



# HINNOITTELU HELPOKSI

LEENA PAKONEN

KOUTSIKLUBIN  
WORKSHOP

*KoutsiKlubi*

# TÄNÄÄN OHJELMASSA

- oikeanlainen mindset ja itsevarmuus hinnoittelussa
- kuinka valmennuspalvelut kannattaa hinnoitella
- laske itsellesi tuntihinta, jolla vältät alihinnoittelun
- rakenna toimiva tuotteisto tavoitetulosi saavuttamiseksi
- madalla asiakkaasi ostokynnystä hinnoittelupsykologialla
- luo itsellesi selkeää hinnoittelurutiini



*KoutsiKlubi*

# 1. MINDSET



- hinnoittelun taito vaatii yhtä paljon ASENNETTA JA LASKUTAITOJA, tai ehkä enemmän just asennetta...
- kuka arvostaa osaamistasi ja työtäsi, jos et sinä itse?
- jos hinnasta tai omasta osaamisesta puhuminen tuntuu vaikealta, harjoittele hintasi kertomista ääneen, vaikka peilin edessä
- valmennusalalla ei houkutella asiakkaita hinnalla vaan valmennuksen tuloksilla ja sisällöllä
- hinta toimii myös asiakkaan motivaattorina ja sitouttajana: mitä korkeampi hinta, sitä vahvempi sitoutuminen ja motivaatio

*Koutsiklubi*

# MINDSET



- hinnan KALLEUS tai HALPUUS on aina subjektiivinen kokemus = KOKEEKO asiakas saavansa rahallensa sellaista vastinetta, jota HÄN arvostaa = ARVO
- KOKEMUKSEEN ja ARVOON vaikuttaa brändi sekä tuotteen ESITYSTAPA ja mitä TUNTEITA ne herättävät.
- loppujen lopuksi asiakas ostaa TUNTEITA ja KOKEMUKSIA.
- aina löytyy joku, joka moittii hintaasi, muista: jos hän ei ymmärrä työsi arvoa, hän ei ole kohderyhmääsi eikä unelma-asiakkaasi
- harkitse maksusuunnitelman tarjoamista niille, joilla on taloudellisesti tiukkaa

*Koutsiklubi*

# MINDSET



- AIKASI on kaikkein KALLEIN resurssisi, myy sitä harkiten
- valmennuksen hinnan tulee kattaa palkkasi ja kulusi, MYÖS siltä ajalta kun et työskentele
- pelkkä kustannusperusteinen hinnoittelu ei riitä
- pelkkä markkinaperusteinen hinnoittelu ei riitä
- MILLAISEN TOIMEENTULON **SINÄ** HALUAT ITSELLESI LUODA?
- UNELMOI ROHKEASTI ja ARVOSTA OSAAMISTASI

*Koutsiklubi*

## 2. VALMENNUSTEN HINNOITTELU



- valmennusalalla pelkällä tuntihinnalla myyminen on vanhanaikaista ja tehotonta – on helppo ajautua jatkuvaan uusien asiakkaiden metsästykseseen
- tuotteista ja myy valmennuspaketteja
- opeta asiakkaasi alusta saakka maksamaan palveluistasi
- kun tuotteesi on hyvä ja osuu kohderyhmäsi tarpeisiin, siitä ollaan valmiita maksamaan
- jos kohderyhmäsi ei ole maksukykyinen, hanki rahoittaja ja/tai yhteistyökumppani
- unohda hinnalla kilpailu ja alennuksien antaminen, nämä syövät brändiäsi

*Koutsiklubi*

### 3. LASKE TUNTIHINTASI



- MILLAISEN TOIMEENTULON **SINÄ** HALUAT ITSELLESI LUODA?
- kun tiedät tuntihintasi, voit hinnoitella valmennuspakettisi ja tuotteistosi

*KoutsiKlubi*

# TUNTIHINTASI PERUSKAAVA

$(\text{PALKKA} + \text{KULUT per kk}) \times 12/10/22/5$

*Koutsiklubi*

# MITÄ NUMEROT TARKOITTAVAT

- 12 = kuukausia vuodessa
- 10 = kuukaudet, jotka työskentelet (pl. lomat, sairauslomat, vapaat)
- 22 = työpäiviä keskimäärin kuukaudessa
- 5 = päätoimisia työskentelytunteja päivässä (pl. toimistotyöt, markkinointi jne)

*Koutsiklubi*

# MITKÄ KAIKKI KULUT? – KAIKKI!

- BRUTTO-palkkasi + sivukulut (YEL ym.)
- tilavuokrat, välineet
- tekniikka & ohjelmistot, toimistokulut
- lupamaksut ja lisenssit
- koulutus, kirjallisuus, jäsenmaksut
- nettisivujen ylläpito
- markkinointi ja markkinointimateriaalit
- vakuutukset, lakisääteiset kulut, eläkemaksut
- pankkikulut, maksuliikennekulut, korot
- jne...

*Koutsiklubi*

# HINNOITTELUN KAAVA

TUNTI-  
HINTASI

esim. 1  
valmen-  
nustunnin  
hinta

TOIVEPALKKASI / kk	3.000
MUUT KULUT / kk	3.000
<b>YHTEENSÄ</b>	6.000
KERRO 12:lla	72.000
JAA 10:llä = työkuukaudet	7.200
JAA 22:lla = työpäivät	327
JAA 5:llä = työtunnit	65
<b>TUNTIHINTASI</b>	65
KERRO tunneilla esim. 1,5	98
KERRO brändillä esim. 1,3	127
ALV 24%	31
<b>TUOTTEEN HINTA</b>	158

Koutsiklubi



**HUOMIOI MUKAAN VIELÄ  
LISÄMATERIAALISTA JA BONUKSISTA  
TULEVA LISÄARVO**

*Koutsiklubi*

# HINNOITTELUN KAAVA

TUNTI-  
HINTASI

(PALKKA + KULUT per kk) x 12/10/22/5

x

PAKET-  
TISI

TUNNIT x BRÄNDIKERROIN  
+ lisämateriaalit + bonukset

*Koutsiklubi*



**BRÄNDIKERTOIMESI KASVAA AJAN MYÖTÄ,  
MUISTA PÄIVITTÄÄ SITÄ.**

*Koutsiklubi*

# PREMIUM HINNOITTELU

- toimii tietyissä valmennusaiheissa:
  - RAHA ja VAURASTUMINEN (vauraus, ura, yrittäjäyys, bisnes, markkinointi, brändi)
  - HYVINVOINTI (laihduuttaminen, hormonitasapaino, kipu, uni, ruokavalio, fitness, kokonaisvaltainen hyvinvointi)
  - IHMISSUHTEET (ero, deittailu, parisuhde, rakkaus)
  - HENKILÖKOHTAINEN KEHITYS ja HENKISYYS (muutosvalmennus, huippusuoritus, johtaminen, henkisyys, elämänhallinta, tunnetaidot)

*KoussiKlubi*

## 4. RAKENNA TUOTTEISTO



- AIKASI on kaikkein KALLEIN resurssisi, myy sitä harkiten
- suosi monistettavia tuotteita:
  - ryhmät
  - luennot
  - verkkokurssit / verkkomateriaali
  - videoluennot
- minimoi liikkuminen paikasta toiseen
  - pyri tekemään työsi samassa paikassa tai keskitä päivä kerrallaan yhteen paikkaan
  - mieti, voitko tehdä työn etänä
- HUOM: esimerkeissä ei ole maksimia, joten vain taivas tai sinun unelmasi on rajana – tähtää aina reippaasti minimistä ylöspäin!

*Koutsiklubi*

# YKSILÖVALMENNUS

- hintahaitari 65€ - 200€+ / tunti tai tapaaminen (sis. alv)
- paketti-/kuukausihinta antaa väljyyttä hinnoitteluun

*KoussiKlubi*

# RYHMÄVALMENNUS / KURSSI

- hintahaitari 15€ → / tunti tai tapaaminen / osallistuja (sis. alv)
- mieti hinnoittelu minimi- ja maksimiosallistujamäärän mukaan, minimimäärän täytyisi jo kattaa kaikki kulusi & palkkasi
- paketti-/kuukausihinta antaa väljyyttä hinnoitteluun

*Koutsiklubi*

# RÄÄTÄLÖITY ÄÄNITE / VIDEO

- aikamääräkerroin **vähintään 5** riippuen suunnittelun ja editoinnin määrästä
- vaiheet: suunnittelu + äänitys + tarkistuskuuntelu & editointi
- esim. äänite 30min x 5 = korvaus 2,5 tunnilta

*Koutsiklubi*


# LUENNOT

Akavan laskentakaava

Samasta aiheesta pidettävä luento / tuntia	1	2	3	4	jne
Valmistelukerroin / tuntia	5	4	3	3	jne
Tunnit, joilta maksetaan korvaus	5	8	9	12	jne

x tuntihinta, jonka olet itsellesi laskenut

*Koutsiklubi*



**TUOTTEISTOON KANNATTAA SISÄLlyTTÄÄ  
ERILAISIA TUOTTEITA:  
PAINOTUS MONISTETTAVIIN  
(JOS HALUAT LISÄTÄ TULOVRTAA)**

*Koutsiklubi*

# TUOTTEISTOESIMERKKI

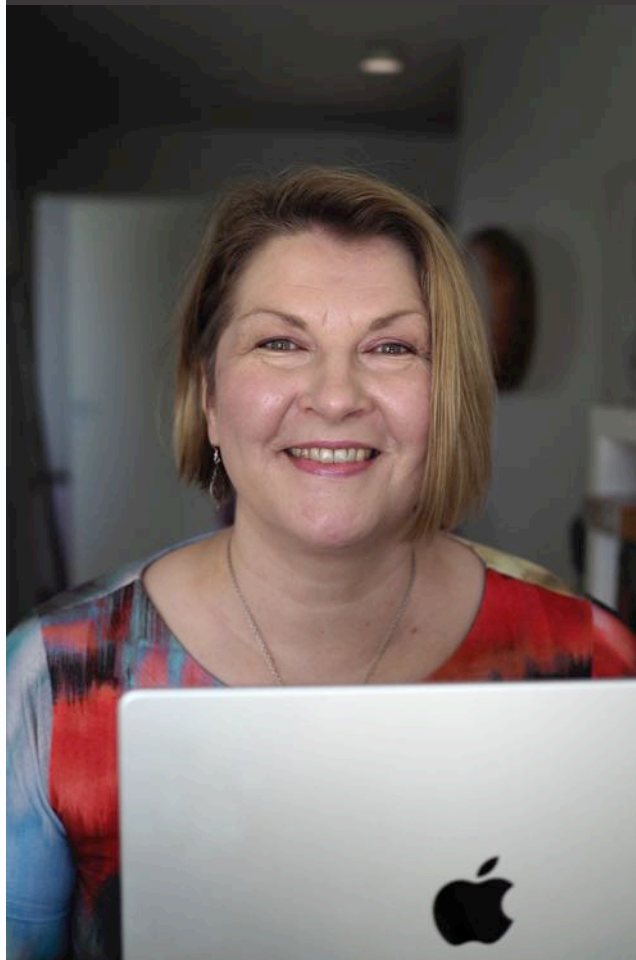
TUOTE	HINTA (alv 24%)	MÄÄRÄ / KK	YHTEENSÄ / KK	ALV 0%
Yksilöpaketti 3kk (6krt)	895	4	3.580	2.887
12 hlö ryhmä x 2 (2h / vko)	195	24	4.680	3.774
Verkkokurssi	49	20	980	790
Luento	620	1	620	500
				<b>7.951</b>
			vuodessa	<b>79.510</b>

## Ajankäyttö:

- Yksilövalmennukset 6 per viikko a 1-1,5h = 9h + valmistelut + markkinointi
- Ryhmät 2 x 2h / viikko = 4h + valmistelut + markkinointi
- Verkkokurssi = monistettava → vain markkinointiaika
- Luento = monistettu paketti + pieni räätälöinti = 2+2h = jaettuna viikolle 0,5h
- > Viikossa varsinainen valmennusaika 13,5h, myynti / markkinointi 13,5h, hallinto 5h = 32h

*Koutsiklubi*

## 5. MADALLA OSTOKYNNYSTÄ



- hinnoittelun psykologiaa, eli mikä merkitys on alitajuisilla prosesseilla ostopäätöksissä
- AVOIMUUS – HINTATIETOJEN PIHTAAMINEN EI KANNATA

*KoussiKlubi*

# HINNOITTELUN PSYKOLOGIAA

- 95 tai 99 tuntuu paaaljon edullisemmalta kuin 100 tai 105
- 97?
- mitä enemmän numeroita, sitä kalliimmalta vaikuttaa vrt 19€ ja 19,00€
- mitä erilaisempia numeroita, sitä hankalampi hahmottaa vrt 87,50€
- alle 50€ tuotteet eivät vaadi isoja päätöksiä → helpompia myydä
- toisaalta liian pieneen hintaan, esim alle 10€, on helpompi jäädä jumiin järkeilemään
- mitä isompi hinta, sitä enemmän **tunteet** vaikuttavat päätökseen

*Koutsiklubi*

# HINNOITTELUN PSYKOLOGIAA

- kuukausimaksu tuntuu edullisemmalta kuin kokonaishinta
- kokonaishinnan pilkkominen osiin → osat yhteensä arvokkaammat kuin kokonaishinta
- kolmen vaihtoehdon periaate: halvin - perus - premium
- kertamaksu / osamaksu
- kertamaksualennus vai osamaksulisät?
- jos asiakkaasi on yrittäjä / yritys, ilmoita hinta alv 0%
- jos käytät alennuksia, markkinoinnissa toimii usein paremmin se luku joka on absoluuttisesti isompi: alennusprosentti / euromäärä

*Koutsiklubi*



# MIELIKUVA HINNASTA ON TÄRKEÄMPI KUIN HINTA

- käsin kosketeltava tai muuten konkreettinen lisä palveluun nostaa sen arvoa hintamielikuvissa – lisää jotain helposti monistettavaa: kansio, työkirja, muistivihko, äänite, video...
- vähemmän on kuitenkin enemmän, asiakas haluaa päästä aina helpolla...
- erikoistuminen ja asiantuntijuus nostaa palvelusi arvoa – kohderyhmä-ajattelu on tässäkin mielessä fiksua
- brändin laatumielikuva vaikuttaa arvoon – jo se riittää, että olet johdonmukainen ja keskityt ydinviestiisi
- tutulle on turvallisempi maksaa isompaakin hintaa – lämmittelymarkkinointiin kannattaa siis satsata ja suunnitella sopivia jatkotuotteita olemassa oleville asiakkaille

*Koutsiklubi*



**90% OSTOPÄÄTÖKSISTÄ(KIN)  
ON ALITAJUISIA**

*Koutsiklubi*

## 6. HINNOITTELURUTIINI



- TEE ITSELLESI LASKENTAKAAVA esim. exceliin
- tarkista tuntihintasi / minimisi: paljonko tuote vaatii aikaasi (tarkista erityisen tarkkaan sellaiset aktiviteetit, jotka vaativat toistuvasti aikaasi) ja paljonko siihen sisältyy lisäkuluja
- millä hinnalla teet itse työn innolla ja ilolla? hinnan ei saa jäädä harmittamaan!
- jos vertailet muihin, tähtää korkeimpien hintojen kohdalle (alallamme on runsaasti alihinnoittelua)

*Koutsiklubi*

# HINNOITTELURUTIINI



- mikä hinta sitouttaa asiakkaasi? hyödynnä intuitiotasi
- **asetta hinta, joka vähän hirvittää** ja justeeraa psykologiseksi hinnaksi
- mieti valmiiksi **vahvat ja vetoavat vihjeet** hintamielikuvan muodostumista varten: timanttinen sisältö, monistettavat bonukset ym.
- pidä hinnoittelusi johdonmukaisena ja **päivitä hintojasi säännöllisesti** ja rohkeasti

**OLE ITSELLESI POMO, JOKA ARVOSTAA OSAAMISTASI REILULLA PALKALLA JA BONUKSILLA**

*Koutsiklubi*



**OLE ROHKEA!**

**OLE EDELLÄKÄVIJÄ!**

**ARVOSTA OMAA OSAAMISTASI** 💎

**LUOTA OMAAN TYYLIISI** ❤️

**LUO OMA HINNOITTELURUTIINI HARJOITTELEMALLA** 💪

*KoussiKlubi*



*Kütös!*

**koutsiklubi.fi**

*Koutsikklubi*