

Asiakasarvo kiertotaloudessa



1. Kommunikoiki kiertotalousratkaisun elinkaarikustannukset selvästi
2. Huomioi koko asiakkaan arvoketju
3. Arvioi tarjoaman ja asiakkaan (sisäinen ja ulkoinen toimintaympäristö) yhteensopivuus
4. Selvitä kestävyystavoitteiden vaikutus hankintaan
5. Myy palveluna vain asiakkaan usein käyttämiä tuotteita

*Kursivoidulla fontilla sekä lineaari- että kiertotaloudessa tunnistetut arvon elementit; kursivoidulla ja lihavoidulla fontilla pääasiassa kiertotaloudessa tunnistetut arvon elementit

Miten tutkimus tehtiin?

Monitapaustutkimuksessa tarkasteltiin toimittaja-asiakasyrityspareja, jotka toimivat eri teollisuusaloilla (polttoaine-, työvaate-, nostolaite- ja työkaluteollisuudet). Nämä parit edustivat kolmea eri kiertotalousliiketoimintamallityyppiä (kierrätys sekä uudelleenkäyttö siirretyllä ja säilytetyllä tuotteen omistajuudella). Aineistona toimi sekä toimittajien että asiakkaiden haastattelut sekä toissijaiset datalähteet.

Sairanen, M. (2022). *Customer-perceived Value and Its Components in Industrial Comparison of Recycling and Reuse Settings Through a Multiple-Case Study*. Master's Thesis, Tampere University.

cicat2025.fi