

# Miten vahvistan organisaationi palautumiskykyä ja psykologista turvallisuutta?

Puhtausalan esihenkilö- ja asiantuntijapäivät 25.–26.1.2024

Lilly Korpiola

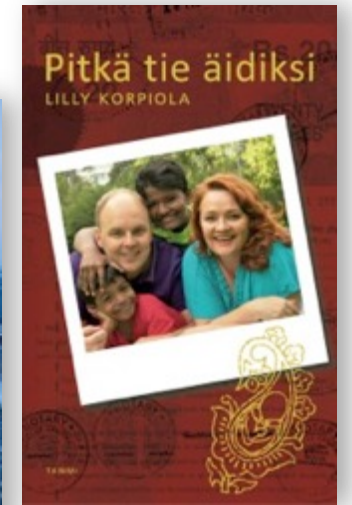




## Lilly Korpiola

Tietokirjailija, viestinnän ja johtamisen  
asiantuntija

**CEO Recado Oy**  
[www.lillykorpiola.com](http://www.lillykorpiola.com)  
[@lillykorpiola](https://twitter.com/lillykorpiola)  
040 718 5757

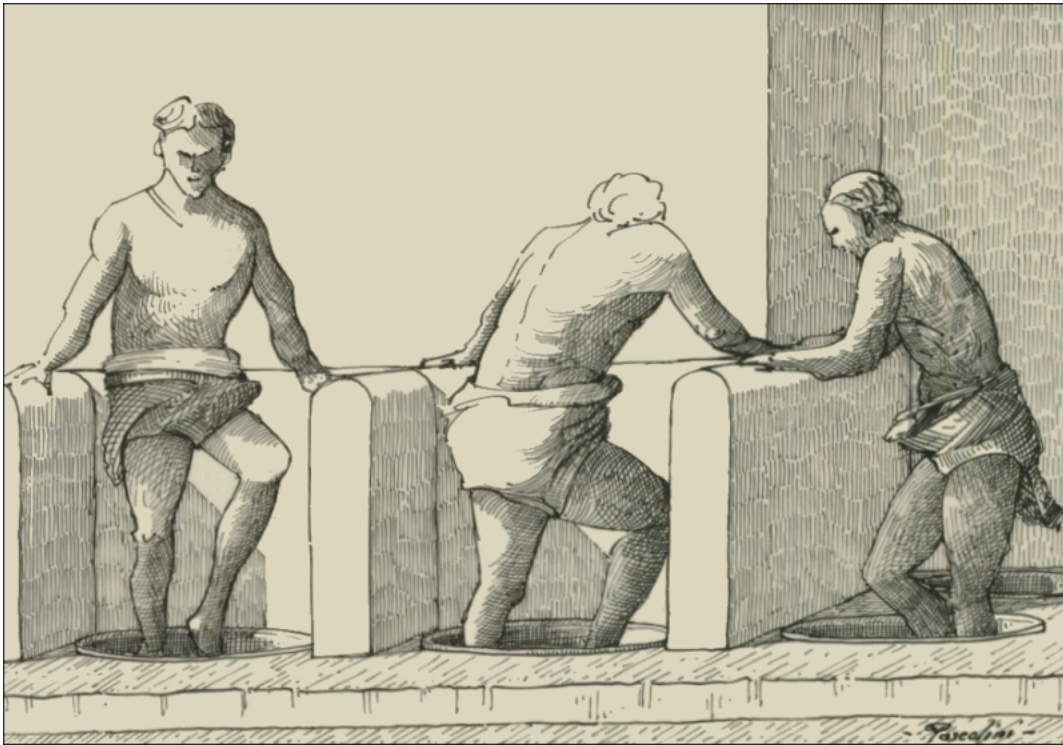


# Miten puhtausla ja esim. tekstiilihuolto ovat muuttuneet maailmalla 3000 vuoden aikana?



# Tekstiilihuollon työntekijä 'fullo'

## Antiikin Roomassa puhtausalan työntekijät olivat arvostettu ammattikunta!



# Historian tanssivat pyykkärit

## Saltus fullonius (Seneca, Epistulae 15,4)



- Antiikin aikana tekstiilihuolto ja pesulat olivat tärkeä osa kaupunkisuunnittelua. Puhtausala on kaupunkisuunnittelun ytimessä, koska puhtauden kautta voitiin estää tautien ja epidemioiden leviäminen.
- Puhtaus oli eilinehto!
- Ostia Anticasta, joka sijaitsee Tiber-joen suulla 30 km Roomasta länteen, on löytynyt useita pesuloita, joissa roomalaiset pesettivät vaatteensa.
- Pesuloissa oli laaja halli, jossa oli suuria altaita, jotka oli yhdistetty toisiinsa. Näissä altaissa vaatteet liotettiin ja pestiin. Pesulassa työntekijät "hyppivät" tai "tanssivat" vaatteiden päällä (tunnetaan myös nimellä saltus fullonius; Seneca, Epistulae 15,4)
- Puhdistusaineita, kuten saippuaa, säilytettiin pienissä kulhoissa. Ureaa kerättiin julkisista pisuaareista ja sitä käytettiin pesuprosessissa samoin kuin rikkiä, jota poltettiin puukehikkojen alla, joiden yläpuolelle kankaat ripustettiin.
- Nimi 'saltus fullonius' eli tanssivat pyykkärit, tuli siitä kun pesulatyöntekijät lauloivat samalla kun he hyppivät ja tanssivat pyykkialtaissa olevien pyykkien päällä.
- **Antiikin aikana työnteon yhteinen rytmi siivitti fyysistä puhtausalan työtä. So let's dance!**

# Työnteon rytmi – prosessit, tiimit, työn merkitys ja johtaminen



# Millaisia työntekijäryhmiä meidän tulee osata johtaa nyt ja tulevaisuudessa?

- maahanmuuttajat
- vuokratyövoima
- kausityöntekijät (esim. opiskelijat, 0 h - työsopimus)
- konkarit, vuosikymmeniä samassa työpaikassa olleet, osaavat kaiken ja eivät ehkä halua työnkiertoa
- kesätyöntekijät



# Mediasukupolvet Suomessa

Mukaeltu Bauman (2004); Kantola (2011) pohjalta. Korpiola (2012) Diginatiivit

Tarina Suomen  
jälleenrakennuksesta



## Korkea moderni

s. 1933–1955

Instituutiot

Arvovalta

Kansallinen vastuu

Sitoutuminen

Vakiintuneet käytännöt

Hyvät verkostot

Skandaalien välttely

Lehdistö, radio, televisio >>

25.1.2024

Tarina Suomen  
kansainvälistymisestä



## Notkistuva moderni

s. 1956–1969

Ideologisuus

Ammatillisuus

Asiakeskeisyys

Urakeskeisyys

Erikoistuminen

Tasa-arvo

Julkisuuden hyödyntäminen

Televisio, internet, verkkomedia >>

(C) Lilly Korpiola 2024

Nokia Suomi



## Notkea moderni

s. 1970–1980

Liikkuvuus

Nopeat käänteet

Ihmisläheisyys

Yksilölliset vaihtoehtoiset urapolut

Merkityksellisyys

Monipuoliset verkostot

Skandaalit tulevat ja menevät

Gloaali occupy-sukupolvi  
Instagram-sukupolvi



## Diginatiivit ja milleniaanit

Y s. 1981–1995 Z s. 1996–2015

Merkityksellisyys

Avoimuus

Läpinäkyvyys

Vastuullisuus

Mediodut suhteet

Mediavälitteinen elämä

Henkilökohtainen joukkoviestintä

Verkostoissa eläminen

Some, mobiili >>



# Sukupolvi Z ja puhtausala

Sukupolvi Z, ne jotka on syntynyt 1990-luvun lopusta 2010-luvulle, on ensimmäinen sukupolvi, joka on kasvanut digitaalisen vallankumouksen ja globalisaation keskellä. He ovat myös kasvaneet ympäristötietoisuuden ja kestävän kehityksen aikakaudella.

Tämä sukupolvi arvostaa työn merkityksellisyyttä, joustavuutta ja tasapainoa työn ja vapaa-ajan välillä, mikä vaikuttaa heidän suhtautumiseensa työhön puhtausalalla.

Puhtausala ja siivoustyö ovat perinteisesti olleet näkymättömiä, mutta välttämättömiä tehtäviä kaikenlaisten tilojen ylläpidossa ja terveyden takaamisessa. COVID-19-pandemia on korostanut puhtauden ja hygienian merkitystä ja on nostanut siivousalan työntekijöiden merkitystä.

Tämä voi houkuttaa sukupolvi Z:n edustajia, jotka näkevät työssään mahdollisuuden vaikuttaa positiivisesti yhteisöön ja yhteiskuntaan. Paluu fullojen aikaan 😊

Sukupolvi Z arvostaa myös teknologiaa ja innovaatioita, mikä voi tuoda uusia näkökulmia ja tehokkuutta puhtausalaan esimerkiksi älykkäiden siivouslaitteiden ja automaation myötä.

Heidän odotuksensa työnantajia kohtaan keskittyvät usein työympäristön monimuotoisuuteen, inklusiivisuuteen ja kestäväan kehitykseen, mikä voi kannustaa alaa kehittymään entistä vastuullisemmaksi ja houkuttelevammaksi eri taustoista tuleville työntekijöille.

Kokonaisuudessaan sukupolvi Z voi tuoda uutta energiaa ja näkemyksiä puhtausalaan, edistäen alalla tarvittavia muutoksia ja uudistuksia.



# Suomalaisen työkuulttuurin haasteita ja mahdollisuuksia

1. Täsmällisyys: Kokoukset ja työajat alkavat ja päättyvät ajallaan; myöhästymisen on harvinaista.
2. Itsenäisyys: Työntekijöiden odotetaan olevan omatoimisia ja vastuullisia.
3. Avoimuus: Suoraa ja avointa kommunikaatiota arvostetaan.
4. Tasa-arvo: Syrjintää ei hyväksytä ja tasa-arvoa edistetään aktiivisesti.
5. Konsensus: Päätöksenteossa huomioidaan kaikkien mielipiteet.
6. Kahvitauot: Tauot ovat sekä lepo- että sosiaalistamishetkiä.
7. Luottamus: Työsuhteissa korostuu molemminpuolinen luottamus.
8. Elämän ja työn tasapaino: Työn ja vapaa-ajan yhteensovittaminen on tärkeää.

Suomalainen työkuulttuuri on ainutlaatuinen yhdistelmä pohjoismaisia arvoja, historiallisia tekijöitä ja paikallisia olosuhteita.

Maahanmuuttajat saattavat tulla kulttuureista, joissa työskentelytapoihin liittyy erilaisia odotuksia ja normeja.

Suomalainen johtamisviestintä koetaan monissa kulttuureissa niukaksi. Suoruus, faktapohjaisuus, tunteiden välttely ja tehokkuus korostuvat suomalaisessa perustyyllissä.

# Miten vahvistan organisaation psykologista turvallisuutta?

Johtamisviestintä, vuorovaikutus ja psykologiset perustarpeet



# Psykologiset perustarpeet työssä, miten johtaja vastaa näihin tarpeisiin? (Korpiola)

## Kyvyyden ja kompetenssin tunne

Olenko pätevä ja oikeassa tehtävässä?

Saanko tunnustusta?

Koenko riittämättömyyttä vai olenko riittävän hyvä?

**Oppimisen ja kasvun, kehittymisen ja minäkuvan perusta**

## Nähdyksi ja kuulluksi tulemisen kokemus

Tulenku kuulluksi?

Tunnistetaanko tarpeeni?

Ohitetaanko minut?

**Jaksamisen ja identiteetin perusta**

## Vapauden ja autonomian tarve

Luotetaanko minuun?

Miten voin vaikuttaa työhöni?

Miten voin tehdä työtäni riittävän omaehtoisesti?

Miten työ virtaa?

**Sisäisen motivaation perusta**

## Minulla on paikka ja merkitys tässä työyhteisössä

Minun lahjani ja osaamiseni otetaan vastaan tässä yhteisössä.

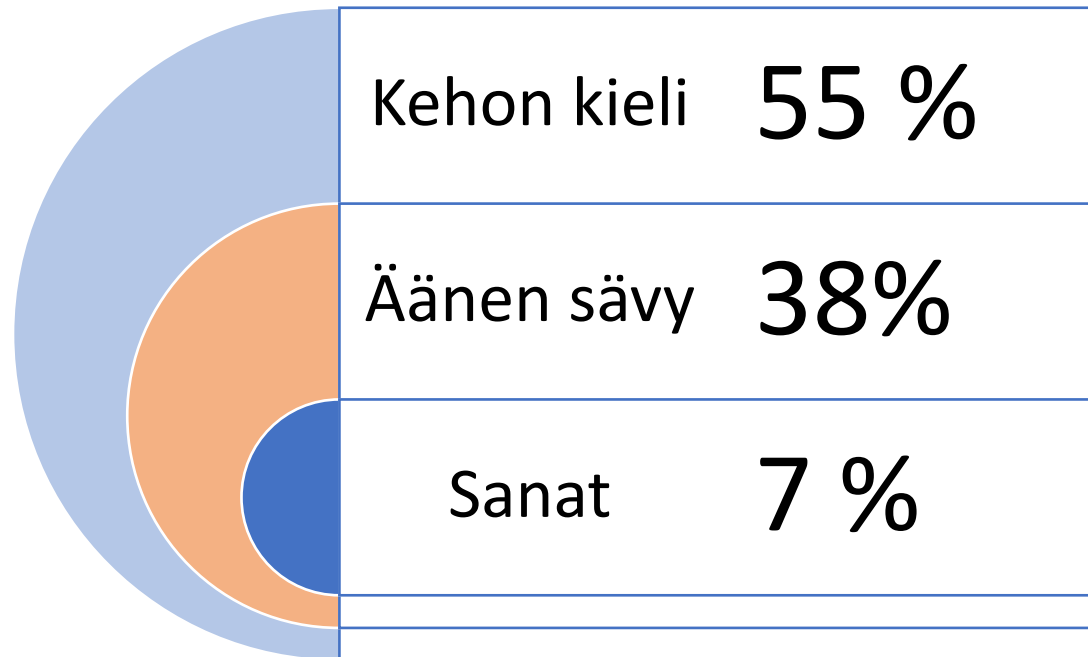
Mikä on roolini ja paikkani?

Osallisuuden kokemus

**Sosiaalisen liittymisen perusta**

Deci, Edward L. & Ryan, Richard M.: The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 2000, nro Vol. 11, No. 4, s. 227–268. Lawrence Erlbaum Associates, Inc

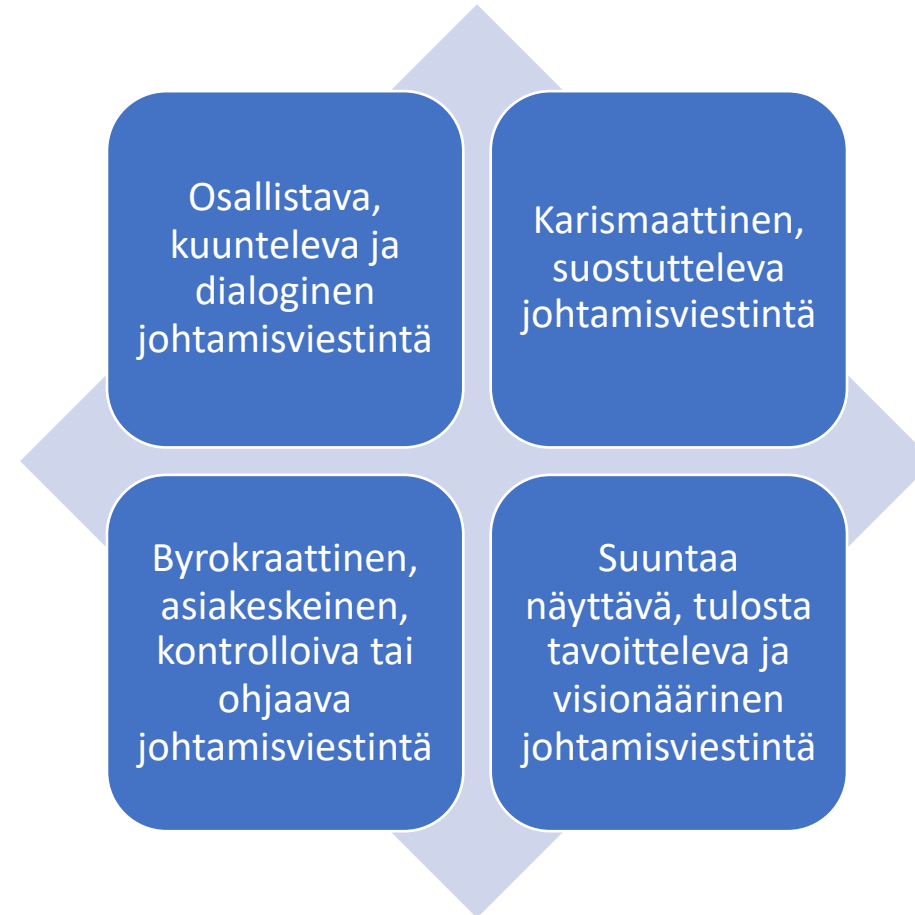
# Viestinnän ja vuorovaikutuksen komponentit



# (Navigoiva) johtamisviestintä (mm. Ruben & Gigliotti 2021, Korpiola & Poutanen 2022, Juholin & Rydenfelt 2023)

Johtajan tulee osata valita oikea tyyli kuhunkin viestintätilanteeseen, vaikka joudumme navigoimaan monimutkaisessa, ennakoimattomassa toimintaympäristössä ja hallitsemattomassa mediaympäristössä.

Viestinnästä jää aina tunnejälki!



# (Navigoiva) johtamisviestintä (mm. Ruben & Gigliotti 2021, Korpiola & Poutanen 2022, Juholin & Rydenfelt 2023)



## Dialoginen Johtamisviestintä

**Milloin käyttää:** Paras tilanteissa, joissa tarvitaan monipuolista näkemystä, kuten strategian suunnittelussa, ongelmanratkaisussa tai kun henkilöstö on erityisen asiantuntevaa ja heidän näkemyksensä on arvokasta.

**Miten käyttää:** Avaa keskusteluyhteys, kuuntele aktiivisesti ja pyri ymmärtämään eri näkökulmat. Vältä yksisuuntaista viestintää ja päätöksentekoa ilman muiden panosta.

**Riskit:** Dialogi voi joskus johtaa päätöksenteon hitauteen, jos keskustelu venyy liian pitkäksi.

# (Navigoiva) johtamisviestintä (mm. Ruben & Gigliotti 2021, Korpiola & Poutanen 2022, Juholin & Rydenfelt 2023)



**Asiakeskeinen, Byrokraattinen, Kontrolloiva tai Ohjaava Johtamisviestintä**

**Milloin käyttää:** Tämä tyyli on hyödyllinen, kun tarvitaan tarkkuutta, virallisuutta ja selkeitä ohjeita, kuten laadunvarmistuksessa, sääntöjen noudattamisessa tai kriisiviestinnässä.

**Miten käyttää:** Varmista, että viestisi ovat selkeät, tarkat ja yksiselitteiset. Käytä virallisia viestintäkanavia ja dokumentoi päätökset ja ohjeet huolellisesti.

**Riskit:** Ylenmääräinen byrokratia ja kontrolli voivat tukahduttaa innovaation ja heikentää työntekijöiden motivaatiota.



# (Navigoiva) johtamisviestintä (mm. Ruben & Gigliotti 2021, Korpiola & Poutanen 2022, Juholin & Rydenfelt 2023)



## Karismaattinen, Suostutteleva Johtamisviestintä

**Milloin käyttää:** Tämä tyyli on tehokas silloin, kun on tarve motivoida joukkoja, kuten lanseerattaessa uutta visiota tai tehtäessä isoja muutoksia organisaatiossa.

**Miten käyttää:** Käytä voimakkaita tarinoita, selkeitä esimerkkejä ja inspiroivia viestejä. Pyri luomaan tunneside yleisösi.

**Riskit:** Karismaattisen viestinnän riskinä on, että se voi joskus tuntua manipuloivalta tai epäaidolta, jos sitä ei tasapainota faktoilla ja avoimuudella.

# (Navigoiva) johtamisviestintä (mm. Ruben & Gigliotti 2021, Korpiola & Poutanen 2022, Juholin & Rydenfelt 2023)



## Suuntaa Näyttävä, Tulosta Tavoitteleva ja Visionäärinen Johtamisviestintä

**Milloin käyttää:** Tämä tyyli on tehokas, kun organisaatio tarvitsee selkeän suunnan ja tavoitteet, kuten strategian käynnistämisessä tai tavoitteiden saavuttamisessa.

**Miten käyttää:** Selkeyttä ja kommunikoi visio ja tavoitteet. Käytä mittareita ja tuloksia viestintäsi perustana. Inspiroi joukkueesi näkemään "suurempi kuva" ja oma roolinsa siinä.

**Riskit:** Vision ja tavoitteiden tulee olla realistisia ja saavutettavissa, muutoin työntekijät voivat kokea niiden tavoittelun uuvuttavana ja de-motivoivana.

# Kulttuuriäly

**1. Kulttuuritietoisuus:** Johtajan tulee olla tietoinen omista kulttuurisista lähtökohdistaan ja siitä, miten ne vaikuttavat hänen ajatteluunsa ja käyttäytymiseensä. Lisäksi on tärkeää ymmärtää työntekijöiden ja sidosryhmien kulttuuritaustat ja näkökulmat.

**2. Kulttuurienvälinen viestintä:** Tehokas ja empaattinen viestintä eri kulttuurien välillä on avain menestykseen. Tämä sisältää sanallisen ja sanattoman viestinnän sekä kyvyn kuunnella ja ymmärtää erilaisia näkökulmia.

**3. Joustavuus ja sopeutumiskyky:** Kulttuuriälykäs johtaja kykenee mukautumaan erilaisiin tilanteisiin ja kulttuuriin konteksteihin, sekä kehittämään ratkaisuja, jotka ovat kulttuurisesti soveltuva.

**4. Inklusiivisuuden ja monimuotoisuuden edistäminen:** Luo ympäristö, jossa kaikki voivat tuntea olonsa arvostetuksi ja mukaan otetuksi, mikä edistää luovuutta, innovaatioita ja tiimin suorituskykyä.

"Kulttuuriälykäs johtaminen" tarkoittaa johtamistyyliä, joka korostaa kulttuurista älykkyyttä tai kykyä ymmärtää ja sopeutua erilaisiin kulttuuriin konteksteihin. Tämä lähestymistapa on erityisen tärkeä globalisoituneessa maailmassa, jossa organisaatiot ja tiimit ovat usein monikulttuurisia. Kulttuuriälykäs johtaja tunnistaa ja arvostaa kulttuurien monimuotoisuutta, edistää inklusiivista ja kunnioittavaa työympäristöä, ja kykenee tehokkaasti kommunikoidaan ja vuorovaikuttamaan ihmisten kanssa eri kulttuuritaustoista.

Kulttuuriälykäs johtaminen edellyttää jatkuvaa oppimista ja kehittymistä, sillä kulttuurinen dynamiikka ja globaali toimintaympäristö muuttuvat jatkuvasti.

# Vaikuttavaa johtamista puhtausalalla

**1. Visio ja strategia:** Vaikuttava johtaja luo selkeän vision siitä, mihin yritys on menossa ja minkälaista arvoa se haluaa tuottaa asiakkailleen. Strategian kirkastaminen ja sen jalkauttaminen koko organisaatioon on keskeistä.

**2. Henkilöstön arvostaminen:** Menestys riippuu pitkälti työntekijöistä. Vaikuttava johtaja tunnistaa jokaisen työntekijän arvon, investoi heidän koulutukseensa ja pitää huolta työhyvinvoinnista.

**3. Prosesseihin keskittyminen:** Johtajana on tärkeää ymmärtää koko prosessi alusta loppuun ja pyrkiä jatkuvaan parantamiseen. Lean-ajattelu ja muut prosessinhallinnan työkalut voivat olla erittäin hyödyllisiä.

**4. Asiakaskeskeisyys:** Vaikuttava johtaja ymmärtää asiakkaiden tarpeet ja odotukset. Palautteen kerääminen ja siihen reagoiminen on keskeistä.

**5. Innovaatiivisuus:** Puhtausalalla on välttämätöntä hyötyä uusista teknologioista ja innovaatioista. Johtajan on oltava avoin uusille ideoille ja rohkaistava tiimiään innovoimaan.

**6. Ympäristövastuu:** Vaikuttava johtaja ottaa huomioon ympäristövaikutukset ja pyrkii vähentämään niitä esimerkiksi kierrätyksen ja energiatehokkaiden laitteiden avulla.

**7. Viestintä:** Selkeä ja avoin viestintä on keskeistä. Työntekijöiden on ymmärrettävä, mitä heiltä odotetaan ja miksi. Asiakkaiden kanssa viestinnän on oltava läpinäkyvää ja rehellistä.

Yhteenvedon voidaan todeta, että vaikuttava johtaminen tekstiilihuollossa vaatii monipuolista osaamista, jatkuvaa oppimista ja ymmärrystä sekä ihmisistä että prosesseista. Kun nämä elementit yhdistyvät, yritys voi paitsi kasvattaa liiketoimintaansa, myös rakentaa kestävästä menestystä tulevaisuudessa.