


NATURALLY GR€€N MON€Y

Käsikirjoitus:
FT, KTM, Life Coach Kati Parkkinen



Naturally Green Money:n juuret; olen mm.

- Jakanut eläkekustannuksia
- Luonut dataa, aikasarjoja ja ennustemalleja
- Tarkistanut kirjanpitoja ja tilinpäätöksiä
- Luonut budjetteja ja toimintasuunnitelmia
- Jakanut ja arvioinut rahoituksia
- Kehittänyt ulosottolaitosta
- Saattanut kehittämishankkeita alkuun
- Haastatellut päättäjiä ja valmennettavia
- Kirjoittanut raportteja
- Lukenut yksilönmuutoskirjallisuutta



Valmennus perustuu
taloustieteellisen
näkökulmaan,
elämäntaidon
valmennusmenetelmään
sekä kotimaiseen ja
ulkomaiseen
talouskäyttötymis-
kirjallisuuteen.

Olennaista:
pyrkimys konkretiaan

kati.parkkinen@naturallyyours.fi



Valmennus soveltuu



- Rikkauksia, suuria unelmia ja materiaalista menestystä tavoitteleville
- Pienituloisille, jotka kamppailevat päivittäisten raha-asioiden ja rahan riittävyyden kanssa
- Keskituloisille liikkakulutuksesta kärsiville, joiden on hankala kääntää alijäämäistä talouttaan ylijäämäiseksi
- Suurituloisille tai varakkaille, joilla on vaikeuksia löytää mielekkyyttä tai merkitystä elämään tai nauttia omaisuudestaan
- Eettisyyttä, ekologisuuutta tai yksinkertaisuutta elämään lisää kaipaaville
- Kaikille raha-asioista laajasti kiinnostuneille

Naturally Green Money

Oman elämän oivaltamista

Oman ajatteluprosessin tunnistamista

> Ihminen ei ole sama kuin hänen ajatuksensa ja/tai tunteensa

Ydin-minään pureutumista

Energiatason vahvistamista

Näkökulmien löytämistä

Tapa olla ja toimia

Kehon ja mielen tasapainoa

NATURALLY GR€€N MONEΥ

IX KONSUMERISMI, AJAN HENKI JA ELÄMYKSET

Konsumerismi



”Emme voi täysin poistaa muiden ihmisten vaikutusta päätöksentekoomme, olemmehan sosiaalisia eläimiä. Varustelukilpailulla saattaa saada kivoja leluja ja hienot puitteet, mutta aitoa elämänsisältöä tai ystävyyttä sen avulla on turhaa odottaa. Ne tulevat kokonaan muista lähteistä.

Silti yhteiskunnassamme kannustetaan materiaaliseen yltäkylläisyyteen: koko ajan pitää päästä ylemmäs ja saada enemmän. Saavuttaa statusta; parempaa asemaa yhteisössä ja parinmuodostuksessa. Tätä kutsutaan konsumerismiksi. Konsumerismi synnyttää ihmisen, jolla ei koskaan ole tarpeeksi ja jolla jokin on aina vialla. Käytöksemme on pitkälti alitajuista, ja siksi se tuntuu luonnolliselta.

Tyytyväisyytensä eteen on uskallettava valita vähemmän kuljettu tie ja tehtävä matka rehellisyyteen, omaan minuuteensa, sen sijaan, että etsii identiteettiään kauppojen hyllyltä. Näin pääsemme kiinni elämänlaatumme todelliseen maksimoimiseen.” Havia, P. & Lappalainen, V. & Rinta-Loppi, A. (2014). *Erilainen ote omaan talouteen. Vapaus, onni ja hyvä elämä*

”Koska varallisuus
ei ole koskaan
rajallista,
meidän ei tarvitse
kiirehtiä, kahmia, himoita tai varastaa.”

Ajan henki

Ajan hengellä on ihmisille, yhteisöille ja yhteiskunnalle aina omat vaatimuksensa

Mistä oikeastaan milloinkin saakaan yhteisössä puhua ja mistä pitää vaieta

Tabut vs. salassapito; kaksi eri asiaa

Rahako tabu?

Tabuilla on taipumus murentua aikojen saatossa

Esimerkiksi alkoholismi, mielenterveyshäiriöt, avioliiton ulkopuoliset suhteet, seksuaalinen suuntautuminen, perheväkivalta jne.

Rahaa ja rahasta puhumista voidaan pitää eräänä tabuna, syystäkin

Onko siitä puhe mistä puute vai siitä puute, mistä ei puhuta?

Syitä avautumiselle

Kulutuksen elämyksellistyminen

Avoimuuden lisääntyminen

Terapiat

Sosiaalinen media

Yksityisyyden kapeneminen

Teollinen vallankumous

Median rooli

Teknologinen kehitys

Globalisaatio

Kulttuurien yhdenmukaistuminen

Arvojen muutos

Ekstroverttiys on in

Itsensä brändääminen on muotia

Roolien muutos: mies/nainen, esimies/alainen,
viranomainen/kansalainen, opettaja/oppilas jne.

Eritavoin ymmärtäminen ja eriaikaisuus, elämme eri vaiheissa:

- > Perheet
- > Suvut
- > Sukupolvet
- > Sukupuolet
- > Alueet
- > Toimialat
- > Työyhteisöt
- > Harrastuspiirit jne.

Jungilainen persoonakieli;

Millä kielellä sinä puhut rahasta?

Faktakieli: lineaarinen, aistihavaintoihin perustuva, konkreettinen, realismiin pohjautuva, lukuja, summia, päivämääriä

Looginen kieli: asiakeskeinen, kriittinen, objektiivinen, selkeä, ei tunnetta, analyyttinen

Ideakieli: abstraktit käsitteet, yksityiskohtien ohittaminen, epälineaarinen, epälooginen, puheenaiheesta toiseen hyppäävä, kokonaisuuksiin keskittyvä, tulevaisuusorientoitunut

Tunnekieli: verbejä, miltä tuntuva, taipumus empatiaan, sopusointuja hakeva, humanit arvot, erehdysten ymmärtäminen esimerkiksi huumorilla

Elämymaailma (Mukaeltu Gelter, 2010)

Elämysteollisuus

Elämystuotanto

Elämystuottaja

Elämystuote

Vierailija, joksi kutsutaan kontekstiin liittyvää asiakasta

Tiedätkö, miten sinuun, kuluttajaan ja asiakkaaseen vaikutetaan?

Kulutus murroksessa

(Saarinen, 2001)

Elämysten ja elämishakuisuuden esiin nousu länsimaisissa yhteiskunnissa liittyy laajempaan tuotannon ja kulutuksen rakenteiden muutokseen

Tätä muutosta kuvataan usein siirtymisellä fordistisesta tuotannosta kohti jälki-fordistista tuotantoa ja siihen kytkeytyvää uudenlaista kuluttamista

Jälki-fordistinen tuotanto

(Miettinen & kumppanit, 2011; Saarinen, 2001)

Tuotteilla ja kulutustavoilla on suuria keskinäisiä eroja

Markkinat rakentuvat kuluttaja- ja kulutuskeskeisesti, aiempaa yksilöllisemmin

Tuotteiden elinikä on lyhyt; tuotteet tulevat ja menevät nopeasti pois muodista

Tuotteet ovat myös yksilöllisesti ja sosiaalisesti erottelevia ja suunnattuja yhä tarkemmin palvelemaan tiettyjä kuluttajaryhmiä ja heidän tarpeitaan

Tämän kaltaiset tuotteet viittaavat kiinteästi elämysten tuottamiseen ja niiden kuluttamiseen

Kuluttajat ovat itse suunnittelemassa tuotteita; fanittamassa, tykkäämässä ja muotoilemassa niitä

MILLAISENA ITSE KOET TÄMÄN AJAN JA JÄLKIFORDISMIN? KIRJOITA!

Elämysten jälkeen

(Pine & Gilmore, 1999)

Talouden muutos ei pääty elämyksiin

Elämysten tarjoamista seuraavat transformaatiot, yksilölliset, kuluttajassa tapahtuvat muutokset, ja niiden aktiivinen ohjaaminen

Muutostaloudessa on kyse laajemmasta näkökulmasta asiakkaaseen ja hänen oletettuihin tai haluttuihin muutostarpeisiinsa

Yksilöllisten muutosten ohjaaminen eli transformaatiotalous eroaa elämysten tarjoamisesta yhtä paljon kuin elämykset eroavat palvelujen tuottamisesta

Elämyksen määritelmä 1 (Kostiainen, 2002)

Elämykseen liittyy monien eri aistien yhdistely, myönteisyys, tilannesidonnaisuus, hetkellisyys, kaupallinen tuotteistaminen, monipuolisuus, aitous, toiminnallisuus ja kerronnallisuus

KUN OSTAT ELÄMYKSEN, EROTATKO SIITÄ NÄMÄ ASIAT?

TUNNISTATKO OSTAVASI ELÄMYKSIÄ?

MITEN?

Elämyksen määritelmä 2 (Pine & Gilmore, 1999)

Elämykseen osallistuva yksilö haluaa usein jotakin kestävämpää kuin muiston, jotain mikä ylittää sen, minkä mikä tahansa tavara, palvelu tai elämys yksin voi tarjota

Yksilö haluaa jotain, joka on haluttavampaa ja arvostetumpaa kuin elämys itse

Asiakkaat haluavat tulla joksikin toiseksi tai toisenlaiseksi, he haluavat uusia ja pysyviä ominaisuuksia

Kyse on transformaatiosta, muutoksesta, muuttumisesta

TUNNISTATKO ITSESTÄSI YLLÄ KUVATUN KAIPUUN TÄYTTÄMISEN TARPEEN? KUVAILE KULUTUSTOTTUMUKSIASI.

Elämyksen määritelmä 3

(Carbone & Haeckel, 1994)

Tuotteen vaikutelmaan vaikuttavat jotkut rationaaliset ja emotionaaliset tekijät

Vaikutelma voi olla suunniteltua, tarkoituksellista tai sattumanvaraista

Vaikutelmista muodostuu kokemus

Kuluttajan kokemusten johtaminen keskittyy pääasiassa vaikutelmien systemaattiseen muotoiluun ja toteutukseen, jotka ilmenevät tuote- ja palveluympäristössä

***MIETI VIIMEISINTÄ EI-VÄLTTÄMÄTTÄMYYSOSTOSTASI.
MILLAISIA VAIKUTELMIA TUO OSTOS SINULLE ANTOI?***

OIVALLUKSENI TÄNÄÄN

Kirjoita, mitä oivalsit tällä kertaa.

MINUN KOKEMUKSENI

Millainen kokemus Naturally Green Money-valmennus sinulle oli?

Mihin asioihin olit tyytyväinen?

Onko jotain, johon olisit kaivannut muutosta?

Minkä arvosanan antaisit Naturally Green Money-valmennukselle kokonaisuutena asteikolla 1-10?

Olisitko halukas saamaan lisää valmennusta tai kenties suosittelemaan sitä jollekin ulkopuoliselle?

Terveisesi valmentajalle:

Lähetä halutessasi palautteesi sähköpostilla valmentajalle!

Lähteitä

Chiba, F. (2018). Kakeibo. Säästämisen taito

Majasalmi, T. (2012). Totuus taloudestasi

Sjögren, M. & Hikipää, I. (2014). Vaurastumisen reseptit

Kullas, E. & Myllyoja, N. (2014). Nainen ja rikastumisen taito

Eker, T. H. (2005). Secrets of the Millionaire Mind. Think Rich to Get Rich

Kiyosaki, R. (2010). Rikas isä - köyhä isä. Tie taloudelliseen menestykseen

Parkkinen, K. (2019). Muutosjohtajuus media-alalla Suomessa. Väitöskirja

Proctor, B. (2012). Olet syntynyt rikkaana

Simmons, R. (2013). Todella rikas

Wattles, W. D. (2018). Rikastumisen tiede. Opi ymmärtämään vaurastumisen lait

Havia, P. & Lappalainen, V. & Rinta-Loppi, A. (2014). Erilainen ote omaan talouteen. Vapaus, onni ja hyvä elämä

Kondo, M. (2015). KonMari - siivouksen elämänmullistava taika

Aalto, I. (2017). Paikka kaikelle. Mistä tavaratulva syntyy ja kuinka se padotaan

Suokko, S. & Partanen, R. (2017). Energian aika. Avain talouskasvuun, hyvinvointiin ja ilmastomuutokseen



Kiitos!

Kati.parkkinen@naturallyyours.fi

p. 044 280 8478