

“Olen pahoillani säädestä!” viestittää Anna Perho. Sähköpostitilin profiilikuvassaan hän huutaa silmät ummessa.

Viesti sopii mielikuvaan: onhan Perho kirjoittanut kirjankin nimeltä *Pientä säättöä* (Otava 2015), ja hän myös pitää Antisäättäjä-koulutuksia yrityksille, työtiimeille ja "sille harmaalle kaverille, joka nappasi juuri päivän kuudennen Renniensä".

Pahoittelun syynä on haastattelun lykkääntyminen. Arjenhallintaa kouluttava Perho on itse elävä esimerkki minuuttiaikataululla paahlavasta ja kalenteristaan tar-

kasta työmyyrästä. Koska arjen palikoilla on taipumus järjestyä, Perho ehtii lopulta juttelemaan automatkalla kohti toista työtapaamista.

Anna Perho on omalla alallaan tekijä, joka on onnistunut brändäämään itsensä – taito, jota nykyisin kuuletetaan vähän joka ammattilaiselta.

Viime vuonna vuoden radiotoimittajaksi palkittu Perho tunnetaan paitsi supliikkitaitoisena juontajana ja toimittajana, myös useita self help -kirjoja kirjoittaneena luennoitsijana ja valmentajana.

**PERHO EI UJOSTELE** brändäämisestä puhumista: yrittäjälle massasta erottuminen on itsestäänselvä tavoite.

“Tajusin jo yli 15 vuotta sitten, että jos tällä alalla haluaa toimia, brändääminen on järkevää. Jo tuolloin oli näkyvissä merkkejä siitä, että vakituiset työpaikat tulevat, jos eivät katoamaan, niin radikaalisti vähenemään”, Perho sanoo.

Perho juontaa tällä hetkellä Radio Aallon aamuohjelmaa yhdessä Kimmo Vehviläisen kanssa. Hän on tehnyt myös muun muassa pitkistä henkilöhaastatteluista koostuvaa Läpivalaisu-podcastia, juontanut *Anna Perhon kyselytunti* -nimistä ohjelmaa TV2:lla ja toiminut jatkuvasti useiden lehtien kolumnistina.

Perho muistetaan takavuosilta myös seksiä käsittelevästä *G-piste*-televisio-ohjelmasta sekä ohjelmasta

*Perbo tuli taloon*, jossa hän vieraili tunnettujen ihmisten kodeissa.

Lähtölaukaus uralle olivat vuodet City-lehden kirjoittajana. Tunnetuimpia olivat hänen kärkevät kolumninsa, joiden kirjoittajaa kuvattiin sanaparilla “hevoshullu blondi” – mikä myös piti paikkansa.

**PERHO SYNTYI HEVOSPITÄJÄNÄ** tunnetulla Ypäjällä, valmistui vähän päälle parikymppisenä maatalousalan oppilaitoksesta agrologiksi ja on kertonut haaveilleensa hevoskaupiaan ammatista.

Menessään harjoittelijaksi hevosalan *Ratsu ja ratsastaja* -lehteen, hän löysi omimman ammattinsa: toimittajan.

# IHAN OMANLAISENSA SAATAJA

TEKSTI TERHI HAUTAMÄKI KUVAT MIKKO KAUPPINEN

Toimittaja, valmentaja Anna Perho tajusi itsensä brändäämisen tärkeyden jo 2000-luvun alussa, jolloin hänet tunnettiin City-lehden blondina kolumnistina.





Perho kertoo, että uransa alkuaikoina hänellä ei ollut käsitystä siitä, millainen toimittaja hän haluaisi olla. Oli vain hauskaa tehdä juttuja.

“Taustalla oli myös halu vaikuttaa ihmisiin: sanoa ääneen asioita, joita kaikki eivät halua tai uskalla sanoa.”

**1990-LUVUN MEDIAMAAILMA** oli täysin erilainen kuin nykyisin.

“Oli kolme tv-kanavaa ja Suosikki-lehti”, kuten Perho kärjistetyksi kuvaa.

Ei ollut sosiaalista mediaa, internet-kulttuuri oli lapsenkengissään. Vähemmän täyteen ahdettu mediamaailma toimi myös Perhon eduksi. Kun hän vuonna 1999 pääsi kirjoittamaan ensin City-lehden Turun maakuntapainokseen ja sittemmin Helsingin päälehteen, hän oli loistavalla paikalla vaikuttamassa nuoriin lukijoihin.

City-lehti oli kova sana nuorten keskuudessa.

Perho oli ihailtu lehteä ja sen kirjoittajia, ja koki löytäneensä oman äänensä etenkin kolumnistiksi päästyään.

Hän räjäytti pankin heti ensimmäisellä kolumnillaan “Jäähvyäiset aseille” vuonna 2004. Perho kritisoi suomalaista totaalkiellettyä, joka anoi ihmisoikeusrikkomuksen uhrina turvapaikkaa Belgiasta. Perho piti totaalkiellettyjen toimintaa nolona ja tykitti täysillä tätä “vegaaniruuasta seonnutta suomalaistotaalia”. Palautetta vyörysi.

Kolumnin päivätettä – turha narista, kun maailmassa tapahtuu pahempaa – Perho pitää nyt ontuvana, mutta tulenarkojen mielipiteiden paukuttamisesta tuli hänen tavaramerkkinsä.

Edeltävä kolumnisti oli ollut keksitty nimi, minkä vuoksi osa lukijoista luuli myös Anna Perhoa pseudonyymiksi. Lievästi fiktiivistä vaikutelmaa lisäsi se, että Perho esiintyi anonymin oloisessa, ylivalotetussa kuvassa, aurinkolasit silmillä.

“Koko City-lehden homma oli hyvällä tavalla leimava. Nimestäni tuli tunnistettava, ja sillä oli iso merkitys tulevaisuutta varten”, Perho sanoo.

**MILLAINEN BRÄNDI ANNA** Perho sitten on? Hän ei itse sitä oikein osaa tai haluakaan määritellä. Muut sen näkevät. Mutta se, mitä hän haluaisi ihmisille välittävän, on asioiden katsominen hieman poikkeavasta näkövinkkelistä.

“Aina kun jostain asiasta tulee suosittua, on hirveän tärkeää, että joku tarkastelee sitä toisesta tulokulmasta. Usein haen aiheita ja lähestymisiä niin, että voisiko tästä ajatella jotenkin toisin. Parasta palautetta on se, että *'pystyit pukemaan sanoiksi sen, mitä itsekin ajattelen, mutten ole saanut itse ilmoille'*.”

Tällä tulokulmalla altistuu takuuvarmasti myös haukuille, mutta Perho kokee olevansa palautteelle aika immuuni. Muutoin työtä olisi mahdoton tehdä.

“Katson olevani vallankäyttäjää, koska saan isoissa medioissa paukuttaa mielipiteitäni täyteen ääneen. On vain reilua, että kuuntelija tai vastaanottaja saa sanoa oman mielipiteensä.”

**PERHON MIELESTÄ NIIN** henkilö- kuin tuotebrändien täytyy perustua arvoille, olla totta.

“Vasta muutama vuosi sitten tajusin, mitkä arvot omaan brändiini liittyvät. Ensimmäinen on tärkein elämänarvoni eli vapaus. Ihmisten pitää saada olla vapaita. Se sisältää paitsi sananvapauden myös ajattelun vapauden.”

Se näkyy myös Perhon käytännön ratkaisuisissa. Hänestä olisi kauhistus mennä jollekulle muulle töihin. Yrittäjäidentiteetti kuuluu vapauden illuusio, vaikka käytännössä ei voisikaan tuosta vain ottaa vapaita tiis- taipäiviä.

Toinen tärkeä arvo Perholle on jatkuva itsensä kehittäminen. Hän pitää itseään onnekkaana, kun on saanut tilaisuuksia työskennellä projekteissa, jotka ovat aluksi tuntuneet vähän liian vaikeilta. Hän on myös opiskellut koko aikuiselämänsä ajan, esimerkiksi valmistunut ratkaisukeskeiseksi valmentajaksi Lyhytterapiainstituutista, ja näin tehnyt uusia aluevaltauksia.

“Toivon, että brändistäni välittyisi myös hauskuus. Mikään ei ole sietämättömämpää kuin ihmiset, jotka ottavat itsensä liian tosissaan. Silloin on peli menetetty.”

**TOIMITTAJA-JUONTAJAN** aluevaltaus valmentajaksi on esimerkki siitä, miten itseään voi brändätä uusiksi työuran varrella.

Perhon mukaan se on kuitenkin vaatinut kovaa työtä ja useita vuosia aikaa.

“Pohdin pitkään ensimmäisen kirjan kirjoittamista. Tuntui, että ‘no kehtaako sitä tässä nyt’. Perinteisesti self help -genre on ollut virallisten asiantuntijoiden kirjoittamaa opastamista. Siinä ei ole mitään pahaa, mutta tuntuu vähän jänskältä lähteä kirjoittamaan niin sanotusti taviksena. Sitten ymmärsin, että ei minun tarvitse kirjoissani ilmoittaa, että näin on, vaan voin vertailla ja ehdottaa, että näinkin voi ajatella.”

Kaksi ensimmäistä kirjaansa Perho kirjoitti “pers- tuntumalta”, mutta sitten hän alkoi kaivata myös tietopohjaa ja uskottavuutta sanomisilleen ja ryhtyi koulut- tautumaan. Pikkuhiljaa ihmiset rupesivat kyselemään Perhoa puhumaan. Ratkaisevaa oli pääsy Speakers- forumin listoille.

“Kun saa heidän leimansa, se tarkoittaa, että alkaa olla jo oikeastikin jotain sanottavaa.”

Tulevaisuudessa Perho aikoo keskittyä tuomaan itseään esiin juuri valmentajana. Sille tielle lähteminen aiheuttaa myös paineita.

“Viihdesisältöjen toimittajana voi väittää melkein mitä vain ja operoida mielipiteen varassa. Mutta kun ihmiset tekevät puheestani muistiinpanoja ja miettivät, tekisinkö minäkin näin, se on vastuullista hommaa. Välillä koen aika isoja paineita siitä, olenko vastuun arvoinen.”

**ANNA PERHO PISTÄÄ** itsensä peliin: hän käyttää arjen kokemuksia ja omaa sähläämistään materiaalina työssään ja onpa hän kirjoittanut kokonaisen kirjan epäonnistumisistaan. Kuka tahansa itseään brändäävä ammattilainen ei tunnustaisi Helsingin Sanomien haastattelussa liimailevansa purkkaa julkisille paikoille kuten presidentin vessaan.



“KATSON OLEVANI  
VALLANKÄYTTÄJÄ,  
KOSKA SAAN PAUKUTTA  
ISOISSA MEDIOISSA  
MIELIPITEITÄNI TÄYTEEN  
ÄÄNEEN.”

Mölyttellevästä vaikutelmasta huolimatta Perho kertoo olevansa tarkka siitä, missä esiintyy ja miten.

“Brändin rakentamista ja hallinnoimista on se, että mietin, millaisiin asioihin nimeni yhdistyy. Kun tekee yhden kunnan virheen, se on netissä *forever*.”

Persoonallaan työskentelevän ammattilaisen pitää pysyä esillä.

“Kun informaatiota tarjotaan niin jumalattomasti joka tuutista, jotenkin pitää pysyä ihmisten mielessä. Olin äskettäin ihan vilpittömän hämmästynyt, että ai niin, joku **Lady Gaganin** on olemassa – ei se näy minun uutisfeedissäni. Ihmiset unohtuvat todella nopeasti tässä kierrossa”, Perho pohtii.

Tärkeintä hänestä on tehdä itselleen selväksi, missä kulkevat omat yksityisyyden rajat. Muista aiheista voi sitten päästellä melko vapaasti.

“Periaatteeni on, että kun puhut jostain, anna mennä ja puhu täysillä. Mutta päätä tykönsä, mistä et puhu, ja pidä suusi kiinni. Jos mietin, minkä otsikon haluaisin itsestäni nähdä, kun menen maitokauppaan – tai ennen kaikkea mitä haluaisin lasteni ja lasten kavereiden näkevän – päätös on hirvittävän helppo tehdä.”

Twitterissä Perho painaa menemään miettimättä, mahtaako joku tuleva asiakas pahoittaa tästä mielensä.

“Jos pahoittaa, hän ei ole minun asiakkaani. Haistan itse kilometrin päähän feikin, pelokkaan muka-brändäyksen. Nykyinen yleisö on niin medialukutaitoista, ettet pysty sitä hämäämään. Pitää olla oma itsensä ja näyttää se, mikä on totta.” ■

**Anna Perho, 46**  
toimittaja, juontaja, valmentaja, kirjailija

**3 syytä...**  
PISTÄÄ ITSENSÄ PELIIN

**1.** Muut ajattelevat meitä ja virheitämme paljon vähemmän kuin kuvittelemme. Valinnat kannattaa tehdä siitä käsin, minkä kokee itselleen merkitykselliseksi. Naapurisi ei tule kiittämään sinua dementia-kiotiin siitä, että yritit aina miellyttää ensisijaisesti häntä.

**2.** Julkisessa työssä hyvä mielenterveysneuvo on pysyä kaukana nettialustoista. Hyvin argumentoitu, vastakkainen mielipide tai huomio on arvokasta, mutta harvinaista opetusta. Pahimmillaan negatiivinen palaute alkaa muokata omaa tekemistä ja tekee varovaiseksi. Se on eräänlaiselle sensuurille alistumista.

**3.** Epäonnistumisista oppii. Esimerkiksi joitakin ensimmäisiä tv-juttujani on aika piinallista muistella – anteeksi vaan kaikille katsojille. Mutta kun häpeä on laskenut, nämä aluksi vähän liian vaikeat työt ovat olleet kaikkein opettavaisimpia.