Tuottajat Jarno Hartikainen, Jussi Tikkanen, Paul Öhrnberg
Puhelinvaihde 010665101
Email kl.yritys@kauppalehti.fi
Toimitus Eteläesplanadi 20, PL 189, 00101 Helsinki

Paljonko maksaisit tästä tuotteesta?

Ilmari Mäenpää siirsi kehittämänsä vapaa-ajan asumuksen hinnoittelun sosiaaliseen mediaan. Hankalinta oli kuulla kohinan läpi asiakkaan ääni.

Jarno Hartikainen
jarno.hartikainen@kauppalehti.fi



SYKSYLLÄ TUOTANTOON. Ilmari Mäenpää esitteli kehittämäänsä Olokolo-piharakennusta Tampereen asuntomessuilla. Hän arvioi, että tuotteita toimitetaan asiakkaille tänä vuonna joitain kymmeniä.

"Sinulle tulee ongelmia", varoittelivat **Ilmari Mäenpään** kokeneet liikemiestuttavat, kun yrittäjä esitteli heille uutta ideaansa.

Mäenpään vaarallinen idea oli antaa ihmisten vapaasti ehdottaa sopivaa hintaa hänen uudelle keksinnölleen, Olokololle.

Vanerista ja polykarbonaatista valmistettua Olokoloa voisi ehkä kuvailla moderniksi sovellukseksi siirtolapuutarhamökistä. Alun perin se syntyi keksijän omaan tarpeeseen lauttasaunaksi. Sen pystyy asettamaan esimerkiksi ponttoneille veden varaan tai kuivalle maalle harkkojen varaan.

Huutokauppoja on järjestetty iät ja ajat, mutta Mäenpään kokeilussa rohkeinta oli se, että yrittäjä paljasti Olokolon Facebook-sivustolla tuotteen valmistuskustannukset.

"Olokolo maksaa alihankintana noin 8500 euroa, ilman tuotekehityskuluja, tuotesuojausta, markkinointia, myyntiä tai mitään muitakaan yrityksen kuluja. Yrityksen tulisi työllistää, maksaa palkkoja, kehittyä ja kasvaa, suoriutua velvoitteista sekä tuottaa maltillisesti voittoakin", sivustolla pohjustetaan keskustelua.

Jokainen joskus internetissä käynyt tietää, että nettikeskustelun suuntaa ei voi koskaan tietää etukäteen. Mutta leikinlaskun tai pahan olon purkamisen sijaan Olokolon sivuilla käyty keskustelu on järkevää pohdintaa ja ajatustenvaihtoa. Keskusteluketjuun tuli yli 50 kommenttia.

MÄENPÄÄ on arvatenkin tyytyväinen.

"Pystyin osoittamaan, että kuluttajat ovat valveutuneita", hän sanoo.

Keskustelijat ymmärsivät, että yritykselle täytyy jäädä tuotteesta kate.

"Ei kukaan ole ehdottanut, että minähän saan tämän sitten 9000 eurolla."

Keskustelua täytyi kuitenkin osata tulkita, sen Mäenpää oppi. Moni osallistujista oli itsekin yrittäjä, eikä siksi vastannut kysymykseen potentiaalisen ostajan näkökulmasta.

Verkkokeskustelua voisi kuvailla suuntaa-antavaksi kansanäänestykseksi. Mäenpää ei sido itseään ehdotuksiin, vaan hinnoittelee tuotteen lopulta itse.

"Keskustelusta näkee, minkä arvoinen tuote voisi kuluttajalle olla maksimissaan."

Huonoja puolia Mäenpää ei kokeilustaan keksi. Edes tuotantokustannusten julkistaminen ei pelota. Hänen mukaansa hyvässä lykyssä joku vielä tarjoutuu valmistamaan tuotteen nykyistä halvemmalla.

Lisäksi tempaus herätti verkossa kiinnostusta. Keskusteluun liittyvää kuvaa katsottiin Mäenpään mukaan noin 4500 kertaa, noin neljä kertaa useammin kuin muita tuotekuvia sivustolla.

OLOKOLON ympärille on perustettu osakeyhtiö, ja sopimusvalmistaja on jo löytynyt. Tilauksia on putkessa kymmenkunta, ja Mäenpään arvion mukaan tänä vuonna tuotteita toimitetaan joitain kymmeniä.

Hinnoittelukokemuksesta innostuneena Mäenpää olisi valmis käyttämään samaa metodia myös yrityksen myöhemmissä vaiheissa. Sosiaalinen media avaa asiakkaisiin päin uudenlaisen yhteyden.

"Tulevaisuuden markkinointi on keskustelua."

Näin hintoja ehdoteltiin

Pirjo Y.: "Kuluttajan näkökulmasta esim 13500 voisi olla parempi. Mutta oletan että myyjälle se saattaa olla liian vähän kun ottaa kaikki mainitut asiat huomioon."

Heli K.: "Yrittäjänä laittaisin hinnaksi 17900 sis. alv., jotta tuotteesta jäisi jotain edes käteen."

Tuomo M.: "Paha sanoa oikeaa hintaa. Sehän siinä missä ostaja ja myyjä kohtaa. Itse puristaisin hinnan alle kymppitonnin ja tuotantokustannukset alle viiden tonnin."

Päivi M.: "Kun ensimmäisten pelkät valmistuskustannukset on 8500 €, niin tuotantomäärien kasvaessa täytyy valmistushinnatkin saada alas, joten ulosmyyntihinta voisi olla 13500 €."

Manu P.: "Tehdäänpä pikku harjoitus. Verollinen hinta 8500, veroton siis 6910. Vanhaan aikaan vaateteollisuus käytti kerrointa 1,8 saadakseen riittävän katteen – siis veroton hinta 12500 – basic-malli ja luksus erikseen hinnoiteltuna :) Ja ei kun eteenpäin!!"