

Yli 20 000 hissipuhetta kuullut espoolainen yritysvaikuttaja kertoo vinkit työnhakuun ja yrittämiseen – "Ansioluettelo ei ole kiinnostavin puolesi"

Työnhakija voi hyötyä hissipuheen opettelemisesta

– Pitää uskaltaa myydä itseään ja osaamistaan. Yhteisöllisyys on supervoima, kun maailma räjähtää ympärillä.

Näin uskoo Eva Brchisky, uransa viestintä- ja teknologia-alalla tehnyt sarjayrittäjä, joka luotsaa Espoosta käsin BUSO-yritysyhteisöä.

Jäseneksi pääsevät Brchiskyn valitsemat yritykset ja mukana on useita espoolaisfirmoja, kuten Lommilassa urheiluhallia pyörittävä House of Games, aikuiskouluttaja Rastor-instituutti ja tarrapaino Karico. 2000 euron vuosihintaan jäsenet saavat osallistua verkostoon ja sen tapahtumiin. Tätä juttua varten Brchisky antaa vinkkinsä kuitenkin ilmaiseksi.

Talouden käännettä kasvuun ja sitä myötä työmarkkinatilanteen piristymistä on odoteltu Suomessa jo tovi. Espoossakin työttömyys on kasvanut vuoden 2023 maaliskuusta lähtien. Avoimien työpaikkojen määrä on supistunut puolestaan marraskuusta 2022 lähtien.

Kaupungin mukaan helmikuun lopulla Espoossa työttömien osuus työvoimasta oli 11,2 prosenttia, kun koko maassa sama luku 12,7 prosenttia. Työttömyys osuu espoolaisten lisäksi myös kunnan talouteen. Erityisesti pitkäaikaistyöttömät tulevat kunnille kalliiksi. Espoo on maksanut kuntien osuutta työttömyysturvasta viime vuonna melkein 47 miljoonaa euroa.

Epävarmoista talousnäkymistä huolimatta Brchiskyn johtamassa yhteisössä uskotaan verkostojen voimaan. Toisaalta, yritykset kasvavat myynnillä, ja moni ymmärtää kylmäsoittojen olevan varsin epäkiitollinen myyntikeino.

– Ihmisillä on Teams-ähky, verkostot ovat tätä päivää jo. Yrittäjän kannattaa jalkautua laadukkaisiin yritysyhteisöihin. Firmat tekevät yhteisön kautta toki kauppaa, mutta toisia autetaan myös auttamisen ilosta, Brchisky vakuuttaa.

Hissipuhe eli startup-kielellä "pitchi" juontaa juurensa ajatukseen, että oma bisnesidea pitäisi pystyä kiteyttämään 30 sekuntiin – hissimatkan pituiseksi puheeksi. Samaa ajatusta voi soveltaa myös työnhakuun: oma osaaminen pitää pystyä tiivistämään rekrytoijalle selkeästi ja mieleenpainuvasti.

Yritysten lisäksi myös työttömät työnhakijat, tai englanniksi "in-between jobs" eli työpaikkojen välissä olevat kuten Brchisky asian ilmaisee, ovat saaneet sparrausta hissipuheen pitämiseen BUSO:n tapahtumissa. Hyöty on molemminpuolista: kun uraorientoituneet ihmiset etenevät uusiin työpaikkoihin, kasvaa myös BUSO:n verkosto heidän mukanaan. Moni muistaa saamansa avun myöhemmin.

Brchisky on uransa aikana kuullut ja arvioinut yli 20 000 hissipuhetta. Hänen mukaansa työnhakijalle olennaisinta hissipuheessa on kertoa, miten voi auttaa yritystä menestymään.

– Ansioluettelo ei mielestäni ole kaikista kiinnostavin puolesi. Tärkeämpää on saada rekrytoijan kiinnostus heräämään kertomalla kuka olet ja minkä ongelman juuri sinun osaamisesi voi ratkaista yrityksen puolesta, Brchisky kertoo ja korostaa ettei ole rekrytoija.

Yleisin palaute, jota Brchisky antaa hissipuheesta, liittyy "tuoteräppiin". Siis palvelun tai teknologian ominaisuuksien luetteluun. Suomalaista yritysjohtoa syytetään usein liiasta "insinööriydestä", joka käy ilmi juurikin tuotteen teknisen suorituskyvyn korostamisena. Hän peräänkuuluttaa myös uskallusta.

– Saa epäonnistua, epätäydellisyys tekee sinusta kiinnostavan.

30 sekuntia voi kuulostaa liian lyhyeltä ajalta kertoa itsestään ja osaamisestaan. Brchiskyn mukaan se on kuitenkin hyvän hissipuheen supervoima.

– Jos hissipuhe venyy yli 30 sekunnin, se ei yleensä parane vaan pitchi alkaa harhaila, menettää teränsä ja muuttuu helposti epäkiinnostavaksi. Lyhyys pakottaa selkeyteen. Selkeys herättää kiinnostuksen.

Kuka on Eva Brchisky

Kolmannen polven yrittäjä, perusti ensimmäisen yrityksensä vuonna 2009 keskellä lamaa. Brchiskylla on kokemusta niin brändien parista ja viestinnästä kuin kuin teknologiayrityksistä ja startup-maailmasta. Vuonna 2012 hän perusti yritys yhteisö BUSO:n, koska halusi hyödyntää tuhannet uran aikana saadut kontaktit ja yhdistää yrityksiä toisiinsa sekä rahoittajiin. Koronapandemian ja muiden kriisien myötä syntyivät hissipuhekoulutukset ja Pitch Your Business -kilpailut, joissa yritykset ja työnhakijat pääsevät myymään ideoitansa ja osaamistaan suoraan potentiaalisille rahoittajille tai rekrytoiville yrityksille.

Artikkelin kirjoitti toimittaja Ira Pöllänen, Länsiväylä