

Arvon ostamisen  
ymmärtäminen ja  
problematiikka

Arvon myynnin ja  
ostamisen välinen  
yhteys

Arvopohjaisen  
vaihdannan eri muodot

## Value Transformers -tutkimusprojektin yhteenveto // Turun kauppakorkeakoulu



### Projektin perustiedot

**Toteutus**  
08/2016 - 12/2019

**Rahoittajat**  
Business Finland  
Turun yliopisto  
Outotec  
Kempfi  
MacGregor  
SimAnalytics

**Budjetti**  
380.000€

**Osallistuneet organisaatiot**  
LUT (koordinaattori)  
Aalto yliopisto  
Turun yliopisto /  
kauppakorkeakoulu  
Outotec  
Kempfi  
MacGregor  
SimAnalytics

**Lisätiedot**  
Antti Saurama, CCR  
antti.saurama@utu.fi  
040-592 4921

Harri Terho, Markkinointi  
harri.terho@utu.fi  
040-5664895

Value Transformers -projektissa tutkittiin ja kehitettiin tutkijoiden ja yritysten yhteisessä projektissa arvopohjaisen vaihdannan malleja, lisättiin ymmärrystä arvon ostamiseen liittyvistä haasteista ja esteistä sekä arvon ostamisen ja myymisen välisistä liiketoiminnan adaptaatioista.

#### Koko projektin tavoitteet

Tutkia arvopohjaisen vaihdannan kehittämistapoja ja käytäntöjä B2B-yrityssuhteissa (exchange practices)

Kehittää arvopohjaista hinnoittelua (value-based pricing)

Ymmärtää erilaisten asiakassuhteiden arvopotentiaalia (value opportunity)

#### Kauppakorkeakoulun keskeiset tulokset

- 1) Projekti tuotti arvölähtöisen ostamisen käsitteellistykseen. Käsitteellistys spesifioi arvon ostamisen keskeiset aktiviteetit ja päivittää sekä integroi tutkimusta B2B ostamisen ja markkinoinnin rajapinnassa.
- 2) Tulokset syventävät ymmärrystä arvon ostamisen vaatimuksista koskien myyjän, ostajan ja molemminpuolisten mukautuksien näkökulmasta liiketoiminnan eri tasoilla.
- 3) Projekti loi mallin erilaisista arvomyynnin lähestymistavoista sekä näihin vaadittavista asiakaskyvykkyyksistä.

#### Yhteiskehittäminen yritysten kanssa projektissa

Myynnin laskentatyökalu arvontuoton identifiointiin ja visualisointiin

Workshopit ja ratkaisumallien yhteisluonti

2-päiväinen sparrauskonsepti yrityksille

#### Projektin akateemiset paperit projektin päättyessä 31.12.2019

Keränen, Joonas – Terho Harri – Jaakkola, Elina: Conceptualizing Value Based Buying in Business-to-Business Markets. Arvon ostamiseen keskittyvä artikkeli on viimeistelyvaiheessa *Industrial Marketing Management* -lehdessä.

Keränen, Joonas – Terho Harri – Saurama, Antti: One size does not fit for all - Three ways to sell value in B2B markets. Projektin tuloksia yhteenvetävä, asiakaslähtöiseen arvomyyntiin keskittyvä käsikirjoitus arvioitavana *SLOAN Management Review*:ssa.

Jaakkola, Elina - Keränen, Joonas - Harri Terho, & Mekhail Mustak; What Adaptations Does Buying & Selling Value Require in the Solution Context? Arvon ostamisen ja myymisen vaatimiin molemminpuolisiin adaptaatioihin keskittyvä artikkeli viimeistelyssä *Journal of the Academy of Marketing Science* -lehdessä.

#### Konferenssiartikkelit

Joonas Keränen, Elina Jaakkola, Harri Terho and Mekhail Mustak (2018) What Adaptations Does Value-Driven B2B Exchange Require?, ANZMAC Conference, 3.-5.12.2018, Adelaide. (ANZMAC conference Best paper award, Business Networks, Distribution and Retailing Track)

Keränen, J., Jaakkola, E., Terho, H. & Mustak, M. (2018) Match made in heaven or hell: When and how are value-driven selling and purchasing approaches aligned? – IMP Conference, 4-7-9.2018, Marseille.

Terho, Harri, Keränen, Joonas, Jaakkola, Elina, Saurama, Antti & Sundqvist, S (2018) Value-Driven Buying: Constituents and Contingencies, 47th EMAC Conference, Glasgow.

Joonas Keränen, Elina Jaakkola, Harri Terho, & Mekhail Mustak (2018) Reciprocal Adaptations for Successful Value-Driven Exchange in B2B Markets, 2018 ISBM Academic Conference, Boston.

Terho, Harri – Jaakkola, Elina – Rosendahl, Otto – Keränen, Joonas – Töytäri, Pekka – Asikainen, Sanna-Katriina – Saurama, Antti (2017) Understanding Value-Driven Buying in Business Markets. ANZMAC 2017 Conference, Melbourne.

Terho, H., Jaakkola, E., Rosendahl, O., Keränen, J., Töytäri, P., Sundqvist, S., & Saurama, A. (2017). Conceptualizing Value-Driven Buying in Business-to-Business Markets, 26th Annual Frontiers of Service Conference, New York.