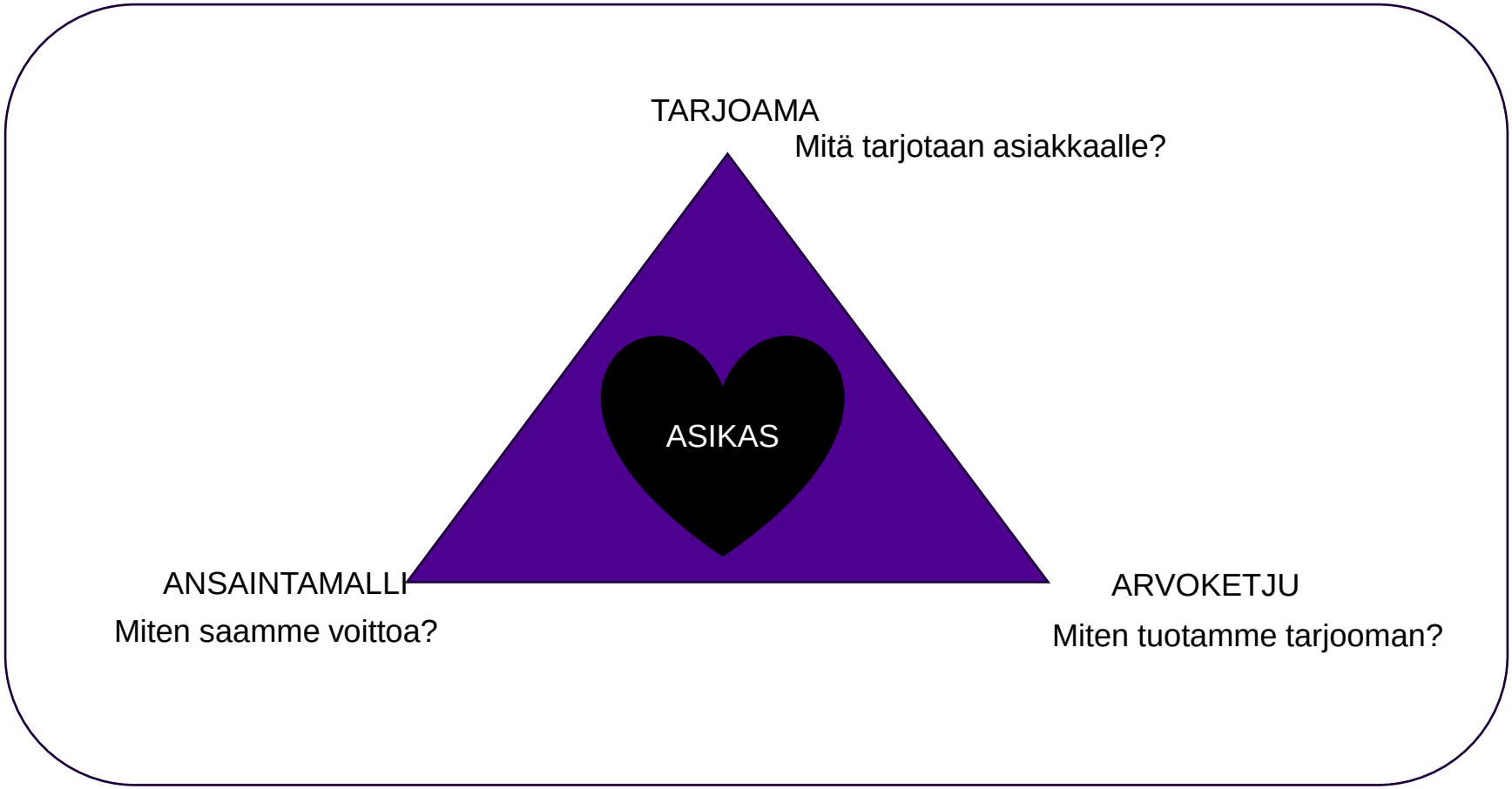
Ansaintamallit Silver Entrepreneurs

Tamk

Elina Merviö



LIIKETOIMINTAMALLI

Liiketoimintamalli

- Kuvaa, miten yritys aikoo tuottaa arvoa asiakkailleen sekä hankkia tuloja.
- Se sisältää yksityiskohtaisen kuvauksen yrityksen toiminnasta (vrt.BMC)
- Ensin pitää tuntea asiakas ja asiakkaan tarpeet, sitten vasta voidaan miettiä ansaintamallia. Lisäksi pitää tuntea oma tuote tai palvelu ja sen hyödyt asiakkaalle.

Ansaintamalli osa liiketoimintamallia

- Ansaintamalli määrittelee
  - Mistä asiakas maksaa? Milloin maksaa? Kuinka paljon maksetaan?

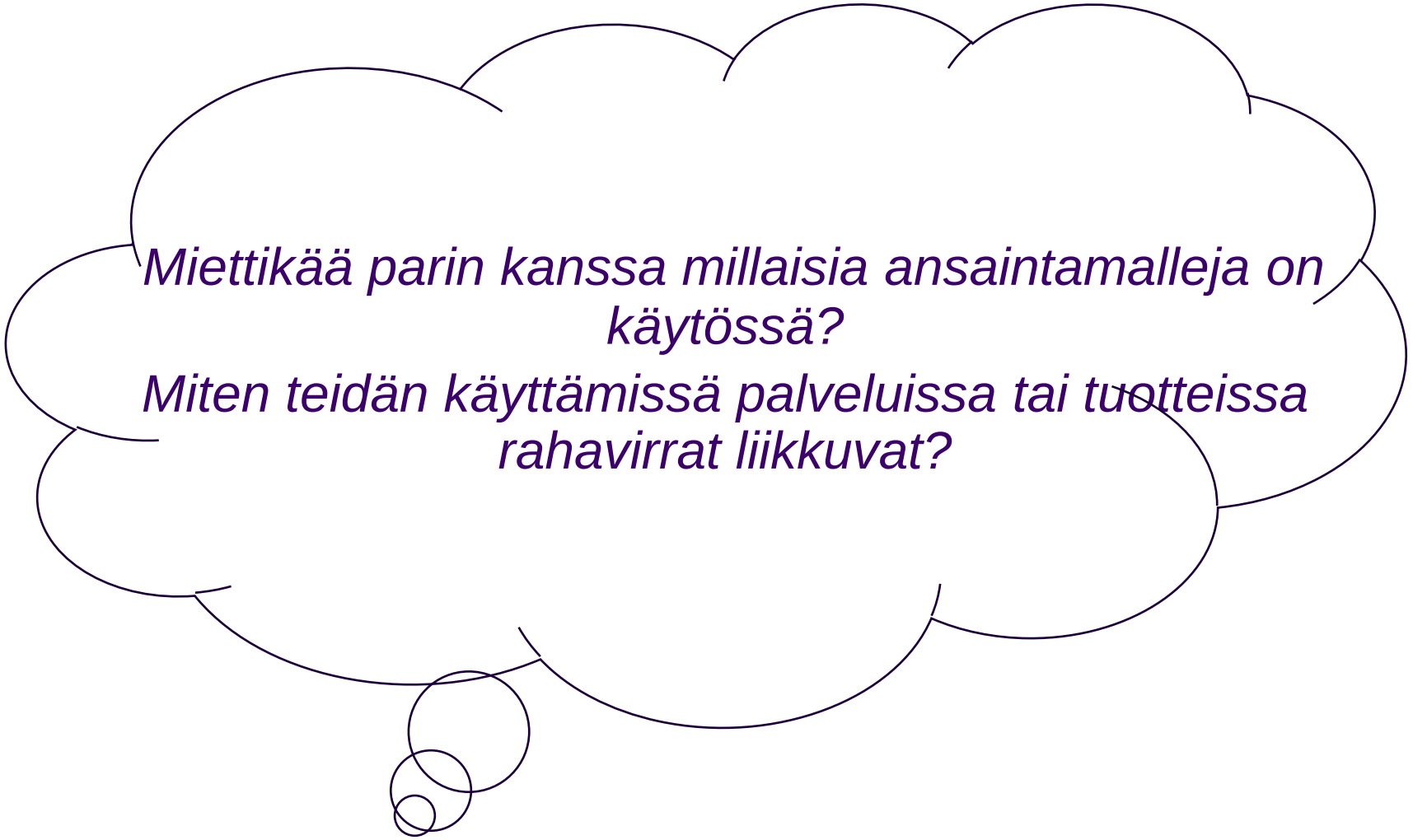
- Sisältää erilaisia strategioita ja keinoja tulojen saamiseksi. Hyvä keino erottautua ja luoda kilpailuetua.

- Ansaintamallin valintaan vaikuttavat mm. markkinatilanne, asiakaskunta, kilpailutilanne ja yrityksen omat voimavarat.

Miksi yrityksellä kannattaa olla ansaintamalli?

- Kertoo mitä tulolähdettä kannattaa käyttää.
- Miten hinnoitella asiakkaan saama arvo?
- Kuka olisi valmis maksamaan tästä tuotteesta tai palvelusta?
- Selkeällä ansaintamallilla yritys voi keskittyä sopivaan asiakassegmenttiin ja täten rahoittaa oman tuotteensa tai palvelunsa kehityksen, sijoittaa markkinointiin ja kasvuun.

Millaisia ansaintamalleja on olemassa?



Millaisia ansaintamalleja käytetään? (1/2)

Myydään fyysinen tuote sekä sen käyttöoikeudet.

- Perinteisin ja yleisin.

Palvelunkäyttömaksu

Hinta määräyty käytön mukaan esim. montako yötä yövyt hotellissa, oletko rinteessä kolme tuntia vaiko koko päivän.

Halpa sisäänheitto + hyväkatteinen jatkopalvelu

Tilausmaksu, kk-jäsenyys

Jatkuva tulovirta esim lehtitilaus, kuntosali

Lainaaminen, vuokraaminen, leasing maksu

Lisenssiointi

Annat lisenssin ja luvan hyödyntää tuotettasi, vaatii vahvan brändin luokkaa Muumit tai Coca-Cola

Millaisia ansaintamalleja käytetään? (2/2)

Välityspalkkiot

Saat tuotteen halvemmalla, jos hankit enemmän tai tuot esim.ryhmän (Tupperware)

Paketointi

Tuotteesi voi päätyä asiakkaalle toisen tuotteen kylkiäisenä.Esim. Asennus osana ilmalämpöpumpun hintaa.

Mainostulot

Voiko tuotteen pintoja käyttää mainontaan?

Huutokauppa

Palvelusi hinta ja tuotto voi määräytyä ostokilpailun perusteella. Silloin myyt palvelusi eniten tarjoavalle.

Elinkaaripalvelut

Palvelut joita asiakkaan on pakko käyttää tai tuottaa itse, jotta tuote pysyy käyttökelpoisena ja turvallisena (luvat, sertifikaatit)

Ajankohtaan perustuva hinnoittelu

Asiakas saa palvelun eri hintaan sen mukaan, milloin hän sen kuluttaa.

Esimerkkejä ansaintamalleista digitaalisille tuotteille/palveluille (1/2)

1. Freemium – tuote itsessään on maksuton (esim peli) mutta lisämaksusta saat lisäosia
2. Mainonta
   - Osa tuotosta perustuu mainostuloon. Voidaan tietysti yhdistää edelliseen (Spotify, jossa käyttäjä maksaa siitä että ei joudu joka käänteessä kuuntelemaan mainoksia)
3. Tilaus – säännöllinen tilausmaksu tai jäsenyys.
4. Mikrotransaktiot
   - Pienimuotoinen juttu esim. virtuaaliesine – saat hahmolle hassun hauskan hatun, joka on ”pakko saada koska Penallakin on se” . Perustuu isoon käyttäjämäärään.

Esimerkkejä ansaintamalleista digitaalisille tuotteille/palveluille (2/2)

5. Ilmainen kokeilu
   - joku tietty kausi jonka aikana tuote on ilmainen.

6. Välityspalkkio
   - tässä tarjoat kauppapaikan/alustan ja ansainta tulee tyypillisesti syntyneestä kaupasta.

7. Vaihtokauppa
   - käyttäjä tarjoaa itsestään dataa ja saa vastavuoroisesti käyttöoikeuden tuotteeseen esim. tuotteen suosittelu

Lähteet:
Apunen, Antti (2020), Haastajasta hittipalveluksi – tuotteista ideastasi menestyjä

Eling, N., Buchner, C. & Buxmann, P. (2016). Business Models for Free Digital Goods and Services IEEE.