



# HINNOITTELU VAIKUTTAA

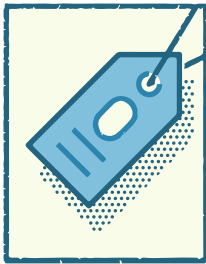
## KANNATTAVUUTEEN

Yrityksen voittojen tärkein mittari on kannattavuus. Yritys on kannattava, kun se saa liiketoiminnasta tuloja, joilla se kattaa menonsa ja tekee myös voittoa. Kannattavuuteen vaikuttaa hinnoittelu.



Hinnoittelun täytyy olla sellainen, että yritys tuottaa tarpeeksi voittoa ja pärjää myös kilpailussa muita yrityksiä vastaan. Asiakkaat vertailevat jatkuvasti hinnan ja laadun suhdetta ja tekevät sen perusteella ostopäätöksen. Siksi yrityksen täytyy hinnoittelussa seurata tarkasti kilpailijoiden hinnoittelua. Kilpailukykyinen hinnoittelu vaatii kustannustehokkuutta, eli tuote ja palvelu täytyy valmistaa mahdollisimman pienin kustannuksin. Lisäksi tuotteen tai palvelun täytyy olla laadukas. Silloin yritys voi hinnoitella tuotteensa ja palvelunsa kilpailukykyiseksi.

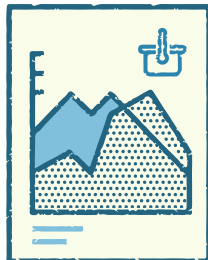
## Brändi vaikuttaa hinnoitteluun



Brändi on asiakkaiden mielikuva yrityksestä, sen tuotteista ja palveluista. Kun yrityksellä on vahva brändi, sillä on myös enemmän voimaa hinnoitella. Silloin yrityksen tuotteella on käyttöarvon lisäksi tunnearvoa. Hinnoittelu viestittää asiakkaalle tuotteen tai palvelun laadusta ja arvosta.

Hinnoittelu vaikuttaa siten brändiin ja sen rakentamiseen. On tärkeää, että tuotteen tai palvelun laatu vastaa sitä viestiä, joka asiakkaille on annettu. Muuten yrityksen brändi voi pahasti kärsiä. Yrityksen hinnoitteluvoimaa lisää myös se, jos tuotteella tai palvelulla on vähän kilpailua. Jos yrityksellä on monopoli, se hallitsee yksin markkinoita. Silloin monopoli voi hinnoitella tuotteensa korkeaksi, eikä laatu vaikuta siihen. Kun markkinoilla on kilpailua, yritys yrittää saada hinnan mahdollisimman alas. Hinnan lisäksi myös laadun täytyy olla riittävän hyvä.

## Kysynnän ja tarjonnan laki



Kysyntä ja tarjonta ohjaavat hinnoittelua, kun markkinat ovat vapaat ja markkinoilla on kilpailua. **Kysyntä** tarkoittaa kuluttajien ostohalukkuuden määrää tietyllä hintatasolla. **Tarjonta** tarkoittaa sitä, minkä määrän yritykset pystyvät ja haluavat tuottaa tavaroita ja palveluita tietyllä hintatasolla. Yrityksen hinnoittelu on liian alhainen,

jos kysyntää on niin paljon, että yritys ei pysty vastaamaan siihen. Silloin yritys ei tuota tarpeeksi tuotetta tai palvelua eikä vastaa kuluttajien ostohalukkuuteen. Liikakysyntä nostaa markkinahintoja, ja silloin yritys voi korottaa hintojaan. Toisaalta hintaa on pakko laskea silloin, kun kysyntää on vähän verrattuna tarjontaan.

Tasapainohinta on saavutettu, kun kysyntä ja tarjonta ovat yhtä suuret. Eli kuluttajien ostohalukkuus ja yritysten tuotteiden tai palveluiden määrä ovat yhtä suuret.

Tämä on teoriaa, sillä käytännössä kysyntä, tarjonta ja hinta muuttuvat markkinoilla jatkuvasti.

## Näin pääset alkuun hinnoittelussa



Mieti aina hinnoittelua kannattavuuden ja markkinoinnin näkökulmasta. Hinnoittelun ABC-oppaan ohjeessa on hinnoitteluun neljä vaihetta. Etene hinnoittelussa samassa järjestyksessä.

### 1. Mitä myyt ja kenelle?

Tarkastele omaa liiketoimintaasi:

- Mitä tuotetta tai palvelua myyt?
- Onko se massatuote vai räätälöity palvelu?
- Onko se uusi innovaatio?
- Miten tuote tai palvelu eroaa muista kilpailijoista?
- Mikä on asiakaskohderyhmä?
- Mitä lisäarvoa asiakas saa tuotteesta tai palvelusta?
- Millainen kilpailu kyseisillä markkinoilla vallitsee?
- Mitkä ovat myytävän hyödykkeen tuotanto- ja jälleenmyyntikustannukset?

### 2. Mikä on hinnoittelalueesi?

Määrittele hinnoittelualue:

- Mikä on tuotteen tai palvelun hinnan alaraja, jonka alle hinnoittelussa ei voida mennä?
- Mikä on hinnan yläraja, jonka yli ei voi mennä ilman, että myynti kärsii?

### 3. Mikä on hinnoittelustrategiasi?

Hinnoittelu on osa markkinointia, joten valitse hinnoittelustrategia niin, että se on osa markkinointistrategiaa.

Hinnoittelustrategiaan vaikuttavat esimerkiksi:

- Onko hinnoittelustrategian tarkoitus lisätä myyntiä? Esimerkiksi jos yritys laskee hintaa 20 %:a vuodessa, paraneeko myynti?
- Saavuttaako yritys kasvutavoitteet esimerkiksi parantamalla laatua?
- Aikooko yritys vallata markkinaosuuksia nopeasti, vaikka tuotot vähenevät?
- Haluaako yritys heti kohtuullista tuottoa niin, että yrityksen kasvun vauhti on hidas?

# “ KUN TEET VIRHEEN HINNOITTELUSSA, NAKER- RAT SAMALLA MAINETTASI TAI VOITTOJASI.”

Katharine Paine, Delahaye Groupin perustaja

## 4. Mikä hinnoittelumalli sopii parhaiten?

Hinnoittelumalli kertoo asiakkaille, millä perusteella tuote tai palvelu on hinnoiteltu.

Hinnoittelumalleja ovat esimerkiksi

- kiinteä hinnasto
- asiakaskohtaisesti räätälöity hinta
- aika- ja kuluveloitus
- kiinteä vuosi- tai kuukausimaksu
- tarjouksen tekeminen asiakaskohtaisesti, jossa hinta salataan ulkopuolisilta.

Photo by Mael BALLAND on Unsplash



Yrityksessä toimiminen