

**Vuosi yrittäjänä**  
Ett år som företagare

# HINNOITTELU

**NY KESÄYRITTÄJYYS –KURSSI**

Yrittäjyysasennetta, työelämävalmiuksia, talouslukutaitoja – tekemällä oppien.



**NUORI Yrittäjyys**  
**UNG Företagsamhet**

# Miten hinnoitellaan

- Palveluita?
- Tuotteita?
  
- yksinkertaista, mutta...

**199 €**



Jos asiakkaat eivät halua  
maksaa pyydettyä hintaa, se  
tarkoittaa sitä, että kyseisen  
tuotteen tai palvelun **arvo**  
**asiakkaalle ei ole riittävä**

→ ARVOA TULEE NOSTAA!

”Jos tietty osa asiakkaistasi ei sano, että palvelusi/tuotteesi on aivan liian kallis, niin myyt liian halvalla”

Jari Parantainen

# Pohdintatehtävä

- onko tuotteesi/palvelusi hinnoittelu
  - helppoa?
  - vaikeaa?

Miksi?

# Yleistä hinnoittelusta

Hinnoittelu vaikuttaa:

- kannattavuuteen (liikevaihto, voitto)
- imagoon (arvo ja laatu)
- asiakkaan ostopäätökseen
- kilpailutilanteeseen markkinoilla
- kohdentamiseen eri asiakasryhmille

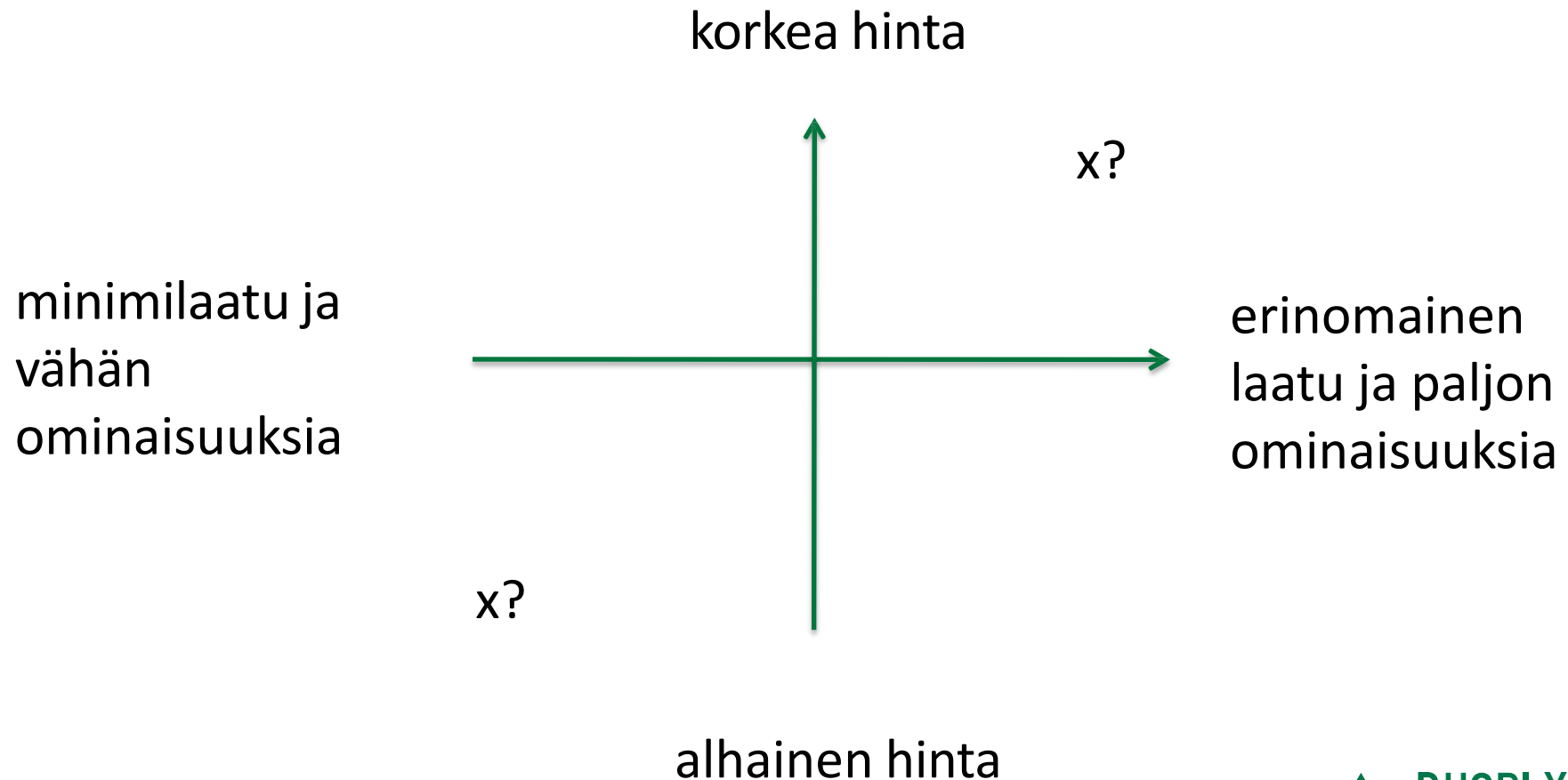
Tavoitteena saada tuote myytyä ja  
tuottaa myyjälle voittoa!

# Miksi hinnoitteluun kannattaa panostaa?

Koska se vaikuttaa:

- liikevaihtoon ja kassavirtaan
- voittoon
  - Jokainen tuotteesta/palvelusta saatava lisäeuro parantaa kannattavuutta
- aseointiin ja imagoon
  - Hinta osoittaa asiakkaalle tuotteen arvon
  - Hinnalla kohdennetaan tuote eri kohderyhmiin (esim. karvalakkimalli vs. luksusmalli)
- asiakkaan ostoprosessiin
  - 10 € ja 100 000 € ostoprosessit ovat erilaisia
- kilpailuetuun
  - > edistää/ heikentää

# Hinnalla vai laadulla?





# Miksi hinnoittelussa epäonnistutaan?

- Asiakkaan saamaa hyötyä tuotteesta ei osata perustella. Miksi asiakas haluaisi maksaa pyytämäsi hinnan?
- Eri hintoja eri asiakkaille (eri tuotevaihtoehtoista) ei hyödynnetä
- Hintoja ei tarkisteta tarpeeksi usein vastaamaan muuttunutta markkinatilannetta
- Tuotteen tai palvelun todellisia kustannuksia ei tunneta
- Hinnoitteluun vaikuttaa useita tekijöitä, mutta hinnoittelupäätöstä tehdessä käytetään hyväksi vain murto-osaa tarvittavasta tiedosta. Tai ei edes tiedetä mitä tietoja tarvitaan päätöksenteon tueksi!

# Asiakkaan saama hyöty

- taloudellinen hyöty (esim. säästöt)
- toiminnallinen hyöty (esim. luotettavuus, osaaminen)
- funktionaalinen hyöty (syntyy tuotteen teknisistä ominaisuuksista)
- henkilökohtainen tai psykososiaalinen hyöty (elämys, tyydytys, arvostus...)

# Yleistä hinnoittelusta

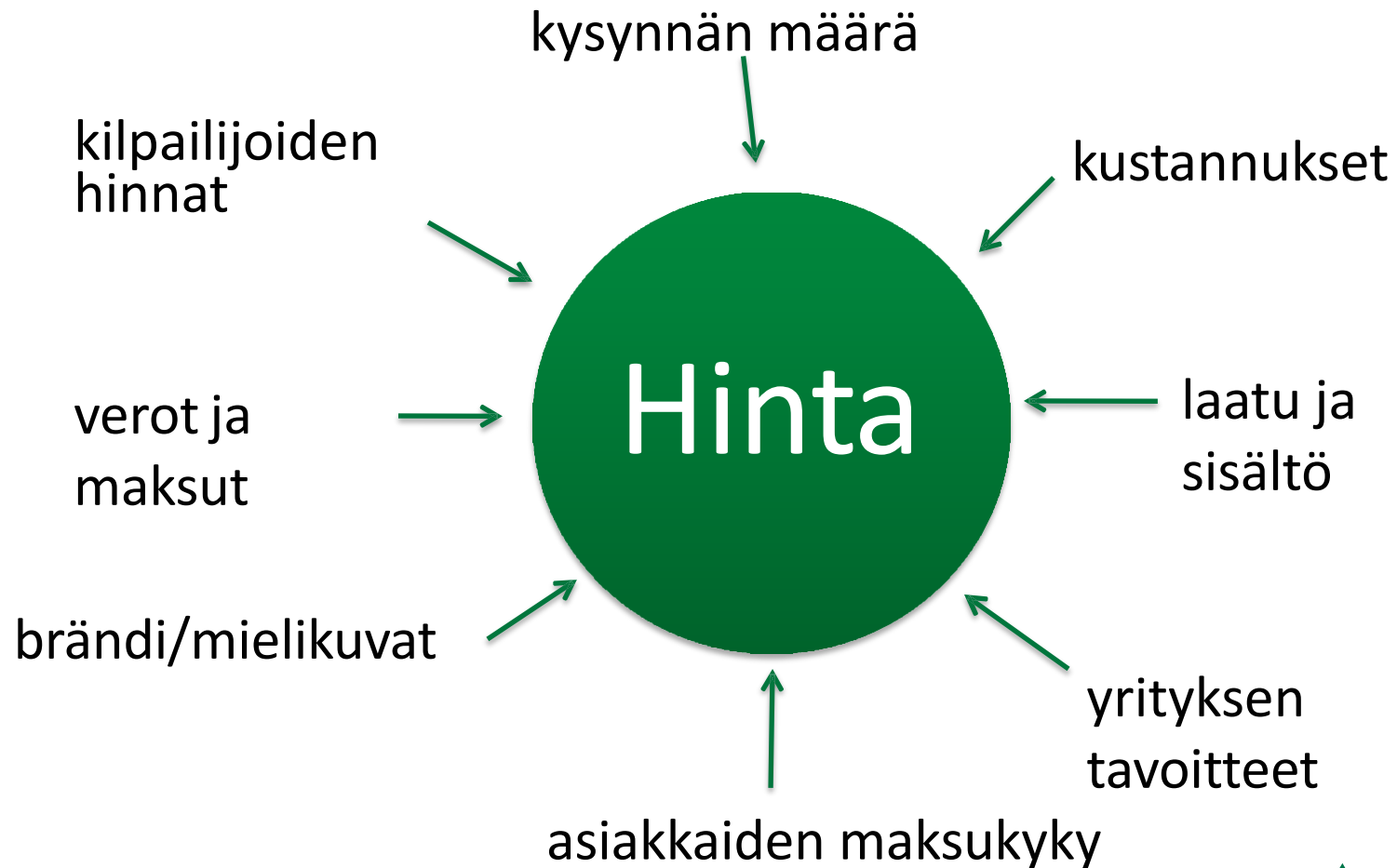
## Hintatason määrittäminen

- jos hinta on liian korkea, ei kauppvoja synny
- jos hinta on liian matala, niin tulos heikkenee
- hintoja on vaikeampi nostaa kuin laskea
- korkea hinta = korkea laatu

”asiakkaasi ei voi olla ajattelematta, että hintasi kertoo suoraan palvelusi tai tuotteesi laadun”

Jari Parantainen, Pölli tästä 2

# Hinnoitteluun vaikuttavia tekijöitä



# Pohdintatehtävä

- Tukeeko hinnoittelu **kilpailuetua** ja **kannattavuutta**?
- Onko hinnoittelustrategia linjassa yrityksen **imagon** kanssa?  
→ Halutaan luoda kuva laadukkaasta yrityksestä ja myydään pelkästään alehinnoilla? RISTIRIITA!
- **Kustannusten vaikutus**
  - Eivät saa olla pääasiallinen hinnoitteluperuste
  - Katetuottolaskenta kuitenkin pakko osata
  - Tuotteen yksikkökustannukset vaihtelevat tuotteen volyymin myötä: ei voida määrittää luotettavasti ennen hinnan määrittämistä

# Markkinalähtöinen hinnoittelu

- onko tuotteellesi / palvelullesi tarvetta asiakkaalla?
- mitä asiakas on valmis maksamaan?
- millaista laatua tällä hintatasolla
- hinnan muutosten vaikutus myyntiin
- kilpailijoiden hinnat
- miten tuottaa palvelu kustannuksilla  $x$ , jos hinta on  $y$  – ja miten siitä saadaan vielä voittoa?
- mitkä palvelut/tuotteet tuovat katetta – mitkä vievät?
- mitkä asiakkaat tuovat katetta – mitkä vievät?

(Pylvänen)

# Hinnan muuttaminen

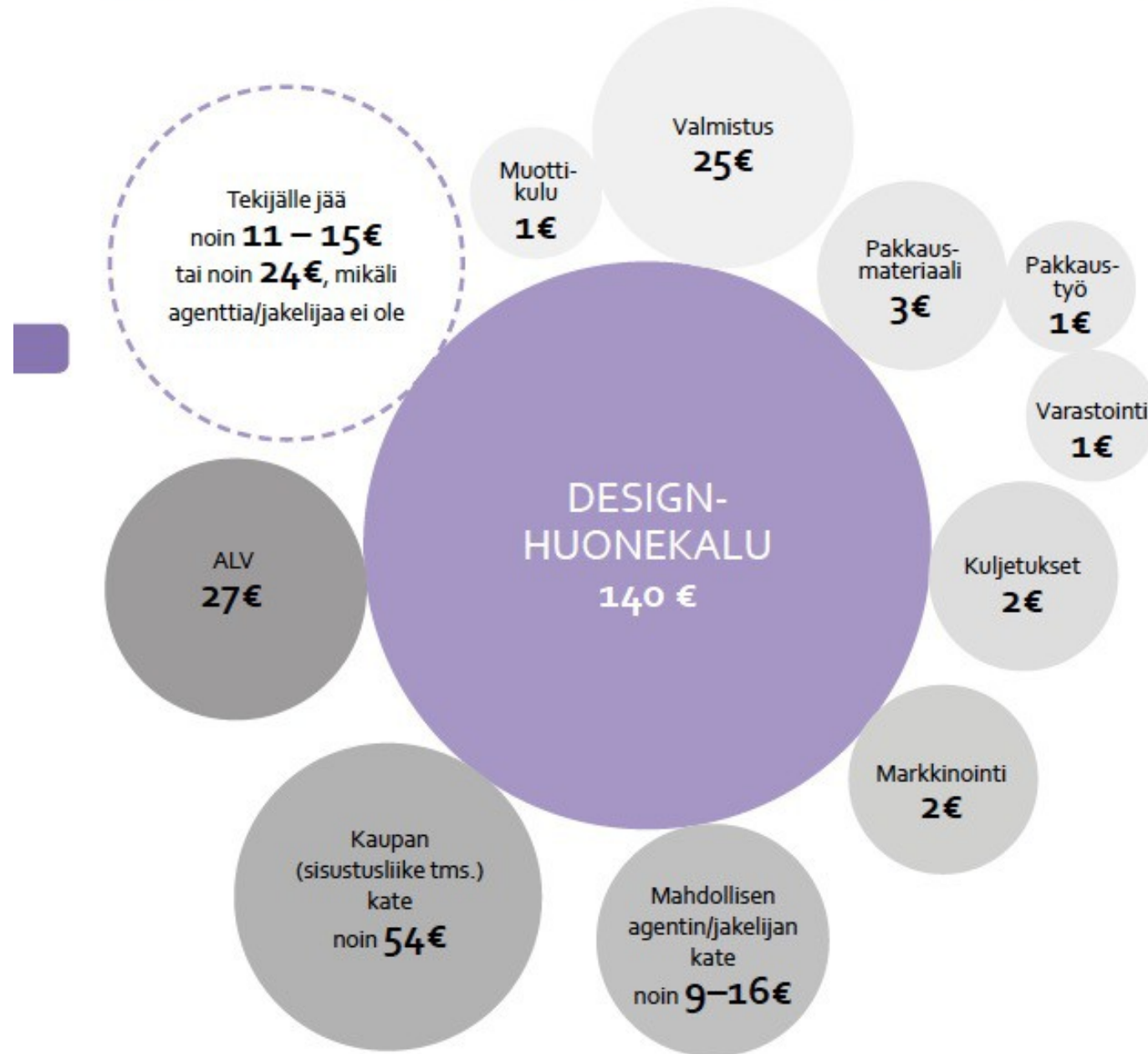
- muutos on aina pystyttävä perustelemaan
  - kustannusten kohoaminen/laskeminen
  - inflaatio
  - uusi paranneltu versio
  - ominaisuuksien muuttuminen
  - elinkaari
- ilmoita muutoksista asiakkaallesi hyvissä ajoin
- nosta hintojasi mieluummin vähän kerrallaan kuin kerralla paljon
- ota huomioon myös se onko kyseessä uusi asiakas vai kanta-asiakas
- Muista, että **alennukset** vaikuttavat voimakkaasti kannattavuuteen! Kesäyrittäjänä älä myy alennuksella, kuin vasta toiminnan loppuvaiheessa, jos varastosta pitää päästä nopeasti eroon. Katso lisää alennuksista [täältä](#)

# T-PAIDAN HINNANMUODOSTUS

Intia // Reilun kaupan puuvillainen paita







DESIGN-HUONEKALU on valmistettu Suomessa.

Lähde: [https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2014/12/luovuusjaliike\\_II\\_tyo\\_kirja\\_22x22cm\\_netti.pdf](https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2014/12/luovuusjaliike_II_tyo_kirja_22x22cm_netti.pdf)

# Kannattavuuslaskelma

- yrityksen toiminta on kannattavaa, kun liiketoiminnan tulojen ja menojen välinen erotus on positiivinen eli yritykseen jää voitto
- analysoidaan ja arvioidaan missä kohtaa valitulla hintatasolla ja katerakenteella syntyy nollatulos (kriittinen piste) suhteessa myyntimäärään -> myyntitavoite

# Myyntilaskelma

- jaetaan kannattavuuslaskelman minimilaskutustavoite eri asiakasryhmien ja tuotteiden kesken
- huomioidaan myytävien tuotteiden muuttuvat kulut ja mahdolliset alennukset

# Myyntilaskelma

TUOTE	Tuote 1	Tuote 2	Tuote 3	YHTEENSÄ ALV 0%
Myyntihinta	30	50	70	
Kulut	10	30	40	
Kate	20	20	30	
Myyntimäärä	100	100	100	
Kokonaismyynti	3000	5000	7000	15000
Myyntikate	2000	2000	3000	7000

# Myyntikate & käyttökate

- Kun myyntituotoista vähennetään muuttuvat kustannukset (tavaroiden ostohinta+kuljetukset), saadaan katetuotto (myyntikate).
- Kun katetuotosta (myyntikatteesta) vähennetään kiinteät kustannukset (yritystoiminnan kulut), saadaan tulos, voitto tai tappio (käyttökate)

## MYYNITUOTOT

### -MUUTTUVAT KUSTANNUKSET

---

= **KATETUOTTO** (myyntikate)

### -KIINTEÄT KUSTANNUKSET

---

= **TULOS** (käyttökate)

# Lisätieto

- <https://vuosiyrittajana.fi/toinen-aste-moduulit/kannattavuus-hinnoittelu-budjetointi/>
- <https://vuosiyrittajana.fi/tyokalupakki/talous/>

# Tehtävä

- Tee tehtävä valitsemasi henkilön kanssa (esim. kaveri, äiti)
- Mikä on tuotteesi/palvelusi?
  - Kuvaile lyhyesti (älä kerro hintaa!!!)
- Mikä on kuuntelijan arvio hinnasta?
  - Kysy minkä hinnan kuuntelija olisi valmis maksamaan tuotteestasi?
- Mikä on oma hintasi?
  - Vastasiko arvioita?
  - Keskustelkaa tulisiko hintaa muuttaa ja millä perusteella?



# NUORI Yrittäjyys UNG Företagsamhet

Lisätietoja hinnoittelusta löydät täältä:

<https://vuosiyrittajana.fi/toinen-aste-moduulit/kannattavuus-hinnoittelu-budjetointi/>

ja

täältä: <https://vuosiyrittajana.fi/tyokalupakki/talous/>

Jos tarvitset apua ohjelman aikana, otathan yhteyttä!

**Vuosi yrittäjänä -tiimi**

Info(a)nuoriyrittajyys.fi