

# FREEJOURNALISTIN liiketoimintasuunnitelma

- Miksi kannattaa suunnitella?
- Missä olet nyt?
- Tavoitteesi ja unelmasi
- Alan muutokset lähivuosina
- Miltä oma tulevaisuutesi näyttää?
- Entä unelmiesi toteutuminen?
- Ketkä maksavat siitä, mitä haluat tehdä?
- Luovan prosessin hinnoittelu
- Sopimukset ja oikeutesi
- Ajankäyttösi
- Taloussuunnittelun taulukot

FreeJournalist

# Miksi kannattaa suunnitella?

Suunnitelmilla on taipumus toteutua. Tiiviisti tehty suunnittelu ohjaa valintoja jopa alitajuisesti. Suunnittelu on myös hauskaa, sillä suunnittelussa saa heitellä vapaasti vallattomiakin ideoita.

Tämä liiketoimintasuunnitelma on tarkoitettu ensisijaisesti free-työtä tekeville toimittajille, kuvaajille, kuvittajille ja graafikoille. Me laatijat uskomme työkirjan soveltuvan myös muille luovan alan ammattilaisille. Liiketoiminnan suunnitteluun on tarjolla runsaasti muitakin oppaita, nettityökirjoja ja kirjallisuutta. Tämä liiketoimintasuunnitelma eroaa muista teemaan liittyvistä esityksistä siinä, että olemme pyrkineet sanallisesti ja käsitteellisesti tuomaan kysymykset ja tehtävät mahdollisimman lähelle freen arkea.

Puhumme tietoisesti freen liiketoiminnasta, koska muut vuosien varrella testaamamme sanat tuntuvat keinoitekoisilta. Olemme maistelleet liiketoimintasuunnittelun synonyymeina sanoja ansaintalogiikka, ansaintamalli jne. Päädyimme kuitenkin sanaan liiketoimintasuunnitelma, vaikka sana onkin herättänyt käymissämme keskusteluissa vastustusta. Freekö tekisi liiketoimintaa?

Samoin tietoisesti käytämme sanaa yrittäminen ja yrittäjyys, vaikka nekin on koulutustilaisuuksissa otettu vastaan ristiriitaisesti. Perustelemme valintaamme sillä, että liiketoimintasuunnitelma, yrittäjyys, yrittäminen ja yrittäjä ovat käytössä vakiintuneita sanoja. Niiden omaksuminen myös freen toimintaan on siten perusteltua.

Toivotamme mieluisia hetkiä liiketoiminnan suunnittelun parissa.

Hella, Juha, Pekka

## FREEJOURNALISTIN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA 2011

Pekka Laakso, Juha Lappalainen, Hella Pakaslahti

## Sisällysluettelo

3	1 • Oppaan esittely
4	2 • Missä olet nyt
8	3 • Tavoitteesi
10	4 • Muutokset tulevina vuosina
12	5 • Miltä oma tulevaisuuteni näyttää
13	6 • Miltä unelmien toteutuminen näyttää
14	7. Ketkä olisivat valmiit maksamaan siitä, mitä haluat tehdä
17	8 • Luovan prosessin hinnoittelu
20	9 • Sopimukset, oikeutesi
21	10 • Ajankäyttösi
22	11 • Talouden suunnittelu - taulukot
24	12 • Yhteenveto

# 1 | Oppaan esittely

## Kenelle opas on kirjoitettu?

Olemme kirjoittaneet työoppaan niin yrittäjätoimintaa miettivälle, aloittavalle kuin yrittäjänä toimivallekin freejournalistille. Uskomme, että myös jo pitkään yritystoimintaa harjoittaneelle freelle oman tahtotilan miettiminen voi avata uudenlaisia ovia.

Voidaksesi seurata ajatuksiamme, Sinun täytyy kuitenkin ensin päättää, että haluat tarkastella omaa toimintaasi

Ohjaamme Sinut miettimään omaa itseäsi, mutta tavoittelemme tilannetta, jossa omaa toimintaasi tarkastelemalla voit saada uusia asiakkaita. Mitä teet, miksi teet, kenelle teet – ja mitä teet sen jälkeen – on kokonaan Sinun oma asiiasi.

Lyhyesti. Tämä opas kannattaa lukea, koska tulevaisuuden miettiminen ja suunnittelu ovat kiehtovinta, mitä ihminen voi tehdä.

## Lukuohje

Liiketoiminnan suunnittelu työkirjan avulla onnistuu itsenäisesti, mutta tulokset saattavat olla syvempiä, jos kysymyksiin on mahdollista paneutua alaa tuntevan kollegan kanssa. Kollega kyselee ja Sinä vastaat. Yhdessä pohtiminen tuottaa usein runsaasti vaihtoehtoisia näkökulmia.

Ajallisesti työkirja kannattaa käydä läpi parin-kolmen viikon sisällä. Muuten ajatukset väljähtyvät ja ideoiden juonet unohtuvat.

Tässä työkirjassa on paljon tehtäviä. Ne Sinun kannattaa tehdä, sillä ei niitä kukaan muu tee – eikä myöskään ajattele puolestasi.

## Yksinkertainen resepti

Liiketoiminnan suunnittelun tavoitteena on oman yritystoiminnan kehittäminen. Kehittäminen voi merkitä sitä, että ansainta paranee. Se voi merkitä sitä, että työt muuttuvat mukavimmiksi. Se voi merkitä sitä, että aikaa omille harrastuksille jää enemmän. Emme siis aseta liiketoiminnan suunnittelun päämäärää etukäteen. Sen teet Sinä itse.

Liiketoiminnan suunnittelu sidotaan ajan kulkuun. Ensimmäinen tehtävä on miettiä, missä olet nyt. Toinen tehtävä on katsella, millaiseksi toimintaympäristösi muuttuu lähitulevaisuudessa. Kolmanneksi pääset asettamaan omalle työllesi tavoitteita ja päämääriä. Neljänneksi luot toimenpiteet, joilla päämäärät ovat saavutettavissa. Viidenneksi tarkastelet tekemääsi euromääräisesti, talouden näkökulmasta.

## Uusi alku

Hyvin menee, mutta voisi mennä vielä paremmin.

Menee tosi kehnosti, mutta mitä ihmettä voi tehdä.

Menestyvimmit freejournalistit pystyvät tekemään työtään juuri sen verran kuin haluavat. Heidän ansionsa nousevat kunnioitettaviin summiin vuodessa tai heidän työaikansa asettuu sellaiselle tasolle kuin elämäntilanne vaatii.

Kolikon toinen puoli löytyy sieltä, että free saattaa saada maakuntalehdeltä juttupalkkioksi 150 euroa hyvinkirjoitetusta ja -kuvitetusta reportaasijutusta, johon on mennyt lukuisia työtunteja.

Kannattaa miettiä uusia askelmerkkejä.

# 2 | Missä olet nyt

## Mitä tässä luvussa tapahtuu

*Tässä luvussa Sinä tarkastelet itseäsi ja omaa ammatti-identiteettiäsi.*

*Päätet mieltämään, miksi olet freejournalisti ja mitä vaihtoehtoja Sinulla on. Lähempänä arkielämää on kuitenkin pohtia omia vahvuuksiasi ja heikkouksiasi. Tärkeä kysymys on: Mitä Sinä teet mielelläsi?*

*Sinusta itsestäsi etenemme asiakkaisiin ja toimintaympäristöön.*

*Freejournalistin toimintaympäristö on jatkuvassa muutoksessa ja tuntuu, että tahti vain kiihtyy. Asiakaskunta muuttuu, tekninen alusta muuttuu ja vaatimukset muuttuvat. Koko ansaintalogiikka voi muuttua silloin, kun asiakkaat eivät haluaakaan maksaa totutusta työstä, vaan vaativat jotain aivan uutta.*

*Ennusta tulevaa rohkeasti.*

## Ammatillinen identiteetti

Ensimmäiseksi katseen kohteeksi otetaan nykyinen tekemisesi. Mitä teet? Mitä asioita hallitset hyvin? Millainen tekeminen on Sinulle mieluisaa? Entä asiakkaat, mistä saat tuloja?

### Mitä teen ja mistä pidän

	Mitä teen nyt	Tässä olen mestari	Tästä tekemisestä pidän
1			
2			
3			
4			
5			

## Mitä uutta haluan tehdä

	Mitä teen nyt	Tässä olen mestari	Tästä tekemisestä pidän
1			
2			
3			
4			
5			

**VINKKI:** Taulukon eri laatikoihin on syntynyt vastauksia. Nyt voit tarkastella vastauksiasi ristiin rastiin. Millaisia vastauksia syntyy, mitä kaikkea uutta mieluisaa tekemistä saat nimettyä?

## Mitkä ovat urasi huippuhetket?

Tee lista tai kirjoita lyhyesti auki muutama sellainen tilanne, joissa olet tuntenut iloa ja ylpeyttä ammattitaidostasi ja tehdystä työstä.

Liittykö tilanteisiin jotain samaa? Millä tavoin voit pyrkiä toistamaan näitä tilanteita?

Pitääkö sinun työskennellä ahkerammin? Pitääkö sinun vahvistaa jotain ammatillista osaamista, jotta voisit päästä huipputilanteisiin uudelleen?

Mieti jo nyt, mitä voisit olla valmis tekemään, jotta saat huippuhetkiä lisää.

---

---

---

---

---

---

---

---

### **Ammatinharjoittajaksi**

Naapurin mies luuli ryhtyneensä yrittäjäksi. Hän kuvitteli, että hyppääminen pois säännöllisestä työajasta ja kuukausipalkasta siirtäisi hänet yrittäjyyteen. Hän oli väärässä. Freejournalistina hän on muodoltaan yrittäjä, mutta henkisesti hänestä tuli ammatinharjoittaja.

Naapuriltani meni kotvan aikaa ymmärtää asioiden ero, mutta se avasi hänen silmiään monella lailla. Omaan ammattitaitoon tukeutuminen ja itsensä elättäminen sen avulla on ammatin harjoittamista. Se avaa ovia moniin

erilaisiin työtehtäviin, ja se luo pohjan omalle tavalle järjestää sekä työ- että vapaa-aikaa.

Mitä eroa on yrittäjyyteen? Henkinen ero.

Yrittäjyyspuheeseen liittyy yleensä yrittäjän riski. Talo voi olla kivijalkaa myöten pantattu ja paineet ovat kovat. Naapurin mies ei ole ottanut kantaakseen taloudellisia riskejä, vaan pelissä on vain oma osaaminen.

Huoli toimeentulosta on olemassa, mutta se on nykypäivää myös toistaiseksi voimassaolevissa työpaikoissa.

Tämän työstäminen nosti esiin taitojasi. Seuraavaksi pääset tarkastelemaan asiakkuuksiasi. Mutta voit jo nyt pysähtyä hetkeksi miettimään, keille kaikille taidoistasi olisi iloa. Ketkä muut kuin nykyiset asiakkaat voisivat tarvita työpanostasi?

### Millaisia asiakkuuksia Sinulla on?

1. Kirjoita oheiseen taulukkoon asiakkaat laskutuksen mukaan suuruusjärjestyksessä.

	Kenelle myyn	Laskutus viime vuoden aikana
1		
2		
3		
4		
5		

2. Kirjoita taulukkoon asiakkaat mieluisuusjärjestyksessä.

	Mieluisin asiakas	Laskutus viime vuoden aikana
1		
2		
3		
4		
5		

Taulukko / kuvio kertoo, mistä kaikkialta tulosi muodostuvat. Onnellista on, jos mieluisin asiakas on myös tulojen kannalta suurin asiakas.

# Yhteenvetoa

## Edellisten tehtävien pohjalta asettuu nyt tehtäväksesi koota:

### Mieluisimmat työtehtäväsi

- a.
- b.
- c.


### Näissä asioissa olen mestari

- a.
- b.
- c.


### Tällaiseen tekemiseen käytän eniten aikaa

- a.
- b.
- c.


### Näiltä asiakkailta laskutan vuoden mittaan eniten

- a.
- b.
- c.


## Jälkisanat

Nyt olet luonut hahmon nykyiseen tekemiseesi. Tarkastele sitä hetken, miltä se näyttää. Oletko tyytyväinen työhösi? Saatko tehdä niitä asioita, joista pidät? Antaako työskentelysi Sinulle riittävän toimeentulon?

Onnellista on, jos laskutat eniten mieluisimmalta asiakkaaltasi. Mutta jos näin ei ole, niin onko tilan-

netta mahdollista muuttaa.

Tämän tarkastelun tavoitteena on avata työsi motivaatiotekijöitä. Kaikki tehtävät eivät tietenkään ole innostavia, mutta innostavia töitä pitää olla riittävästi. Lisäksi on mukavaa, jos yhteistyö asiakkaiden kanssa sujuu mutkattomasti.

# 3 | Tavoitteesi

## Mitä tässä luvussa tapahtuu

*Tulevaisuuden miettiminen on viihdyttävää.  
Kun asettaa katseen riittävän kauas, unelmia rajoittavat  
pakot ja välttämättömyydet näyttävät sopivan pieniltä.  
Tulevaisuuden suunnittelu on myös hyödyllistä, sillä suunnitel-  
milla on taipumus toteutua – enemmän tai vähemmän.  
Huomiseen ei juuri enää pysty vaikuttamaan, mutta vuoden  
tai parin kuluessa Sinun on mahdollista  
saavuttaa tavoitteesi.*

## Kysy

Mitä siis haluat?  
Mitä haluat tehdä muutaman vuoden kuluttua?  
Millaisia töitä?  
Kenelle?  
Keiden kanssa?  
Mitä olet valmis tekemään, jotta tavoitteesi voivat toteutua?  
Kuinka paljon olet valmis näkemään vaivaa?

## Selviytymisstrategia

Selviytymisstrategia on hyvä asettaa pitkälle aikajänteelle, koska 1-2 vuoden kovempi ahkerointi voi tuottaa vähemmän töitä ja enemmän vapaa-aikaa jatkossa. Jos niin haluat. Totta kai voit asettaa tavoitteeksi ryhtyä tekemään ihan jotain muuta. Sekin vaatii suunnittelua.



## *Unelmat*

Kirjoita tähän unelmasi.

## *Miten haluat toteuttaa unelmasi?*

Millainen on Sinun selviytymisstrategiasi?  
Kirjoita tähän portaat, jotka vievät kohti unelmiasi.

# 4 | Muutokset tulevina vuosina

## Mitä tässä luvussa tapahtuu

*Tavoitteiden toteutuminen ei valitettavasti ole kiinni pelkästään omasta tekemisestäsi. Esimerkiksi talouden suuret linjat heittelevät meitä kaikkia, halusimme sitä tai emme. Mitkä ovat mahdollisuudet unelmien toteuttamiseksi? On aika siirtyä tarkastelemaan toimintaympäristöä ja senkehityssuuntia. Mihin suuntaan maailma muuttuu?*

## Tulevaisuusnäkymät

Millaiset ovat asiakkaittesi näkymät seuraavan viiden vuoden aikana?

Tätä kysymystä kannattaa lähestyä hankkimalla pohjatietoja eri lähteistä. Hyviä lähteitä ovat:

- asiakasyritystesi vuosikertomukset
- Viestinnän keskusliitto – tilastotiedot alan kehityksestä
- Journalistiliitto
- Yliopistojen ja korkeakoulujen viestinnän tutkimus
- Suomen talouskehitys – Suomen Pankki, EK, valtiovarainministeriö...
- Kolumnit, blogit
- Kollegat

## Muutokset

### Muutokset toimialalla vuoteen \_\_\_\_\_ mennessä:

Asiakas, asiakasryhmä  
tai toimiala

Millaisia muutoksia  
on nähtävissä

Työtilaukseni kasvavat (+)  
Työtilaukseni supistuvat (-)

Printtimedia		
Sanomalehdet		
Sähköinen media		
Televisio		
Yritysviestintä		
Aikakauslehdet		
Nettimedia		
Sosiaalinen media		

### Yhteenveto toimialan näkymistä:

Kasvaa \_\_\_\_\_

Supistuu \_\_\_\_\_

Pysyy ennallaan \_\_\_\_\_

# 5 | Miltä oma tulevaisuutesi näyttää?

## Miltä asiakkaittesi tulevaisuus näyttää?

Käytä + ja – merkkejä. Yksilöi asiakkaasi tarkasti, jotta saat mahdollisimman kattavan kuvan omasta liiketoimintaympäristöstäsi.

Asiakas	Kehityssuunta +/-	Ostot ulkopuolisilta +/-	Ostot minulta +/-
Aikakauslehti 1			
Aikakauslehti 2			
Sanomalehti 1			
Sanomalehti 2			
Tv-ohjelma			
Radio-ohjelma			
Yritysassiakas 1			

jne. jne.

## Mediatuotteiden valikoima (jutut, web-design, lehtitaitto, kuvitukset...)

Työteemat	Yleinen kehityssuunta +/-	Kykysi ja mahdollisuutesi tarjota työtä	Kokemuksesi ja ammattitaitosi
Nettisivut			
Uutiset			
Reportaasit			
Blogit			
Valokuvat			
Grafiikka			
Taittotyöt			

# 6 | Mitä olet valmis tekemään?

## Mitä tässä luvussa tapahtuu

*Luvussa 3 kirjoitit auki unelmiasi ja tavoitteitasi. Sen jälkeen olet tarkastellut alan yritysten tulevaisuuden näkymiä ja punninnut omien asiakkaittesi ostotarpeiden kehittymistä. Miten kävi unelmiesi? Näyttääkö siltä, että ne toteutuvat vääjäämättä, eli näyttääkö siltä, että maailman muutokset työntävät unelmiasi eteenpäin?*

*Jos maailman suuret muutokset sen sijaan tölvivät tavoitteitasi, niin mitä Sinä aiot tehdä sen eteen, että tavoitteesi toteutuvat?*

### Miten valmistaudut tulevaan?

Kouluttaudutko: missä, milloin

Hankitko uusia ohjelmistoja, koneita, laitteita

Verkostoidutko toisten ammattilaisten kanssa

Mitä kaikkia muita keinoja on käytettävissäsi?

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

### Älä jää yksin

Kirjeenvaihtaja menee asemapaikkaansa, hän on kollegoihinsa yhteyksissä teknisten välineiden avustuksella. Hänellä on tietokone, puhelimet, nykyaikaiset kommunikointivälineet, toimitusjärjestelmä, mutta hänellä ei ole yhtä.

Hänellä ei ole yhteisön voimaa. Kirjeenvaihtajan omaehtoinen työpäivä ei juuri eroa freejournalistin arkipäivästä. Suurin osa freejournalisteista työskentelee yksin, joko työhuoneessaan tai kotonaan. Verkottuminen saman alan ihmisten kanssa tai samanhenkisten ihmisten kanssa on äärimmäisen tärkeää.

Yksin ei saa jäädä, vaan omia liikeideoita ja omia juttuideoita kannattaa pyöritellä useiden eri ihmisten kanssa. Kuulostaa itsestään selvältä, mutta liian usein asioiden peilaaminen toisten ihmisten ajatuksia vastaan jää tekemättä. Tulee kiire tai ahdistaa tai muuten on vaikeaa olla, ei huvita.

Ideat jalostuvat, kun niistä puhuu ääneen muille. Se on oravannahkakauppaa, koska muiden ihmisten ideat ja ajatukset pyörivät samassa myllyssä. Puhussa syntyy aivan uusia ideoita, ja monesti ihmiset löytävät toisensa ja alkavat jopa tehdä töitä löyhästi yhdessä.

# 7 | Ketkä olisivat valmiit maksamaan siitä, mitä haluat tehdä?

## Myynti ja markkinointi

Mitä sinun pitää tehdä, jotta sinulla on ensi vuonna töitä.

Freen markkinointi on pelkistetysti yhteyden pitoa nykyisiin asiakkaisiin / ostajiin. Tulevaisuuden suuntautuva markkinointi on puolestaan uusien asiakassuhteiden synnyttämistä.

Keihin kannattaisi tutustua? Ketkä olisivat sellaisia, jotka voisivat kiinnostua siitä, mitä aidoimminkin haluat tehdä?

Usein markkinointityö on pitkäjänteistä ja vaatii uskoa itseän. On lohdullista tietää, että ensimmäisen tapaamisen sopiminen saattaa vaatia useita puhelinkontakteja. Sitten ensimmäisen tilauksen syntymiseen voidaan tarvita useita tapauksia. Asiakassuhteen vakiintuminen voi viedä vuoden tai kaksi. Sinnikäs kannattaa olla, mutta mahdollisiin eteen nouseviin seiniin ei kannata päättää rikkoa. Seinät voi myös kiertää.

## Miten erotut muista

Toimittajakollegojen kanssa on helppo puhua samalla kielellä. Toimittajakunnasta tulee ikään kuin yhteinen kollektiivi, jossa on helppo olla samaa mieltä.

Toimittajat kuitenkin kilpailevat toisiaan vastaan aina ja kaikkialla. Kukapa meistä haluaisi tehdä huonomman jutun kuin naapuri? Kirjoittavat toimittajat ovat mustasukkaisia ”omista kysymyksistään” ja kuvituspuolella pienetkin tyyliseikat saattavat ratkaista pelin yhden ammattilaisen hyväksi.

Myös freejournalistit hengittävät samassa kilpailutahdissa. Mieti omia vahvuksiasi, joiden avulla erotut muista. Kun sinulla on vahvuuksia, mieti, riittävätkö ne. Jos olet erinomainen, pitäisikö sinun olla vielä erinomaisempi jollain osa-alueella.

Ehkä sieltä löytyy se ratkaiseva ero.

## Tarkastele ensin nykyistä markkinointiasi.

Miten pidät yhteyttä nykyisiin asiakkaisiisi? Kuinka monta kertaa vuodessa?

Asiakas	kasvokkain (kertaa)	puhelimitse	sähköpostitse

## Onko yhteydenpidon määrä riittävä, jotta asiakassuhde kehittyisi?

- Kyllä  
 Ei

## Saatko nykyisiltä asiakkailta tarpeeksi töitä?

- Kyllä  
 En

## Onko Sinulla käytettävissäsi sopivasti markkinoinnin ja myynnin tukimateriaalia:

Onko sinulla:

- käyntikortti  
 nettisivut  
 esitteitä  
 cv-tiedot valmiina  
 lyhyt esittelyteksti  
 valokuvia  
 facebook tai muu sosiaalinen media, kuten LinkedIn  
 mitä muuta?
-

## Uusia töitä

Ketkä ovat kiinnostavimmat asiakkaat seuraavan neljän vuoden kuluessa?

Nykyisistä asiakkaistasi


Tee lista mahdollisista huomisen asiakkaista:

Yrityksen nimi	Yhteyshenkilö	Puhelinnumero	sähköpostitse

Miten aiot ottaa yhteyttä heihin?

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Laadi aikataulu uusien asiakkaiden kontaktointiin.

---



---

## Jälkisanat:

Freen, tai muun yksinyrittäjän markkinointi ei ole sen kummempaa kuin yhteyksien ottamista ihmisiin, joiden arvelet tarvitsevan sitä, mitä sinä teet. Markkinointi ja myynti ovat aina ihmisten välistä kanssakäymistä, vaikka sopimukset sitten tehtäisiinkin yritysten kesken.

Hinnan myyminen ja pyytäminen liittyvät oleellisesti markkinointiin ja myyntiin. Millaista hintaa

voit pyytää? Hyvä sääntö on se, että hinnan pitää kattaa kulut ja palkka. Muista laskea ajankäyttöäsi myös markkinointiin, myyntiin ja sopimuksen muotoiluun käyttämäsi aika. Ilmaista työtä ei kannata tehdä.

Kaikki luovien alojen pienet yrittäjät ovat epävarmoja hinnan määrittelyssään, kun toisena osapuolena on ammattiosastaja isosta organisaatiosta. Mutta kannattaa muis-

taa, että vain Sinä tiedät oman ajankäyttösi ja kustannuksesi kyseisessä työssä. On hyvä kertoa työhön menevä aika tunti tunnilta. Silloin hinnasta keskustelukin on helpompaa.

Hinnoittelun avuksi on ladattavissa excel-tiedosto ja hinnoittelun apulaskelma on kirjallisena tämän oppaan loppupuolella.

# 8 | Luovan prosessin hinnoittelu

## Määrittele osaamisesi ja myy sitä

Freejournalistina sinä olet osa luovaa prosessia, jossa syntyy mediatuote. Työ on määrämittaista ai-noastaan ajankäytöltään, sillä sisältö ja muoto vaihtelevat.

Perusuutiselle on laadittu tarkkoja määritelmiä, ja kahden toimittajan tekemät uutiset voivat olla sisaruksia keskenään, mutta laajemmin ajateltuna mediatuotteet muodostavat hyvin kirjavan perheen keskenään. Yksi tuote on erilainen kuin muut.

Niinpä sinä myyt asiakkaalle ennen kaikkea osaamistasi. ”Minä teen hyvää työtä”-lause ei kuitenkaan riitä laskutusperusteeksi, koska se vasta avaa oven asiakkaan luokse.

## Määrittele ja hinnoitele aikasi

Yksi käyttökelpoinen tapa hinnoitella omaa työtä on käyttää laskuun työhön kuluva aikaa.

Periaatteessa tuntihinta kertoo ammattitaidosta ja kokonaisvaltaisesta osaamisesta. Mitä enemmän osaa, sen korkeammalle tuntihinnan voi asettaa.

Käytäntö lyö elävässä elämässä teoriaa kuitenkin poskelle, koska markkinatilanne ja ulkopuolinen kilpailu asettavat rajat omaehtoiselle hinnoittelulle.

Voit tietenkin testata omaa asemaasi ja kokeilla, missä kulkee kipukynnys. Hilaa tuntihintaasi ylemmäs ja selvitä, kuinka paljon asiakkaat ovat valmiita sinulle maksamaan. Yrittäminen ei maksa mitään, ja on varma, ettei sitä tee kukaan muu sinun puolestasi.

Työläämpi, mutta realistisempi tapa laskea tuntipalkka, on sukeltaa oman työelämän perusteisiin.

Kuinka paljon sinulla menee rahaa kiinteisiin kuluihin vuodessa?

## Tarvittava rahamäärä / tulot

oma palkka	
työhuoneen vuokra, muita vuokria	
muut kiinteät kulut	
puhelin- ja tietoliikennekulut	
toimistotarvikkeet	
työvaatteet	
työmatkat	
vakuutukset	
työkalusto ja -laitteet	
ohjelmat, ohjelmistopäivitykset	
koulutus	
verot	
Eläkevakuutukset	

## yhteensä

Oma palkka määräytyy tietenkin sen mukaan, kuinka paljon sinun täytyy/halua ansaita vuodessa.

Kun olet tehnyt tämän laskelman rehellisesti, saat loppusumman, joka sinun pitää vähintään saada työstäsi vuodessa.

Vasta tämän jälkeen arvioi, kuinka monta työpäivää eli työtuntia vuodessa pystyt tekemään töitä? Ole rehellinen ja muista vapaapäivät ja lomat. Kuluja sinulla on 12 kuukautta vuodessa, mutta työkuukausia on vain kymmenen!

Jakolaskulla saat itsellesi minimimituntipalkan. Jos freejournalistina pystyt laskuttamaan enemmän tuntia kohden tai ehdit ja jaksat tehdä enemmän, voit hyvin. Tällä laskukaavalla haetaan minimitasoa.

## Laskun erittely

Laskun erittely on tärkeää, koska silloin asiakas näkee, mistä hän maksaa. Hyvin tarkasti eritelty lasku, jossa eri työtehtävät ja niihin käytetty aika perustellaan kunnolla, on helpompi ymmärtää ja hyväksyä kuin lasku, jossa on vain loppusumma.

Oma juttunsa on se, jos prosessi tuottaa uusia ajatuksia. Kesken kaiken freejournalisti huomaa, että sovitut 1-2 haastateltavaa ovatkin

antaneet sellaista materiaalia, että jutun kulma kääntyy ja hyvän jutun tekemiseksi on soitettava tai tavoitettava vielä 1-2 tietolähdettä. Jos lisätyön tekemisestä ei ole sovittu etukäteen, siitä on syytä kiireen vilkkaa sopia ennen kuin lähtee tekemään työtä. Jälkikäteen ylituneista on hyvin hankala saada palkioita.

Myös siitä on sovittava etukäteen, maksaako asiakas mahdol-

liset matkakorvaukset. Laitteiden käyttö ja datayhteydet jätetään yleensä huomiotta, vaikka niiden erittely voisi hyvin olla omalla rivillä laskussa. Erityisesti kuvaajat ja vaativien kuvitusten tekijät joutuvat käyttämään kallista kalustoa työsäään. Kun asiakas ei joudu ostamaan laitteita omaan taseeseensa, korvaus kuuluisi freejournalistille.

Esimerkiksi Journalistiliitto antaa hintasuosituksia.

## Oman työn arvottaminen

Asiakas- ja tilauskohtaisessa laskutuksessa puhutaan myös herkemistä asioista. Jos tuntihintaa ei pysty nostamaan kovin korkealle asiakkaan haluttomuuden tai tiukan kilpailun vuoksi, voi aina yrittää laskea hieman enemmän tunteja.

Laskutettavaa työtä on esimerkiksi haastateltavien tavoittaminen puhelimeen sekä mediatuotteiden sisällön pohtiminen ja suunnittelu, eli sellainen työ, joka edesauttaa tuotteen valmistumista ja parantaa laatua. Myös taustamateriaalin hankkiminen on laskutettavaa työtä.

Luovan työn määritelmän mukaisesti lopputuotetta voi hieroa lopputomiin. Joskus se paranee, joskus taas hinkkaaminen johtaa huonompaan lopputulokseen. Journalisteille on usein myrkkyyä sanoa, että nyt riittää, lopeta tekeminen, koska yleensä aina mediatuotteesta tulee parempi, kun sitä hioo ”vielä vähän” – tai siltä ainakin tuntuu.

Asiakkaan antaman deadline lisäksi freetoimittajan on syytä miettiä myös oman deadline asettamista. Jos työlle on varattu neljä tuntia, sen on syytä valmistua neljässä tunnissa. Jos taas on mahdollisuus käyttää työhön koko päivä, voit käyttää siihen yhden päivän, mutta vain sen yhden. Silloin oma ajankäyttö pysyy hallinnassa, ja voit yhden työtehtävän jälkeen siirtyä seuraavaan – tai vapaalle.

## Myyntitapahtuma

Ennen kuin lähdet myymään työtäsi ja itseäsi, tee itsellesi selväksi se, mitä myyt. Myytkö aikaa? Myytkö ammattitaitoa? Myytkö juttuja omilla ideoillasi? Vai onko sinulla hyvät suhteet asiakkaaseen, että otat vastaan ideoita ja sorvaat niistä ammattitaitoisia mediatuotteita? Oletko taittaja vai kuvittaja vai molempia? Hankitko sinä kuvia, jos niitä ei ole valmiina? Voitko tehdä kuvia tai tilata niitä asiakkaan laskuun?

Tekijänoikeus, idea ja välähdys, ajatus siitä, millainen juttu kannattaa tehdä, miksi, kenelle ja milloin se kannattaa tehdä. Nämä ovat seikkoja, joita vain ammattimaiset ostajat ymmärtävät.

Pelkän idean hinnoittelu on hankala, koska silloin asiakas ei tiedä, mitä on tulossa. Sen vuoksi vastaus on yleisesti: ”Tee 2 000 merkkiä tai 3 000 merkkiä.” Loistavan idean saanut freejournalisti ei saa jäädä tällaisessa tilanteessa hämilleen, vaan hänen täytyy perustella jollain lailla asiakkaalle oman juttuideansa erinomaisuus – perustelu ei välttämättä tuo lisää mitta juttulle, mutta se voi tuoda lisää arvoa.

Kuvituksen pukeminen sanoiksi on vielä konstikkaampaa, mutta senkin erinomaisuudesta kertominen on paikallaan.

Ostava asiakas mediatolossa

hahmottaa freejournalistin tekemän työn yleensä merkeissä, laajuudessa tai minuuteissa. 10 000 merkin jutusta toimittaja saa enemmän rahaa kuin tuhannesta merkistä, kuvittaja saa enemmän työstään, jos hän kuvittaa pitkän jutun ja vastaavasti radioon tai televisioon tehtävät pitkät jutut ovat arvokkaampia.

Onko se enemmän rahaa samasta työstä, vai saman otsikon sisälle enemmän laskutettavaa työtä? Kysymys on filosofinen.

Mikä on jutun hinta, kun ammattitaitoiselta toimittajalta sen tekemiseen kuluu tunti, mutta ostajana onkin asiakas, jolta itseltään siihen kuluisi kaksi päivää? Tai hän ei saisi sellaista aikaan olenkaan?

Firmojen tiedotteet, firmojen tarinat, historikit – näissä puhutaan kokonaisuuksista, mutta sinä myyt helpoiten aikaasi.

Matkareportaasi – 135 euroa!

Miten toimia tilanteessa, jossa seinä on ylittämätön.

Lehden toimituspäällikkö tarjoaa sinun erinomaisesta mediatuotteestasi huimat 135 euroa, verokortilla.

Ehdotamme: älä tee!

Mene rantaan potkimaan kiviä ja huutamaan ääneen. Sen jälkeen palaa tämän kirjan ääreen ja tee tehtävät entistä tarkemmin.

# 9 | Sopimukset, oikeutesi ja velvollisuutesi

## Määrittele, mihin suostut ja millä ehdoilla

Kun yhteydenpito asiakkaisiin on tuottanut tulosta ja on aika sopia tehtävästä, niin on hyvä seisahtua miettimään, mitä kaikkea Sinun työn tekijänä on asiakkaalta muistettava kysyä. Hyvin usein asiakkaan käsitys tilatun työn sisällöstä eroaa työn tekijän käsityksestä. Näin on yhtä hyvin yritysten sisällä kuin yritysten ja ulkopuolisten tekijöiden välillä – kaikilla aloilla.

Tässä tarvitaan siis tarkkuutta. Mieti, miten toimit, jotta Sinulle jää kirjallinen dokumentti siitä, mitä asiakas on tilannut. Kun työtehtävästä sovitaan siten, että asiakas lähettää tarjouspyynnön, johon vastaat tarjouksella ja sen jälkeen asiakas lähettää tilauksen, niin dokumentit jäävät molemmille osapuolille.

Kun asiakas soittaa ja tilaa työn, kätevä tapa on lähettää asiakkaalle sähköposti, jossa täsmennetään tilaus. Mitä tehdään, millä aikataululla, mitä työstä

maksetaan, maksetaanko matkat... Entä jos toimitusaika venyy Sinusta riippumattomista syistä? Kaikista yksityiskohdista kannattaa mainita. Ostaja ei välttämättä mieti muuta kuin sitä, että saa tarvitsemansa työsuorituksen sovituksessa ajassa.

Pyydä sähköpostiisi vielä vastaanottajalta kommentit tai kuittaus siitä, että olet ymmärtänyt asian tilaajan tarkoittamalla tavalla.

Siis: Määrittele, mihin suostut ja millä ehdoilla. Sovi selkeästi ja yksiselitteisesti, mitä työtehtävään kuuluu ja mitä ei kuulu. Freen ja työn tilaajan välillä tehtävistä sopimuksista löytyy lisätietoa netistä: (<http://www.freet.fi/sopimukset/>). Sivun linkeistä löytyvät muun muassa VKL-SJL Freelancer-tehtävien toimitus- ja myyntiehdot sekä mallisopimukset toimeksiantoihin.

# 10 | Ajankäyttösi ja asiakkuuksien kannattavuus

Olet nyt haarukoinut nykyistä tekemistäsi, taitojasi, toiveitasi ja rahojasi. Seuraavaksi on vuorossa työhön käyttämäsi ajan arviointi. Freen työ on usein urakkaperusteisesti laskutettavaa

Jos Sinulla ei ole riittävän tarkkaa tuntumaan, miten

paljon eri töihin käytät aikaa, niin ehdotamme, että pidät työskentelystäsi tuntikirjanpitoa seuraavan kahden viikon ajan. Syntyvä kirjanpito kertoo suuntaviivat, joiden avulla voit arvioida myös asiakaskohtaista ajankäyttöäsi vuositasolla.

# 11. | Talouden suunnittelu - taulukot

*Työnteosta pitää saada riittävä rahallinen korvaus. Mikä sitten on riittävä? Miten riittävä korvaus on arvioitavissa? Seuraavassa on kolme erilaista taulukkoa, joita voit käyttää avuksesi. Tutustu taulukoihin ja esimerkkeihin. Muokkaa taulukot mahdollisimman tarkkaan omaa toimintaasi kuvaaviksi.*

## 1. Tulotarve

**Tulotarve**-taulukossa voit arvioida menosi kuukaudessa tai vuodessa. Menot sanelevat sitten sen, kuinka paljon tuloja pitää hankkia. Taulukon avulla voit suunnitella, miten saat menot ja tulot tasapainoon.

## 2. Hinnoittelu

**Hinnoittelu**-taulukossa arvioidaan vuotuisten menojen perusteella työn tuntihintaa, päivähintaa ja kuukausihintaa. Tämän taulukon avulla voit laskea, miten paljon pitää ansaita kymmenen tehollisen työkuukauden aikana. Rahaa kuitenkin kuluu vuosittain jokaisena 12 kuukautena.

## 3. Työhinnoittelu

**Työhinnoittelu**-taulukon avulla voit laskea tarjouksia asiakkaillesi. Hinnan perustelu on usein sitä helpompaa mitä tarkemmin eri kulut on eritelty.

*Taulukot on tarkoitettu käytettäväksi erikseen. Niiden avulla tehtävät laskelmat ovat suuntaa-antavia. Kuten tiedetään, esimerkiksi hinnoittelu on lopulta myyjän ja ostajan välisissä neuvotteluissa tapahtuvaa.*

ARVIOITULOTARVE		
	kk	vuosi
<b>TULOT</b>	kk	vuosi
Asiakas 1		
Asiakas 2		
Asiakas 3		
Asiakas 4		
Asiakas 5		
Asiakas 6		
Asiakas 7		
Asiakas 8		
<b>YHTEENSÄ</b>	0	0
<b>MENOT</b>	kk	vuosi
Palkka		
Matkat		
Vuokra		
Puhelinkulut		
Nettikulut		
Paperi ja muut pientarvikkeet		
Tietokoneet		
Kamerat		
Eläkevakuutukset		
Muut		
<b>YHTEENSÄ</b>	0	0
<b>TULOT YHTEENSÄ</b>	0	0
<b>MENOT YHTEENSÄ</b>	0	0
<b>EROTUS</b>	0	0



HINNOTTELU			
MENOT	päivä	kk	vuosi
	7 t	30 p	12 kk
Palkka			
Ennakonpidätys ja sotu			
Matkat			
Vuokra			
Puhelinkulut			
Nettikulut			
Paperi ja muut pientarvikkeet			
Tietokoneet			
Kamerat			
Eläkevakuutukset			
Muut			
<b>YHTEENSÄ</b>	0	0	0
LASKUTETTAVA TYÖAIKA	päivä	kk	vuosi
oletus: vuodessa on 10 työkuukautta			10
arvioi työpäiviesi määrä kuukaudessa		20	200
arvioi työtuntiesi määrä päivässä	7	140	1400
Laskuri olettaa, että vuodessa on 10 aktiivista työkuukautta.			
Jos työkuukausien määrä Sinulla on pienempi tai suurempi, niin muuta lukua.			
MENOT	päivä	kk	vuosi
	0	0	0
Ilmoitamasi menot ja arvioimasi työaika tuottavat seuraavan hintamäärittelyn			
<b>TUNTIHINTA</b>	0		
<b>PÄIVÄHINTA</b>	0		
<b>KUUKAUSIHINTA</b>	0		

TYÖTILAUKSEN HINNOITTELU:			
Asiakas pyytää hinta-arviota kirjoituksesta, kuvauksesta tai kuvituksesta.			
Esimerkkinä kirjoitus:			
1) jaetaan työtehtävä osiin			
2) arvioidaan kuhunkin osaan tarvittava aika			
3) hinnoitellaan kukin työtehtävä, toki myös samaan hintaa voi käyttää			
TYÖN OSAT	AIKA tuntia	HINTA/tunti	YHT €
Tilauksen määrittely	1	56	56
Aiheeseen tutustuminen	1	56	56
Haastattelu 1	3	56	168
Haastattelu 2	2	56	112
Haastattelu 3	2	56	112
Haastattelu 4	2	56	112
		56	0
		56	0
Kirjoittaminen	4	56	224
Tekstin tarkistus haastatellut	2	56	112
Tekstin muokkaaminen	2	56	112
Keskustelu tekstistä tilaajan kanssa	1	56	56
		56	0
		56	0
		56	0
		56	0
<b>YHTEENSÄ</b>	20		1 120,00 €
ARVIO MUISTA KULUISTA	km	€/km	
Matkat	120	0,45	54
Majoitus			
Puhelinkulut			
<b>YHTEENSÄ (Laskutus toteutuneen mukaisesti)</b>			54,00 €
<b>YHTEENSÄ</b>			1 174,00 €
ARVIO VUOTUISESTA TULOKERTYMÄSTÄ	tunteja	päiviä	hinta/päivä
Hinnoiteltavaan työhön	20	2,9	392,00 €
Arvioi laskutettavien työpäiviesi määrä		päiviä	laskutus/v
Ajankäyttö töihin vuodessa		170	66 640,00 €



# Yhteenveto

## Kiteytä tähän vielä liiketoimintasuunnitelmasi:

### Minä ja toimintani

---

---

### Tavoitteeni

---

---

### Alan kehitys

---

---

### Asiakkaitteni muutokset

---

---

### Markkinointini ja myyntityöni

---

---

### Toimintani kannattavuus

---

---

### Mitä minun olisi tehtävä

---

---

## Loppusanat

Aikaisemmat tehtävät mietiskelyäsi ja vastaukset kysymyksiin annettuasi olet laatinut itsellesi liiketoimintasuunnitelman perustan. Kuten olet havainnut, liiketoiminnan suunnittelussa on useita erillisiä osa-alueita: omat taidot, omat unelmat, yleinen talouden kehitys, toimialan muutokset ja asiakkaiden ratkaisut, markkinointi ja myynti, hinnoittelu ja talouden suunnittelu.

Näiden erillisten alueiden miettiminen on lisäksi aina aikaan sidottua – tänään on näin, puolen vuoden

päästä asiat ovat mahdollisesti aivan toisin. Mutta jos tieto, jonka olet liiketoimintasuunnitelmaan rakentanut, muuttuu kovin nopeasti, niin mitä iloa liiketoimintasuunnitelmasta sitten on? Selvää on, että suunnitelmaa on muutettava, mikäli jotkin suunnitelman johtopäätöksiin vaikuttaneet asiat muuttuvat merkittävästi. Liiketoiminnan suunnittelu onkin enemmän ajattelutapa kuin yksittäinen lomake ja sen kysymyksiin annetut vastaukset. Siis kun täytät lomaketta, lomake täyttää myös Sinua.