

Arvopohjainen hinnoittelu

Nyt lunastetaan luotu arvo takaisin omalle tilille!

TTS KASVUUN-hanke 31.3.-1.4 2026

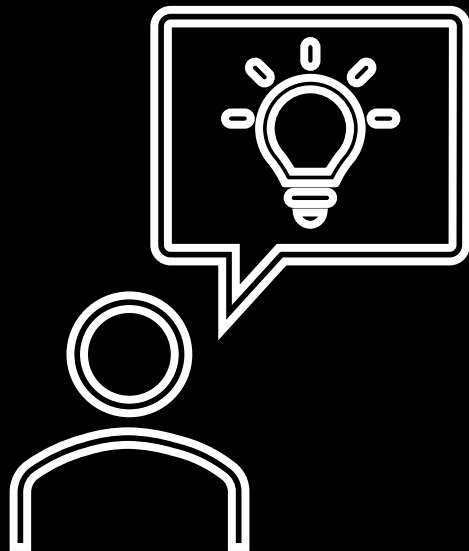


TUTUSTUTAAN 15 min

Tehtävä

Esittäydy ryhmälle

- ✓ *Kuka olet, mistä tulet?*
- ✓ *Mitä myyt?*
- ✓ *Ajatukset hinnoittelusta ja odotukset aamupäivälle*



Graanin malli

Luodaan & lunastetaan arvoa.
Meidän arvonluonnin polku sinulle.



Sisältö

- 1. Erilaisia hinnoittelumalleja**
- 2. Asiakasymmärryksen merkitys**
- 3. Kannattavuuden ajurit**
- 4. Brändin merkitys**
- 5. Pelkoa vai itsevarmuus?**
- 6. Mikä ihmeen CuBeNeBA?**

Ota Kynä ja paperi esille viimeistä harjoitusta varten

Graani

Miten asetat hinnan?

1. Kulupohjaisesti

Kiinteät kulut

Muuttuvat kulut

Break even-kohta

(ei voittoa, ei tappiota)

Lisää haluamasi kate

Esimerkkejä?

Graani

Miten asetat hinnan?

1. Kuluperusteinen

Kiinteät kulut

Muuttuvat kulut

Break even-kohta

Lisää haluamasi kate

2. Markkinaperusteinen

*Mitä markkinoilla
pyydetään tällä hetkellä
samasta?*

- ✓ *Hinta alle kilpailijoiden
- 5-10%*
- ✓ *Hinta päälle
kilpailijoiden + 5-10%*
- ✓ *Hinta keskiarvon muka
an +-0*

Esimerkkejä?

Graani

Miten asetat hinnan?

1. Kuluperusteinen

Kiinteät kulut

Muuttuvat kulut

Break even-kohta

Lisää haluamasi kate

2. Markkinaperusteinen

Mitä markkinoilla
pyydetään tällä hetkellä
samasta?

- ✓ Hinta alle kilpailijoiden
- 5-10%
- ✓ Hinta päälle
kilpailijoiden + 5-10%
- ✓ Hinta keskiarvon muka
an +-0

3. Tavoiteperusteinen

Vuositulo xx€

Kuukausitulo 11kk/xx€

Viikkotulo xx€

Kulujen määrä

Millä tuotteilla ja millä
hinnoilla?

Graani

Miten asetat hinnan?

4. Arvoperusteinen

*Tutkittu hintapiste &
Asiakkaan kokema arvo*

Maksuhalu ja kyky

Esimerkkejä?

Graani

Hintapisteen selvittäminen

Haastattelut

Paljonko asiakas on valmis maksamaan

Kysy mikä nostaisi halukkuutta maksaa enemmän

Vertailu:

A/B testaus & Rajoitettu aika

Ohjaa nettisivuille tulevasta asiakkaan kahteen ryhmään & hinnoittele erilailla.

Mittaa konversio keskimääräinen tilausarvo asiakkaiden saaminen & säilyttäminen.

Porrastettu

Luo erilaisia paketteja (basic, pro, premium)

Kaikilla eri ominaisuudet, arvo jne.

Havainnoi mikä myy parhaiten

Graani

Perusteet arvopohjaiselle hinnoittelulle

1. On tunnettava asiakkaansa ja ymmärrettävä mikä luo arvoa

2. Rahan arvoista lisäarvoa pitää oikeasti pystyä luomaan

**3. Luotu arvo pitää kommunikoida
(markkinoida ja viestiä) asiakkaille**

Graani

Arvopeliä vai hintasotaa?



Graani

Graanin malli

Luodaan arvoa asiakkaille.

Investointeja 



1

STRATEGIA



2

**ASIAKAS-
YMMÄRRYS**



3

**VIESTIT &
KANAVAT**



4

TUOTTEISTUS



5

OSTOPOLKU



6

BRANDI



7

**ARVOPOHJAINEN
HINNOITTELU**

**Lunastetaan
arvo takaisin
itsellemme!**



Jätätkö rahaa pöydälle?



Graani

Asiakasymmärrys on kaiken perusta!!



Graani

Ymmärrät mitä arvoa luot
ASIAKKAILLE



USP

Erottaa

Keskittyy

KILPAILUSTA

YTIMEEN

Graani

Kannattavuuden driverit

	Lähtötilanne
Myyty Kpl	225
KA. Hinta/Kpl	12 481
KA MuKu	9123
Kate / Kpl	3358
Kateprosentti %/ Kpl	27 %
Kokonaisliikevaihto	2808225
MuKut kokonaisuudessaan	2052675
katetuotto	755550
KiKut	619210
Kate €	136340
Kate %	4,86 %
Katteen lisäys %	



Kannattavuuden driverit

	Lähtötilanne	KiKu -2%
Myyty Kpl	225	225
KA. Hinta/Kpl	12 481	12 481
KA MuKu	9123	9123
Kate / Kpl	3358	3358
Kateprosentti %/ Kpl	27 %	27 %
Kokonaisliikevaihto	2808225	2808225
MuKut kokonaisuudessaan	2052675	2052675
katetuotto	755550	755550
KiKut	619210	606826
Kate €	136340	148724
Kate %	4,86 %	5,30 %
Katteen lisäys %		9 %



Kannattavuuden driverit

	Lähtötilanne	KiKu -2%	Kpl Lkm. +2%
Myyty Kpl	225	225	230
KA. Hinta/Kpl	12 481	12 481	12 481
KA MuKu	9123	9123	9123
Kate / Kpl	3358	3358	3358
Kateprosentti %/ Kpl	27 %	27 %	27 %
Kokonaisliikevaihto	2808225	2808225	2870630
MuKut kokonaisuudessaan	2052675	2052675	2098290
katetuotto	755550	755550	772340
KiKut	619210	606826	619212
Kate €	136340	148724	153128
Kate %	4,86 %	5,30 %	5,33 %
Katteen lisäys %		9 %	12 %



Kannattavuuden driverit

	Lähtötilanne	KiKu -2%	Kpl Lkm. +2%	MuKu -2%
Myyty Kpl	225	225	230	225
KA. Hinta/Kpl	12 481	12 481	12 481	12 481
KA MuKu	9123	9123	9123	8941
Kate / Kpl	3358	3358	3358	3540
Kateprosentti %/ Kpl	27 %	27 %	27 %	28 %
Kokonaisliikevaihto	2808225	2808225	2870630	2808225
MuKut kokonaisuudessaan	2052675	2052675	2098290	2011622
katetuotto	755550	755550	772340	796604
KiKut	619210	606826	619212	619213
Kate €	136340	148724	153128	177391
Kate %	4,86 %	5,30 %	5,33 %	6,72 %
Katteen lisäys %		9 %	12 %	30 %

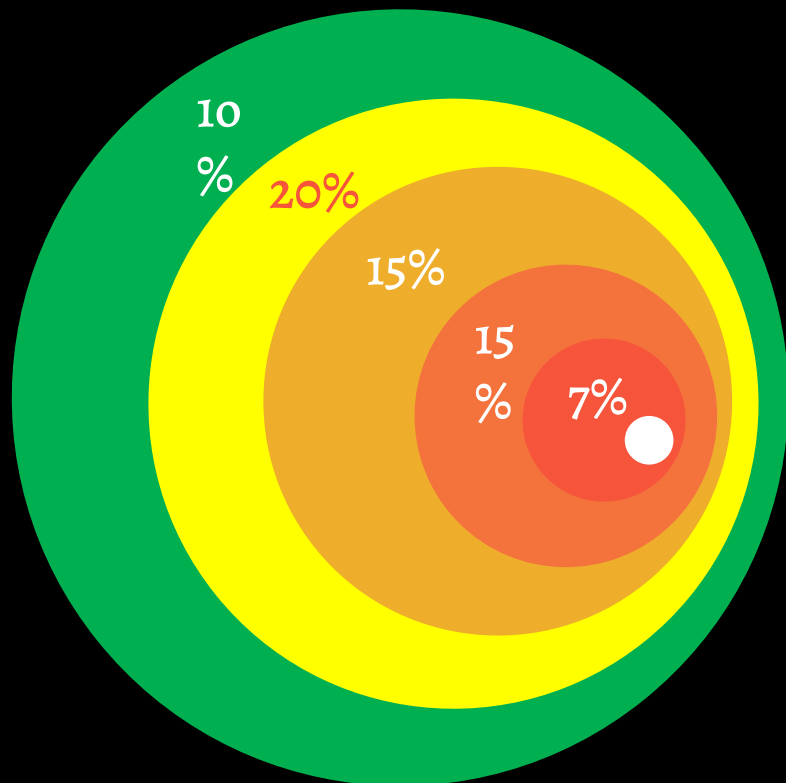


Kannattavuuden driverit

	Lähtötilanne	KiKu -2%	Kpl Lkm. +2%	MuKu -2%	Hinta +2%
Myyty Kpl	225	225	230	225	225
KA. Hinta/Kpl	12 481	12 481	12 481	12 481	12 731
KA MuKu	9123	9123	9123	8941	9123
Kate / Kpl	3358	3358	3358	3540	3608
Kateprosentti %/ Kpl	27 %	27 %	27 %	28 %	28 %
Kokonaisliikevaihto	2808225	2808225	2870630	2808225	2864390
MuKut kokonaisuudessaan	2052675	2052675	2098290	2011622	2052675
katetuotto	755550	755550	772340	796604	811715
KiKut	619210	606826	619212	619213	619214
Kate €	136340	148724	153128	177391	192501
Kate %	4,86 %	5,30 %	5,33 %	6,32 %	6,72 %
Katteen lisäys %		9 %	12 %	30 %	41 %

Brandin merkitys arvon luonnissa

Graani



Arvon luoja	%	€
Ydintuote		75 €
Erottuva brandi	+7%	1 €
Selkeä arvolupaus	+15%	11 €
Luottamuksen osoitus	+15%	11 €
Vahva tunneside	+20%	15 €
Sitoutunut yhteisö :	+10%	7,5 €
Total potential uplift: ~ in perceived price value	+50%	112,50€

*In reality factors don't just stack linearly.
They reinforce each other.
A +25-50% overall price premium is realistic.
Results need time and concise execution.*

”Asiakassuhde on ihmissuhde”

Graani

Brändin arvotekijät

Tekijä

Selkeä arvolupaus
Visuaalisesti erottuva
Tunteisiin vetoaminen
Luottamus & laatusignaalit
Saumaton kokemus
Yhteisön rakentaminen
Johdonmukainen & Yllätys



Lopputulos

Asiakkaat ymmärtävät arvon
Muistettavuus
Uskollisuus, merkityksellisyys
Identiteetti rakentuu
Pienempi oston riski
Nautinnollisempi ostoprosessi
Suosittelijoita ja puolustajia
Brandirakkaus ja asiakaspysyvyys



Vaikutus

Paras hinta, vähemmän alennuksia
Enemmän ostavia asiakkaita
Asiakkuuden kesto pitenee, matalampi poistuma
Paras hinta on perusteltu
Enemmän kauppvoja, korkeampi keskiostos
Orgaaninen kasvu, pienempi asiakashankintakulu
Toistuva uusintaostos, sitoutuminen



Hinta on laadun tae

Graani



Hinnoittelu 2 min

1. Harjoitus

- ✓ Mikä on hinnoittelumallisi nyt (1-4)
- ✓ Entä tulevaisuudessa?

Graani



Purku

Millaisia tuloksia tuli?





Hinnoittelu 5min

2. Harjoitus

- ✓ Mieti ja kirjoita mitä tarvitset, jotta voit aloittaa/jatkaa oikeaan suuntaan?

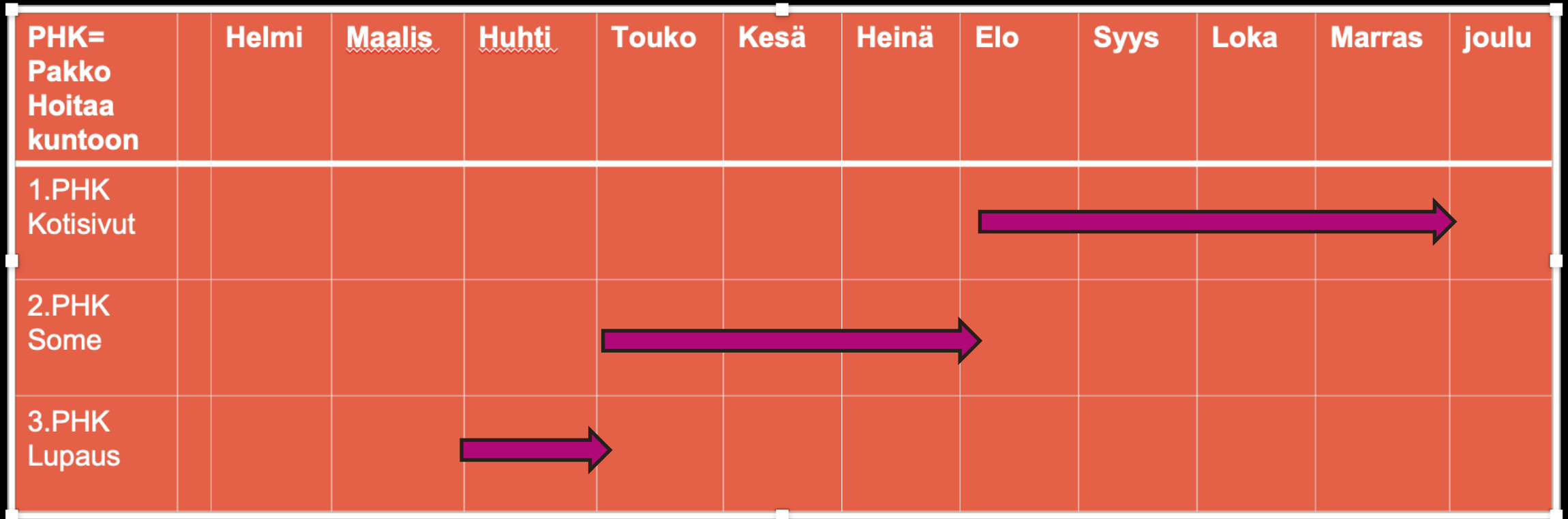


Hinnoittelu 3 min

3. Harjoitus

- ✓ Päätä ja aikatauluta ensimmäinen konkreettinen teko asian eteen
- ✓ Ota kynä ja paperi, piirrä seuraavakuva

Työkalu: Ganttin kaavio



Hinnoittelu on psykologiaa

Graani

Hinnoittelu on tuskank hallintaa



Vähemmän ominaisuuksia

Lisämyyntiä

Graani

Hinnoittelutekniikka



Small

Aloittavat ja keskikokoiset yritykset yhdestä kohteesta alkaen.

2 %

Moderissa kulkevasta liikevaihdosta.
Kuukausittainen minimilaskutus **65 € ***

- ✓ Kaikki ominaisuudet
- ✓ Myyntikanavat (2 kpl)
- ✓ Integraatiot (2 kpl)

Hinta sisältää Paytrail- tai Stripe-verkkomaksupalvelun kuukausikustannuksen **



Medium

Yrityksille, jotka haluavat kehittyä ja automatisoida toimintaansa.

1.25 %

Moderissa kulkevasta liikevaihdosta.
Kuukausittainen minimilaskutus **275 € ***

- ✓ Kaikki ominaisuudet
- ✓ Myyntikanavat (3 kpl)
- ✓ Integraatiot (3 kpl)

Hinta sisältää Paytrail- tai Stripe-verkkomaksupalvelun kuukausikustannuksen **



Large

Resurssienhallintaa, analytiikkaa ja automaatiota edelläkävijöille.

0.75 %

Moderissa kulkevasta liikevaihdosta.
Kuukausittainen minimilaskutus **440 € ***

- ✓ Kaikki ominaisuudet
- ✓ Myyntikanavat (5 kpl)
- ✓ Integraatiot (5 kpl)
- ✓ Rajaton määrä kohteita

Hinta sisältää Paytrail- tai Stripe-verkkomaksupalvelun kuukausikustannuksen **

Pelko on myyjälle kallis tunne

Graani

Kasvata hintaitsevarmuutta

Haluatte laskuttaa
ylimääräistä
palvelusta???

Ei, ei ei, se on suuri
väärinkäsitys, oikeasti
palvelu on ilmasta,
annan sinulle myös -5
% alennusta tuotteesta,
oikeasti, sopiiko?!



Graani

Selvitä *CuPeNeBA*

=Customers Perceived Next Best Alternative

*Pidä huoli että tiedät ympäröivän
kilpailukentän tilanteen.*

*Kun tiedät mitä kilpailijat tekevät, ja tiedät mitä
itse teet, saat hintaitsevarmuutta.*

Graani



3 Pointtia

**Mitä jäi mieleen? Kommentteja, ajatuksia, oppeja,
ahaa-elämyksiä**

Kiitos!

Noora Kokko

Head of Community and training

noora@graani.fi

+358 503 381 932

