



Yrittäjyystaitojen  
**BUUSTAUS**

Etelä-Pohjanmaa

# Some työnhaussa

Rakenna digitaalinen henkilöbrändi

24.3.2026

Pauliina Hautamäki  
yritystoiminnan kouluttaja  
Suomen Yrittäjäopisto



Euroopan unionin  
osarahoittama

Suomen Yrittäjäopisto 

# Mikä sinua mietityttää tai estää tällä hetkellä henkilöbrändin rakentamisessa somessa?

Jaa ajatuksesi keskusteluun.



# Tämän päivän tavoitteet

## Oivalla

Mitä henkilöbrändi tarkoittaa?

## Hyödynnä

Tekoäly ideoiden sparraajana.

## Aktivoi

Miten herätät LinkedIn-profiilisi eloon?

## Verkostoidu

Rakennetaan yhdessä tukea ja näkyvyyttä.

# Mikä on henkilöbrändi?

"Henkilöbrändi on se, mitä sinusta puhutaan, kun et ole huoneessa." - Jeff Bezos

## Ei kiiltokuva

Se ei ole kiiltokuva, vaan **luottamusta ja mielikuvia**.

## Näkyväksi tekemistä

Kyse on osaamisesi ja persoonasi näkyväksi tekemisestä.

## Muista

Sinulla on brändi jo nyt – hallitsetko sitä itse vai annatko muiden määrittellä sen?

# Henkilöbrändin kivijalka

- Arvot
- Tunne
- Mihin suuntaan haluat?

Paljolti itsetuntemusta.

Osaamiskartta-työkalu erinomainen työkalu itsensä tutkiskeluun.

- Mistä haluat olla tunnettu?
- Millaisen fiiliksen haluat jättää itsestäsi muille?
- Mistä toivoisit muiden muistavan sinut?

Pystytkö puristamaan maks. kolmeen sanaan?

# Miksi henkilöbrändillä on väliä?

## Työnhakijalle

Tule löydetyksi (piilotyöpaikat) ja ohita "hakemuspino".  
Vahvista hakemustasi. Erotu.

## Työntekijälle

Asiantuntijarooli tuo turvaa ja uusia mahdollisuuksia talon sisällä.  
Verkostoituminen ja tulevaisuuteen ajattelu.

## Kaikille aloille

Some on totuttu näkemään toimihenkilöiden paikkana, mutta se on ihan kaikille! Erotu olemalla aktiivinen ja tuomalla esiin osaamistasi.



# LinkedIn-profiilisi perusrakennuspalikat

## Otsikko (Headline)

Älä kerro vain titteliä, kerro mitä ratkaiset.

## Profiilikuva

Henkilöbrändisi mukainen.

## Tarinallinen tiivistelmä (About)

Kuka olet, mitä olet saanut aikaan ja miksi teet mitä teet?

Missä asioissa voit olla avuksi?

**Marianne Nikkari** · 1.  
Yritystoiminnan kouluttaja,  
työelämäkoordinaattori, Suomen  
Yrittäjäopisto ✨ Kouluttaminen ✨ Ohjaus  
✨ Työelämässäoppimispaikkojen koordinointi  
työvoimakoulutusopiskelijoille  
Suomen Yrittäjäopisto  
Seinäjoki, South Ostrobothnia, Finland  
727 seuraajaa · **Yli 500 yhteyttä**  
Heli, Mirku ja 112 muuta yhteistä verkoston jäsentä

**Marianne Nikkari** · 1st  
Koulutan ja ohjaan kohti työelämäunelmia | Yhdistän motivoituneet  
osaajat ja työnantajat | Yritystoiminnan kouluttaja |  
Työelämäkoordinaattori | Suomen Yrittäjäopisto  
Seinäjoki, South Ostrobothnia, Finland · [Contact info](#)  
726 followers · **500+** connections  
Pirita Nurmi, Johanna Kokkomäki, and 113 other mutual connections

[Message](#) [More](#)

15.24

Haku

### Tietoja

Ohjaan aikuisopiskelijoita liiketoiminnan perustutkinnon- ja ammattitutkinnonosissa. Vastuullani on Liiketoiminnan osaajaksi -työvoimakoulutus. Ohjaan opiskelijaa hoksista- osaamisen arviointiin näytössä.

Koulutan ja ohjaan aikuisopiskelijoita nykyajan työnhakuun liittyvistä asioista pääosin verkossa ja virtuaalisesti. Tästä käytännön esimerkkinä opiskelijoille työnhakuun suunnattu työnhaun koulutuskokonaisuus ja verkkokurssi.

Opiskelijani ovat taustaltaan monialaisia, korkeasti koulutettuja tai toisen asteen ammatillisen tutkinnon suorittaneita. Ohjaan yksilöitä ja ryhmiä keskittyen jokaisen henkilökohtaisiin tavoitteisiin sekä kokonaisvaltaiseen työnhakuun.

Etsimme mahdollisia työelämässäoppimispaikkoja sekä työpaikkoja. Ohjaan ja ideoin yhdessä opiskelijan kanssa, minne hänen urapolkunsa voisi tulevaisuudessa johtaa. Aikuisopiskelijan oman osaamisen, kiinnostuksen kohteiden ja vahvuuksien löytäminen, tunnistaminen ja sanoittaminen ovat tässä avainasemassa. Unelmointia unohtamatta!

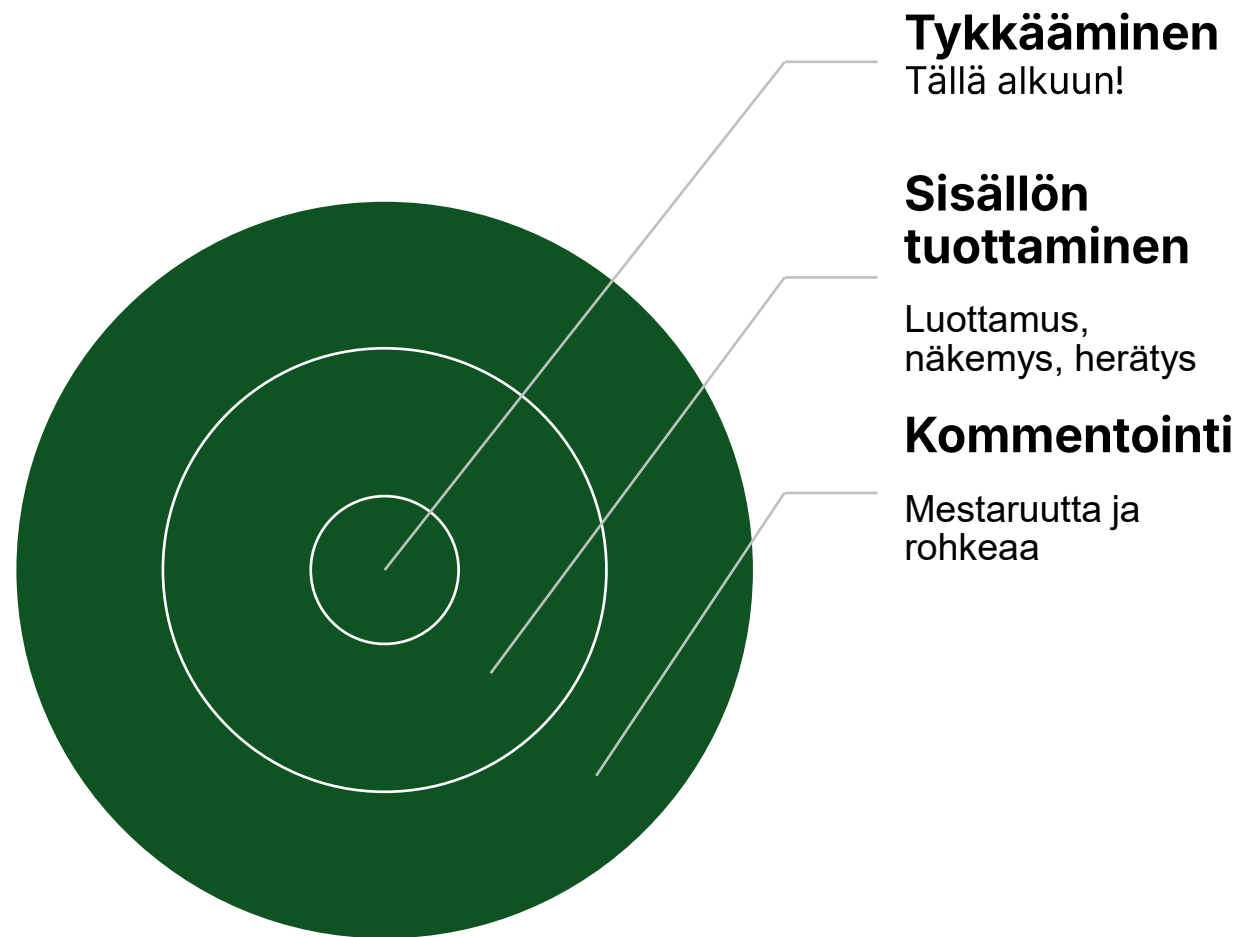
Verkostoidun mielellään rekrytoijien sekä yritysten henkilöstön kanssa, jotka haluavat napata parhaat työntekijät heille kasvamaan ja kehittymään. Toteutetaan yhdessä työelämäunelmia!

Sähköposti: marianne.nikkari@syo.fi

Motivoitunut  
Auttamishaluinen  
Rohkea  
Innostunut

Aloitus Oma verkosto Julkaisu Ilmoitukset Työpaikat

# Toiminta herättää profiilin



Mikä on sinulle haastavin?

Lisäksi

- Dm-viestit ja tervehdykset, huomioonnit
- Suosittelet
- Mitä muuta?

# Kenelle puhut?

## Markkinointitermein asiakaspersoonana

### Unelmiesi työnantaja

Kuka on unelmiesi työnantaja tai esihenkilö?

### Heidän ongelmansa

Minkä ongelman hän haluaa ratkaista palkkaamalla sinut?

### Vinkki

Kirjoita yhdelle ihmiselle, älä massalle. Käytä kieltä, jota alallasi puhutaan.

Millainen hän on? Tai millaisia he ovat?

- Toimitusjohtaja
- Yrittäjä
- HR-asiantuntija / HR-päällikkö
- Liiketoiminnan päällikkö
- Headhunter

Otetaan muutama minuutti aikaa ja kirjoittakaa itsellenne muutamalla lauseella ajatuksenne kenelle somessa puhut? Kenen haluat kiinnostuvan?

# Kokeile tekoälyllä

Esimerkiksi chatgpt tai gemini

*”Olen työnhakija. Olen taustaltani tradenomi ja minulla on 10 vuoden kokemus kirjanpitäjänä. Haluan aktivoitua linkedinissä ja mietin että haluan tarkentaa kohderyhmääni. Auta minua hahmottamaan kuka tai ketkä ovat kohderyhmääni ja millaisia asioita he arvostavat ja mitä he epäröivät rekrytointeihin liittyen (mitä minun kannattaisi tuoda esiin postauksissani linkedinissä. Anna minulle 10 inspiroivaa kysymystä joiden avulla voin tuottaa postaukset.)”*

# Kasvu-Kalle

## PK-yrityksen omistaja-toimitusjohtaja

Kalle on pyörittänyt yritystään 5–15 vuotta. Yritys on vakiinnuttanut paikkansa, mutta viime vuosina kasvu on tasaantunut tai markkinaosuus on alkanut rakoilla ketterämpien kilpailijoiden tieltä.

### 1. Tausta

Ikä: 40–55 vuotta.

Koulutus: Usein ammatillinen koulutus tekniseltä alalta tai insinööri

Rooli: Omistaja-toimitusjohtaja. Hän on "joka paikan höylä", joka osallistuu niin rekrytointeihin, myyntiin kuin arkiseen tekemiseen.

Yrityskoko: Liikevaihto 2 M€–15 M€, henkilöstöä 10–50.

### 2. Tekemisen tapa ja arvot

Kalle arvostaa tuloksia, ei hienoja termejä. Jos jokin ei näy viivan alla, se on hänelle turhaa.

Ylpeys ja vastuu: Yritys on hänelle "oma lapsi". Hän tuntee vastuuta työntekijöistään ja paikallisesta maineestaan.

Skeptisyys: Hän on kokeillut aiemmin "digimarkkinointia" (kuten yksittäisiä Google-mainoksia tai some-postauksia) heikoin tuloksin ja pitää markkinointitoimistoja usein kalliina ja etäisinä.

### 3. Haasteet ja kipupisteet

"Tulipalojen sammuttelu": Aika menee päivittäiseen operatiiviseen työhön, eikä strategiselle suunnittelulle jää tilaa.

Markkinoinnin sirpaleisuus: Yritys tekee markkinointia "sinne päin" - joku päivittää Facebookia silloin tällöin ja messuilla käydään, mutta punainen lanka puuttuu.

Mittaamisen vaikeus: Hän ei tiedä, mikä markkinoinnissa oikeasti tuo euroja sisään ja mikä on hukkainvestointi.

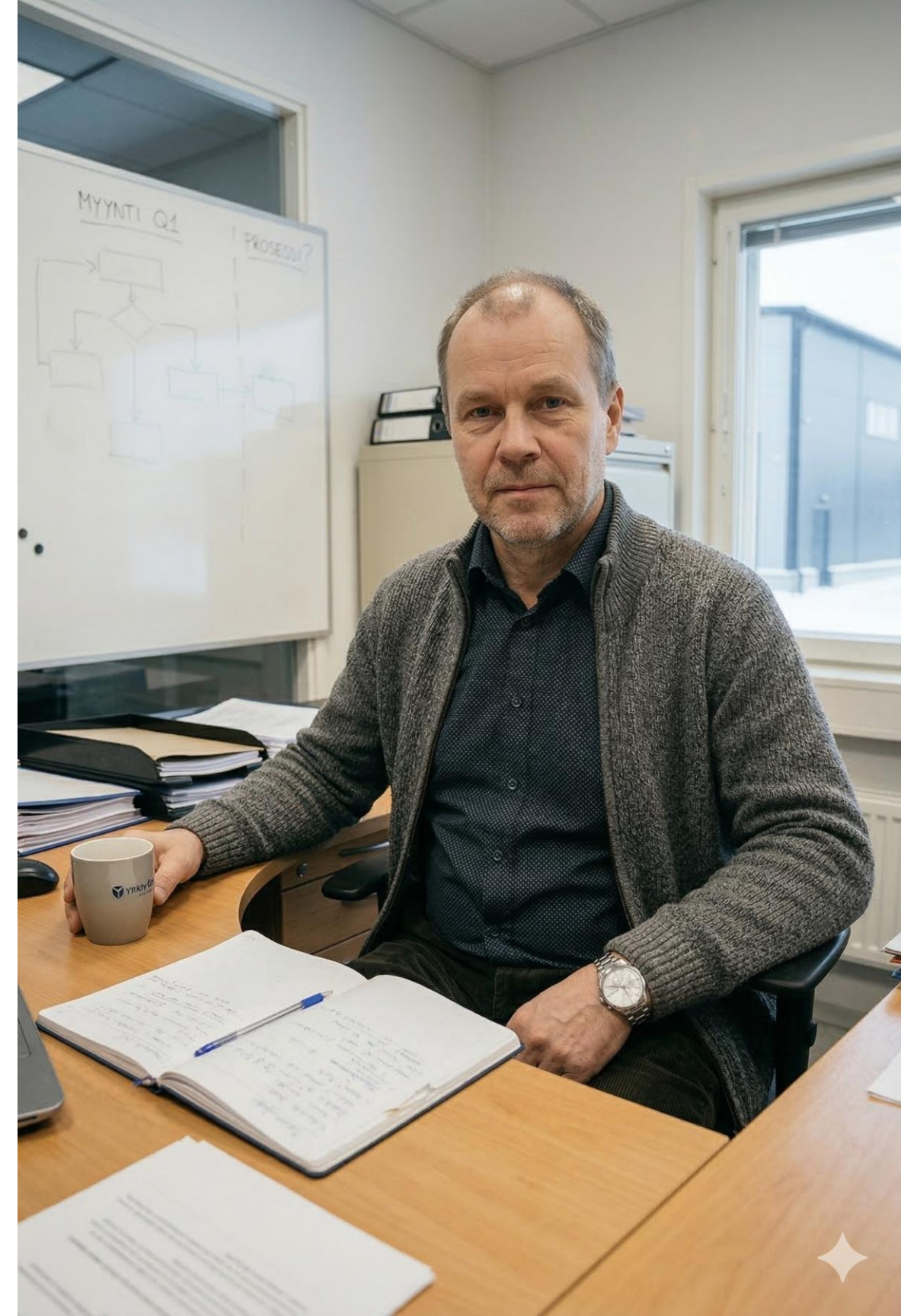
Erottautuminen: Kilpailijat näyttävät verkossa paremmilta, vaikka Kallen tuote tai palvelu on laadullisesti yliveräinen.

### 4. Tavoitteet ja motivaatio

Ennustettava kasvu: Hän haluaa myyntiputken, joka ei ole riippuvainen vain hänen omasta verkostostaan.

Brändin kirkastaminen: Halu tulla alan tunnetuimmaksi ja luotettavimmaksi toimijaksi.

Yrityksen myyminen tai delegointi: Strateginen selkeys helpottaisi yrityksen arvon kasvattamista mahdollista myyntiä varten tai siirtymistä pois päivittäisestä johdosta.



# Asiakaspersoonana vaikuttaa tyyliin

## Älä kirjoita näin

"Optimoimme konversioprosentteja monikanavaisella ostopolulla."

"Luomme teille kattavan ostajapersoonaprofiilin syvällisellä datalla."

"Markkinointistrategia vaatii merkittävää etupainotteista investointia."

"Tarvitsette vahvempaa brändipreerenssiä markkinoilla."

## Kirjoita näin

"Varmistamme, että verkkosivunne ohjaa kiinnostuneet kävijät ottamaan yhteyttä myyntiinne."

"Määritämme tarkasti, kuka on teille kannattavin asiakas ja miten saamme heidät ostamaan."

"Tämä on investointi, jolla rakennamme teille ennustettavan myyntiputken ja vähennämme riippuvuutta satunnaisista tilauksista."

"Varmistamme, että asiakas valitsee teidät, eikä kilpailijaa, vaikka kilpailija olisi hieman halvempi."

## Perustelu

Kalle ei välttämättä tiedä, mikä on "konversio", mutta hän ymmärtää "yhteydenoton myyntiin". Puhu lopputuloksesta, älä prosessista.

"Persoonaprofiili" kuulostaa teoreettiselta. "Kannattavin asiakas" ja "ostamaan saaminen" ovat liiketoimintalähtöisiä.

"Etupainotteinen investointi" kuulostaa pelkältä kululta. "Ennustettava myyntiputki" on Kallen unelma.

"Brändipreferenssi" on jargonia. Erottautuminen ja katteen suojaaminen hinta-aseelta ovat konkreettisia hyötyjä.

# Kokeile edellisen kehotteen perään

- Esimerkiksi

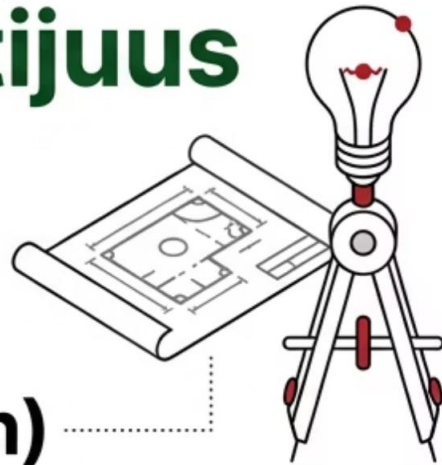
”Tee minulle taulukko, miten asiakaspersoonan ”tilitoimistot” vaikuttavat viestintätyyliin. Anna konkreettisia esimerkkejä ”Älä kirjoita näin”, ”kirjoita näin”, ”perustelu”

# Sisällön nelikenttä – Mitä julkaisen?

Mitkä voisivat olla sinun teemat?  
Nämä ovat esimerkkejä.

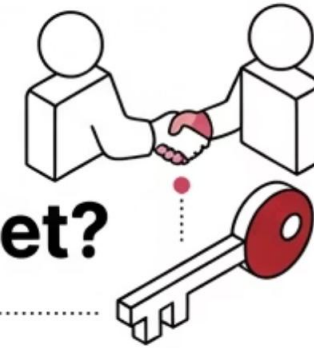
## Asiantuntijuus

Jaa vinkkejä, ratkaisuja ja alan uutisia (Osaan tämän)



## Persoona ja arvot

Mikä sinua motivoi?  
Miten työskentelet? (Olen tällainen)



## Oppiminen ja kasvu

Kurssit, oivallukset ja mokat (Kehityn jatkuvasti)



## Verkosto ja tuki

Kiitä muita, jaa kollegan päivitys, päivitys, kysy neuvoa (Arvostan muita)



# Tekoäly Sisällöntuotannon turbovaihtoehto, mutta...

## ...se ei korvaa persoonaasi

Tekoäly ei korvaa persoonaasi, mutta se poistaa "valkoisen paperin kammon".

## ...käytä sitä sparraajana

Ideoi, kysy näkökulmia, ehdotuksia.

Voit tehdä itsellesi agentin, jolle syötät taustalle esim CV:si, muutamia postauksia, kerrot tyylistäsi, annat asiakaspersoonasi.

## Lukusuositus

Tomi Pyyhtiän artikkeli MMA:n sivustolla 19.1.2026 [Tekoälyllä tehdyt työhakemukset ovat liian täydellisiä.](#)



**Headhunter Tomi Pyyhtiä: Tekoälyllä tehdyt työhakemukset ovat liian täydellisiä**




Headhunter **Tomi Pyyhtiä** on rekrytoinut 500 henkilöä satunnaisesti 30 toimialalla. Päivä

mma.fi

# Voit kokeilla nyt tai myöhemmin: Tekoäly-prompti

Kopioi ja kokeile tätä:

"Toimi kokeneena henkilöbrändäyksen asiantuntijana. Olen **[ammattisi]** ja tavoittelen **[kohderyhmä]** huomiota. Osaamiseni on **[3 taitoa]**. Liitteenä cv:ni ja linkki LinkedIn profiiliini. Luo minulle 10 kiinnostavaa LinkedIn-aihetta, jotka korostavat osaamistani ja persoonaani."

 **Tehtävä:** Valitse yksi näistä ja tee siitä ensimmäinen luonnos!

# 10 aihetta LinkedIniin

**1** "Miksi valitsin tämän alan?"

Tarina

**3** "Suurin oppini tästä viikosta"

Kasvu

**5** "Näin olen kehittynyt viimeisen vuoden aikana"

Kasvu

**7** "Virhe, josta opin eniten"

Rehellisyys

**9** "Kiitos [kollegalle tai mentorille]"

Verkosto

**2** "3 vinkkiä, joilla säästät aikaa [tehtävässä]"

Asiantuntijuus

**4** "Mitä mieltä olette [alan uutisesta]?"

Keskustelu

**6** "Ylpein saavutukseni tässä työssä"

Persoonaa

**8** "Työkalu tai tapa, joka on muuttanut arkeani"

Asiantuntijuus

**10** "Mitä toivoisin tietäneeni aloittaessani"

Tarina

# Sisältökalerin pohja

- Katsotaan excel



# Tuetaan toisiamme!



## Verkostoituminen alkaa tästä

Laita profiililinkkisi chattiin.



## Yhteisön voima

Algoritmi nostaa sisältöjä, joita kommentoidaan nopeasti.



## Mitä lupaisit?

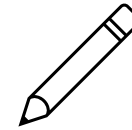
Käy kurkkaamassa ja kommentoimassa ainakin kolmen muun profiilia tänään. Pyydä tuntemaltasi henkilöltä suositus. Anna suositus.



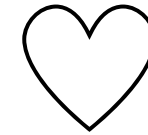
# Yhteenveto ja seuraavat askeleet



**Arvioi title ja about-osiot tänään.  
Verkostoidu minun ja  
kollegoideni kanssa.**



**Julkaise ensimmäinen päivitys**  
(vaikka tästä webinaarista!)



**Ole oma itsesi – se riittää.**

 Millaisia ajatuksia tai kysymyksiä heräsi?

# Kiitokset ja palaute

## Yhteystiedot

Pauliina Hautamäki  
yritystoiminnan kouluttaja

0400 754 878

[pauliina.hautamaki@syo.fi](mailto:pauliina.hautamaki@syo.fi)

Yrittäjyystaitojen buustaus -hanke

Palautelinkki: <https://forms.office.com/e/evsjD3tKkp>

