

Freelance-työ

**Mistä syistä freelance-työhön hakeudutaan
ja millä keinoin siinä voi menestyä?**

Anna-Mari Back

Opinnäytetyö
Marraskuu 2018
Liiketalouden ala
Tradenomi (AMK), liiketalouden tutkinto-ohjelma
Tiimiakatemia

Tekijä(t) Back, Anna-Mari	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Marraskuu 2018
	Sivumäärä 28	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Freelance -työ Mistä syistä freelance -työhön hakeudutaan ja millä keinoin siinä voi menestyä?		
Tutkinto-ohjelma Tradenomi (AMK), liiketalouden tutkinto-ohjelma, Tiimiakatemia		
Työn ohjaaja(t) Manner Anu		
Toimeksiantaja(t)		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tutkimuksen tavoite oli selvittää, voisiko tutkimuksen tekijälle sopia ura markkinoinnin ja viestinnän freelance-yrittäjänä. Tutkimukseen haastateltavaksi valittiin henkilöitä, jotka toimivat markkinoinnin ja viestinnän moninaisissa tehtävissä ja jotka toimivat kokopäiväisesti freelance-yrittäjinä ilman toista työtä rinnalla. Heiltä selvitettiin syitä, jotka johtivat freelance-työn aloittamiseen ja keinoja, joilla työssä voi menestyä. Tutkimuskysymysten avulla oli tarkoitus selvittää kirjoittajan omia ajatuksia siitä, voisiko freelancer-ura sopia hänelle ja saada mahdolliseen tulevaan uraan markkinoinnin ja viestinnän freelancer-yrittäjänä vinkkejä ja opastusta.</p> <p>Teoreettinen viitekehys koostuu muun muassa freelance-termin läpikäynnistä, yrittäjyyden ja työsuhteen eroista ja tarkemmin markkinoinnin ja viestinnän työnkuvasta.</p> <p>Haastattelut toteutettiin yksittäisten teemahaastattelujen muodossa kvalitatiivisella tutkimusotteella. Tutkimuksessa selvitettiin tutkimuskysymysten lisäksi, kuinka moni viidestä haastateltavasta mainitsi samoja asioita haastatteluissaan.</p> <p>Tuloksista selvisi, että tärkein syy miksi haastatellut markkinoinnin ja viestinnän freelance-yrittäjät hakeutuivat uralleen, oli vapauden kaipuu. He kaipasivat sitä, että saivat itse päättää milloin, missä ja minkälaisia töitä tekevät. Muita tärkeitä syitä olivat monipuolinen työnkuva ja oman intohimon seuraaminen.</p> <p>Menestymiseen freelance-työssä vaadittiin myytävän taidon lisäksi useita erilaisia luonteenpiirteitä, kuten sinnikkyys, itsevarmuus, oma-aloitteisuus, ahkeruus ja innovatiivisuus. Kävi ilmi, että vaikka myytävät palvelut olisivat huippuluokkaa, ei töitä riitä, jos ei ole valmiuksia verkostoitua, luoda omaa brändiä ja markkinoida työtään.</p>		
Avainsanat (asiasanat)		
Freelance, freelancer, yrittäjyys, markkinointi, viestintä		
Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)		

Author(s) Back, Anna-Mari	Type of publication Bachelor's thesis	Date November 2018 Language of publication: Finnish
	Number of pages 28	Permission for web publication: x
Title of publication Freelance work Why does one want to work as a freelancer and how to be successful in it?		
Degree programme Degree programme in Business Administration, Tiimiakatemia		
Supervisor(s) Manner Anu		
Assigned by		
Abstract <p>The aim of the study was to find out if the researcher could fit in to a career of marketing and communications as a freelance entrepreneur. The people who got selected to the interview were working in multitudinous tasks as a fulltime marketing and communications freelance entrepreneur without a second job. The things that needed to be found out about the interviewees were the reasons that led to start the career as a freelancer and the ways in which one could succeed as a freelancer. The research questions were intended to clarify the writer's own thoughts on whether the freelancer career could work for her and to get tips and guidance for the possible future career.</p> <p>The research was qualitative and the interviews were held as an individual thematic interviews. In addition to research questions, the study investigated how many of the five interviewees mentioned the same things in their interviews.</p> <p>In the results could be found out that the one most important reason for starting a career as a marketing and communications freelancer entrepreneur was longing for freedom. The interviewees wanted to decide themselves when and where they are working and what kind of work they are doing. Other important reasons were changing work tasks and the following one's own passion.</p> <p>To succeed as a freelancer one needed to have many different characteristics such as perseverance, self-confidence, self-initiative, diligence, and innovation. Other important things were networking, creating your own brand and marketing. The services that are being sold have to be very high quality but no one is going to buy them if things listed before are missing.</p>		
Keywords/tags (subjects) Freelance, freelancer, entrepreneurship, marketing, communications		
Miscellaneous (Confidential information)		

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Tutkimuksen toteutus.....	4
2.1	Tutkimuskysymykset	4
2.2	Tutkimusmenetelmä	5
2.3	Haastattelujen toteutus	5
2.4	Aineiston käsittely ja analysointi.....	7
3	Freelance-työ	8
3.1	Yrittäjä tai työntekijä	8
3.2	Markkinoinnin ja viestinnän freelancer	9
3.3	Miksi freelancereita palkataan?	10
3.4	Uudenlaista ja hauskaa työtä	11
4	Tutkimustulokset.....	13
4.1	Mistä syistä freelancer -työhön hakeudutaan?	13
4.1.1	Talous.....	13
4.1.2	Vapaus	13
4.1.3	Monipuolinen työnkuva	13
4.1.4	Työllisyystilanne.....	14
4.1.5	Oman intohimon seuraaminen	14
4.1.6	Itsenäisyys.....	14
4.2	Millä keinoin freelance-työssä menestytään?	15
4.2.1	Itsenäinen työote.....	15
4.2.2	Omien voimavarojen ymmärtäminen	16
4.2.3	Sinnikkyys.....	17
4.2.4	Taidot	18
4.2.5	Verkostokyvyt	19

	2
4.2.6 Markkinointitaidot.....	19
4.2.7 Itsevarmuus	20
4.2.8 Taloudelliset kyvyt ja neuvottelutaidot.....	21
4.2.9 Innovatiivisuus	23
5 Tutkimuksen luotettavuus	24
6 Johtopäätökset.....	25
6.1 Minusta freelanceriksi?	25
Lähteet	28

Kuviot

Kuvio 1. Haastateltavien työnkuvat	8
Kuvio 2. Kuinka moni haastatelluista viittasi mainittuihin kohtiin.....	15
Kuvio 3. Kuinka moni haastatelluista viittasi mainittuihin kohtiin.....	23
Kuvio 4. Kuinka edetä freelance-urassa	27

1 Johdanto

”Kun termi freelance tuli ensimmäisen kerran Englantiin 1800-luvun alkupuolella, sitä käytettiin viittamaan keskiaikaiseen palkkasoturiin, joka taistelisi sille valtiolle tai ihmiselle, kuka vain maksoi eniten” (The Surprising History of 'Freelance').

Nykypäivänä termi on muotoutunut tarkoittamaan henkilöä, joka tekee töitä useille yrityksille sitoutumatta pitkäksi aikaa yhteen paikkaan.

Monet nykyajan uusista töistä ovat freelance-työtä, kuten esimerkiksi nuorten suosiossa olevat bloggaajat ja muut vaikuttajat, jotka ovat vahvasti esillä julkisuudessa. Toiset yrittäjät tekevät heidän kanssaan yhteistyötä

vaikuttajamarkkinoinnin muodossa, joka on toimiva keino saada tunnettuutta.

”Vaikuttajamarkkinoinnin tehokkuus perustuu yksinkertaisimmillaan sen perusominaisuuteen: vaikutusvaltainen henkilö välittää brändin viestin omalle yleisölleen uskottavasti. Sen sijaan, että brändi puhuisi omalla äänellään

kohderyhmälleen, suosituksen tekee puolueettomana, luotettavana ja

kaverinomaisena koettu henkilö, jota seurataan vapaaehtoisesti.” (Saukko & Välimaa, 2018.) Monet nuoret ja lapset ovat digitalisaation myötä hyvin kiinnostuneita

juurikin tästä alasta ja nähneet mahdollisuuden työllistää itsensä tällä tavalla. Yhä useammilla heistä on omat harrastelijabloginsa, -vlogina ja muut väylänsä olla esillä.

Markkinoinnin ja viestinnän alalla työskentelevät freelance-yrittäjät ovat usein

tavalla tai toisella kytköksissä juurikin näihin uuden ajan töihin. Otetaan esimerkiksi vaikkapa blogi. Joko heillä voi olla oma blogi, jossa he luovat omaa henkilöbrändiään tai he tuottavat toisille yrityksille sisältöä heidän blogeihinsa.

Nykyään puhutaan paljon siitä, että monet itsensä työllistävät ovat joutuneet

yrittäjiksi pakon edessä. Tilastokeskuksen tutkimus vuodelta 2013 kertoo, että joka viidennes yrittäjistä päätyy yrittäjäksi olosuhteiden pakosta (Tilastokeskus 2014).

Yrittäjällä ei ole samanlaista turvaa kuin työsuhteessa olevalla esimerkiksi

sairastumisien, palkan saamisen ja työttömyysturvan suhteen. Monet yrittäjät etsivätkin työpaikkaa toisen yrityksestä saman aikaisesti.

Olen itse valmistumassa pian ja minua kiinnostaa työskennellä freelance-yrittäjänä markkinoinnin ja viestinnän alalla. Halusin tehdä aiheesta tutkimuksen, jonka

tavoitteena oli saada kattava opas vinkkejä, josta saisin apua tulevaisuuteni jos päädyn työskentelemään alalle. Halusin saada käsityksen siitä mitä kaikkea markkinoinnin ja viestinnän freelance-yrittäjän arkeen kuuluu ja miten päästään alusta sujuvaan yrittäjyyteen. Etsin haastateltavakseni ihmisiä, jotka ovat tyytyväisiä valintaansa, vaikka freelance-työn aloitus olisikin voinut olla osittain olosuhteiden pakosta johtuvaa.

2 Tutkimuksen toteutus

2.1 Tutkimuskysymykset

Halusin perehtyä freelance-työntekoon ja haastatella ihmisiä, joilla on aiheesta tämän hetken kokemus. Motivaationi tälle tutkimukselle on hyvin henkilökohtainen, sillä olen itse valmistumassa pian ja olen miettinyt voisiko freelancerin työ olla minulle sopiva vaihtoehto. Olisin ottanut asiasta joka tapauksessa selvää, joten oli kätevää tehdä aiheesta samalla opinnäytetyö. Mietittyäni aihetta tajusin, että haluan saada kahteen rinnakkain kulkevaan asiaan vastauksia. Minua kiinnosti tietää miksi freelancerina työtä tekevät ovat alun perin halunneet alkaa tekemään töitä freelancerina ja voisivatko omat syyntä olla samankaltaisia. Tietysti halusin myös selvittää, mitä vaaditaan siihen, että voi menestyä freelancerina. Halusin saada ikään kuin oppaan itselleni tulevaisuutta varten. Halusin laajasti vinkkejä, joita voisin hyödyntää omalla tulevalla urallani. Niinpä päädyin kahteen pääkysymykseen, joihin halusin vastauksia: Mistä syistä freelance-työhön hakeudutaan ja millä keinoin siinä voi menestyä?

Halusin saada tutkimustuloksista mahdollisimman paljon apua mahdolliseen tulevaan työnkuvaani. Halusin pystyä pohtimaan syvällisemmällä tasolla, minkälaista freelance-työnteko ihan oikeasti on ja halusin kuulla vastaukset niiltä, joilla oikea kokemus aiheesta on, enkä vain lukemalla internetistä. Halusin ymmärtää, minkälainen polku on uran alusta siihen hetkeen, että elanto freelancerina tulee jo sujuvasti. Koen saavani tällä tavalla paljon enemmän apua omiin tulevaisuuden valintoihini kuin vain pohtimalla itsekseni.

2.2 Tutkimusmenetelmä

Valitsin kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen, koska tiesin, että haluan saada suullisia vastauksia ihmisiltä, jotka työskentelevät freelancereina. Halusin saada syvällisempää tietoa aiheesta, kuin mitä etukäteen oletin. Koska halusin saada vinkkejä siitä, kuinka freelance-työssä voi menestyä ja miksi työhön hakeudutaan, en voinut tehdä määrällistä tutkimusta vaan tarvitsin pohtivampaa asian käsittelyä.

”Usein laadullista tutkimusta käytetään myös esitutkimuksen roolissa ennen määrällistä tutkimusta” (Kananen 2008, 32). Tutkimukseni jälkeen olisi voinut tehdä myös määrällisen tutkimuksen. Selvitettyäni ensin laadullisella tutkimuksella mitä kohtia nousee esille esimerkiksi vinkeiksi, olisi sen jälkeen voinut tehdä laajan määrällisen tutkimuksen siitä, kuinka moni freelancereista on samaa mieltä ja mitkä vinkit tätä kautta nousee kaikkein tärkeimmiksi.

2.3 Haastattelujen toteutus

Etsin haastateltavakseni henkilöitä, joiden työelämä on sellaista, minkälaista itsellenikin tulevaisuudessa toivoisin. Tahdoin haastateltavakseni freelance-työntekijöitä, jotka toimivat freelancereina täyspäiväisesti omassa yrityksessään ja jokainen haastatelluista toimikin näin. He hoitavat siis itse laskutuksen, sopimukset ja muut paperiasiat.

Valitsin henkilöitä, jotka toimivat aloilla, jotka minua kiinnostavat eli haastateltavat toimivat markkinoinnin ja viestinnän alalla.

Haastattelin yhteensä viittä henkilöä, jotka tekevät pääasiassa työkseen asiakkaille sisällön tuottamista ja markkinointimateriaalin luomista. Näihin tehtäviin voi kuulua esimerkiksi blogitekstin kirjoittaminen, sosiaalisen median tekstit, markkinointitempausten suunnitleminen, kampanjoiden luominen, yleinen ideointi, graafinen suunnittelu, nettisivujen tekeminen, mainosvideot, konsultointi ja niin edelleen. Yksi vastaajista kirjoitti myös omaa blogia ja teki internetiin koulutusmateriaalia eri muodoissa. Yksi vastaajista teki näiden lisäksi myös laulamista ja muuta taiteellista työkseen, mutta haastateltaessa näitä ei käsitelty.

Jokainen vastaajista oli sellainen henkilö, joka oli pääsääntöisesti tyytyväinen valintaansa työskennellä markkinoinnin ja viestinnän freelancerina, vaikka haittapuoliakin työnteosta saatettiin löytää. Jokainen haastateltava oli minun mittapuullani menestynyt työssään, sillä he pystyivät elättämään itsensä täysin pelkästään freelancerin työllä ilman sivutöitä ja olivat tyytyväisiä tilanteeseensa. Siksi koin, että he ovat hyviä henkilöitä vastaamaan siihen, millä keinoin freelance-työssä voi menestyä.

Neljä haastateltavastani löysin internetistä yrittäjille suunnatusta Facebook-ryhmästä, johon itsekin kuulun. Löysin haastateltavat suhteellisen helposti ryhmässä käytyjen keskusteluketjujen perusteella, joihin he olivat itse aktiivisesti kommentoineet. Koin, että koska heillä on sanottavaa asioista julkisesti tuhansille ihmisille, voisivat he olla potentiaalisia ihmisiä suostumaan myös haastatteluun. Laitoin viestiä Facebookissa noin kahdellekymmenelle henkilölle. Heistä karsiutui neljä henkilöä, jotka olivat suostuvaisia haastatteluun ja joiden työnkuva oli sellaista kuin haastatteluun toivoin.

Näitä neljää henkilöä haastattelin puhelimitse. Yksi haastateltavastani oli oma tutuni, jota haastattelin kasvotusten.

”Pelkkä tutkimuskysymyksen esittäminen tutkittaville ei tuota ratkaisua tai paljasta salaisuutta” (Kananen 2008, 73). Aloitin haastatteluni ottamalla yhteyttä haastateltuihin ensin Facebook-viesteillä ja kertomalla pääpiirteittäin aiheeni. Viestien välityksellä sovimme myös puheluajan. Suunnittelin haastatteluja etukäteen paperille ylös, siltä varalta, että tulisi hetki, jolloin ei olisi mitään sanottavaa. Toivoin kuitenkin, että puhelut menisivät luonnolliseen tahtiinsa ilman, että paperia tarvitsisi kovin paljoa vilkuilla. Haastatellessani keskustelin jokaisen kanssa yksilönä, enkä pyytänyt yleisen tason vastauksia. Vrt. ”Miksi freelancerit tykkäävät uida vs. miksi sinä pidät uimisesta?” Toivoin, että vastaukset tutkimuskysymyksiini tulisivat muuta reittiä, kuin suoraan kysymällä tutkimuskysymyksen. Esimerkiksi ensimmäinen tutkimuskysymykseni on ”mistä syistä freelancertyöhön hakeudutaan.” Tähän vastauksen sai useimmiten sitä reittiä, kun kysyi mitä haastateltava teki ennen freelanceriksi ryhtymistä. Seuraavassa vaiheessa keskustelimme siitä mitä haastateltava tekee nyt freelance-rina ja tarkentavia kysymyksiä minulla saattoi olla esimerkiksi: ”kuinka onnistuit siinä” tai ”miten sait sen tapahtumaan” tai ”miten saat ajan riittämään” ja tämän kaltaisten kysymysten avulla sain vastauksia viimeiseen tutkimuskysymykseeni, joka oli:

”millä keinoin freelancerina voi menestyä?” Jos olisin kysynyt suoraan listausta hyvistä vinkeistä, kuinka voi menestyä freelancerina, en usko, että olisin saanut kovin pitkää listaa. Haastateltava olisi saattanut säikähtää kysymystä ja sitä, että nyt pitää keksiä paljon kaikkea ja alkanut suunnittelemaan päässään listausta, joka vie sisältöä pois itse vastauksista. Toinen helpompi tapa saada vastaus viimeisimpään kysymykseen on kysyä vaikeuksista, joita on kohdannut freelance-urallaan tai siitä minkä kokee hankalaksi päivittäisissä hommissa freelancerina. Hankalat hommat täytyy osata hoitaa, jotta voi menestyä, joten myös tätä kautta sain vastauksia jälkimmäiseen tutkimuskysymykseeni.

2.4 Aineiston käsittely ja analysointi

Äänitin puhelimitse tekemäni haastattelut ja kasvokkain tehdystä haastattelusta kirjoitin paperille ylös pääasiat. Kuuntelin äänitykset läpi useaan otteeseen. Aloin tekemään mindmappia, johon kirjasin ylös teemoja, jotka nousivat ylös äänityksissä. Merkitsin samalla, kuinka monelta sama teema tuli ilmi. Kirjoitin näiden teemojen pohjalta tärkeimmät asiat itselleni ylös äänityksistä sanasta sanaan. En kirjoittanut haastatteluja sanasta sanaan kokonaan, vaan ainoastaan tärkeimmät asiat. Laitoin tutkimustuloksiin eniten niitä asioita, joita monet olivat maininneet, sillä koin ne eniten järkeviksi vastauksista, koska muutkin olivat viitanneet samaan asiaan. Toin tutkimustuloksissa esille myös kohdan/kohtia, johon vain yksi tai muutama oli viitannut, koska koin ne tärkeiksi muista syistä.

Koin haastatteluissani tärkeämmäksi osioksi itselleni jälkimmäisen tutkimuskysymyksen, eli ”millä keinoin voi menestyä freelance-työssä?” Pyrin saamaan haastattelujen perusteella laajan kokoelman vinkkejä, jotka ovat hyödyllisiä uran kehityksessä.



Kuvio 1. Haastateltavien työnkuvat

3 Freelance-työ

3.1 Yrittäjä tai työntekijä

Freelance-työ tarkoittaa sitä, että työntekijällä ei ole yhtä vakituista työnantajaa, vaan tehdään toimeksiantoja useille eri asiakkaille tai, että on useampia työnantajia. Asiakkaita ovat yleisimmin toiset yritykset. Usein freelancereita kutsutaan keikkatyöläisiksi, sillä työt ovat luonteeltaan lyhytkestoisia.

Työtä voidaan tehdä yrittäjänä tai työsuhteessa ja raja näiden kahden välillä voi olla toisinaan häilyvä. Työsuhteessa tehdyt työt tehdään työnantajan valvonnan alla ja työnantaja maksaa palkan itse suoraan freelancerille. Tällöin freelancer käyttää monesti freelancer-verokorttia. ”Freelancer-verokortilla toimiva henkilö toimittaa työn tilaajalle verokorttinsa ja tällöin työn ostajan on työnantajana huolehdittava palkanmaksuun liittyvien lakisääteisten verojen ja vakuutusmaksujen hoitamisesta” (Laitinen 2016). Tehdessä freelancerin töitä työsuhteessa jää työsopimuksen teko usein myös työn ostajan tehtäväksi.

Yrittäjänä töitä tehdään itsenäisesti ja asiakkaita laskutetaan itse ja hoidetaan omat verokulut sekä vakuutusmaksut. Yrittäjänä paperitöitä tulee paljon enemmän ja esimerkiksi työsopimusten teko on tällöin omalla vastuulla. Yrittäjä-freelancerilla voi olla käytössä esimerkiksi toiminimi, yhtiö, kevytyrittäjyyden muoto tai muu sellainen. Yritykset suosivat yrittäjä-freelancereita, sillä heidän kanssaan työskentely on yritykselle helpompaa, koska kaikki paperityöt ovat freelancerin vastuulla-

3.2 Markkinoinnin ja viestinnän freelancer

Freelance-työntekijöitä löytyy paljon esimerkiksi journalismin alalta, kulttuurityöntekijöistä, taiteilijoista ja luovan alan työntekijöistä.

Minä kirjoitin tämän opinnäytetyön yrittäjänä toimivien freelancereiden kannalta, jotka toimivat markkinoinnin ja viestinnän alalla tavalla tai toisella. Markkinoinnin ja viestinnän ero on häilyvä ja ihmisillä on erilaisia mielipiteitä siitä mitä kumpainenkin termi tarkoittaa. Markkinointi sisältää ”kaikenlaiset toiminnot, joilla yritys pyrkii edistämään tuotteidensa ja palveluidensa myyntiä tai kasvattamaan yrityksensä tunnettua, imagoa ylipäänsä” (Koivumäki 2016). Viestintä taas on enemmänkin asiakkaalle tärkeän tiedon välittämistä ja tiedottamista, jolla ei ole niin suoraa tarkoitusta lisätä myyntiä, vaikka se usein onkin tarkoitus. Markkinointi voidaan käsittää suorana ja lyhyempänä tapana ilmaista haluttu asia ja sillä on usein selkeä tarkoitus, kuten lisätä myyntiä. Viestintä voi olla pidempää ja sen tarkoitus saattaa olla esimerkiksi tunnettuuden lisääminen tai asiakkaan ymmärryksen lisääminen myytävästä tuotteesta. ”Sanoisin, että viestinnällä vedotaan enemmän viestin vastaanottajan järkeen, kun markkinointi pyrkii luomaan tunnealtoja mielen syövereissä ja pitkin kehoa” (Pohja 2018). Markkinoinnilla koitetaan siis vaikuttaa tunteisiin, jotta ostopäätös tehtäisiin pian, kun taas viestinnällä pyritään saada asiakas ymmärtämään miksi hän oikeasti voisi tarvita kyseiseen tuotteen.

Esimerkiksi markkinointia voi olla Facebookissa oleva mainos ryhtivaljaista, joiden tarkoitus on pitää henkilön ryhti hyvässä kunnossa. Mainoksessa voi olla kuvakollaasi, jossa toisessa ihminen kulkee kumarassa huonovointisen näköisenä ja toisessa kuvassa henkilöllä on ryhtivaljaat päällä ja hän näyttää iloiselta ja hyvinvoivalta. Kuvassa voisi olla lyhyt ja ytimekäs teksti mukana, joka voisi mennä esimerkiksi näin: ”Ethän

halua kulkea kumarassa? Pelasta ryhtisi jo tänään.” Tällaisen markkinoinnin on tarkoitus herättää asiakkaassa tunteita. Kuva huonoryhtisestä henkilöstä herättää ajatuksen, että ei halua näyttää samalta ja kuva onnellisesta hyväryhtisestä henkilöstä herättää toivon tunteen. Tämän tyyppisessä markkinoinnissa voisi olla myös lisäy tarjouksesta, esimerkiksi hinnan prosentuaalisesta alennuksesta, joka on voimassa vain tänään ja lisää ostopäätöksen nopeutta.

Viestintä ryhtivaljaiden kohdalla voi olla esimerkiksi nettisivuilla oleva teksti, jossa on haastateltu äiti-ihmistä, joka kertoo mihin tarpeeseen hän on käyttänyt ryhtivaljaita ja kuinka ne ovat auttaneet lapsiarjen keskellä. Toinen vaihtoehto on tieteellinen teksti blogissa, joka selittää tarkemmin ryhtivaljaiden tuomia terveysvaikutuksia ja miten ne vaikuttavat pitkällä tähtäimellä kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Tällaisten tekstien tarkoitus on lisätä asiakkaan ymmärrystä ja saada tunnettuutta tuotteelle. Tällaiset tekstit auttavat ja tukevat ostopäätöksen teossa.

Markkinoinnin ja viestinnän freelancer voi toteuttaa yrityksille esimerkiksi mainoskuvia, blogitekstejä, mainosvideoita, mainoslauseita, nettisivujen teko ja sisältö, kuvatekstejä, mainostempauksia, graafista suunnittelua, kampanjoita ja niin edelleen.

3.3 Miksi freelancereita palkataan?

Freelancereita palkataan tarpeen täyttämiseen, johon yrityksellä ei itsellä ole aikaa, näkemystä tai ammattitaitoa. Freelancerin palkkaaminen on hyvä keino pienille ja keskisuurille yrityksille, joilla ei ole tarvetta tai kykyä maksaa kokopäiväiselle työntekijälle. Freelancerin voi palkata silloin kun tarve huomataan tai esimerkiksi sesonkiaikoihin, jolloin tiedetään apua tarvittavan. Esimerkiksi koruja myyvä yritys voi tarvita apua markkinoinnin kanssa äitienpäivän aikoihin, jolloin tiedetään, että menekkiä on normaalia enemmän.

Lyhytkestosiin työsuhteisiin työntekijän palkkaaminen yrityksessä voi olla vaivalloista. Ensin täytyy hoitaa rekrytointi esimerkiksi mol.fi-sivuston kautta. Sitten täytyy haastatella hakijoita ja etsiä ne, joissa on oikeasti potentiaalia. Sitten täytyy hoitaa perehdytys, työsopimuksen laatiminen, palkan maksaminen, työeläkevakuutusmaksut ja kaikki muut asiat, jotka kuulutaan hoitaa työntekijää palkatessa.

Yrittäjä-freelancerin palkkaaminen helpottaa yritystä, sillä freelancer hoitaa itse laskutuksen ja sopimuksen laatimisen, eikä yrittäjän tarvitse huolehtia niin monista asioista. Freelancerit löytyvät helposti suoraan internetistä. Heidän työnsä jälkeen on helppo arvioida suoraan esimerkiksi nettisivuilta. Voidaan tutkia monia vaihtoehtoja ja valita sitten kaikkein parhain. Näin yrittäjä säästyy vaivalta käydä läpi mahdollisesti satojakin hakemuksia, joita voisi tulla, palkatessa työntekijä työsuhteeseen. Sopivan freelancerin voi löytää helposti myös kysymällä sellaista esimerkiksi kollegoilta tai Facebookissa. Suosittelemarkkinointiin on helppo luottaa, etenkin jos kyseinen tekijä saa monta suositusta tai joku arvostettu henkilö tai oma ystävä suosittelee kyseistä freelanceria. On olemassa myös nettisivuja, jotka ovat koonneet yhteen tietyn alan freelancereita, jotta heidät löytäisi helposti yhdestä ja samasta paikasta. Nettisivuilla on usein jokaisen osaajan oma lyhyt esittely. Tällainen nettisivu on esimerkiksi: <https://www.fi.freelancer.com/>

Myös työntekijälle voi tulla paljon selvitettävää, jos hän on esimerkiksi työtön ja ottaa vastaan vaikkapa parin viikon työkeikan. Tällaiset työkeikat vaikuttavat tukiin ja niistä täytyy ilmoittaa Kelalle tai Työvoimatoimistoon, mistä tuki tuleekaan.

Ulkopuolisen näkökulma asioihin voi olla pelastus myös esimerkiksi yksinyrittäjälle, joka on tehnyt kaiken aina itse. Kun kuvioon tulee hetkeksi mukaan uusi ihminen, voi syntyä paljon oivalluksia, jotka kehittävät yritystoimintaa. Jos yritystoiminta tuntuu olevan laskusuunnassa tai jämähtänyt paikoilleen, mutta kehitystä kaivataan kuitenkin, voi markkinoinnin ja viestinnän freelancerin mukaan ottaminen olla paras vaihtoehto muuttamaan tilannetta haluttuun suuntaan.

3.4 Uudenlaista ja hauskaa työtä

Freelance-työntekijät ovat olleet yleisen puheen alla, koska useasti freelancereiden tekemä työ on uudenlaista työtä, jota ei vielä täysin sisäistetä ”oikeaksi” työnteoksi. Kyseessä voi olla esimerkiksi blogin kirjoittaminen tai sosiaalisen median sisällön tuottaminen. Lisäksi freelance-työtä voidaan toteuttaa vaikkapa kotoa käsin, joka lisää ajatusta siitä, että kyseessä ei ole oikea työ. Olen seurannut keskusteluja aiheesta esimerkiksi erilaisista Facebook -ryhmistä, anonyymiltä keskustelupalstalta, Jodelista

ja monien bloggaajien omista kirjoituksista, joissa he kertovat kohtaamistaan ennakkoluuloista. Hyvänä esimerkkinä toimii Sara Siepin viimeaikainen blogikirjoitus, jonka hän kirjoitti, koska niin moni oli kysellyt häneltä, mistä hän rahansa saa ja mitä työtä hän oikeasti tekee. Tekstissään Sara avasi moninaisia työtehtäviään ja kannusti ihmisiä ymmärtämään, että nykypäivän työ voi olla erilaista. ”Tämä on uudenlaista työtä ja siksi tätä on ihmisten ehkä välillä vaikea ymmärtääkin. Jos kasvatan joskus itse lapsia, niin ehkä hekin tekevät joskus sellaista työtä, mitä tänä päivänä ei edes vielä tiedetä.” (Sieppi 2018.)

Unelmahommista -kirja keskittyy myös paljon tähän aiheeseen. Kirjan on kirjoittanut kaksi naista, jotka molemmat kirjoittavat omaa blogia ja tekevät muita erillisiä töitä asiakkaille ja yhteistyökumppaneille. Kirjoittajat kannustavatkin ihmisiä etsimään oman unelmansa ja toteuttamaan sitä. Kirjassa pyritään purkamaan vanhanaikaista käsitystä siitä, että työtä tehdään tietyt kellonajat tiettyinä päivinä viikoista ja työntööstä ei niinkään nautita, vaan vasta lomalla voidaan rentoutua kunnolla. Kirja koittaa saada ymmärrystä siihen, että omasta harrastuksesta tai intohimon kohteesta voi tehdä työn ja työstä voi nauttia. Työnteko ja vapaa-aika voi olla soljuva kokonaisuus. ”Nauttikaa maanantaiaamuista” on yksi kirjan lentävistä lausahduksista, joka pyrkii murtamaan käsitystä siitä, että maanantait ovat kurjia päiviä, koska silloin työviikko alkaa.

”Herätyskello soi maanantaiaamuna. Mahtavaa. Ihanaa päästä taas töihin! Työviikon ei ole pakko alkaa torkuttamalla. Kun yhdistää intohimon ja ansainnan, töihin lähtö ei tunnu pinnistelyltä vaan seikkailulta, jonka toivoisi jo alkavan. Työstään voi tehdä itsensä näköisen. Työtä voi tehdä silloin kun itselle sopii ja siellä, missä itselle parhaiten sopii. Harrastuksesta voi muokata itselleen kannattavan työn. Työkseen voi tehdä jopa asioita, joista olisi vapaa-aikanaan valmis maksamaan.” (Valtari & Rämö 2017, 1.)

Blogi tarkoittaa internetissä olevaa verkkopohjaa, johon bloggaaja eli kirjoittaja kirjoittaa päivityksiä haluamista aiheistaan ja joita lukijat voivat kommentoida. Sosiaalinen media on internetissä oleva verkkopohja, jonne voi kirjoittaa omia päivityksiä ja laittaa kuvia ja kommunikoida helposti muiden käyttäjien kanssa. Facebook ja Jodel ovat sosiaalisen median eri alueita.

4 Tutkimustulokset

4.1 Mistä syistä freelancer -työhön hakeudutaan?

4.1.1 Talous

Kaksi haastatelluista vastasi, että ovat olleet aiemmin saman alan töissä työsuhteessa toiselle yritykselle, mutta tajunneet saavansa enemmän palkkaa, jos tekisivät samat työn oman yrityksen alta. Parempi taloudellinen tilanne oli siis heille yksi motivaation lähteistä ja he kokivat taloudelliset luvut kannustimina työnteolleen.

4.1.2 Vapaus

Työn luonteen vapaus oli jokaisen vastaajan mielestä hyvä puoli freelance-työssä. Kaikille tämä ei ollut pääsyy hakeutua töihin freelancerina, mutta jokaiselle se oli vähintäänkin yksi syistä. Haastatellut kokivat vapauttavaksi sen, että pystyi päättämään itse mitä töitä ottaa vastaan ja minkälaisen ihmisten kanssa tekee töitä. Työn tekeminen on paljon mukavampaa, kun vastaanotetut työt ovat mieleisiä. Se, että kukaan ei vahdi tai johda työntekoa koettiin tärkeänä asiana. Oma päätösvalta toi lisää motivaatiota työssä suoriutumiseen hyvin. Parhaimpiin puoliin valittiin myös se, että työajat sai päättää itse, samoin kuin loma-ajatkin. Töitä pystyy myös tekemään etänä tai vaikka ulkomailta käsin osissa tapauksista.

On luonnollista kaivata työntekoon vapautta, sillä useasti perinteisessä työsuhteessa voi ärsyttää, kun esimerkiksi loma-ajat päätetään puolesta, oma visio sivuutetaan tai annetaan liikaa töitä kerralla hoidettavaksi.

4.1.3 Monipuolinen työnkuva

Haastateltavieni mielestä työnkuvan monipuolisuus oli hyvä asia. Monilla haastatelluista oli useampia taitoja, joita he toteuttivat asiakkailleen. Esimerkiksi markkinointivideoiden toteuttaminen ja nettisivujen tekeminen. Työnkuvat ovat hyvin vaihtelevia ja uudet asiakkaat tuovat mukanaan mielenkiintoisia haasteita. Kyllästyminen on erit-

täin epätodennäköistä vaihtuvien työnkuvien vuoksi. Työpäivät voivat olla samankaltaisia keskenään, mutta eivät koskaan täysin samanlaisia. Vaihtuvat asiakkaat tuovat myös eri tavalla motivaatiota tekemiseen, sillä jokaiseen asiakkaaseen haluaa tehdä hyvän vaikutuksen, siinä toivossa, että heidän kauttaan saa suositusten avulla uusia asiakkaita tai, että he tilaavat myöhemmin uudestaan palveluita. Jos olisi jatkuvasti perinteisessä työsuhteessa samalla työnantajalla, voisi jossain vaiheessa mahdollisesti kyllästyä ja alkaa alisuorittamaan.

4.1.4 Työllisyystilanne

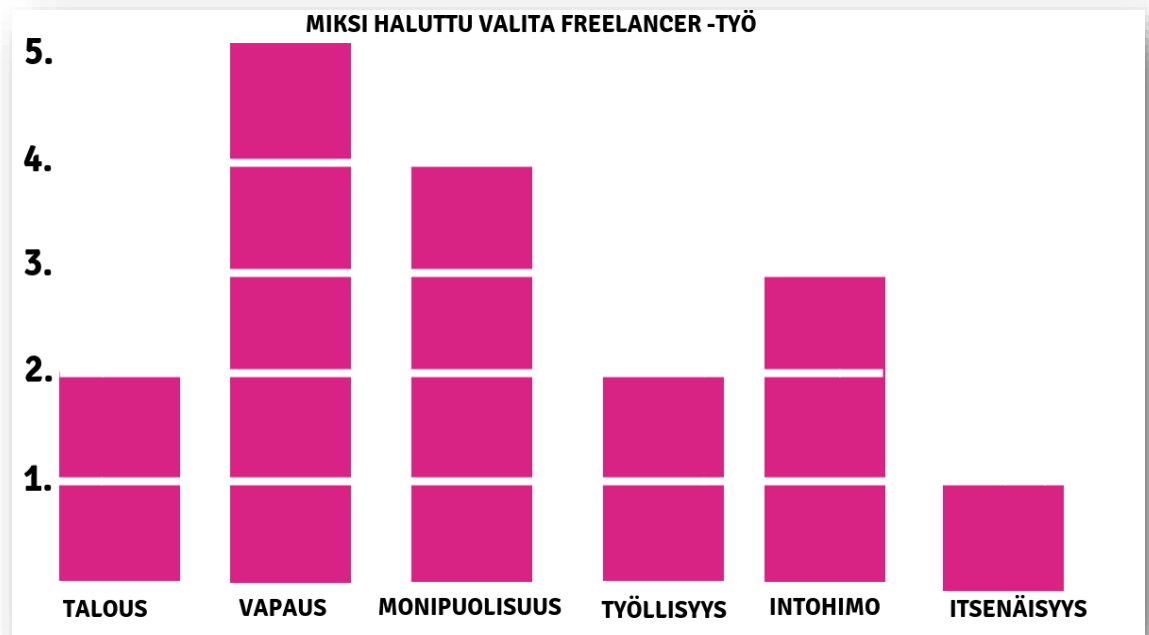
Kaksi vastaajista kertoi, että heille ei löytynyt sopivaa työpaikkaa perinteiseen työsuhteeseen, vaikka he olivatkin sellaista ensin etsineet. Tämä oli heille osasy syy freelanceriksi ryhtymiseen. He eivät halunneet kuitenkaan ottaa työtä, jossa eivät olisi päässeet toteuttamaan omia taitojaan, vaan mieluummin ottivat riskin ja toteuttivat niitä yrittäjänä. Ratkaisu koettiin oikeaksi. On ymmärrettävää, että ei haluta jäädä työttömäksi, vain siksi, että haluamiaan töitä ei löydy yleisestä hausta.

4.1.5 Oman intohimon seuraaminen

Monille haastatelluista freelance-työ oli oman intohimon toteuttamista. Taidot olivat opittu joko itsenäisesti tai koulutuksen avulla ja niitä haluttiin toteuttaa työksi. Into-
himon toteuttamista ei välttämättä voinut toteuttaa perinteisessä työsuhteessa, vaan helpointa oli tehdä se freelancerina. Esimerkiksi oman blogin kirjoittaminen tai laulukeikat on helpoin tehdä oman yrityksen kautta.

4.1.6 Itsenäisyys

Yksi haastatelluista kertoi olevansa introvertti, joka uupuu sosiaalisista tilanteista. Hän piti oman työnsä parhaana puolena sitä, että asiakkaita ei välttämättä tarvinnut tavata ollenkaan, vaan asiointi pystyttiin hoitamaan internetin kautta. Hän oli myös tyytyväinen siihen, että ympärillä ei ollut suurta työyhteisöä ja sen vuoksi koituvia paikallisia sosiaalisia tilanteita päivittäin. Hänen mielestään yksin työskentely omassa rauhassa toi parhaimman tuloksen.



Kuvio 2. Kuinka moni haastatelluista viittasi mainittuihin kohtiin

4.2 Millä keinoin freelance-työssä menestytään?

4.2.1 Itsenäinen työote

Kun kukaan ei ole johtamassa ja tarkkailemassa omaa työntekoa, täytyy osata johtaa itse itseään. Vastuu kaikesta onnistumisesta kulloisessakin työnkuvassa on täysin itsestä kiinni. Tämä koettiin myös motivoivammaksi, sillä työsuhteessa toisen yrityksen alla pienet virheet eivät välttämättä vaikuta siihen jatkuuko työt tai muuttuuko palkka. Freelance-työssä kaikki valinnat vaikuttavat omaan tulevaisuuden työtilanteeseen ja elantoon.

Täytyy osata pysyä aikataulussa ja olla luotettava työntekijä. Kalenteria on hyvä käyttää aktiivisesti, jotta unohduksia ei tapahdu ja jotta työpäivät voi suunnitella etukäteen. Jos tekee virheitä tai pettää luottamuksen, ei samalta yritykseltä luultavasti enää saa uudestaan työnantaja. On hyvä luoda selkeät rutiinit työpäiviin, joita noudattaa.

Kotona työskentely koettiin osan mielestä vaikeaksi. Jos huomaa, että itselle työskentely kotona ei tuo tarpeeksi tulosta, kannattaa tehdä töitä muualla kuin kotona. Kotona työskentelyssä koettiin saavan vähemmän aikaa ja houkutus laiskotteluun koettiin suuremmaksi. Itsekurin täytyy olla kova, jotta joka työpäivänä antaa itsestään parhaansa ilman, että kukaan muu kuin itse niin käskee. Oma vuokrattu toimistotila voi olla hyvä vaihtoehto.

4.2.2 Omien voimavarojen ymmärtäminen

Kaksi haastatelluista vastasi, että heillä on tullut freelance-työn myötä stressiä ja kiirettä ja tuntuu, että töihin menee liikaa aikaa. Joskus voi käydä niin, että töitä vastaanotetaan enemmän kuin oikeasti olisi aikaa tehdä. Tällöin työpäivät venyvät liian pitkiksi ja huolehtiminen omasta jaksamisesta vähenee. Tämä voi vaikuttaa työn laatuun ja omaan motivaatioon. Toisinaan voi olla vaikeaa sanoa asiakkaalle, että ei voi toteuttaa työtä halutussa ajassa ja siksi töitä tulee otettua liikaa. Paras tilanne olisi se, että töitä voisi varata pitkälle kalenteriin, mutta usein asiakkailla on tietty aikataulu, jota heidän täytyy noudattaa. Jos asiakkaalle täytyy sanoa ei, on hyvä osata suositella jotakuta toista ja jättää mahdollisimman hyvä mielikuva itsestä, jotta samainen asiakas mahdollisesti myöhemmin haluaisi palvelun itseltä.

Haastatellut kokivat myös, että toisinaan vapaa-aika ja työnteko voivat hämärtyä keskenään. Etenkin ajatustyötä ja ideointia huomattiin tekevän useasti töiden jälkeenkin monissa tilanteissa ja siitä voi olla vaikea päästä eroon. Hyväksi keinoksi mainittiin kalenteriin selkeästi kirjaaminen siitä, milloin on työaika ja milloin vapaa-aika ja tämän suunnitelman noudattaminen. Jos oma työ on samalla myös oma intohimon kohde, voi olla, että ei oikein huomaakaan töiden jatkuvan vapaa-ajan puolelle. Toisinaan se ei haittaa, mutta toisinaan huomataan, että väsymystä on normaalia enemmän.

On tärkeää muistaa syödä säännöllisesti, viettää vapaa-aikaa, pitää kokonaisia vapaa-päiviä ja nukkua hyvin. Töidenteko ei luonnistu, jos on nälkä, väsynyt tai yllirasittunut. Mahdollinen burn out voi estää töiden tekemisen pitkäksi ajaksi ja sen mahdollisuus täytyy pitää mielessä.

4.2.3 Sinnikkyys

Sinnikkyuden tarve tuli esille monista eri kohdista, joita haasteltavat mainitsivat, vaikakaan välttämättä adjektiivia sinnikkyys ei suoraan käytetty. Jos haluaa todella menestyä freelance-yrittäjänä, on oltava sinnikäs, sillä kaikki ei tapahdu hetkessä. Alussa asiakkaita ei välttämättä juurikaan ole ja aikaa menee paljon itsensä markkinoimiseen ja asiakkaiden hankintaan. Voi tuntua turhauttavalta, kun tietää, että taitoja olisi, mutta töitä ei ole. Aluksi monille freelancereille yrittäjäyys onkin vain sivumuotoista ennen sen muodostumista kokopäiväiseksi yrittäjäydeksi. Tämä on hyvä tapa säilyttää taloudellista tasapainoa.

Kestää oman aikansa saada itselleen nimeä ja jatkuvaa tuloa asiakkailta. Yrittäjäyden alkuaika ja ensimmäinen vuosi voi olla sellainen, jolloin monet luovuttavat kesken kaiken. Täytyy olla sinnikäs, jotta jaksaa mennä yli hankalien alkuaikojen vakaampaan tilanteeseen. Taloudellinen epävakaus alussa voi tuntua hyvinkin pelottavalta. ”Taloudellisen tilanteen epävarmuus kuormittaa henkisesti. Useampi kuin neljä kymmenestä itsensä työllistäjästä kokee jatkuvaa huolta töiden riittävydestä. Kulttuurialalla ja käsityöammateissa toimivilla osuus on selvästi suurempi kuin muilla. Lisäksi lähes joka kolmas itsensä työllistäjä kertoo tulojensa vaihtelevan paljon kuukaudesta toiseen.” (tilastokeskus 2014.)

Jos alussa ei ole referenssejä aiemmista tehdyistä töistä, voi asiakkaiden hankinta olla vaikeampaa. Tällöin on hyvä tehdä töitä aluksi halvempaan hintaan, jotta omaan portfolioon saa täytettä. Asiakkaat haluavat olla varmoja, että heidän valitsema tekijä on taitava ja tämän voi todistaa aiemmilla töillä. Yksi haastelluista kertoi tehneensä alussa asiakkaalle täysin ilmaisen markkinointivideon vain saadakseen mahdollisuuden kertoa tuleville asiakkaille tehneensä markkinointivideon nimekkäälle yritykselle ja jotta olisi näyttää aitoa materiaalia. Vaatii sinnikkyyttä tehdä itselleen nimeä tekeillä aluksi töitä halpaan hintaan.

Alku ei aina välttämättä ole näin kankeaa, jos on mahdollisuus näyttää aiemmasta työpaikasta referenssejä ja jos oma nimi on tuttu asiakkaille jo sitä kautta. Sanottiinkin, että on fiksua hankkia kokemusta ja vinkkejä ensin työskentelemällä toisen yrityksessä samalla alalla ja vasta sitten siirtyä yrittäjäksi. Tämä keino onkin turvallinen vaihtoehto.

Referenssillä viitataan työhön, jonka on tehnyt jo ja joka auttaa markkinoinnissa.

4.2.4 Taidot

Jotta voi menestyä markkinoinnin ja viestinnän alueilla freelancerina täytyy olla taitoja kyseiseen työhön. Yksi haastatelluista kertoi, että on hyvä olla noin 2-3 taitoa, joita voi myydä eteenpäin. Esimerkiksi verkkosivujen tekeminen, markkinointivideot ja ideointipalvelut markkinointiin. Näin asiakkaalle välittyy mielikuva monipuolisesta osaajasta. On myös mukavampaa tehdä monipuolisempaa työtä ja mahdollisuus saada enemmän asiakkaita on suurempi, kun on enemmän mitä tarjota.

Haluamiaan taitoja täytyy opetella paljon, ennen kuin niissä voi todella sanoa olevansa hyvä. Asiakkaiden hankkiminen on helpompaa ja sen voi tehdä paremmalla itsevarmuudella, kun on täysin varma omista taidoistaan kyseisessä työnkuvassa. Taitojen kehittyminen vaatii aikansa ja siinä täytyy olla kärsivällinen. Harjoittelu ja toisto ovat ne asiat, joilla taito kehittyy.

Esimerkiksi internetsivujen tekeminen ja videoiden editoiminen on sellainen asia, jonka voi oppia täysin kokonaan internetin avulla. Siihen vaaditaan vain kykyä etsiä tietoja ja omaksua se. Toisinaan pienten yksityiskohtien selvittäminen Youtube-videoiden avulla voi olla raivostuttavaa ja tämän vuoksi opetteluun vaaditaankin rauhallinen ja täysin keskittynyt mieliala. Internetin mahdollisuus opettajana on nykypäivänä todella suuri ja monet eivät ymmärrä sitä. Youtube on internetissä oleva palvelu, jonne käyttäjät voivat ladata kaikenlaisia videoita, kuten opetusvideoita.

Ammattitaitoa voi ylläpitää myös toisten pitämällä koulutuksilla. Kaikille ei sovi itseksensä opettelu vaan opin saa paremmin, kun toinen ihminen opastaa kädestä pitäen. Koulutuksia järjestetään aiheesta kuin aiheesta ja alan tapahtumista voi saada hyviä vinkkejä. Usein ulkopuolisen näkemys asioihin voi avata silmiä. Myös asiakkaan korvaan voi kuulostaa ammattimaiselta, jos voi mainita käyneensä jonkun tietyn koulutuksen.

4.2.5 Verkostokyvyt

Mitä enemmän on verkostoja, sitä enemmän on asiakkaita. Tarvitsemiaan verkostoja löytää helposti erilaisista yrittäjille suunnatuista tapahtumista, joissa on helppoa jutustella uusille ihmisille ja vaihtaa käyntikortteja. Toinen erittäin hyväksi keinoksi mainittu tapa on LinkedInin käyttö. LinkedIn on internetissä sijaitseva verkkoalusta, jossa käsitellään työmaailman asioita ja kootaan omaa verkostoa. Kun LinkedIniä päivittää ahkerasti ja kommentoi usein myös muiden päivityksiin, jää oma nimi ihmisten mieliin. Kun oman osaamisen osaa tuoda tarpeeksi hyvin esille omassa profiilissa ja päivityksissä, voi uusia asiakkaita löytää helposti.

Freelance-työ voi usein olla hyvinkin yksinäistä. Toisille tämä sopii ja toiset taas kaipaavat työyhteisön seuraa. Työyhteisön hyviä puolia on se, että saa socialisoitua, vaihtaa ajatuksia omasta alastaan sekä saa apua mahdollisiin pulmatilanteisiin. Työyhteisön voi löytää internetistä, esimerkiksi Facebookin erilaisista ryhmistä, joita on suunnattu erikseen yrittäjille. Näissä ryhmissä voi käydä avoimesti keskustelua, oppia uutta ja löytää kavereita kuin mahdollisia yhteistyökumppaneitakin. Mainittiin myös mahdollisuus vuokrata oma työtila rakennuksesta, jossa vuokrataan pieniä tiloja yrittäjille. Rakennuksessa jokaiselle on omat tilansa, mutta löytyy yhteiset kahvi- ja oleskelutilat, joissa voi verkostoitua toisten yrittäjien kanssa. Suuren verkoston avulla voi olla todennäköistä, että kaveri suosittelee toista kaveria asiakkaalle, jolle ei itse voi kyseistä työtä tehdä. Joten verkostoituminen toisten yrittäjien kanssa voi tietää lisää uusia asiakkaita.

Yksin asioiden päässä pyörittely ei välttämättä ole tuottoisin tapa käsitellä asioita. Ulkopuolisen näkökulma ja mielipiteet voivat tuoda paljonkin inspiraatiota ja oivalluksia työntekoon. Kaikille kasvokkain uusien ihmisen kohtaaminen esimerkiksi tapahtumissa ei ole luontevaa, joten on hienoa, että nykypäivänä verkostoitumista voi tehdä myös internetin kautta.

4.2.6 Markkinointitaidot

Ilman markkinointia asiakkaita ei saada. Etenkin kun työskentelee markkinoinnin alalla, on erityisen tärkeää kiinnittää tarkkaa huomiota omaan markkinointiin, sillä sen perusteella asiakas saattaa arvioida työn laatua ja joko valita tai olla valitsematta

freelancerin palveluita. Oman työn markkinoinnissa tärkeäksi piirteeksi koettiin selkeys. Asiakkaan täytyy olla helppo löytää halutut palvelut, hinnat, yhteystiedot ja muut tärkeät asiat. Jos omat nettisivut ja markkinointi on vaikeaselkoista, saattaa asiakas luovuttaa hyvin helposti, sillä hänelle voi nousta mieleen ajatus, että itsekin saisi vaikeaselkoista markkinointia, joka karkottaa asiakkaat. Koska jokainen asiakas odottaa saavansa jotain huomiota kiinnittävää, olisi hyvä omassa markkinoinnissakin olla jotain erilaista ja uutta, mikä vahvistaa mielikuvaa luovuudesta.

Tärkeäksi koettiin se, että näkyä mahdollisimman monessa paikassa. Voi olla, että asiakkaan täytyy kuulla palvelusta jopa kymmenen kertaa, ennen kuin hän edes esimerkiksi klikkasi mainosta auki. Ympäristöjä, joissa voi näkyä, ovat esimerkiksi nettisivut, blogi, nettikoulutusmateriaali, sosiaalisen median markkinoinnit eri väylissä, Google, Facebook-ryhmät, tapahtumat, sähköposti, julisteet, flaijerit, lehtimainos ja niin edelleen.

Oman markkinoinnin tuloksellisuutta on hyvä osata tulkita esimerkiksi Google Analyticsin avulla. ” Google Analytics on ilmainen verkkosivujen kävijäseurantaan tarkoitettu tietokoneohjelma, jota käytetään WWW-selaimen välityksellä” (Google analytics, 2016). Sen avulla voi helposti seurata minkälainen markkinointimateriaali toimii parhaiten ja kehittää toimintaansa tämän mukaan. Markkinointia voi muuttaa sen mukaan, kenelle se milloinkin on suunnattu.

Suosittelumarkkinointi on tärkeä keino saada asiakkaita ja jotta tämä voi toimia omalla kohdalla hyvin, on itsensä brändäys tärkeää. Oma nimi ja tyyli täytyy jäädä asiakkaiden mieliin. Itsensä brändäykseen voi kuulua esimerkiksi oman persoonan esille tuominen, oman yksilöllisen työskentelytavan korostaminen, selkeä ja persoonallinen ilme omassa markkinoinnissa ja tietysti näkyminen mahdollisimman monessa paikassa. Kun asiakkaaseen jättää hyvän vaikutuksen, ei ole syytä, miksi hän ei suosittelisi tekijää eteenpäin.

4.2.7 Itsevarmuus

Freelance-yrittäjänä täytyy olla itsevarma ihan vain senkin vuoksi, että saa toimeksiantoja asiakkailta. Asiakkaat haluavat työntekijäksi jonkun, joka vaikuttaa siltä, että tietää mitä tekee. Jos vaikuttaa epäilevältä omista taidoistaan, asiakas voi aistia sen.

Itsestään täytyy tehdä asiantuntija ja mieluummin liioitella taitojaan kuin vähätellä niitä. Kannattaa sanoa mieluummin, että osaa tehdä jotain, vaikka ei osaisi ja selvittää sitten myöhemmin, miten se tehdään, kuin että myöntäisi, ettei osaa.

Toisinaan myös muut ihmiset ympärillä, kuin asiakkaat, saattavat epäillä työsi arvoa. Negatiivisten arvostelujen ei pidä antaa satuttaa liikaa, etteivät ne vaikuta omaan työntekoon. Toisinaan ulkopuolisten silmiin voi vaikuttaa siltä, että freelance-työntekijä ei tee töitä ollenkaan. Etenkin jos hän tekee töitä kotoa käsin tai työnteko on vaikka blogin kirjoittamista yhteistyökumppaneiden kanssa, voi ihmisten olla vaikea mieltää sitä oikeaksi työntekoksi. Arvosteluja täytyy osata sietää ja omaa työtä pitää osata arvostaa.

Myös rohkeutta vaaditaan, jotta uskaltaa lähteä yrittäjäksi, koska tällöin tilanne voi olla riskialtis. Täytyy olla epävarmuuden sietokykyä ja vahva luonne kestäämään stressaaviakin hetkiä.

4.2.8 Taloudelliset kyvyt ja neuvottelutaidot

Kun freelancer toimii yrittäjänä esimerkiksi oman toiminimen takaa, on taloudelliset asiat hoidettava kaikki itse. Täytyy osata laskea, kuinka paljon täytyy tienata kuukaudessa, jotta kaikki omat kuukausittaiset, henkilökohtaiset kulut ja töiden kulut saa korvattua ja jää haluttu summa säästöön sekä muuhun elämiseen. Sen mukaan täytyy laskea, kuinka paljon täytyy laskuttaa asiakkailta kuukaudessa ja kuinka paljon asiakkaita tarvitaan. On osattava ajatella pitkälle tulevaisuuteen ja suunnitella etukäteen asioita, jotta ei tule niin sanottua huonoa kuukautta. Aiemmista vuosista voi ottaa mallia, milloin asiakkaita on ollut hyvin ja milloin huonosti ja varautua sen mukaisesti esimerkiksi markkinoimalla ahkerammin.

Talouden ylläpidossa täytyy olla säntillinen ja huolellinen. Asiakasrekisteriä on hyvä ylläpitää ja kaikki tulot ja menot merkata Excel-taulukoihin. Laskutukset täytyy hoitaa ajoissa, jotta ne eivät unohdu tai ettei tule hetkeksi huonoa taloudellista tilannetta sen vuoksi, ettei ole muistanut laskuttaa. Useasti freelancerilla on ulkopuolinen kirjanpitäjä hoitamassa vaikeimmat tilinpitoon liittyvät asiat ja auttamassa kaikissa askarruttavissa asioissa. On säästöä, jos kaikki tiliasiat voisi hoitaa itse. Tällöin kannattaa kuitenkin laskea vaihtoehtoiskustannus, eli kuinka paljon tienaisi päätyössään

sinä aikana, kun hoitaa kirjanpitäjän töitä ja kuinka paljon maksaisi kirjanpitäjän palkkaaminen ja päättää sen mukaan onko fiksumpaa palkata ulkopuolinen vai tehdä työ itse. Jos tienaa enemmän varsinaisessa työssään sinä aikana mitä kirjanpitoon menisi aikaa ja menisi vähemmän palkkaa kirjanpitäjän palkkaan, kannattaa palkata ulkopuolinen tilintarkastajaksi.

Jotta palkkaa saa tarpeeksi, on osattava omasta työstään pyytää oikea määrä korvausta. Uran alkuvaiheessa voi olla mahdollista, että omaa työtä täytyy myydä liian halvalla, mutta heti kun taitojen ja referenssien puolesta on mahdollista, on hinnat nostettava sopivalle tasolle. Liian halvalla ei kannata ikinä myydä, vaan omaa työtä sekä omaa asiantuntijuutta on arvostettava sen verran, että kehtaa pyytää oikean summan. Jos tekee liian pitkään halvalla hinnalla, voi hintoja olla vaikea nostaa.

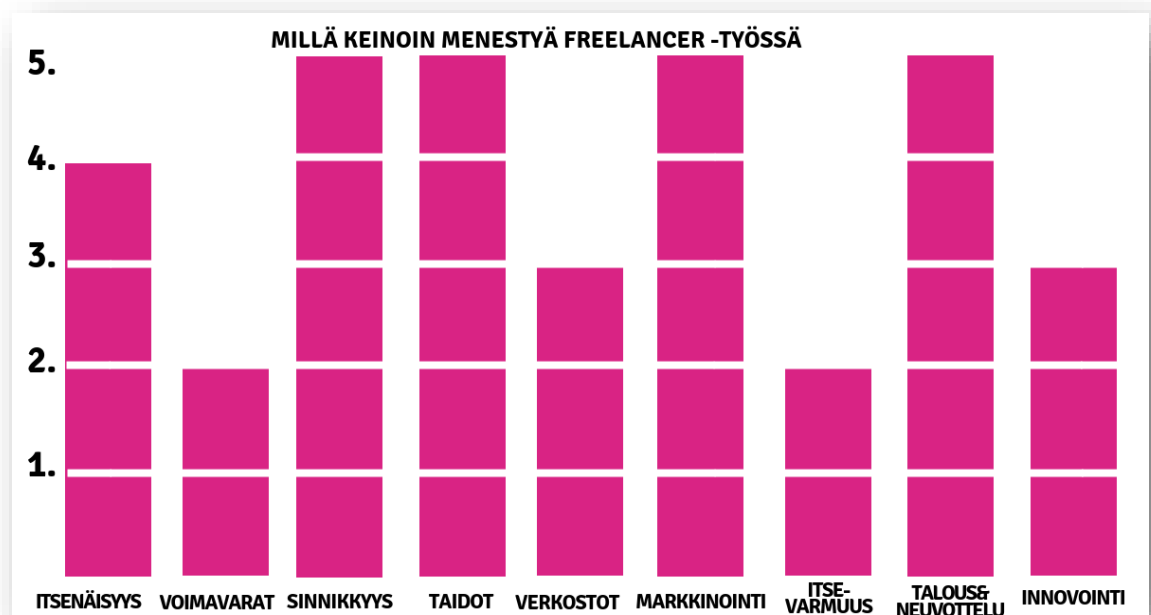
Oman työn hinnoittelu voi olla hyvinkin vaikeaa, etenkin jos työskentelee yksin, eikä tiedä mikä on sopiva hinta pyytää oman alan töistä. Internetistä löytyy onneksi paljon hinnoittelumalleja ja saman alan työntekijöiltä voi verkostojen kautta kysyä vinkkejä. Esimerkiksi journalismin freelancereille löytyy internetistä hyvin selkeä hinnoittelumalli, jossa neuvotaan kuinka myös esimerkiksi valokuvaajat ja graafikot voivat hinnoitella työnsä. ”Lehdistön työsuhteisten journalistien verotettava keskipalkkausiansio on Suomen Journalistiliiton uusimman työmarkkinatutkimuksen (4/2016) mukaan 3 724 euroa kuukaudessa. Työsuhteisten journalistien palkkoja nostetaan helmikuussa 1,7 %. Tämä on otettu huomioon esimerkkilaskelmassa. Lehdistön työehtosopimuksen mukainen työaika on 7,5 tuntia päivässä, 1640 tuntia vuodessa.” (Kuinka lehdistön freelancer hinnoittelee työnsä 2018.)

Freelancereilla voi tulla myös ongelmia palkan saamisen suhteen. Esimerkiksi asiakas saattaa perua ostonsa siinä vaiheessa, kun työ on jo tehty tai ei muuten vain suostu maksamaan sovittua summaa. Näistä tilanteista tulee usein hyvin ongelmallisia, jos on tehty vain suullinen sopimus. Siksi onkin ehdottoman tärkeää, että jokaisesta toimeksiannosta tehdään joka kerta kirjallinen sopimus, joka sisältää ainakin sen mitä toimeksiannon tehtävänkuvaan kuuluu, kuinka paljon työn hinta on ja molempien osapuolien allekirjoitukset. Kirjallinen sopimus säästää mahdollisilta ongelmilta asiakkaiden kanssa.

4.2.9 Innovatiivisuus

Koska kilpailu on kovaa, on koko ajan keksittävä jotain uutta mikä erottaa itsen muista saman alan tekijöistä. Maailma kehittyy jatkuvasti ja kehityksen mukana on pysyttävä. Etenkin markkinointi muuttaa muotoaan jatkuvasti digitalisaation myötä ja muutokset on osattava ennustaa tai vähintään tunnistaa. Saman työn toistaminen samalla kaavalla vuodesta toiseen ei voi toimia, sillä ympäröivä maailma kehittyy ja asiakkaiden tarpeet sen mukana.

Inspiraatiota uudistumiseen ja oman työn kehittämiseen voi löytää kaikkialta ympäriltä, esimerkiksi alan tapahtumista, ammattipuhujilta, kollegoilta ja matkailusta. Toisinaan on hyvä rentoutua rauhassa ja irtautua työstä kokonaan, sillä oivallus uuteen voi tulla silloin, kun sitä ei odota ollenkaan.



Kuvio 3. Kuinka moni haastatelluista viittasi mainittuihin kohtiin

5 Tutkimuksen luotettavuus

Vastausten luotettavuutta lisää se, että valitsin käsittelyyn useimmiten sellaisia kohtia, joita useimmat haastateltavat olivat maininneet tavalla tai toisella. Tämä tuo esille sen, että muutkin olivat asiasta yhtä mieltä.

Dokumentaatio on yksi luotettavuuskriteereistä ja itse olisin voinut kirjoittaa äänitykseni kokonaan ylös sanasta sanaan, joka olisi lisännyt luotettavuutta. Sen sijaan kirjoitin ylös pääpointit, jotka etsin mindmapin avulla.

Haastateltavia minulla oli viisi kappaletta, joka on liian pieni määrä siihen, että voisi päätellä, että muutkin freelancerit olisivat asioista samaa mieltä. Tarkoitukseni olikin ikään kuin saada vinkkejä itselleni siitä, kuinka voisin menestyä freelancerina ja tietoa siitä onko minulla samoja syitä kuin muilla valita ura freelancerina.

En kerennyt antaa tutkimustuloksiani luettavaksi haastateltaville. Jos he olisivat sanoneet, että juuri näin he asian tarkoittivatkin, olisi tutkimuksellani enemmän luotettavuutta. Kirjoitin kuitenkin tutkimustulokset niin, että yhdistin samankaltaisia vastauksia usealta haastatellulta yhteen kohtaan vinkkien muotoon, joten luetuttaminen haastatelluilla ei välttämättä olisi ollut tapauksessani järkevää. Jos olisin kirjoittanut tutkimustulokseni ylös yhden henkilön vastaukset kerrallaan, olisi luetuttaminen käynyt enemmän järkeen.

Ulkopuolisen näkökulmaa työhöni sain juttelemalla tutkimustuloksista kavereilleni ja antamalla työtäni luettavaksi muille, jotta saan selville, onko tekstini järkevän kuulosta.

”Jokaisella tutkijalla on oma kokemuspiirinsä ja näkemyksensä ilmiöstä, jotka ovat aintlaatuisia, ja jotka vaikuttavat tutkimustuloksiin” (Kananen 2008, 124). Tiesin jo tutkimukseen ryhtyessä, että minulla oli jotain ennako-oletuksia siitä, mitä haastateluissa nousee ilmi. Epäilin esimerkiksi, että freelance-työn vapaus voi olla syy haluta ryhtyä työhön. Kävikin ilmi, että jokainen haastatelluista oli tätä mieltä. Pidin kuitenkin huolen haastattelua tehtäessä, että en yritä saada haastateltavia sanomaan sitä mitä ajattelen. Siksi en kysynyt esimerkiksi, että: ”onko vapaus ollut sinulle syy hakeutua freelance-työhön?” vaan koitin löytää vastaukset muuta kautta.

6 Johtopäätökset

Haastattelujeni perusteella freelance-työhön hakeutuneita on viehättänyt alkuun ajatus vapaudesta ja luovasta, mielekkästä työnteosta, jossa miltei kaiken saa päättää itse. Nämä ovat olleet ne pääsyyt, joiden vuoksi freelanceriksi on ryhdytty muiden syiden rinnalla. Markkinoinnin ja viestinnän työ voi olla usein luovaa ja taiteellista. Luovat ihmiset voivat kokea parhaimmaksi tavaksi toteuttaa itseään vapaasti ja itse valitussa ympäristössä.

Etukäteen ennen freelance-työn alkua haastateltuja saattoi askarruttaa se, miten tulee tienamaan ja mistä löytää asiakkaita.

Kun työt alkoivat, ymmärrettiin selkeämmin, mikä on tärkeää, jotta voi menestyä freelancerina. Huomattiin, että työntekeä on usein arkista puurtamista, vaikka etukäteen kuviteltiin sen olevan hienompaa vapauden vuoksi. Monet taidot, joita vaaditaan freelancerina menestymiseen, liittyivät luonteenpiirteisiin. Näitä olivat muun muassa sinnikkyys, oma-aloitteisuus, itsenäinen työote, epävarmuuden ja stressin sietokyky sekä itsevarmuus. Freelancerina menestymiseen vaaditaan siis paljon muutakin kuin vain, se taito mitä asiakkaalle tarjotaan. Osa näistä luonteenpiirteistä voivat olla synnynnäisiä, jolloin freelancerina toimiminen on varmasti helpompaa. Jos mitään näistä piirteistä ei ole etukäteen, voi tie menestykseen olla vaikeampi. Onneksi näitä piirteitä voi kehittää ja tiedostamalla niiden tarpeen, ne voidaan sisäistää ja siirtää pikkuhiljaa omaan toimintamalliin.

Kaikki haastateltavat olivat kuitenkin tyytyväisiä freelancerina työskentelyyn. Heiltä löytyi tarvittavia luonteenpiirteitä, joita menestymiseen tarvitaan.

6.1 Minusta freelanceriksi?

Tämän työn lähtökohtana minulle oli se, että halusin selvittää, voisiko minusta olla freelancerin työhön. Ajatukseni ennen kuin aloin työskentelemään tämän työn parissa, oli se, että koin freelancerin uran markkinoinnin ja viestinnän parissa olevan minulle paras vaihtoehto. Minulle oli päässäni mielikuva leppoisista työpäivistä, jotka voisin viettää kotona tai vaikka ulkomailla matkailun yhteydessä tehden luovia asioita. Kaipasin työelämältä vapautta ja tekemisen tunnetta. Myös jokainen

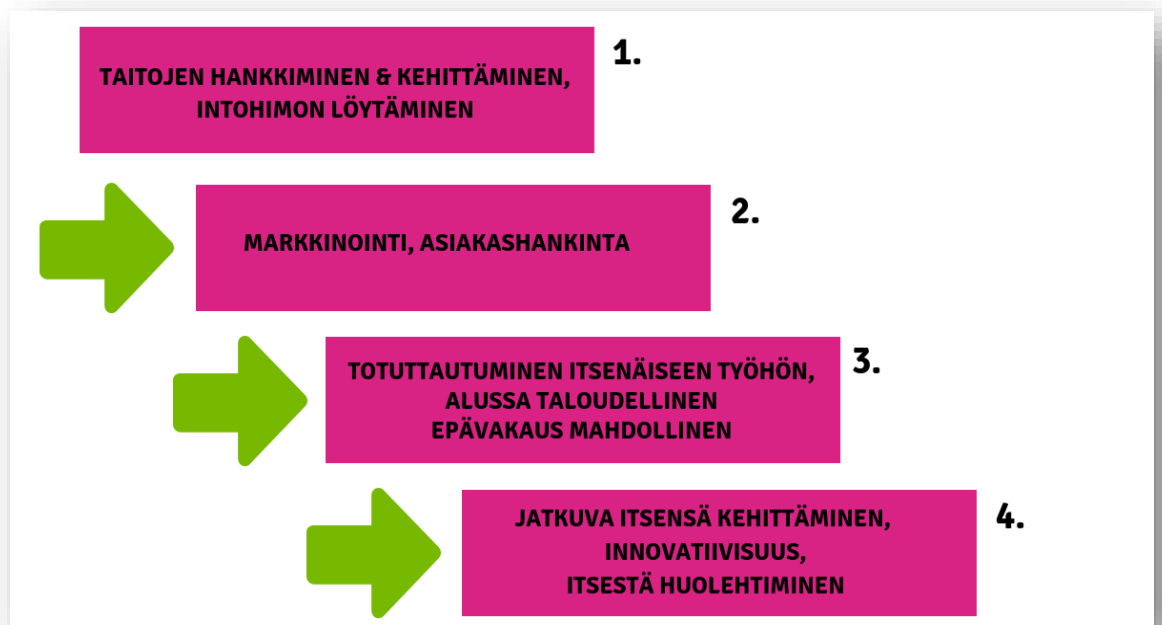
haastatelluistani oli kaivannut vapautta työntekoon, joten siitä voi päätellä, että se on ihan varteenotettava syy hakeutua freelance-työntekoon. Olen aina ollut luova ihminen, joten ajattelin, että kaikkein parasta olisi toteuttaa luovuuttaan niin, ettei kukaan määrää tarkasti mitä täytyy tehdä vaan sää käyttää omaa visiotaan.

Haastattelujen jälkeen aloin kuitenkin pohtimaan kriittisemmin työuran aloittamista freelancerina. Mieleeni jäi, kun yksi haastatelluista kannusti ehdottomasti aloittamaan työt työskentelemällä jonkun toisen firmassa ja ottamalla suurimmat opit sitä kautta. Tämä mielipide jäi päähäni ja aloin miettimään, että ehkä tämä toimintatapa olisikin kaikkein fiksuinta ja helpointa. Aloin myös epäilemään osaisinko hoitaa yksin talouttani tarpeeksi hyvin ja osaisinko suunnitella asioita etukäteen. Aloin myöskin miettimään olivatko lähtökohtani freelance-työhön haluamiselle oikeat. Olin kuvitellut mielessäni kotona tehtävät ja hauskat työt. Kun eräs haastatelluista sanoi, että kotona töitä tehdessä ei välttämättä saa samalla tavalla tuloksia aikaan, kuin jossain muualla, tajusin, että tämä sama asia pitäisi varmasti paikkansa myös minunkin kohdalla. Kotona en saa asioita aikaan helposti.

Thomas Erikson on kirjoittanut kirjan nimeltä idiootit ympärilläni, jossa tutkitaan erilaisia persoonallisuuksia väreihin jaoteltuna. Itse olen kirjan luettuani selkeästi keltainen persoona, jota kuvaa seuraavat asiat: spontaanius, hauskuus, luovuus, kyllästyy helposti, saa energiaa muista ihmisistä, pelkää yksinäisyyttä ja ulkopuolelle jäämistä ja rakastaa olla huomion keskipisteenä. (Erikson 2017.) Olen halunnut freelance-työhön, koska se olisi mielestäni luovaa ja hauskaa. En kuitenkaan ole tähän mennessä vielä ottanut huomioon sitä, että nautin olla läsnä työyhteisössä ja kaipaen muita ihmisiä päivittäiseen kanssakäymiseen. Freelance-työ voisi olla toisinaan sellaista, että muita ihmisiä ei juuri tapaa. Uskon, että alkaisin kaipaamaan sosiaalista kanssakäymistä hyvin pian ja se saattaisi alkaa vaikuttamaan työn tulokseeni. Saan energiaa kun käyn kahvituolla juttelemassa muille ja yksin töitä tehdessä minun pitäisi keksiä jokin muu keino löytää energiaa työhön.

Mielestäni olisikin mielenkiintoista tietää minkälaiset persoonat tekevät töitä freelancerina ja onko heillä selkeästi jotain yhdistäviä tekijöitä. Tutkimuksestani kävi ilmi luonteenpiirteitä, joita freelancerina menestymiseen vaaditaan, mutta onko niitä useammillakin? Ovatko ne yrittäjät, jotka luovuttavat kesken ensimmäisiä vuosia, sellaisia, joilta puuttuu jotain näistä tärkeistä piirteistä?

Näen freelance-työn edelleenkin ehdottomasti vaihtoehtona minulle, mutta luulen, että etsin aluksi töitä haluamaltani alalta muiden yrityksistä, kuin että ryhtyisin suoraan toimimaan itsenäisesti yrittäjänä. Erityisesti minua kiinnostaa mahdollisuus siitä, että töitä voisi tehdä ulkomailta käsin ja se onkin itselleni yksi suurimmista syistä miksi hakeutuisin freelanceriksi. Koen, että voisin toteuttaa luovuuttani ja taiteellisuuttani freelancer-yrittäjänä omassa vapaudessani, mutta koen, että on hyvä saada ensin kokemusta perinteisessä työsuhteessa markkinoinnin ja viestinnän alalla. Allaolevaan kuvaan tiivistin eri vaiheita, jotka tulevat vastaan freelance-uran kanssa.



Kuvio 4. Kuinka edetä freelance-urassa

Lähteet

Erikson, T. 2017. Idiootit ympärilläni. Kuinka ymmärtää muita ja itseään. Helsinki: Atena.

Google Analytics. Wikipedian artikkeli. Sivua on viimeksi muutettu 14. heinäkuuta 2016. Viitattu 15.11.2018. https://fi.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics

Kananen, J. 2008. Kvali. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja -sarja.

Koivumäki, E. 2016. Asianajaja HelsinkiRealin haastattelussa. Youtube-video. Viitattu 13.11.2018. <https://www.youtube.com/watch?v=CYGjITpSLtM>

Kuinka lehdistön freelancer hinnoittelee työnsä 2018? Suomen freelance journalistit www-sivun teksti hinnoitteluun. Viitattu 3.11.2018. <http://www.freet.fi/palkkiot-ja-sopimukset/miten-free-journalisti-hinnoittelee-tyonsa/>

Laitinen, S. 2016. Freelancer-verokortti vs. kevytyrittäjäyys. Opastava teksti ukko.fi:n www-sivuilla 22.6.2016. Viitattu 18.11.2018. <https://www.ukko.fi/freelancer-verokortti-vs-kevytyrittajyys/>

Pohja, A. 2018. Mitä eroa on viestinnällä ja markkinoinnilla? Blogi 5.10.2018. Viitattu 15.11.2018. <https://mbe.fi/blogi/mita-eroa-on-viestinnalla-ja-markkinoinnilla/>

Rämö, S. & Valtari, H. 2017. Unelmahommissa. Tee itsellesi työ siitä mistä pidät. Helsinki: WSOY.

Saukko, T. & Välimaa, H. 2018. Vaikuttajamarkkinoinnin lyhyt oppimäärä. Julkaistu Indieplacen www-sivuilla 3.6.2018. Viitattu 15.11.2018. <https://www.indieplace.fi/2018/03/06/vaikuttajamarkkinointi-lyhyt-oppimaara/>

Sieppi, S. 2018. Mitä teen työkseni. Blogiteksti 14.9.2018. Viitattu 15.11.2018. <https://www.idealista.fi/sarasioppi/2018/09/14/mita-teen-tyokseni/>

The Surprising History of 'Freelance'. Freelance-termin alkuperää selittävä teksti. Viitattu 16.11.2018 <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/freelance-origin-meaning>

Viidennes itsensätyöllistäjistä yrittäjäksi olosuhteiden pakosta. 2014. Tutkimus tilastokeskuksen www-sivuilla 29.10.2014. Viitattu 9.11.2018. https://www.tilastokeskus.fi/ajk/tiedotteet/2014/uutinen_032_2014-10-29.html