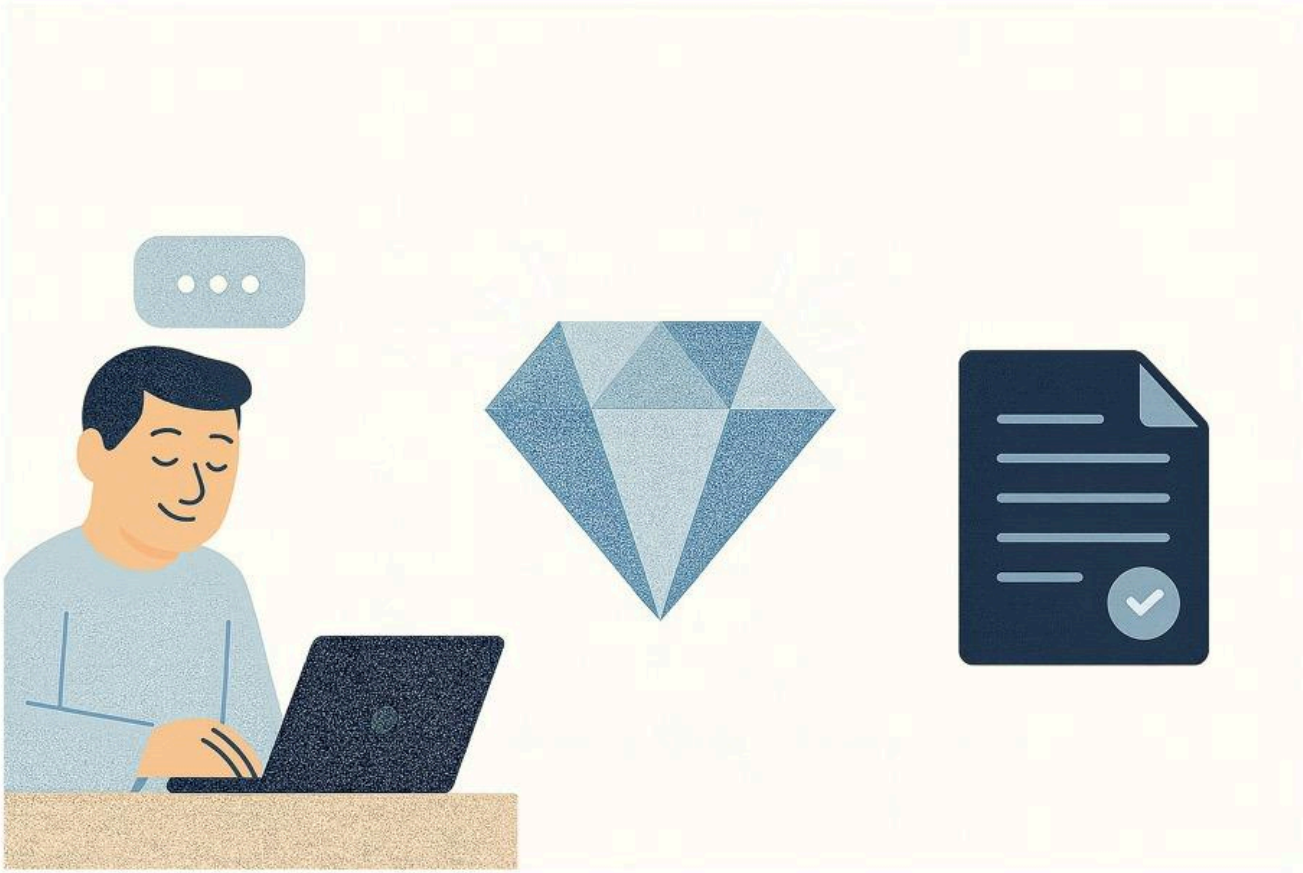
TIMANTTINEN TARJOUS

OPI HORMOZIN
MENETELMÄT
KÄYTÄNNÖSSÄ



Ilpo Tuononen

Lukunäyte

Sisällys

1. Arvolupauksen selkeys - Menestyvän tarjouksen sydän 3
2. Riskin eliminointi - kuinka tehdä ostamisesta helppoa 6
3. Piilotarpeet, -pelot ja -unelmat - tarjousn syvempi psykologia 11
4. Kiireellisyyden luominen - miksi ostaa juuri nyt 22
5. Sosiaalinen todiste - anna muiden puhua puolestasi 27
6. Bonusten strateginen käyttö - kuinka lisätä arvoa ilman hinnan laskua 34
7. Hinnoittelun psykologia - kuinka hinta tukee arvoasi 41
8. Vastustamaton tarjous kokonaisuutena - kuinka koota kaikki elementit yhteen 49
9. Mittaaminen ja jatkuva optimointi - kuinka tehdä hyvästä tarjouksesta täydellinen 59

Lukunäyte

1. Arvolupauksen selkeys - Menestyvän tarjouksen sydän

Johdanto

Alex Hormozi sanoo: "Hyvä tuote myy itsensä." Mutta todellisuudessa se ei riitä. Vaikka tuotteesi olisi kuinka loistava tahansa, se ei myy itseään, ellei asiakas ymmärrä välittömästi, mitä konkreettista hyötyä hän siitä saa.

Arvolupaus ei ole markkinointipuhe. Se on kristallinkirkas vastaus kysymykseen: "Mitä minä saan, kun ostan tämän?" Tässä luvussa opit rakentamaan arvolupauksen, joka tekee kilpailijoistasi näkymättömiä.

Määrittele tarkasti ratkaistava ongelma

Useimmat yrittäjät tekevät saman virheen: he yrittävät ratkaista liian monta ongelmaa yhdellä kertaa. Tulos on sekava viesti, joka ei puhuttele ketään.

Hormozin sääntö: Yksi tarjous = yksi ongelma = yksi ratkaisu.

Käytännön esimerkki: kiropraktikko

❌ **Epäselvä arvolupaus:** "Tarjoamme kokonaisvaltaisia terveydenhuoltopalveluja, jotka parantavat elämänlaatuasi. Hoidamme selkäkipua, niskakipua, päänsärkyä ja stressiä luonnollisilla menetelmillä."

✅ **Selkeä arvolupaus:** "Poistamme kroonisen alaselkäkipusi 30 päivässä ilman kipulääkkeitä tai leikkausta."

Miksi toinen toimii paremmin?

- Tarkka ongelma: krooninen alaselkäkipu
- Mitattava tulos: kipu poistuu
- Konkreettinen aikaraja: 30 päivää
- Selvä ero kilpailijoihin: ei lääkkeitä tai leikkausta

Lukunäyte

Korosta tulosta, ei prosessia

Asiakkaita ei kiinnosta *miten* teet jotakin. Heitä kiinnostaa *mitä* he saavat aikaan.

Prosessi vs. tulos -vertailu

❌ **Prosessikeskeinen:** "Käytämme modernia ultraäänihoitoa, manuaalista terapiaa ja ergonomia-arviointia."

✅ **Tuloskeskeinen:** "Pystyt nostamaan lapsesi kivutta, nukkumaan yösi läpi rauhassa ja palaamaan golfkentälle."

Huomaa ero? Ensimmäinen kertoo *mitä kiropraktikko tekee*. Toinen kertoo *mitä asiakas saa takaisin elämäänsä*.

Käytä mitattavia hyötyjä

Vältä epämääräisiä lupauksia kuten "parempi terveys" tai "vähemmän stressiä". Asiakkaat haluavat tietää tarkalleen, mitä he voivat odottaa.

Kolme arvokasta mittaria

1. Raha: Kuinka paljon asiakas säästää tai ansaitsee? **2. Aika:** Kuinka paljon aikaa säästyy tai palautuu? **3. Vaivannäkö:** Kuinka paljon helpommaksi elämä muuttuu?

Kiropraktikko-esimerkki mitattavilla hyödeillä:

Raha: "Säästät 2,000€ välttämällä leikkauksen ja työkyvyttömyysetuudet"

Aika: "Ei enää 3 tunnin jonoja julkisella - hoidamme sinut 30 minuutissa"

Vaivannäkö: "Putoat sänkyyn suoraan töistä sen sijaan, että hieroisit selkää 2 tuntia"

Käytännön harjoitus: rakenna oma arvolupaus

Täytä seuraavat kohdat omasta palvelustasi:

1. **Täsmällinen ongelma, jonka ratkaisen:**

   _____

2. **Konkreettinen tulos, jonka asiakas saa:**

   _____

3. **Mitattava hyöty rahassa:** €_____

4. **Mitattava hyöty ajassa:** _____ tuntia/päivää/viikkoa

5. **Mitattava hyöty vaivannäössä:**

   _____

6. **Aikaraja tuloksen saavuttamiselle:** _____ päivää/viikkoa

Yhteenveto

Muista Hormozin kultainen sääntö: "Jos et pysty selittämään arvoasi 10-vuotiaalle, et ymmärrä sitä itse."

Arvolupauksen täytyy olla niin selkeä, että asiakkaasi voisi selittää sen äidilleen puhelimessa. Kun saat tämän kohdan kuntoon, loput tarjouksestasi rakentuu sen ympärille luonnollisesti.

Seuraavassa luvussa: Opit, miten siirtää kaikki riski itsellesi takuiden avulla - ja miksi se tekee asiakkaistasi ostohulluja.

"Arvolupaus ei ole markkinointitemppu. Se on lupaus, jonka täytät." - Alex Hormozi

Lukunäyte

2. Riskin eliminointi - kuinka tehdä ostamisesta helppoa

Johdanto

Ihmisten suurin pelko ostotilanteessa ei ole hinta - se on riski. Pelko siitä, että raha menee hukkaan. Pelko siitä, että tuote ei toimi luvatulla tavalla. Pelko siitä, että muut ajattelevat heitä tyhmiksi.

Alex Hormozi opettaa: "Asiakas ei osta tuotetta. Hän ostaa paremman tulevaisuuden ja varmistuksen siitä, että siihen pääseminen on riskitöntä." Kun eliminoit riskin ostopäätöksestä, muutat koko ostamisen dynamiikan. Asiakkaasta tulee innokas ostaja sen sijaan, että hän kamppailisi epävarmuuden kanssa.

Siirry riskin kantajaksi

Perinteisessä kaupankäynnissä asiakas ottaa riskin: hän maksaa ensin, toivoo parasta ja jää yksin, jos tuote ei toimi. Menestyvät yrittäjät kääntävät tämän päälaelleen.

Hormozin periaate: Se osapuoli, joka voi paremmin hallita tulosta, kantakoon myös riskin.

Sinä tiedät tuotteesi toimivuuden. Sinä hallitset prosessin. Sinä voit vaikuttaa asiakkaan kokemukseen. Siksi sinun tuleekin kantaa riski - ja hyötyä siitä kilpailuetuna.

Käytännön esimerkki: personal trainer

❌ **Asiakas kantaa riskin:** "Henkilökohtainen valmennus 12 viikkoa, 1.200€. Maksu etukäteen."

✅ **Myyjä kantaa riskin:** "Pudotat 10 kiloa 12 viikossa tai maksat vain puolet sovitusta hinnasta. Jos et ole täysin tyytyväinen 4 viikon jälkeen, saat rahasi takaisin ja pidät kaikki materiaalit."

Kumpi tuntuu turvallisemmalta ostaa?

Vahvat takuut käytännössä

Takuu ei ole kuluerä - se on investointi, joka maksaa itsensä takaisin moninkertaisesti. Hyvin suunniteltu takuu tekee kaksi asiaa: poistaa asiakkaan riskin ja osoittaa sinun luottamuksesi omaan tuotteeseesi.

Erilaisia takuutyyppejä

1. Klassinen rahat takaisin -takuu "Jos et ole 100% tyytyväinen 60 päivän sisällä, saat rahasi takaisin täysimääräisesti."

2. Tulostakuu "Lisäämme myyntiäsi 30% tai jatkat ilmaiseksi kunnes tavoite saavutetaan."

3. Parempi kuin ennen -takuu "Jos et ole paremmassa kunnossa 90 päivän jälkeen kuin nyt, jatkat valmennusta ilmaiseksi."

4. Kilpailija-takuu "Jos löydät paremman tarjouksen, hyvitämme erotuksen ja lisäksi 20%."

Personal trainer -esimerkki vahvoilla takuilla:

Takuu 1: Tulostakuu "Pudotat vähintään 8 kiloa 12 viikossa tai saat 500€ takaisin."

Takuu 2: Prosessitakuu "Jos noudatat ohjelmaa 100% ja et saa tuloksia, jatkat ilmaiseksi kunnes tavoite saavutetaan."

Takuu 3: Kokemustakuu "Jos et nauti jokaisesta harjoituksesta, lopeta milloin tahansa ja saat käyttämättömät kerrat takaisin."

Konkreettiset aikarajat ja mittarit

Epämääräiset takuut herättävät epäluuloa. Asiakkaan täytyy tietää tarkalleen:

- Millä perusteella takuu astuu voimaan
- Milloin se tapahtuu
- Mitä silloin käytännössä tapahtuu

Huono vs. hyvä takuu

❌ **Epämääräinen:** "Jos et ole tyytyväinen tuloksiin, keskustelemme tilanteesta."

✅ **Konkreettinen:** "Jos kehonpainosi ei ole laskenut vähintään 8 kiloa 90 päivän kuluessa alusta, saat 1.000€ takaisin 24 tunnin sisällä ilmoituksestasi."

Huomaa erot:

- Mitattava kriteeri (8 kiloa)
- Selvä aikaraja (90 päivää)
- Konkreettinen summa (1.000€)
- Toimintatapa (24 tunnin palautus)

Takuun psykologia

Vahva takuu ei ainoastaan poista riskiä - se muuttaa koko asiakkaan ajattelua. Kun asiakas lukee takuun, hän ei enää mieti "entä jos tämä ei toimi", vaan "miten minä voin epäonnistua tässä".

Personal trainer ja asiakkaan ajatukset:

Ilman takuuta: "Entä jos en laihdu? Entä jos valmentaja on huono? Entä jos ohjelma on liian vaikea?"

Vahvan takuun kanssa: "Jos en seuraa ohjelmaa, menetän mahdollisuuden ilmaiseen jatkoon. Minun kannattaa yrittää kunnolla!"

Lukunäyte

Takuu muuttaa asiakkaan motivaation. Hän haluaa onnistua, koska takuu tekee epäonnistumisesta häpeällistä.

Käytännön harjoitus: rakenna oma takuu

Suunnittele takuusi näiden kysymysten avulla:

1. **Mikä on suurin pelko, joka estää asiakkaitasi ostamasta?**

   _____

2. **Minkä mitattavan tuloksen lupaat?**

   _____

3. **Missä ajassa tulos tulee näkyä?** _____ päivää/viikkoa/kuukautta

4. **Mitä tarjoat, jos tulos ei toteudu?** ☐ Rahat takaisin täysimääräisesti ☐ Palvelu jatkuu ilmaiseksi ☐ Maksat vain puolet ☐ Muu: _____

5. **Millä ehdoilla takuu astuu voimaan?**

   _____

6. **Kuinka nopeasti takuu toteutetaan?** _____ tuntia/päivää

Yleisimmät virheet takuissa

Virhe 1: Liian heikko takuu "Yritämme parhaamme" ei ole takuu.

Virhe 2: Liian monimutkainen takuu Jos takuusi vaatii lakimiehen tulkinnan, se ei toimi.

Virhe 3: Piilotettu takuu Takuun pitää olla näkyvästi esillä, ei pienellä printtillä.

Virhe 4: Pelko takuun käytöstä Jos pelkäät takuusi aktivoitumista, se ei ole tarpeeksi hyvä.