitteet. Hän ei ollut menettänyt ohjeiden vastaisesti tai laiminlyönyt velvollisuuksiaan millään osin. Työntekijä totesi toimineensa esmiehen kanssa suullisesti sovittujen menettelytapojen mukaisesti eikä hänen menettelyään ollut moitittu eli työnantaja oli siten hyväksynyt toimintatavat.

Työntekijän tehtäviin kuului ensisijaisesti asiakkaiden tilausten hoitaminen. Myynti-asiakkaille moninkertaistui työsuhteen aikana. Poissaolo johtui lomamatkan aikana alkanneesta lennonjohdon lakosta, josta esimiehelle oli ilmoitettu heti esteen ilmettyä.

Työntekijä kiisti käyttäytyneensä missään asiakastilaisuudessa epäasiallisesti tai muita rennommin. Hän ei saanut negatiivista palautetta osallistumisestaan tai kieltä osallistua

jatkossa edustustilaisuuksiin. Huomioon tuli ottaa myös tapahtumien rento luonne. Työntekijä kiisti myös työskentelyn toiselle työnantajalle.

Oikeudessa todistaja kertoi, että työntekijä oli hoitanut työnsä hyvin, asioiden sujuneen sovitusti ja työntekijän käyttäytyneen myös asiakastilaisuuksissa asiallisesti. Todistaja ei ollut kuullut myöskään asiakkailta moitteita työntekijästä.

Sekä käräjä- että hovioikeus katsoivat, ettei työnantaja näyttänyt toteen työntekijän epäasiallista käytöstä asiakastilaisuudessa tai työskentelyä toiselle työnantajalle. Myös poissaololle todettiin olleen hyväksyttävä syy. Käräjäoikeus totesi työntekijän kuitenkin laiminlyöneen osittain ohjeiden noudattamisen sekä uusasiakashankinnan ja hylkäsi kanteen.

Myös hovioikeus katsoi työntekijän osittain laiminlyöneen rutiineihin liittyvien ohjeiden noudattamisen, mutta hovioikeus otti huomioon sen, ettei kirjallisia ohjeita ollut lainkaan eivätkä edes suulliset ohjeet olleet yksiselitteisiä. Hovioikeuden mukaan myös todistajan kertomus osoitti, että työnantajan suullisesti antamat ohjeet eivät olleet johdonmukaisia tai selkeitä esimerkiksi asiakaskäyntien toteuttamisen ja toimistolla käynnin osalta.

Osapuolet kertoivat sopineensa uusasiakashankintaa tehtäväksi vain, jos työntekijälle jää siihen aikaa muilta töiltä. Työntekijä kertoi ensisijaisen tehtävänsä olleen olemassa olevien asiakkaiden tilausten hoitamisen, joka oli vienyt häneltä aikaa niin paljon, ettei uusasiakashankintaan ollut jäänyt aikaa. Todistajan kertomus tuki työntekijän kantaa.

Näin ollen hovioikeus katsoi, ettei työnantaja ollut näyttänyt työntekijän laiminlyöneen työtehtäviinsä ensisijaisesti kuuluneita velvollisuuksia vakavasti eikä yhtiöllä siten ollut asiallista ja painavaa perustetta irtisanoa työsuhteen. Hovioikeus velvoitti työnantajan suorittamaan työntekijälle korvausta perusteetomasta työsuhteen päättämisestä sekä työntekijän oikeudenkäyntikulut. |



## 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 ansiopäiväraha-hakemuksen 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.

Ansiopäiväraha-hakemuksen saat TE-toimistosta tai esimerkiksi tulostamalla sen kassan kotisivujen [www.smkj.fi/fi/jasenedut/tyottomyyskassa](http://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 palkkatodistuksen tulee olla maksimissaan jäsenyysajalta. Voit tulostaa palkkatodistuslomakemallin työnantajaasi varten kassan kotisivuilta [www.smkj.fi/fi/jasenedut/tyottomyyskassa](http://www.smkj.fi/fi/jasenedut/tyottomyyskassa) kohdasta Ajankohtaista – Lomakkeet
- kopio irtisanomisilmoituksesta tai irtisanoutumistodistuksesta tai lomautus-tilanteessa 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 kaupparekisterioteesta). 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 vanhenee 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 työsuhteeseen 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.**

## Hae hyvinvointijaksolle

**Palkansaajien hyvinvointi ja terveys PHT ry järjestää tuettuja, työkykyä ja terveyttä edistäviä 1. askel-hyvinvointijaksoja työikäisille aikuisille ja heidän perheilleen. Haku aika alkuvuoden 2015 1. askel-hyvinvointijaksoille on meneillään ja hakea voi PHT:n verkkosivujen kautta [www.pht.fi](http://www.pht.fi)**

## 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 | Sähköpostit: info@smkj.fi tai etunimi.sukunimi@smkj.fi |

faksit: (09) 4780 7730, (09) 4780 7750 | [www.smkj.fi](http://www.smkj.fi)

### JÄSENPALVELU:



● Jäsenrekisteri  
Sari Kanervo  
020 122 4402



● Järjestösihteeri  
Heidi Sarén  
020 122 4403



● Jäsenedut, kurssit  
Eija Kuitunen  
020 122 4401



● Yhteyspäällikkö  
Samuli Myllyharju  
020 122 4409



● Koulutus- ja tutkimuspäällikkö  
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 Rytönen  
020 122 4429



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



● Julkaisusuunnittelija  
Mari Niemi  
020 122 4411

### TALOUS:



● Taluspäällikkö  
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](http://www.facebook.com/smkj.fi) |  
SMKJ:lla oma ryhmä LinkedInissä

### MYYNNIN JA MARKKINOINNIN OIKEUSTURVA MOT OY

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

sähköposti info@mot.fi tai etunimi.sukunimi@mot.fi, [www.mot.fi](http://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, toimituspäällikkö	020 122 4451
Sanna Saikkonen, yhteyspäällikkö	020 122 4412

### MYYNNIN JA MARKKINOINNIN YRITTÄJÄT MMY [www.mmy.fi](http://www.mmy.fi)

- Tietoa mm. yrityksen perustamisesta, provision laskemisesta, yrittäjän osa-aikaeläkkeestä ja kuntoutuksesta.
- Voit ilmoittaa oman kotisivusi linkin yrityseshittelyihin.
- Yhteyshenkilö: Sanna Saikkonen, puhelin 020 122 4412, [sanna.saikkonen@mot.fi](mailto: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 Jolkkonen, Laura Laakso, Sari Meling, Pete Mäkelä, Heimo Vuorinen, Maria Vuorinen.

Ammatinharjoittajien ja yrittäjien työttömyyskassan AYT:n maksuton palvelunumero 0800 9 0888, [www.ayt.fi](http://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. Jäsentietoja käsitellään 1.6.1999 voimaan tulleen henkilötietolain mukaisesti.





## SM-keilakilpailu kisataan Oulussa

■ SMKJ:n SM-keilamestaruuskisa järjestetään Oulun Pelixir -hallissa 8.11.2014. Kisapaikalla on tarjolla keittolounas ja kilpailijoiden käyttöön on varattu sauna. Ilmoittaudu viimeistään 27.10.2014 Pelixir Oulun numeroon 0400-330 609 tai sähköpostitse oulu@pelixir.fi. Seurat voivat ilmoittautua keskitetysti yhteisilmoittautumisella. Mainitse ilmoittautumisen yhteydessä nimi, osoitetiedot, sähköposti, puhelin, tasotusluokka, keilaseura (jos jäsenenä), SMKJ:n jäsennumero ja yhdistys.

Tarkemmat tiedot muun muassa pelitavasta, sarjoista, maksuista ja majoituksesta: [www.oulu.smkj.fi](http://www.oulu.smkj.fi)

## yhdistyksissä tapahtuu

Julkaisemme tässä tietoa jäsenyhdistysten tapahtumista. Yhdistys voi toimittaa tiedot alueellisista tapahtumista sähköpostilla osoitteeseen [toimitus@smkj.fi](mailto:toimitus@smkj.fi)

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

**Seuraava lehti ilmestyy 11.12.2014, siihen toimitettava aineisto on oltava toimituksessa 17.11.**

### PÄIJÄT-HÄMEEN MYYNNIN JA MARKKINOINNIN AMMATTILAISET

#### Syyskokous to 20.11.2014 klo 17 alkaen

Business Day Yrityselämän erikoismessuilla Lahden Messukeskuksessa, Ravintola Kodin kabinetti 2. kerros. Alussa kahvitarjoilu.

Kokouskutsu ja tiedot kotisivuilla: <http://lahti.smkj.fi>

#### Lomahuoneistojen haku meneillään

Hakuaika Päijät-Hämeen myynnin ja markkinoinnin ammattilaisten omistamiin lomahuoneistoihin Rukalle on nyt. Nyt haetaan vuoroja vuodelle 2015.

Ohjeet ja tarkemmat tiedot löydät kotisivuilta <http://lahti.smkj.fi>



## Suksikausi avataan Rukalla

■ SalesSkiers on lumen ystävien joukko, jota yhdistää hiihto, laskettelu, lautailu tai vaikka pulkkailu mukavassa, samanhenkisessä seurassa. Toimintaa vetää Helsingin myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset. SalesSkiers täyttää 10 vuotta ja viettää synttäreitään Rukalla 30.11-07.12.2014. Kaikki SMKJ:n jäsenet ovat tervetulleita mukaan. Paikkoja on rajoitetusti ja ilmoittautuminen käsillä nyt, joten ota heti yhteyttä SalesSkiersin vetäjään: [kaj.lindwall@kolumbus.fi](mailto:kaj.lindwall@kolumbus.fi) Lisätietoja [www.hmma.fi/killat/sales-skiers](http://www.hmma.fi/killat/sales-skiers)

Hei,

**Antti Koskinen, Etelä-Karjalan mma:n tiedottaja sekä nettisivu- ja nuorisovastaava**

## Mitä teet työksesi?

Toimin yrittäjänä, minulla on markkinointitoimisto. Teen sähköistä markkinointia, eniten työllistää verkkosivujen tekeminen. Olen pitänyt myös some- ja sähköisen markkinoinnin koulutuksia. Aloitin tammikuussa 2013, kun valmistuin ammattikorkeakoulusta markkinointitradenomiksi. Opiskeluajana meillä oli osuuskuntamuodossa toimiva mainostoimisto, jonka puitteissa pääsin harjoittelemaan yrittämistä.

## Mitä kaikkea teet aktiivina SMKJ:ssa?

Toimin tiedottajana, nettisivuvastaavana ja nuorisovastaavana. Tiedottajan homma työllistää eniten, lähetän muun muassa jäsentiedotteita. Lähdin mukaan toimintaan, koska koin sen hyväksi kanavaksi verkostoitua ja hankkia uusia asiakkaita. Liityin jo opiskeluajana, kun sain tietää yhdistyksestä myyntitöitä tekevän opiskelukaverin kautta.

## Mitkä asiat ovat jäsenyhdistyksessäsi hyvin, ja mitä haluaisit parantaa?

Senioritoiminta on aktiivista, heillä on paljon toimintaa. Haluaisin parantaa eri yhdistysten välistä yhteistyötä. Yhdistystoiminta on kärsinyt inflaation, harva jaksaa osallistua esimerkiksi tilaisuuksiin. Mutta se olisi fiksu juttu, jos tapahtumia järjestettäisiin yhdessä muiden yhdistysten kanssa.

Olen myös Etelä-Karjalan Yrittäjien ja Nuorkauppakamarin jäsen ja uskon, että yhdistyksillä olisi annettavaa toisilleen. Yhdistykset ovat mahdollistajia sille, että ihmiset pääsevät kohtaamaan toisiaan. Maakunnassa jäsenten välille voi siten syntyä myös keskinäistä kauppaa.

## Millaista tukea haluaisit SMKJ:n toimistolta?

Tapahtumien järjestämiseen kaipaisin välillä valmiita konsepteja. Lisäksi paikallisyhdistyksille voisi olla oma markkinointisuunnitelma. Siinä neuvottaisiin esimerkiksi mitä asioita nettisivuilla pitää näkyä ja mitä asioita vuoden aikana ottaa huomioon.

## Mikä sinua motivoi tällä hetkellä aktiivitoiminnassa?

Uusien ihmisten tapaaminen ja verkoston rakentaminen. En edusta ammattiyhdistysjyrä-ajattelua, vaan näen toiminnan enemmän ihmisten tapaamisena.

## Mitä palveluita kaipaisit ammattiliitolta jäsenenä?

Koulutuksia ja verkostoitumistilaisuuksia. Vakuutukset tai mökit eivät kiinnosta. Lisäksi tilaisuuksia, joihin pääsee tapaamaan ihmisiä. Myynti & markkinointi -lehestä on mukava lukea alan ammattilaisten haastatteluja.

## Mihin ammattiliittoa tarvitaan vuonna 2014?

MOTin tarjoamat palvelut ovat hyviä. On joku, joka neuvoo esimerkiksi sopimusten tekemisessä, kun työympäristö muuttuu.

## Missä asut ja keitä kuuluu perheeseesi?

Asun yksin Lappeenrannassa. Yritykselläni on yhteisöllinen työtila paikallisessa Technopoliksessa.

## Mitä harrastat?

Harrastan kuntosalilla käyntiä ja musiikkia. Opettelen soittamaan kitaraa ja laulan myös. Tykkään erityisesti metallimusiikista.



# 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](http://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 Vakuutusken omistama ortopedinen yksityissairaala, joka palvelee myös kaikkien muiden vakuutusyhtiöiden asiakkaita.



sairaala

# AITOJA AMMATTILAISIA

Kaikista ei ole tekemään kauppaa. Eikä kaikista ole valvomaan business-ammattilaisten etuja. Palkkasi, etusi ja bonuksesi ovat kiinni omasta sopimuksestasi. Juuri siksi Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset SMKJ tarjoaa tietoa, turvaa ja yksilöllistä edunvalvontaa avuksesi.

