

**55 VINKKIÄ, JOIDEN  
AVULLA NOSTAT  
TAKSASI TAIVAISIIN**

JARI PARANTAINEN

**HINNOITTELU ON  
HELPPOA JA HAUSKAA**

ALMA TALENT  
Helsinki 2017

Tilaa Hinnoittelu on helppoa ja hauskaa -kirja > [shop.almatalent.fi](http://shop.almatalent.fi)

Copyright © 2017 Alma Talent Oy ja Jari Parantainen

Kansi: Sirpa Puntti

Taitto: NotePad

ISBN 978-952-14-3172-2

ISBN 978-952-14-3173-9 (sähkökirja)

BALTO print, Liettua 2017

*Anna palautetta: [protoimitus@almamedia.fi](mailto:protoimitus@almamedia.fi)*

# Sisällys

<b>Miksi lukisit tämän kirjan?</b> .....	9
<b>Miten vinkit liittyvät toisiinsa?</b> .....	12
<b>Osa 1: Mikä estää hinnoittelusta kannattavasti?</b> .....	15
1 Kuhmolainen hinnoittelu.....	17
2 Kieltäydy myymästä köyhille .....	19
3 Mikä on tuotteesi oikea hinta? .....	21
4 Voitto on hinnoitteluvirhe .....	24
5 Voitto ei ole varkautta.....	27
6 Pitäisikö nyhtökauran olla halpaa?.....	33
7 Miksei maailman paras käy kaupaksi? .....	36
8 Orava pitäköön nahkansa .....	39
9 Usein ostaja haluaisi ostaa .....	41
10 Hintasi välittää laatuviestin.....	44
11 Karsi tuotteesi kalliiksi.....	47
12 Hinta myy tuotettasi .....	49
13 Ymmärtääkö asiakas? Entä ymmärrätkö sinä? .....	52

<b>Osa 2: Miten haarukoit tuotteellesi oikean hinnan?</b> .....	57
14 Näin haarukoit oikean hinnan .....	59
15 Hinnoittelun vaihe 1: Asemoi tuotteesi tai palvelusi .....	62
16 Asemoi hintaluokan avulla.....	65
17 Seiskan ja yhdeksän laki .....	69
18 Neljä tapaa pärjätä ilmaiselle.....	71
19 Verkkohuutokaupassa naisen euro on vain 80 senttiä .....	74
20 Halpakaupan on näytettävä halvalta .....	76
21 Miksi timantti on niin kallis? .....	79
22 Huumekauppiaan polku.....	83
23 Laadukas liha alennusmyynnissä – kuka vetää välistä? .....	86
24 Laatu on surkea myyntihokema .....	88
25 Ostaminen on vertailua.....	92
26 Heitä hinta-ankkuri.....	96
27 Ankkurointi on myyjän tärkein työ .....	100
28 Hinnoittelun vaihe 2: Haarukoi hinta-ankkurit.....	103
29 Ankkuri 1: Tuotteesi hyöty tai arvo.....	106
30 Dollarisoi hyöty rahaksi.....	112
31 Mitä maksat, jos poistan pulmasi? .....	117
32 Edes insinööri ei osaa dollarisoida.....	119
33 Miksi maksaisit sisärenkaasta kymmenkertaisen hinnan?.....	122
34 Pakkauskin on hinta-ankkuri .....	125
35 Voitko luvata asiakkaallesi miljoonan? .....	127
36 Luotettavuudella on arvo.....	130
37 Ankkuri 2: Toiseksi paras vaihtoehto.....	136
38 Ostaja etsii kiintopisteitä.....	139
39 Anna myös ilmaiselle hintalappu.....	141
40 Ankkuri 3: Kustannuksesi .....	143

41	Kustannusten kirous.....	145
42	Miksi kallis tontti ei nosta helsinkiläisen asunnon hintaa? .....	147
43	Tuote on ennallaan – vain sen arvo romahti .....	150
44	Hinnoittelun vaihe 3: Valitse poikkeava veloituskeino.....	152
45	Tuntiveloitus suosii tunareita.....	155
46	Softatalon hintauudistus karahti kiville.....	157
47	Miksi Vincitillä ei voi olla tyytymättömiä asiakkaita? .....	160
48	Liisaa firmallesi ilme .....	163
49	Aikaveloitus tappaa tuotekehityksen.....	165
<b>Osa 3: Kuinka korostat hintaasi? .....</b>		<b>169</b>
50	En ole nostanut hintojani 8 vuoteen.....	171
51	Jonkun on oltava kallein .....	174
52	Säädä seitsemää hintavipua.....	176
53	Mikä on yksinkertaisin tapa korottaa hintaa? .....	181
54	Pitkäaikaiset asiakkaasi kaipaavat perusteluja .....	184
55	Lohen hinta kymmenkertaiseksi.....	187
56	Saatko mongertamalla paremman hinnan?.....	190
57	Mesimarja ei kuulu köyhille.....	193
<b>Osa 4: Miten puolustat uutta hintaasi? .....</b>		<b>197</b>
58	Alennus on bisneksesi syöpä .....	199
59	Miksi asiakkaasi vinkuu alennusta? .....	202
60	Alennusmyyntisi vokottelee vääriä asiakkaita.....	205
61	Veloita myös tyhjästä tuolista.....	207
62	Mitä asiakkaasi tarkoittaa, kun hän valittaa hintaasi kalliiksi?.....	210
63	Älä koskaan anna alennusta (vastikkeetta) .....	213
64	Ohjaa hinnalla asiakkaasi käytöstä.....	216

## Sisällys

65 Näin puolitat alihankkijasi laskun .....	219
66 Rakenna masennuslista .....	221
67 Käytä hintakynnyksiä.....	224
68 Saituri ei saa päättää hintojasi .....	227
69 Höpinä on hintasi pahin vihollinen.....	229
70 Atrappi pelastaa tylsän tuotteesi .....	231
71 Onko myyjäsi kitupiikki?.....	235
72 Yksion vuokra yli 40 tonnia vuodessa – ilman keittiötä.....	238
<b>Osa 5: Tsemppiä</b> .....	241
73 Hinnoittelu ei suju edes taloustieteen professorilta .....	243
74 Milloin hintatesti toimii?.....	246
75 Kirjoita tarjous vasta, kun asiakas on ostanut.....	250
76 Hinnasto yllättävän lähellä .....	254
77 Lancelotin kolmas neuvo.....	259
<b>Lähteet</b> .....	262

# Miksi lukisit tämän kirjan?

Työtuolini kangas kulahti puhki. Lähetin verhoilijalle tarjouspyynnön. Kerroin, että hänen palvelunsa lisäksi ainoa vaihtoehtoni olisi marssia ostoksille. Jos haluaisin uuden vastaavan, tusinalla tavalla säädettävän järeän valvomotuolin, se maksaisi kaupassa puolitoista tonnia.

Tilasin työn verhoilijalta. Kun kuukausia myöhemmin sain laskun, sen näytti tältä:

Kangas	140,00 €
Kankaan rahti	19,77 €
Muut materiaalit	37,20 €
Työ	272,80 €
Kuljetukset	49,60 €
Arvonlisävero	119,49 €
<b>Yhteensä</b>	<b>617,37 €</b>

## Miksi lukisit tämän kirjan?

Tarkoitukseni ei ole nyt parjata poloista yrittäjää. Hän on varmasti tehnyt parhaansa tavalla, jota tuhannet hänen kollegansa toistavat joka päivä. Mutta näen hänen laskussaan monta huolestuttavaa oiretta.

1. En tietenkään ole kiinnostunut, paljonko verhoilija on maksanut vaikkapa kankaan rahdista. Silti hän ilmoittaa sentin tarkkuudella summan, jota en pysty toteamaan sen enempää oikeaksi kuin vääräksiään.
2. Työn osuus on alle kolmesataa euroa. En tiedä, kauanko tuolin purku- ja verhoilutyöhön todella kului. Mutta veikkaan, ettei tuntipalkaksi jää kaksista summaa.
3. Minulla ei ole aavistustakaan, paljonko verhoilutyön pitäisi maksaa. Ainoa todellinen vertailukohtani oli uuden vastaavan tuolin hinta – eli 1 500 euroa. Miksi laskuni loppusumma oli siis 617,37 euroa? Eikö mikä tahansa alle puolentoista tonnin veloitus olisi voinut mennä läpi?
4. Kerroin käsityöläiselle senkin, ettei kaupasta suinkaan saa millaisia tuoleja tahansa. Halusin nimenomaan firmani virallista väriä, eli kirkkaan punaista kangasta, entisen tylsän tummansinisen tilalle. Mutta lähellekään oikeaa sävyä ei tehtaiden valikoimissa näkynyt.

Luultavasti yrittäjä ajatteli, että kilpailijat määräävät hänen hintansa, mikä usein onkin totta. Mutta tässä tapauksessa en edes harkinnut kilpailuttamista. Mitä hyötyä siitä olisi ollut? Enhän tietenkään halunnut tilata työtä mahdollisimman halvalla (eli hinnasta päätellen huonolta) verhoilijalta.



Jos yrittäjä olisi hinnoitellut palvelunsa vaikkapa juuri alle tuhannen euron psykologisen rajan 985 euroon, hän saanut työnsä osuudesta 135 prosenttia enemmän laskutusta. Mutta ei siinä vielä kaikki: jos työn omakustannus oli vaikkapa 200 euroa, sen kate olisi noussut kuusinkertaiseksi!

Ennen kaikkea verhoilijan pedantisti eritelty lasku kertoo siitä, että hän hinnoittelee palvelunsa omien kustannustensa kattamiseksi. Kun hän esittelee kulujaan ostajalle, hän ajattelee niiden toimivan hinnan perusteluina.

Samalla verhoilija opettaa ostajan kiinnittämään huomionsa aivan vääriin asioihin eli omiin kuluihinsa. Niillä taas ei ole mitään tekemistä sen kanssa, mistä olin halukas maksamaan.

Siitä tässä kirjassa on kysymys, rakas lukijani. Aivan ensimmäiseksi yritän saada sinut irti perinteisestä kustannuspohjaisen hinnoittelun ikeestä. Lopulta on kaikkien etu, että saat työstäsi korvauksen, joka vastaa todellista tuottamaasi hyötyä tai arvoa.

Espoossa 1.6.2017

*Jari Parantainen*

tuotteistaja

Noste Oy

# Miten vinkit liittyvät toisiinsa?

Voit kaikin mokomin silmällä vinkin sieltä ja toisen täältä. Ne liittyvät kuitenkin toisiinsa näin:

## *1. Mikä estää hinnoittelusta kannattavasti?*

Jotta hinnoittelu olisi helppoa ja hauskaa, joudut ensin pesemään aivosi. Kulttuurimme kuhisee väärinkäsityksiä, sitkeitä myyttejä ja henkisiä esteitä. Ne saavat järkevätkin ihmiset reagoimaan oman etunsa vastaisesti – ja samalla he vahingoittavat koko yhteiskuntaamme.

Vinkit 1–13 tähtäävät siihen, että pääsisit vähitellen eroon edes pahimmista harhaluuloistasi.

## *2. Miten haarukoit tuotteellesi oikean hinnan?*

Tietenkin suurin osa muista yrittäjistä, asiantuntijoista ja johtajista ravistaa hintansa hihasta. Yleensä he päätyvät lukemiin, jotka

eivät vastaa tuotteen tai palvelun todellista arvoa. He menettävät rahaa aivan turhaan.

Vinkit 14–49 esittelevät yksinkertaisen kolmivaiheisen menetelmän, jonka avulla haarukoit hintasi kohdalleen.

### **3. Kuinka korostat hintaasi?**

Luultavasti haarukointisi osoittaa, että olet polkenut hintojasi. Pääset siis korottamaan niitä, mikä sinänsä on mukavaa puuhaa. Mutta sitten joudut ikävä kyllä kertomaan uutiset myös asiakkaillesi. Se vaatii munaa.

Vinkit 50–57 auttavat yli noista elämäsi pahimmista päivistä. Tosin jälkikäteen naureskelet, että ei se nyt niin vaikeaa ollutkaan.

### **4. Miten puolustat uutta hintaasi?**

Jokainen laihduttaja tietää, ettei painon pudotusvaihe ole läheskään se vaikein. Hankalinta on pitää paino uusissa lukemissa. Sama pätee hinnoitteluun.

Kun olet vihdoin korjannut hintasi järkeviksi, vaikeinta on sen jälkeen pitää ne sellaisina.

Olet itse pahin vihollisesi. Keksit kaikki mahdolliset perustelut, miksi jokaisen yrityksesi ovesta sisään horjahtaneen ohikulkijan pitäisi saada mojavasti alennusta.

Vinkit 58–72 keskittyvät siihen, että oppisit puolustamaan korottamiasi hintoja tästä hamaan tappiin.

### **5. Tsemppiä**

Vinkit 73–77 kertovat lopuksi, millaista asennetta tarvitset, kun hinnoittelubileet ovat ohi. Arki alkaa.