



*Piia Sarajuuren elämä jakautuu Ylläksen ja Helsingin välillä: toisinaan hän on kaupungissa, toisinaan tunturi- maisemissa Ylläsjärvellä.*

## Kohderyhmä kiikarissa – Piia Sarajuuren markkinointisuunnittelussa pohjoisen eksotiikka on valtti

Haastattelu on sattumalta sovitettu yrittäjän päivälle. Syyskuinen maanantai onkin kiireinen tuoreelle yrittäjälle, markkinointitoimisto Ylläs Eventsiä pyörittävälle **Piia Sarajuurelle**: ohjelmassa on puhelinpalaveri, etätapaamisia ja seuraavan päivän tuotekuvausten suunnittelua.

– Nyt jännitetään, millainen sää on huomenna. Kuvaamme ulkona, joten olemme kelien armoilla, hän kertoo.

Sarajuuren on tarkoitus viedä kuvattavansa Ylläksen karun kauniisiin maisemiin, Varkaukuruun ja Yllästunturin huipulle. Siellä mainostettavat tuotteet, Kalla Activen merinovillavaatteet, pääsevät oikeuksiinsa.

– Kalla Activen perustaja **Jenni Valtari** kysyi, olisiko minulla ehdottaa mitään. Ajattelin, että olisi kiva käyttää malleina aitoja ylläsläisiä, paikallisia, jotka kulkevat näissä maisemissa muutenkin, Sarajuuri kertoo.

Sarajuuri itse on ylläsläinen muutaman vuoden kokemuksella. Joul- ja kevätlomat Ylläksellä koukuttivat niin, että mieli teki tunturimaisemiin aina vain pidemmäksi aikaa.

– Olemme mieheni kanssa olleet täällä melkein kolme vuotta. Olimme miettineet, miten voisimme viipyä täällä pidempään, ei vain lyhyttä viikon rykäisyä kerrallaan. Joulukuussa 2019 jäin sitten vuorotteluvapaalle työstäni Sony Music Finlandilla. Vuokrasimme mökin tarkoituksenamme viipyä täällä viisi kuukautta. Sitten tuli pandemia ja koronakevät, ja me ulkoilimme ja lumikenkäilimme. Keväällä meille oli selvää, että kyllähän me nyt takaisin tulimme. Löysimme mökin aivan vuokramökkimme naapurista ja

ostimme sen.

Tällä hetkellä pariskunnan elämä jakautuu Ylläksen ja Helsingin välillä: toisinaan ollaan kaupungissa, toisinaan tunturimaisemissa Ylläsjärvellä.

– Sesongilla, esimerkiksi nyt ruskun aikaan, olen mielelläni

artistien kanssa, hän kertoo.

Jo noina aikoina Sarajuuri päätyi työkeikalle tunturiin.

– Teimme AC/DC-yhtyeen PR-videon Levillä. Raahasimme tunturiin suuren AC/DC-logon ja sytytimme sen tuleen. Kylä oli sumuisen harmaa, kuvassa nä-

hyt paljon ihmisiä kerralla, niihin kannattaa satsata. Myyn vaikuttajia brändien suuntaan.

Yhteistyötä Sarajuuri tekee muun muassa hyvinvointivaikuttaja **Eevskun** eli **Eveliina Tistelgrenin**, laulajien **Petran** ja **Einin** sekä lautailija **Sanni Oksasen** kanssa.

### Pitäisikö perjantain vapaata?

Yrittäjäksi ryhtyminen tuntui alussa pelottavalta, Sarajuuri kertoo.

– Alussa oli paljon epävarmuushetkiä, kun mietin, mitä tästä tulee ja haluaako kukaan ostaa minulta mitään. Mutta sitten kun huomasin, että kyllähän tämä tässä lähtee, oppii elämään epävarmuuden kanssa ja uskoo siihen, että on hyvä ja että on osaamista, mitä ei monesta firmasta löydy. Yrittäjän vapaus on ihanaa! Voi pitää vaikka perjantain vapaata, jos saa hommat tehtyä. Nykypäivänä pystyn tekemään töitä mistä vain enkä ole sidoksissa paikkaan. Toimisto kulkee mukana, hän kertoo.

Vapaahetkinään Sarajuuri suuntaa mielellään luontoon: samoilemaan metsiin tai hiihtämään ja laskettelemaan.

– Täällä tulee paljon enemmän ideoita ja ajatuksia kuin kaupungissa. Luonto vapauttaa lisäenergiaa minussa. Kalenterini ei ole täällä niin täynnä kuin

Helsingissä, hän pohtii.

Toisaalta kaupunki tuo vastapainoa pohjoisen luonnolle.

– Kaupungissa pystyy pitämään palaveriä, ja kesällä tuli käytyä Flow-festivaaleilla ja muissa isoissa tapahtumissa. Ete- lässä tulee jatkossakin vietettyä aikaa jo siksikin, että vanhempani ovat siellä.

Ylläkselle Sarajuuri on sopeutunut hyvin.

– Täällä on mahtavaa, avuliasta porukkaa, jolta saa vinkkejä kaikenlaisiin asioihin. On Suomen pisimmät rinteet ja par-

haimmat ladut. Ja luonto puhuu omasta puolestaan, täällä ollaan luonnon ehdoilla.

Sen, että Sarajuuri on vastikään tullut Ylläkselle muualta, hän näkee työelämässä valttina.

– Kun tulen ulkopuolelta, näen asioita vähän eri tavalla, boksen ulkopuolelta. Tuon uusia, raikkaita ideoita, hän vinkkaa mahdollisille tuleville yhteistyökumppaneille.

*Johanna*

**Täällä tulee paljon enemmän ideoita ja ajatuksia kuin kaupungissa. Luonto vapauttaa lisäenergiaa minussa.**

täällä. Ruskun jälkeen menemme Helsinkiin ja tulemme takaisin marraskuussa kauden aloitukseen. Suurimman osan talvesta vietämme täällä. Onneksi nykyään pystyy työasioita hoitamaan myös etänä, esimerkiksi Teamsin avulla. Mieheni työskentelee keikkamyymälän ja musiikkiagenttinä, joten hänenkin työnsä ei ole paikkaan sidottua.

### Brändinrakennusta ja somemarkkinointia

Vuosi sitten syksyllä Piia Sarajuuri teki suuren muutoksen myös työelämässä. Hän ryhtyi yrittäjäksi ja perusti Ylläs Eventsin, markkinoinnin suunnitteluun ja toteutukseen erikoistuneen viestintätoimiston. Yritys tarjoaa muun muassa brändinrakennuksen, somemarkkinoinnin, konseptoinnin ja vaikuttajamarkkinoinnin palveluita.

– Olen työskennellyt lähes koko työurani, yli 20 vuotta, musiikkialalla. Sony Musicilla tein brändinrakennusta ja työskente- lin muun muassa ulkomaalaisten

kyi rakkakivikkoo ja keloja. Videosta tuli hieno, ja se levisi ympäri maailmaa, Sarajuuri muistelee.

Pohjoisen eksotiikkaa hän pyrkii hyödyntämään myös omassa yrityksessään.

– Nimestä Ylläs Events tulee paljon kyselyitä, se herättää kiinnostusta. Minulla on yhä toinen jalka musiikkibisneksessä, ja saatan jatkossakin tehdä töitä myös sillä puolella.

Ylläksellä Sarajuuri vastaa esimerkiksi Jemes Sportin somekanavien sisällöstä. Viime keväänä hän emännöi ulkomaalaisia mediaryhmiä, ulkoilualan lehtiä Saksasta ja Itävaltasta. Tärkeä osa Sarajuuren työtä on myös vaikuttajayhteistyö.

– Vaikuttajien kautta voidaan viestiä uskottavasti halutulle kohderyhmälle. Vaikuttajilla on sananvaltaa ja heidän seuraajansa ovat aidosti kiinnostuneita vaikuttajien sisällöistä. Somekanavat, erityisesti Instagram, Facebook ja TikTok, ovat nyky- päivänä tosi tärkeitä ja tavoittavat



**Piia Sarajuuri organisoii Kalla Activen mainoskuvaukset Ylläksellä. Malleiksi hän sai ylläsläisiä, jotka kulkevat Ylläksen luonnossa muutenkin.**