

VIERKO 2

Liikeidea

Osa 3: Tuotteet, palvelut ja hinta

Yritystoiminnan suunnittelu, 15 osp

Sisältö

1. Tuotteet ja palvelut
2. Mistä tuotteen tai palvelun voi ostaa?
3. Hinta
4. Miksi asiakas haluaa ostaa sinulta?
5. Esimerkki
6. Lähteet



1. Tuotteet ja palvelut



Tuote vai palvelu?

Tuote

- esine
- tavara
- kone
- aineet
- ruuat
- muu, joka on jotain, johon voi koskea (konkreettinen).

Palvelu

- Asiakaspalvelua = yritys tekee jotain asiakkaan puolesta; myös asiakkaan tuki ja neuvonta
- Konsultointia = tuki ja neuvonta
- Huolto ja ylläpito = esimerkiksi koneiden, tavaroiden, rakennusten korjaukset, huolto ja ylläpito.

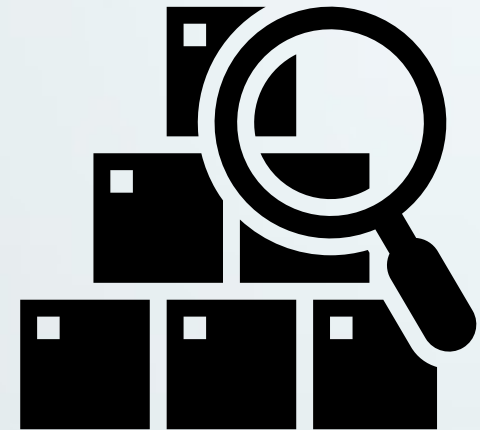


Esimerkki: tuotteet ja palvelut kampaamossa

Tuotteet	Palvelut
<ul style="list-style-type: none">• shampoot• hoitoaineet• hiuslakat• hiusgeelit• hoitonaamiot• jne.	<ul style="list-style-type: none">• hiusten leikkaus• hiusten värjäys• hiusten pesu ja föönaus• juhlakampau• parran muotoilu• jne.

Tuoteryhmä

- Tuotteet,
 - jotka sopivat yhteen
 - joissa on jotain samaa, samanlaisia ominaisuuksia.
 - joita asiakas haluaa ostaa yhdessä.
- Esimerkiksi shampoo ja hoitoaine.



Hyvä tuote tai palvelu

- Asiakas tarvitsee sen.
- Se on ajankohtainen.
- Se on selkeä ja helppo ymmärtää.
- Yrittäjä voi tehdä tai toteuttaa sen.
- Se kannattaa: asiakkaat maksavat siitä.
- Sen voi monistaa:
 - Voi toteuttaa monta kertaa.
 - Samaa ideaa voi käyttää monessa paikassa.

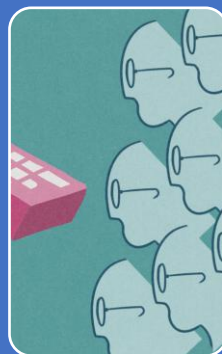


Tutki ideaa tuotteestasi tai palvelustasi



Lähtökohta

- Mikä on sinun tilanteesi, kun aloitat yrityksen?



Asiakkaat

- Millaisia asiakkaita yrityksesi haluaa?
- Millaisia asiakkaita se tarvitsee?



Tavoitteet

- Miksi haluat yrityksen?
- Mitä haluat yrityksestäsi?



Tarve ostaa

- Mikä saa asiakkaat ostamaan sinun tuotettasi tai palveluasi?

2. Mistä tuotteen tai palvelun voi ostaa?



Suunnittele!

- Mistä asiakas löytää yrityksesi?
- Missä hän saa tietoa yrityksen tuotteista tai palveluista?
- Miten asiakas ostaa tuotteesi tai palvelusi?



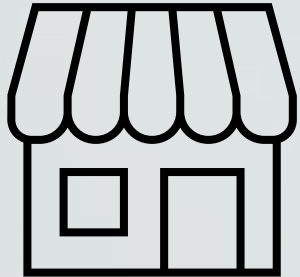
Esimerkki 1

- Verkossa, esimerkiksi:
 - verkkokauppa
 - markkinointi sosiaalisessa mediassa (somessa)
 - hakusanamainonta netissä



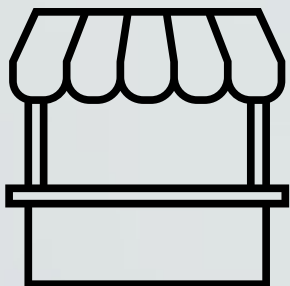
Esimerkki 2

- Fyysinen paikka:
Yrityksellä on oma myymälätila, jolla on katuosoite.



Esimerkki 3

- Muut tavat, esimerkiksi messut ja tapahtumat.

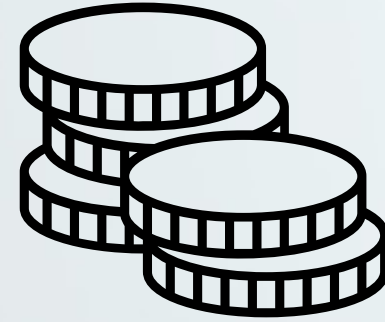


3. Hinta



Hinnoittelu

- **Määrittelet** hinnan niin, että
 - asiakas kiinnostuu
 - tuote tai palvelu myy hyvin
 - saat voittoa.



Ota huomioon hinnoittelussa

- Mitä tuote tai palvelu maksaa sinulle
eli miten paljon sinä käytät itse siihen rahaa?
- Kuinka paljon tuote tai palvelu maksaa muissa yrityksissä?
- Kuinka helppoa tai vaikeaa tuotetta on saada muilta yrityksiltä?
- Mikä on tuotteesi elinkaari
eli kuinka kauan asiakas voi käyttää sitä?
- Miten hyvin pärjääät kilpailussa muiden yritysten kanssa?



Laske alv eli arvonlisävero

- Tuotteen hintaan lisätään alv.
- Suomessa yleinen arvonlisävero eli alv on 25,5 %:a.
- Alennettu alv on 14 %, 10 % tai 0 %.
 - [Tarkista arvonlisän veroprosentit Vero-sivuilta.](#)



Määrittele hinta

1. Vertaile muiden yritysten hintoja: suunnittele, mikä voisi olla oma hintasi:
 - Asiakas kiinnostuu ja ostaa.
 - Sinä saat voittoa eli rahaa enemmän kuin kuluja ja menoja.
2. Laske kaikki kustannukset, esimerkiksi aineet, matkat, aika jne.
3. Laske, kuin paljon haluat tai tarvitset voittoa.
4. Laske arvonnlisävero.

= Tuotteen tai palvelun hinta



Esimerkki: hinnoittelu

- Tutkin siivousalan kilpailijoita: palveluni voisi olla keskihinta, 35 e tunnissa.
- Lasken kaikki menot, joita menee kuukaudessa:
 - aineet 200 e
 - matkat 250 e
 - tilitoimisto 100 e
 - netti 50 e
 - muut kulut 100 e.
 - **Yhteensä 700 euroa.**
- Lasken, kuinka paljon haluan voittoa eli rahaa kulujen jälkeen:
2000 euroa.
 - Yhteensä 2700 e
- Lasken tuntihinnan:
 - 5 tuntia päivässä
 - 20 työpäivää
 - = 100 tuntia kuukaudessa.
 - 2700 e : (jaettuna) 100 tuntia
 - = **27 euroa tunnissa**
- Lasken arvonlisäveron (alv 25,5 %) mukaan tuntihintaan: 6,9 euroa
 - **27 e + 6,9 e = 33,90 euroa.**
 - **Pyöristän tuntihintani: 35 euroa.**
- Lisäksi tulee vielä muita kuluja ja omat veroni.



4. Miksi asiakas haluaa ostaa sinulta?

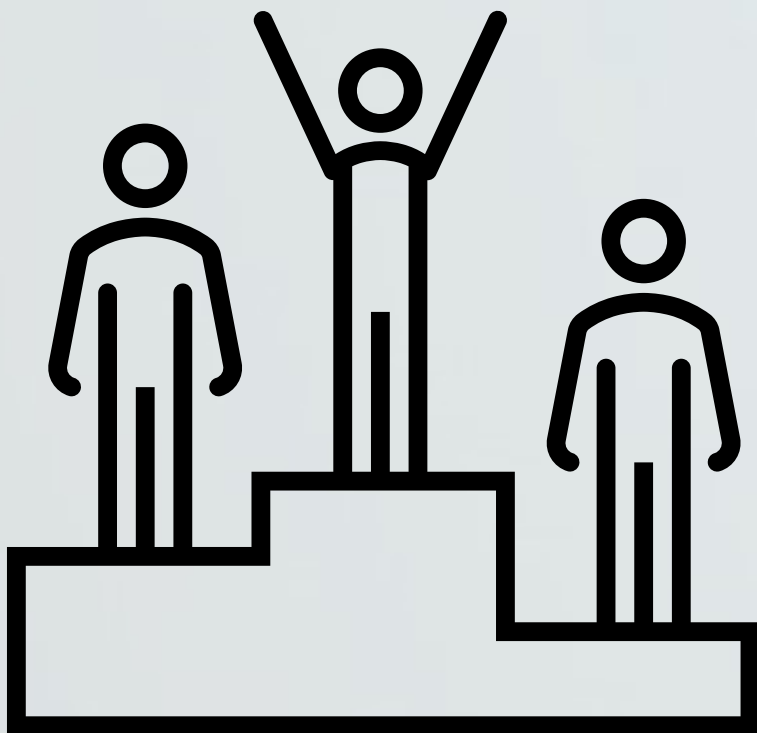


Sinulla on kilpailuetu

- Sinulla on kilpailuetu, kun **asiakkaat haluavat ostaa juuri sinulta** tuotetta tai palvelua.
- Sinulla on jotain tai sinä tarjoat jotain, joka voittaa kilpailijasi.
- Sinulla on **etulyöntiasema**: voitat kilpailijasi eli muut yritykset.



Esimerkkejä kilpailueduista



- Hyvä sijainti
- Nopea palvelu
- Hyvä laatu
- Halpa hinta
- Tuotteesi tai palvelusi on uusi
- Koulutuksesi on uusi tai ajan tasalla
- Kielitaito.



5. Esimerkki



Esimerkki: palvelu, hinta, hyöty ja kilpailuetu

- **Yrityksen nimi: Hieronnalla hyvää**
- **Palvelu:** Niska-, hartia- ja purentalihasten hieronta
- **Palvelun kuvaus:**
 - Asiakas saa 60 minuutin hieronnan.
 - Hieronnassa käsitellään kasvot, pään alue, niska ja hartiat.
- **Mistä asiakas ostaa tuotteen tai palvelun?**
 - Asiakas tulee hierontaan yrityksen omiin tiloihin.
- **Hinta:** Hieronnan hinta on 70 euroa.
- **Hyöty asiakkaalle: Mitä hyötyä asiakkaat saavat tuotteesta tai palvelusta?**
 - Asiakkaalla on jännitystä tai kipua niskassa ja hartioissa.
 - Asiakkaalla on purentalihasten ongelmia tai purentavika, jota voi hoitaa hieronnalla.
- **Kilpailuedut eli miksi palvelu on hyvä verrattuna muihin:**
 - Palvelun laatu on hyvä.
 - Ei ole muita vastaavia palveluita samalla alueella.
 - Palvelu on ainutlaatuinen eli muilla ei ole samanlaista.
 - Asiakaspalvelu on ystävällistä ja ammattimaista.
- **Lisätietoa kilpailueduista:**
 - Tällä alueella ei ole toista samanlaista palvelua.
 - Hieroja on käynyt erityiskoulutuksen, joten palvelu on laadukas.



6. Lähteet



Lähteet

- Bergström, S. & Leppänen, A. 2018. Yrityksen asiakasmarkkinointi. (16.–18. painos.) Helsinki: Edita.
- Kurkinen-Koskensalmi, E. 2025. Yritystoiminnan suunnittelu sote-alalla. Opetusmateriaali. Stadin Ammattiopisto.
- Markkanen, J. 19.9.2023. Hinnalla millä hyvänsä? Työtehoseura. https://www.tts.fi/wp-content/uploads/2023/10/Hinnalla-milla-hyvansa_Juuso_Markkanen.pdf. Viitattu 12.2.2025.
- Patja, P. 2022. Yrittäjyyden perusteet -opintojakso. Verkkomateriaali. Jyväskylän yliopisto.
- Suomi.fi. Idean tuotteistaminen. <https://www.suomi.fi/yritykselle/tuotteiden-ja-palveluiden-kehittaminen/tuotteistaminen/opas/tuotekehitys/idean-tuotteistaminen>. Viitattu 2.12.2025.
- Työmarkkinatori. Liiketoimintasuunnitelma. <https://tyomarkkinatori.fi/tyonantajat-ja-yrittajat/yrittajyyden-tyokalut/liiketoimintasuunnitelma>. Viitattu 2.12.2025.
- Yrityksenperustaminen.net. Asiakashankinta – mistä ja miten uusi yritys löytää asiakkaita? <https://yrityksen-perustaminen.net/asiakashankinta/>. Viitattu 16.10.2025.
- Yritystoiminta. <https://www.osaavayrittaja.fi/etusivu>. Viitattu 2.12.2025.
- Yrittäjät. Hinnoittelu. <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/markkinointi-ja-myynti/hinnoittelu/>. Viitattu 2.12.2025.



Tekijä

- Selkomukautus Laura Hyvärinen & Tuija Takala, 2025



Tämä materiaali on tuotettu VIERKO 2 -hankkeessa vuosina 2025–2027.

VIERKO on toteutettu Opetus- ja kulttuuriministeriön vuonna 2024 myöntämällä ammatillisen koulutuksen strategiarahoituksella.

VIERKO on seitsemänkymmenen (71) koulutuksen järjestäjän yhteisponnistus. Osatoteuttajat on listattu tämän esityksen viimeisellä dialla.

Työtä on koordinoanut Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä Keuda.

Hankkeessa on kehitetty vieraskielisen koulutuksen laatua ja kotimaisten kielten opetuksen tarjontaa ammatillisessa koulutuksessa.

Lisätietoa:

<https://www.keuda.fi/keuda/hankkeet/vierko-2/>



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>