

# **3 Markkinoinnin perusteet**

## **”Hinta kilpailukeinona”**



A young man with light brown hair, wearing a black baseball cap with a white logo and a grey t-shirt, is sitting in a modern cafe. He is smiling at the camera. In the background, there is a bar counter with various bottles and a large orange armchair in the foreground. The cafe has a warm, rustic feel with wooden floors and stone pillars.

**Eläkkeelle 30-vuotiaana – Näin yrittäjä Johannes Laine aikoo onnistua huimassa tavoitteessaan**



## **Nuori yrittäjä aloitti myymällä jäätelöä – nyt Johannes Laine, 29, on mukana yhdeksässä yrityksessä ja aikoo höllätä työtahtia vuoden kuluttua**

- raakakakkuja valmistavassa *GreenStreetissä*,
- kahvila *GreenStreet* *Stockholmissa*,
- vegaanikahvila-joogastudio *Roots* *Helsingissä*,
- kahvila-taidegalleria *Ruplassa*,
- Street Workout -telineitä maahantuovassa *Kenguru Pro* *Finlandissa*,
- terveelliseen elämään painottavissa *Aito Päiväkodeissa*,
- konsultointia tarjoavassa *DreamPlanDossa*,
- tapahtumatila *Väinö Kalliossa* ja
- teetuohteisiin keskittyvässä *Good Guys Kombuchassa*.

Kun koulu loppui, hakeutui Laine Jyväskylän ammattikorkeakoulun yrittäjyyden yksikköön, **Tiimiakatemiaan**. Ja yhtäkkiä alkoikin oppiminen kiinnostaa. Opiskelijat saivat eteensä satoja kirjoja sisältävän kirjalistan. Siitä sai valita kirjat, jotka nyt sattuivat kiinnostamaan.

– Luin kuukaudessa enemmän kuin koulussa yhteensä. Ensimmäisiä huippukirjoja olivat **Tim Ferrissen the 4-Hour Workweek** ja **Anthony de Mellon Havahtuminen**. Ei luettu tenttejä varten, vaan itseämme varten.





Tiimiakatemialle tajusin, että Suomessa voi ryhtyä yrittäjäksi puolessa tunnissa.

Kouluun kuului osuuskunnan perustaminen, ja sain heti idean jäätelökioskista. Kioski perustettiin jo ensimmäisenä kesänä ja palkkasimme sinne viisi nuorta.

Kesäisin tehtiin rahat jäätelöllä ja talvisin tuhlatiin ne GreenStreettiin.

GreenStreetin idea syntyi, kun Laine rakastui ja sai silloiselta kumppaniltaan kuulla syövänsä epäterveellisesti. Puhdas ja luomupainotteinen ruokavalio herätti nuorukaisen bisnesvainun.

Laine esitteli ajatuksensa ekologisia tuotteita myyvän **Greenstreet Oy:n** väelle, jotka olivat kuitenkin juuri myymässä liiketoimintaansa.

– Heitin puoliläpällä meidän osuuskunnan tiimille, että ostetaan se pois kuleksimasta. Ihan kuin meillä olisi ollut jotain rahaakin. Kaksi tyyppiä lähti kuitenkin mukaan.





**Tiia Lehtinen, Palveluvalmentaja**

Evoltassa pidän eniten ihmisistämme sekä kehittymismahdollisuuksista ja luottamuksesta, joita täällä saa.

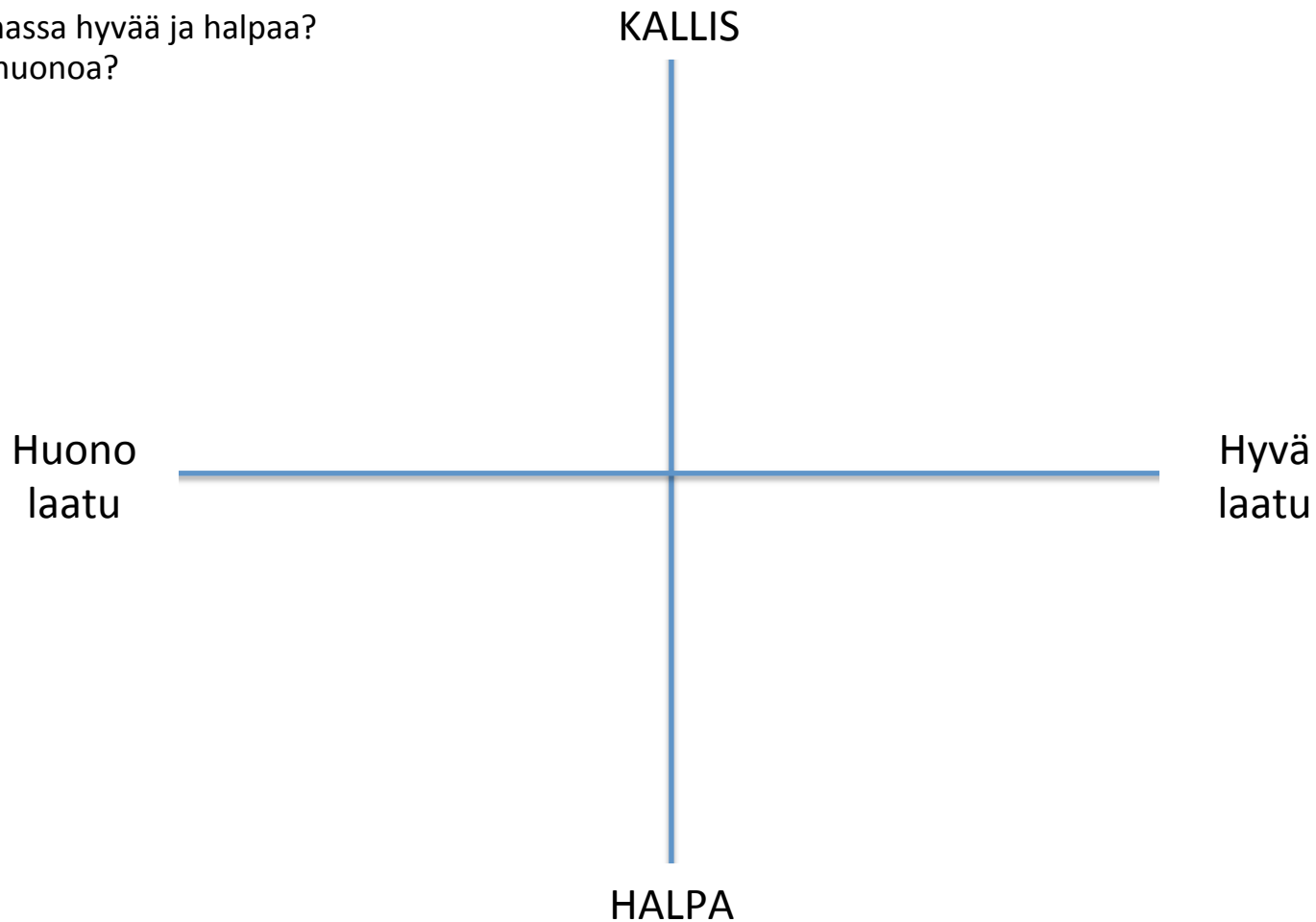
Juuri nyt olen maailmanympärysmatkalla perheeni kanssa ja saan tehdä töitä täältä. Tuntuu suorastaan liikuttavalta, miten helppoa työn ja tämän unelman toteuttamisen yhdistäminen on ollut.”

Evolta tarjoaa palveluita rakennetun ympäristön sähköiseen lupa-asiointiin hankkeen kaikille osapuolille: kansalaisille, yrityksille ja viranomaisille.

# MARKKINOINTIMIX...

| TUOTE                                                                                                                                                                     | HINTA                                                                                                                                                              | JAKELU ja SAATAVUUS                                                                                                                                                                                                             | MARKKINOINTI-<br>VIESTINTÄ                                                                                                           | PALVELU-<br>PROSESSI                                                                                                               | IHMISET                                                                               | PALVELU-<br>YMPÄRISTÖ                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Ominaisuudet</li><li>• Laatuaso</li><li>• Lisäosat- ja palvelut</li><li>• Takuut</li><li>• Tuotelinjat</li><li>• Brändi</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Joustavuus</li><li>• Hintataso</li><li>• Ehdot</li><li>• Erilaistaminen</li><li>• Alennukset</li><li>• Varaukset</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Jakelukanavan tyyppi</li><li>• Näytteillepano</li><li>• Jälleenmyyjä-verkosto</li><li>• Outletit</li><li>• Kuljetukset</li><li>• Varastot</li><li>• Jakelukanavien johtaminen</li></ul> | VIESTINTÄMIX: <ul style="list-style-type: none"><li>• Mainonta</li><li>• Myynti</li><li>• Menekin edistäminen</li><li>• PR</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Toimintojen kulku</li><li>• Vaiheiden määrä</li><li>• Asiakkaiden osallistuminen</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Palveluhenkilöt</li><li>• Asiakkaat</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Tilasuunnittelu</li><li>• Varustukset</li><li>• Ohjeistukset ja ohjeiitat</li><li>• Henkilöstön pukeutuminen</li><li>• Muut näkyvät vihjeet esim. käyntikortit</li></ul> |

Onko olemassa hyvää ja halpaa?  
Kallista ja huonoa?



Yksi on  
prosentti  
sadasta

Myyntituotot

– muuttuvat kulut

= KATETUOTTO (myyntikate)

– kiinteät kulut

= VOITTO (käyttökate)

Ostohinta = 10€

Katetuottotavoite 20%

Laske myyntihinta

Ostohinta = 10€

Katetuottotavoite 20%

$$\text{Myyntihinta} = 1,20 \times 10\text{€} = 12,00\text{€}$$

$$\text{Katetuotto} = 12,00\text{€} - 10,00\text{€} = 2,00\text{€}$$

$$\text{Katetuotto\%} = \frac{2,00}{12,00} \times 100 = 16,7 \%$$

$$\text{hinnoittelukerroin} = \frac{100}{100 - \text{KT}\%}$$

$$\text{hinnoittelukerroin} = \frac{100}{100 - 20} = 1,25!$$

Ostohinta = 10€

Katetuottotavoite 20%

$$\text{hinnoittelukerroin} = \frac{100}{100 - 20} = 1,25$$

$$\text{Myyntihinta} = 1,25 \times 10\text{€} = 12,50\text{€}$$

$$\text{Katetuotto} = 12,50\text{€} - 10,00\text{€} = 2,50\text{€}$$

$$\text{Katetuotto\%} = \frac{2,50}{12,50} \times 100 = 20\%$$