

Danske Bankin verkkotapaaminen Uudenmaan asiantuntijoiden näkökulmasta

Elina Järvi



Tekijä Elina Järvi	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Danske Bankin verkkotapaaminen Uudenmaan asiantuntijoiden näkökulmasta	Sivu- ja liitesivumäärä 47 + 4
<p>Tämä opinnäytetyö tehtiin Danske Bankille ja tutkimus toteutettiin Uudenmaan konttoreihin ja asiantuntijakeskuksiin. Opinnäytetyössä tutkitaan pankin käyttämään asiointimallia, verkkotapaamista rahoitus- ja sijoitus puolten asiantuntijoiden näkökulmasta.</p> <p>Pankin verkkotapaamisia tekevillä asiantuntijoilla on paras mielipide ja tietous verkkotapaamisista ja sen käytöstä. Heille se kuuluu arkipäiväiseen työnkuvaan, joten he joutuvat kohtaamaan konkreettisesti muun muassa järjestelmien tuomat tekniset hetkittäiset haasteet ja ratkaisemaan hankalia tilanteita. Asiantuntijat myös kokevat verkkotapaamismallin tuomaa hyötyä tekemisessään ja sen positiivisia ominaisuuksia.</p> <p>Tutkimuksen kohderyhmäksi rajattiin Uudenmaan konttoreiden ja asiantuntijakeskusten rahoitus- ja sijoitus puolten asiantuntijat, koska he hoitavat päivittäin tapaamisia verkossa ja Uudellamaalla on suuret asiakasmäärät. Tutkimuksella tavoitellaan asiantuntijoiden mielipiteitä ja tyytyväisyyttä Danske Bankin verkkotapaamiseen, minkä kautta löydetään mahdollisia kehittämistarpeita.</p> <p>Tutkimus toteutettiin tammikuussa 2016 sähköisellä kyselylomakkeella, jossa käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Kysely lähetettiin 130 asiantuntijalle ja vastauksia saatiin 55.</p> <p>Tutkimustuloksista selvisi, että asiantuntijat ovat suhteellisen tyytyväisiä verkkotapaamiseen, mutta kehitettävääkin löytyy. Varsinkin järjestelmien toimintaan ja ominaisuuksiin liittyviä parannusehdotuksia nousi esille ja asiantuntijoiden työmäärää tulisi pienentää. Suurin hyöty verkkotapaamisella asiantuntijalle on asiakaskunnan laajeneminen, koska sen ansiosta asiantuntijat voivat tavata asiakkaita ympäri Suomen.</p>	
Asiasanat Asiantuntijuus, kvantitatiivinen tutkimus, kyselytutkimus, Danske Bank	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön aihe, tavoite ja tutkimusongelma	1
1.2	Tutkimuksen rakenne.....	3
1.3	Toimeksiantaja yrityksen esittely	4
1.4	Aiempia opinnäytetöitä.....	5
2	Finanssiala, pankkipalvelut ja verkkotapaaminen	7
2.1	Finanssi – ja pankkipalvelut	7
2.2	Pankkipalveluiden nykyaika ja monikanavaisuus	7
2.3	Digitaalinen asiakasneuvonta.....	9
2.4	Verkkotapaaminen	10
2.4.1	Turvallisuus ja käyttömahdollisuudet	12
2.4.2	Ajankäyttö ja työtehtävät verkkotapaamisessa	13
2.4.3	Verkkotapaamisen yleistyminen pankkien keskuudessa	14
2.5	Tulevaisuuden ja kehityksen näkymät.....	14
3	Asiantuntijuuden tukipilareita.....	16
3.1	Perehdytys ja koulutus	16
3.2	Valmennus ja sparraus	16
3.3	Kehittyminen	17
3.4	Tavoitteet ja tulos.....	17
3.5	Myyntityö.....	18
3.6	Asiakastyytyväisyys	19
4	Tutkimuksen toteuttaminen	21
4.1	Tutkimusmenetelmä.....	21
4.2	Aineiston hankinta.....	22
4.2.1	Kyselylomake.....	23
4.2.2	Webropol	23
4.2.3	Verkkotapaamisten havainnointi konttorissa.....	24
5	Tutkimustulokset	25
5.1	Taustatiedot.....	25
5.2	Verkkotapaamisen haasteet.....	29
5.3	Verkkotapaamisen hyödyt.....	31
5.4	Tyytyväisyys verkkotapaamiseen	33
5.5	Avoimet kysymykset.....	34
6	Pohdinta.....	37
6.1	Tulosten tarkastelu.....	37
6.2	Tutkimuksen luotettavuus	40
6.3	Johtopäätökset ja kehittämissuositukset.....	41

6.4	Jatkotutkimusehdotukset.....	41
6.5	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi.....	42
	Lähteet	44
	Liitteet.....	48

1 Johdanto

1.1 Opinnäytetyön aihe, tavoite ja tutkimusongelma

Opinnäytetyön aiheena on tutkia Danske Bankin asiointimallia verkkotapaamista pankin asiantuntijoiden näkökulmasta. Opinnäytetyön aihe rajattiin koskemaan ainoastaan rahoitus- ja sijoitus puolten asiantuntijoita, jotta heidän mielipiteet ja näkemys saadaan yksinomaan esille. Hankkeella on tarkoituksena selvittää asiantuntijoille verkkotapaamisesta aiheutuvia konkreettisia haasteita, tapaamismallin tuomia hyötyjä, mielipiteitä ja tyytyväisyyttä tapaamismallia kohtaan. Tapaamismalli poikkeaa perinteisestä konttoritapaamisesta eli niin kutsutusta face to face -tapaamisesta, mihin asiantuntijat ovat aiemmin tottuneet ja asiakkaan tavoittaminen voi olla huomattavasti haasteellisempaa. Tästä syystä tapaamismalli tuo uusia haasteita työntekoon, mutta ei saa unohtaa sen toista puolta eli hyötyjä. Siksi on tärkeää selvittää miten asiantuntijat kokevat verkkotapaamisen käytön työssään ja miten he suhtautuvat siihen. Nämä asiat selvittämällä löydetään mahdollisia kehittämisehdotuksia, jotta verkkotapaamisesta saataisiin parempi työväline pankin asiantuntijoille.

Toimeksiantaja Danske Bank on Pohjoismaiden suurimpia pankkialan toimijoita ja yksi kolmesta Suomen suurimmista pankeista (Finanssialan Keskusliitto 2015, 2.) Danske Bank on selkeästi digitaalisten pankkipalveluiden edelläkävijä Suomessa ja tuonut eniten digitaalisia asiointi mahdollisuuksia asiakkailleen. Tammikuussa 2013 verkkotapaaminen otettiin käyttöön Suomen Danske Bankeissa ja toi asiakkaille uuden asiointitavan käydä pankin asiantuntijan kanssa neuvottelu tietokoneen, verkkopankin ja puhelimen välityksellä. Tämän yli kolmen vuoden käyttöaikana verkkotapaaminen on tapaamismallina kehittynyt ja asiantuntijat ovat omaksuneet sen osaksi päivittäistä työtään.

Opinnäytetyö aihe sai alkunsa tutkijan työharjoittelun aikana konttorissa. Työharjoittelujakson aikana tutkijalla oli mahdollisuus laajentaa tietämystä tulevaisuutta varten ja muutamana kerran viikossa oli tilaisuus seurata asiantuntijoiden verkkotapaamisia ja työskentelyä. Idea opinnäytetyö aiheesta hahmottui pikkuhiljaa kerta toisensa jälkeen, kun verkkotapaamisen aikana ilmeni positiivisia saavutuksia tai haasteita. Aihe viimeisteltiin yhteistyössä esimiehen kanssa.

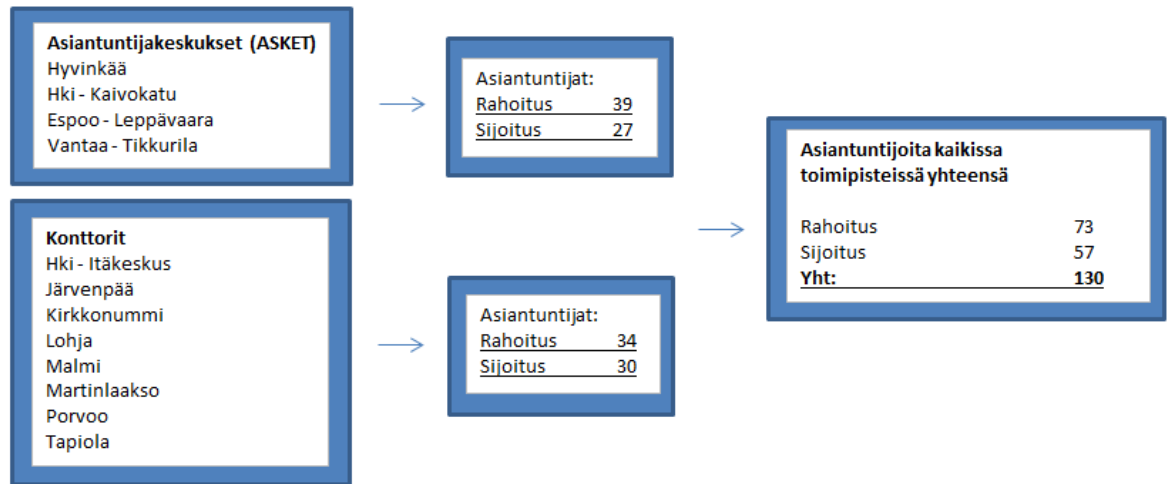
Opinnäytetyöaiheelle muodostui pääongelma:

- Mitä haasteita ja hyötyjä verkkotapaaminen tuo asiantuntijoille päivittäisessä työssä?

Kun pääongelmaa analysoidaan, muodostuu osaongelmia eli alaongelmia. Nämä kysymykset auttavat pääongelman ratkaisussa ja täsmentävät sitä. Tässä opinnäytetyössä alaongelmat ovat:

- Mitkä ovat yleisimmät ongelmat verkkotapaamisen aikana?
- Mitkä ovat tekniikan tuomat haasteet?
- Kuinka tyytyväisiä verkkotapaamiseen ollaan tällä hetkellä?
- Miten verkkotapaamisesta saisi vaivattomampaa asiantuntijoille?

Opinnäytetyössä on käytetty otantatutkimusta, missä perusjoukko koostuu koko Suomen Danske Bankin rahoitus- ja sijoitus puolten asiantuntijoista, jotka työskentelevät verkkotapaamisen parissa. Verkkotapaaminen on käytössä kaikissa Suomen toimipisteissä, mutta tämä määrä on kuitenkin rajattu. Otokseksi eli perusjoukon osajoukoksi ovat valittu Uudellamaalla sijaitsevat toimipisteet ja niissä työskentelevät rahoitus- ja sijoitus puolten asiantuntijat. Opinnäytetyön perusjoukko rajattiin siksi otokseksi, koska Uudenmaan toimipisteet ovat vilkkaita, asiakasvirtaa on paljon sekä ennen kaikkea asiantuntijoita on enemmän. Alla olevassa kuvassa 1 on kuvattu Uudenmaan toimipisteet sekä asiantuntijoiden lukumäärä asiantuntijakeskuksien ja konttorien mukaan. Paikkakuntaakohtaisia asiantuntijamääriä ei julkaista tutkimusraportissa anonyymiyden vuoksi, sillä pienemmissä kontto-reissa asiantuntijat voivat olla tunnistettavissa työtehtävän tai sukupuolen perusteella.



Kuva 1. Uudenmaan toimipisteet ja asiantuntijat

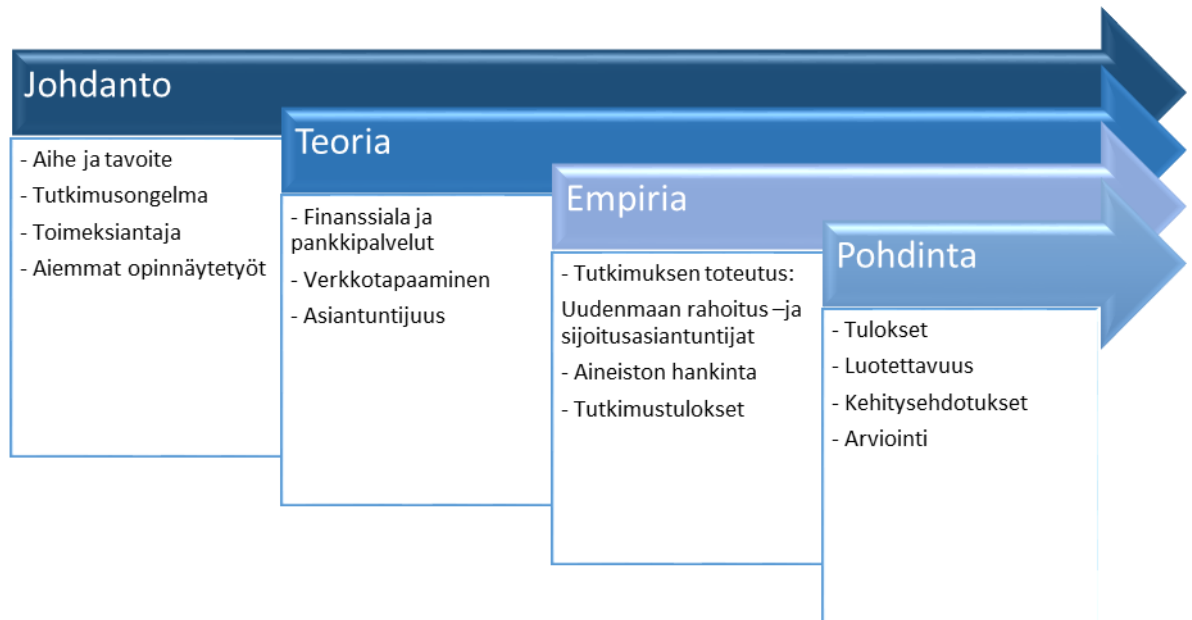
Uudellamaalla on 8 konttoria ja 4 asiantuntijakeskusta, joista käytetään myös lyhennettä: aske. Nämä eroavat sillä, että asiantuntijakeskukset ovat niin sanottuja täyden palvelun kattavia pankkikonttoreita ja ne ovat suurempia kuin muut konttorit. Opinnäytetyön tutkimusta varten toimipisteissä työskentelevien verkkotapaamisia tekevien asiantuntijoiden lukumäärä ei ollut suoraan saatavilla, vaan se laskettiin manuaalisesti Danske Bankin sisäisessä tiedonhakupohjaisessa järjestelmässä. Hakeminen aloitettiin selaamalla yksi toimipiste kerrallaan, josta laskettiin kaikki rahoitus- ja sijoitus puolten asiantuntijat. Laskemisen haasteellisuutta lisäsi se, että asiantuntijoilla saattoi olla eri tehtävänimikkeet työkokemuksesta riippuen tai merkintää työkokemuksesta ja vastuista ei ollut mainittu. Yhteensä saatiin 147 asiantuntijaa, mutta tästä luvusta vähennettiin pidempiaikaisesti esimerkiksi äitiyslomalla tai opintovapaalla poissaolevat, jolloin luku oli yhteensä 130 asiantuntijaa.

Tämä on hyvä määrä otantatutkimukselle ja kyselyn vastauksia on oletettavissa riittävä määrä luotettavuuden takaamiseksi. Otos on myös edustava, koska Uudenmaan toimipisteitä vastaavat ominaisuudet vastaa perusjoukkoa oikeassa suhteessa. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 29.) Valitusta otannasta ja sen luotettavuudesta on kerrottu enemmän alaluvussa 6.2 Tutkimuksen luotettavuus.

1.2 Tutkimuksen rakenne

Opinnäytetyön rakenne on jaettu neljään osaan: johdantoon, teoriaosuuteen, empiiriseen osuuteen ja lopuksi pohdintaan. Ensimmäisessä osassa johdannossa esitellään ensin opinnäytetyön aihe ja tavoite, tutkimusongelma, toimeksiantaja ja aiemmin tehdyt opinnäytetyöt. Toisessa osassa on opinnäytetyön teoria, missä on kaksi päälukua. Pääluvussa 2 kerrotaan finanssialasta, pankkipalveluista ja verkkotapaamisesta. Luvussa 3 kerrotaan teoriaa asiantuntijuudesta ja siihen liittyvistä käsitteistä, joita ovat: perehdytys, valmennus

ja sparraus, kehittyminen, asiantuntijoiden tavoitteet ja tulos, myyntityö sekä asiakastytyväisyys. Empiirisessä osassa, mikä alkaa pääluvusta 4 kerrotaan tutkimuksen toteutuksesta mikä käsittää tutkimusmenetelmät ja aineiston hankinnan. Pääluvussa 5 on tutkimustulokset ja yhteenveto niistä. Viimeisessä pääluvussa 6 on pohdinta, missä tarkasteltiin tuloksia, tutkimuksen luotettavuutta ja tehtiin johtopäätökset, kehitysehdotukset ja jatkotutkimusehdotukset. Lukuun sisältyy arviointi omasta oppimisesta ja opinnäytetyöprosessista. Alla olevassa kuviossa 1 on kerrottu opinnäytetyön rakenne.



Kuvio 1. Opinnäytetyön rakenne

1.3 Toimeksiantaja yrityksen esittely

Danske Bank on yksi Pohjoismaiden johtavista pankkitoimialan konserneista, jolla on toimintaa 15 eri maassa. Danske Bank-konsernissa työskentelee n. 19 000 pankkialan ammattilaista eri tehtävissä, joista Suomessa yli 1900 henkilöä. Suomessa Danske Bank tarjoaa tänä päivänä palveluita asiakaspalvelussa, etäkanavissa ja konttoriverkoston 51 eri toimipisteessä. Pankkiliketoiminta koostuu 3 eri yksiköstä, henkilöasiakkaat (Personal Banking), yritysasiakkaat (Business Banking) ja suurten yritysten ja instituutioiden palvelut (Corporates & Institutions). Liiketoimintaan kuuluu myös rahastoyhtiö Danske Invest, varainhoitoyhtiö Danske Capital sekä finanssimarkkinoiden toimintaa hoitava Danske Markets. (Danske Bank 2015a.) Danske Bank Oyj omistaa Suomessa toimivan kiinteistöväli-tysketjun Kiinteistömaailman, mikä on perustettu vuonna 1990. Ketjun muodostavat franchising-yrittäjien omistamat asuntomyymälät, mitkä toimivat ympäri Suomea 110 toimipisteessä. Kiinteistömaailmalla on noin 700 työntekijää. (Kiinteistömaailma 2016.)

Suomessa Danske Bank aloitti toimintansa ostaessaan vuonna 2007 Sampo Pankin. Virallisesti nykyinen nimi Danske Bank otettiin käyttöön marraskuussa 2012. Pankki on toiminut Suomessa alkujaan neljällä eri nimellä ja sillä on pitkä historia, mitä suomalaiset edelleen muistelevat. Postisäästöpankki aloitti vuonna 1887, jonka jälkeen vuonna 1970 nimi muutettiin Postipankiksi, vuonna 1997 Leoniaksi ja 2001 Sampo Pankiksi.

(Danske Bank 2015b.) Risto Tornivaara on toiminut Danske Bank Oyj:n toimitusjohtaja Suomessa syyskuusta 2013 alkaen (Danske Bank 2013.)

1.4 Aiempia opinnäytetöitä

Danske Bankille sekä muille pankeille oli kirjoitettu verkkotapaamiseen liittyvästä aiheesta muutamia opinnäytetöitä, mitkä löytyivät Theseuksen verkkosivuilta. Lähimpänä oman opinnäytetyöni aihetta on vasta viime vuonna julkaistu Siiri Sipisen kirjoittama opinnäytetyö Danske Bankin Kouvolan konttorille, missä tutkitaan verkkotapaamisen haasteita pankkipalveluiden myyntityössä sekä face to face -tapaamisen ja verkkotapaamisen eroavaisuuksia. Tutkimuksessa on käytetty kvalitatiivista tutkimusmenetelmää ja asiantuntijoiden haastattelut on toteutettu teemahaastatteluina. Tutkimustuloksissa on saatu selville, että face to face -tapaaminen ja verkkotapaaminen eroavat toisistaan työmäärällä, kestolla, verkkotapaaminen suuremmalla asiakaspotentiaalilla ja asiantuntijoiden viestintätaidot korostuvat tapaamisissa eri tavalla. (Sipinen 2015.)

Verkkotapaamisesta on myös kirjoittanut Mikko Truhponen opinnäytetyön vuonna 2014 aiheenaan: Verkkotapaaminen yrityksen ja asiakkaan näkökulmasta: Case: Danske Bank Oyj. Tutkimusmenetelmä on kvalitatiivinen ja teoreettinen viitekehys koostuu käsitteistä, verkkotapaaminen, monikanavaisuus, asiakkaiden arvot ja kokemukset sekä tehokkuus. Tutkimustulokset ovat salaiset, joten opinnäytetyöstä ei ollut hyötyä sieltä osin. (Truhponen 2014.)

Savonian Ammattikorkeakoulusta Heli Kietäväinen on kirjoittanut vuonna 2014 opinnäytetyön nimeltä: Verkkoneuvottelu – Uudenlaista asiakaspalvelua finanssialan yrityksessä. Opinnäytetyö on kirjoitettu finanssiyritykselle, minkä nimeä ei ole tuotu julki toimeksiantajan pyynnöstä. Tutkimuksessa selvitettiin asiakkaiden mielipiteitä uudesta verkkoneuvottelu palvelumuodosta ja tavoitteena oli kartoittaa kohderyhmää ja lisätietoja verkkoneuvottelun markkinoinnin tueksi. Teorian osuus koostui asiakaspalvelusta finanssialalla, asiakaskokemuksesta ja verkkoneuvottelusta. Tutkimuksessa oli käytetty kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta, ja tutkimus on toteutettu puhelinhaastatteluna 30 asiakkaalle. Tutkimustuloksista selvisi, että verkkoneuvottelun markkinointiin ja henkilökunnan koulutukseen on

panostettava. Tutkimus osoitti asiakkaiden kiinnostusta verkkoneuvottelua kohtaan. (Kietäväinen 2014.)

Pauliina Hakkarainen oli kirjoittanut vuonna 2013 opinnäytetyön Savonlinnan Danske Bankille asiakkaiden näkemyksistä. Aiheena opinnäytetyössä on monikanavaisuus, ja siinä tutkitaan miten asiakkaat hyödyntävät monikanavaisuutta pankkiasioinnissa. Teoria osuus on koostunut monikanavaisuudesta ja sen käsitteistä. Opinnäytetyössä on käytetty kvantitatiivista tutkimusmenetelmää ja aineisto on kerätty asiakkailta puhelinhaastatteluna. Tutkimustuloksissa selvisi, että verkkopankki oli asiakkaiden keskuudessa suosituin asiointikanava, mutta asiakkaat edelleen arvostavat konttorissa henkilökohtaista asiointia laina- ja sijoitusasioissa. Mobiili- ja tabletpankin käyttö oli vielä vähäistä, koska asiakkailla tekninen osaaminen on heikkoa ja heillä ei ole tarvittavia laitteita käytössä. (Hakkarainen 2013.)

2 Finanssiala, pankkipalvelut ja verkkotapaaminen

Tässä kappaleessa käsitellään finanssialaa, pankkipalveluita ja niiden toimintaa sekä verkkotapaamista. Pankkipalveluiden nykyaikaistumiseen kuuluu teknologian kehittymisen mukana tullut digitalisoituminen ja monikanavaisuus, minkä teoriaa myös käsitellään. Itse opinnäytetyön aihetta verkkotapaamista ja sen teoriaa käsitellään laajasti.

2.1 Finanssi – ja pankkipalvelut

Finanssipalvelut tarkoittavat pankkien, sijoituspalveluyritysten, vakuutus-, rahoitus- ja rahastoyhtiöiden sekä muiden rahoitusalan yritysten toimintaa. Finanssijärjestelmä ja –markkinat koostuvat pankki -, vakuutus – ja sijoituspalveluiden tarjonnasta kansantaloudelle. (Alhonsuo, Nisén & Pellikka 2009, 13) Finanssimarkkinat ovat laajaa liiketoimintaa, mitkä muuttuvat kokoajan ja osapuolia on paljon. Finanssipalveluiden kysyjät voidaan jakaa kolmeen ryhmään: kotitalouksiin, yrityksiin ja julkisyhteisöihin, jotka omistavat talletuksia ja vakuutuksia sekä käyttävät eri finanssipalveluja. (Alhonsuo ym. 2009, 20.) Finanssialalla pankkien kiristyneessä kilpailutilanteessa kilpailukeinot ovat yksinkertaiset: hinta, laatu ja tuotevalikoima. Pankkien palvelut ovat monipuolistuneet, koska rahoituspalveluiden tarjoajat kilpailevat keskenään asiakkaista ja samalla asiakkaat vaativat enemmän palveluilta. (Kontkanen 2011, 15.)

2.2 Pankkipalveluiden nykyaika ja monikanavaisuus

Tietotekninen kehitys on tuonut pankkiasiointiin muutoksia, mikä on johtanut konttoriverkostojen pienentymiseen. Tilalle ovat tulleet internet- ja puhelinpankkipalvelut sekä verkkopankin käytöstä on nopeasti tullut asiakkaille arkipäivää. Laskut ja internetostokset maksetaan verkkopankissa ja kaupassa ostokset kortilla, joten käteisen rahan käyttö on vähentynyt merkittävästi. Asiakkaiden tarpeet ja käyttäytyminen ovat muuttuneet, mikä on vaikuttanut pankkien toimintatapojen vaihtumiseen. Koska väestö ikääntyy, etenkin sijoitus- ja säästämispalveluiden kysyntä nousee ja neuvontapalveluiden tärkeys kasvaa. Myös pankkien vakavaraisuus vaatimuksiin on tullut uudistuksia, koska riskinhallinnan merkitys on lisääntynyt lähivuosina huomattavasti (Kontkanen 2011, 15.)

Danske Bankin asiakkaat voivat tavata pankin asiantuntijan kolmella eri tavalla: verkkotapaamisen välityksellä, perinteisesti konttoritapaamisessa ja puhelinneuvottelussa. Kohtaamistapa tulee olla valittu asiakkaan tarpeen ja tilanteen mukaan, koska joskus se onnistuu vain konttorissa tai asian pystyy hoitamaan useassa asiointikanavassa. Sana monikanavaisuus kuvaa tätä hyvin, mikä tarkoittaa palvelun tarjoamista useammassa, kuin kahdessa palvelukanavassa tai eri välineillä. Monikanavaisuus kattaa kaikki palveluntarjo-

ajan kanava vaihtoehdot ja asiakkaille tämä merkitsee arvokkaampaa palveluiden saatavuutta ja käytön helppoutta. (Ylikoski & Järvinen 2011, 125.) Asiakkaille monikanavaisuuden lisääntyminen näkyy palveluiden saatavuuden, nopeuden, helppouden ja asiointipaikkojen valinnan parantumisena. Monikanavaisuus voi asiakkaasta riippuen olla vahvuus kun asiointikanavia tulee lisää tai se voi olla myös heikkous, koska esimerkiksi sähköisten asiointikanavien johdosta tulee teknisen taidon vaatimuksia. Asiakkaat käyttävät pankin asiointikanavia eri tavoilla, jolloin asiakasrajapinnassa työskentelevät asiantuntijat näkevät aikaisemmin mainitut hyödyt ja haitat. (Ylikoski & Järvinen 2011, 126.)

”Digitaalisten palveluiden yleistyessä asiakkaat ovat valveutuneempia ja odotusarvot yrityksiä kohtaan nousseet. Oletuksena on, että yrityksen palvelut on saatavissa myös digitaalisessa kanavassa ja samassa laajuudessa ja yhtä hyvällä laadulla.” (Filenius 2015, 27.) Digitaaliset pankkipalvelut ovat viimeisen alle viiden vuoden aikana yleistyneet huomattavasti ja konttorissa asiointi on vähentynyt huomattavasti, koska päivittäiset pankkiasiat on hoidettavissa verkkopankissa sekä mobiili- ja tabletpankissa. Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan vuonna 2014 verkkopankkia viimeisen 3 kuukauden aikana käyttäneitä 16–89 -vuotiaita oli 80 % väestöstä. (Tilastokeskus 2015a.) Mobiililaitteet ovat myös yleistyneet kovaa vauhtia suomalaisissa kotitalouksissa ja tilastokeskuksen mukaan vuonna 2015 keväällä älypuhelin oli käytössä 69 % ja 42 % kotitalouksista oli tablettitietokone. Trendi on nouseva, koska lukema oli edellisvuonna 2014 32 %, eli kasvua on ollut 10 % vuoden aikana. Voi siis olettaa, että tablettitietokone tulee yleistymään vuosi vuodelta, jolloin myös verkkotapaamisen tulisi siirtyä tietokoneesta tablettiin. (Tilastokeskus 2015b.)

TNS Gallup teki mobiilipankin käytöstä huhtikuussa 2014 tutkimuksen 1300 henkilölle, mikä koski Danske Bankin, Nordean ja Osuuspankin mobiilisovelluksien toimivuutta ja käyttöä. Tutkimukseen vastasi 500 henkilöä, jotka antoivat muun muassa kouluarvosanan käyttämänsä mobiilipankin eri osa-alueista. Danske Bank pärjäsikin tutkimuksessa parhaiten ja asiakkaat antoivat pankin mobiilisovellukselle hyvät arvostukset. (Kuvio 2.)

	Käytön helppous	Palveluiden laajuus	Turvallisuus	Toteutuksen luovuus	KA
Nordea	8,6	7,8	8,2	7,7	7,9
OP-Pohjola	8,6	7,6	8,2	7,7	8,0
Danske Bank	8,7	7,9	8,3	7,9	8,1

Kuva 2. Asiakkaiden arviot eri mobiilipankkien osa-alueista. (Danske Bank 2014)

2.3 Digitaalinen asiakasneuvonta

Henkilökohtainen asiakaspalvelu on vähentynyt eri toimialoilla kuten, kaupoissa, pankeissa, postissa, rautatieasemilla ja niin edelleen. Palvelut ovat usein sähköisiä itsepalvelu pisteitä, missä esimerkiksi asiakas voi itse maksaa ruokaostoksensa pikakassalla tai vaikka noutaa paketin lähikaupan pakettiautomaatista. Palvelut ovat myös saatavalla entistä enemmän sähköisesti, kuten päivittäiset pankkiasiat mobiililaitteilla, etäopiskelu verkossa, lääkärille ajanvaraukset sekä sähköiset reseptit verkossa, veropalvelut, ynnä muut. Enää näiden asioiden saamiseen ei tarvita tiskin takana istuvaa virkailijaa tai myyjää. Sähköinen itsepalvelu ja palvelut voidaan tulkita kahdella tavalla, palvelun huonontumisena tai nopeutena ja helppoutena.

Käsite digitalisaatio vie palveluja sähköiseen muotoon ja lisää itsepalvelua. Uusia palveluita varten tarvitaan kuitenkin aina neuvontaa. Digitalisaatio on siirtänyt yksilöllistä asiakaspalvelua verkkoon, jolloin myyjä tai asiantuntija on verkossa asiakkaan saatavilla tarvittaessa. Digitaalista asiakaspalvelua voi olla chat-toiminto palveluntarjoajan nettisivuilla tai verkkokaupassa, suora viestin tai yhteydenottopyynnön jättö mahdollisuus tai valmiin hakemuksen täyttö ja lähetys internetissä.

Verkon kautta tapahtuvasta asiakasneuvonnasta on tehty tutkimuksia eri toimialoilta ja aiheista. Muun muassa Elisa Oyj:n vuonna 2014 teetättämän tutkimuksen mukaan verkkokaupassa eniten asioivien asiakkaiden joukosta 41 % peruutti kaupanteon asiakaspalveluun liittyvien ongelmien takia. Tutkimuksessa selvisi, että verkkokaupoissa paljon ostavista, useampi kuin joka toinen on kokeillut chatin tai puhelimen välityksellä asiakaspalvelua ja videoavusteista asiakaspalvelua noin viidennes. Heiltä kysyttiin, kuinka paljon hyötyä chatin tai videon välityksellä tapahtuva asiakaspalvelusta olisi erilaisissa tilanteissa ja selvisi, että harva osaisi edes kaivata kyseisiä palveluita niissä tilanteissa. Ne, jotka ovat käyttäneet chattiä apunaan asiakaspalvelutilanteessa, ovat kokeneet sen erittäin hyödylliseksi. Videoavusteisessa asiakaspalvelussa koettiin samoin. Verkkokauppojen asiakaspalveluun kuluttajat toivoivat asiakaspalvelua suomenkielellä. Nuorten kuluttajien kohdalla se ei ole yhtä suuri toive, kuin yli 50 -vuotiaiden keskuudessa. Vaikka verkossa asioinnin toimivuuteen ja itsepalvelu puoleen on panostettu vuosien varrella paljon, koetaan päälimmäisiksi syiksi keskeytyneisiin ostoksiin asiakaspalvelun ja lisätietojen puute sekä käytössä ilmenevät ongelmat. (Elisa 2014.)

Fonecta on kirjoittanut internet sivuillaan liiketoiminnan tehostamisesta ja ovat sitä mieltä, että yritysten digitekeminen tulee jälkijunassa. He ovat sitä mieltä, että digitalisoitumista varten yrityksen tulisi tuntea asiakkaansa voidakseen ymmärtää heitä paremmin ja tuottaa

heille sitä kautta parempia palveluita. Asiakaskohtaaminen tulee tapahtua siellä missä asiakas on, joten yritysten tulee pysyä mukana kehityksessä. Digitaalisista palveluista kertyy yrityksille valtavasti dataa, mitä he pystyisivät hyödyntämään asiakastyytyvyyden parantamiseksi. Vuoden 2015 loppupuolella tuhannelle suomalaiselle teetätetystä kyselystä selvisi, että 69 % 25–44-vuotiaista vastaajista kokee verkkokaupan enemmänkin itsepalvelukanavana, eivätkä odota asiakaspalvelua. 55–65-vuotiaista vastaajista 42 % kaippaa asiakaspalvelua verkkokaupassa asioidessaan. Kaiken kaikkiaan vastanneista 35 % kokee haluavansa asiakaspalvelua verkkokaupassa ja 53 % ei halua. Fonecta tulkitse tutkimustuloksista kilpailueduksi ja kehittämissuositukseksi asiakasneuvonnan tarjoamisen verkkokaupassaan esimerkiksi chatin avulla. (Fonecta 2016.)

2.4 Verkkotapaaminen

Verkkotapaaminen on yksi pankin tapaamismalleista, mikä käydään verkkopankin ja puhelimen välityksellä. Se on otettu käyttöön tammikuussa 2013 Danske Bankissa ja ensimmäisenä pankkina koko Suomessa. Vuoden 2012 loppupuolella Danske Bank testasi nykyisestä hieman erilaista pilottimallia, mikä sisälsi live-kuvaa reaaliajassa webkameran välityksellä asiakkaalle ja asiantuntijalle, mutta tämä jäi pelkäksi kokeiluksi. Videokuvaa ei otettu käyttöön, koska asiakkaat kokivat sen enemmän stressinä. Ilman videoyhteyttä, asiakkaalle ei muodostu paineita esimerkiksi ulkonäköön liittyen tai miltä koti näyttää taustalla. Nykyään verkkotapaamisen aikana vain asiakkaan verkkopankissa näkyy asiantuntijan kuva, jotta tämä tietää kenen kanssa keskustelee. (Danske Bank 2015d.)

Verkkotapaaminen on ominaisuuksiltaan monipuolinen ja asiakas saa helpotusta aikatauluunsa, sillä pankki tapaaminen onnistuu paikasta riippumatta tulematta konttoriin. Jotta asiakas voi valita asiointitavakseen verkkotapaamisen, ei se vaadi häneltä erityistä tietokone osaamista. (Danske Bank 2015d.) Verkkotapaamisen vaiheet on alla olevassa kuvassa 3 esitetty hyvin yksiselitteisesti. Ensinnäkin asiakas varaa ajan verkkotapaamiseen Danske Bankin asiakaspalvelusta tai konttorista. Sovittuna ajankohtana asiantuntija soittaa asiakkaalle. Asiantuntija näkee omalta koneeltaan onko asiakas kirjautunut verkkopankkiin. Hän ohjeistaa, kuinka asiakkaan verkkopankin etusivulla tulisi olla verkkotapaamista koskeva linkki ja tätä klikkaamalla asiakas näkee tapaamismateriaalit, kuten kaavioita ja esityksiä. Tapaaminen käydään siis tietokoneella asiantuntijan kanssa puhelimesta keskustellen. Visuaalinen osuus tapahtuu itse verkkopankissa asiantuntijan näyttämien graafisten esitysten avulla. Tapaamisessa pystytään näyttämään asiakkaan talouteen liittyviä asioita kuten esityksiä, laskelmia ja dokumentteja. Lopuksi neuvottelun päätyttyä asiantuntija pystyy lähettämään sopimukset asiakkaalle verkkopankkiin allekirjoitettavaksi.

Jotta dokumentit saataisiin lähetettyä asiakkaan halutessa verkkopankkiin allekirjoitettavaksi, vaaditaan verkkopankin arkiston käyttöönoton, että voi vastaanottaa dokumentteja.



Kuva 3. Kuinka verkkotapaaminen toimii (Danske Bank 2015e)

Termi etämyynti liittyy asiantuntijoiden tekemiseen verkkotapaamisen aikana. Etämyynnillä tarkoitetaan tarjottua rahoituspalvelua asiakkaalle ilman osapuolten läsnäoloa, jolloin palvelu tapahtuu etäviestimen eli puhelimen, postin, tietoverkon, television tai muun välineen avulla. Kuluttajasuojalain 6 a luku säätelee rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyyntiä. Etämyynnistä voidaan puhua silloin, kun kuluttajalle tarjotaan esimerkiksi erilaisia tilivaihtoehtoja, maksujenvälityspalveluja, rahoitus- ja sijoitustuotteita, palveluja tai neuvontaa. (Alhonsuo ym. 2009, 137.) Asiakkaan etäviestimessä asiointi eroaa henkilökohtaiseen tapaamiseen finanssialan ammattilaisen kanssa, ettei asiakkaalla ole mahdollisuutta kysyä materiaalin sisältöä ja merkityksiä samalla tavalla kuin kasvotusten (Alhonsuo ym. 2009, 138.) Danske Bankissa verkkotapaamisiin pätee etätapaamisen säännökset. Verkkotapaamisen alussa tehdään aina asiakastietotunnistus, jotta varmistutaan että

oikea henkilö on puhelimessa. Tämän jälkeen asiakkaalle kerrotaan, että pankkiturvallisuuden vuoksi verkkotapaamisissa puhelut tallennetaan. Verkkotapaamisessa oleellista on, että asiakkaalla on verkkopankissaan arkisto käytössä, jotta sinne saadaan lähetettyä tarvittavat dokumentit. Kaupantekotilanteessa kerrotaan kaupan peruutusosoikeudesta, jokaisen ehdotetun tuotteen osalta, koska eri tuotteissa voi olla eri peruutusosoikeus. Asiakas hyväksyy sopimukset verkkotapaamisen aikana, verkkopankissa tapaamisen jälkeen tai verkkoviestillä. Asiakkaalle annetaan dokumentti ehdoista, mikä koskee tietoja pankista, oikeussuojakeinoista ja etäsopimisesta. Verkkotapaamisen jälkeen asiantuntija tallentaa verkkotapaamisessa käytetyt materiaalit ja dokumentit asiakkaan tietoihin. (Toimeksiantajan tiedonanto)

2.4.1 Turvallisuus ja käyttömahdollisuudet

Pankkiturvallisuus on osa riskienhallintaa, jolla osalta pyritään torjumaan rikoksia. Pankkien turvallisuusmenettely voidaan eritellä pankin eri toimintojen mukaisesti: pankin henkilöstö, asiakkaat, pankkipalvelut, tietoturvallisuus, toimitilat sekä pankin maine ja imago. Turvallisuustoiminnalla voidaan punnita edellä mainittuihin pankkitoimintoihin sisältyviä riskejä ja ennaltaehkäistä sekä torjua niitä. Pankkien riskienhallinnan toteutumisesta vaatii ja säätelee viranomaiset ja pankilla on omat tarkat vaatimukset sen toteutumiselle. Turvallisuus tukee pankin liiketoimintaa ja on tärkeää, että pankki koetaan turvallisenä ja luotettavana kumppanina asioida. (Kontkanen 2011, 75.)

Pankkipalveluiden turvallisuuden on tarkoitus estää häiriöt ja turvata palveluiden käyttö. Pankin tietotekniseen turvallisuuteen liittyy tietoverkkoihin ja tietoverkkojen avulla kohdistuvat rikokset. Tietoteknisellä turvallisuudella keskitytään ehkäisemään pankin sisäisten tietojärjestelmien, asiakkaan ja pankin välistä tietoyhteys turvallisuutta. Tietoteknisen turvallisuuden osalta on keskeistä tehdä yhteistyötä kansainvälisten toimijoiden kanssa ja parantaa turvallisuusratkaisuja. Tekniikan kehittyessä tiedon suojaamisen tärkeys kasvaa ja on ehdottoman tärkeää pystyä varmentamaan tietojen oikeellisuus, käytettävyys ja tunnistaa asiakkaat tarkasti. (Kontkanen 2011, 76–77.)

Danske Bankin järjestelmät ja verkkopankki ovat suojattu ja molemmat luotu turvalliseksi käyttää. Turvaratkaisuna tietokoneen ja pankki välillä Danske Bank käyttää SSL-salattua tietoliikenneyhteyttä ja asiakkailla on saatavilla tarkat ohjeistukset turvallisesta pankkiasioinnista verkossa. Varovaisuutta internetissä, verkkopankissa ja ylipäätään tietokoneella tulee aina muistaa käyttää, koska verkkohuijauksien riski on aina olemassa. (Danske Bank 2015c.)

Danske Bankin verkkotapaamiseen ei ole ulkopuolista pääsyä. Verkkotapaamista pystyy tällä hetkellä käyttämään vain tietokoneella, mutta mahdollisuuksia tulee monia teknologian kehittyessä. Lähitulevaisuudessa on tarkoitus lanseerata verkkotapaaminen tableteille ja iPadeille, mikä lisäisi verkkotapaamisen käyttöä asiakkailla. Tämä mahdollistaisi tablet tietokoneilla verkkotapaamisen käymisen tietokoneen sijaan. Tablet tietokoneiden ja iPadien käyttö on yleistynyt kovaa vauhtia ja ne ovat suosittuja kotitalouksissa työ ja vapaaajan käytössä. Applen iPad on yksi suosituimmista, mistä ensimmäinen versio lanseerattiin jo 27.1.2010. (Apple Inc 2015.) Muutkin ovat kehittäneet tabletteja, kuten Samsung, Nokia ja Microsoft. Asiakkailla on käytössään monenlaisia tablet- ja mobiililaitteita tietokoneen sijaan, joten verkkotapaaminen on oivallinen voida toteuttaa tällä laitteella. Älypuhelimella ei verkkotapaaminen ole toistaiseksi vielä mahdollista ja se tuntuu tässä vaiheessa mahdottomalta tapaamisessa käytettävän havainnollistamismateriaalin näyttämisen vuoksi. Älypuhelimien näyttö on sen verran pieni, että voisi olla haasteellista yhteen sovittaa tietokoneen dioja mobiili muotoon.

Pankin asiantuntijat ovat saaneet koulutusta, jotta voivat ohjeistaa asiakasta verkkotapaamisen käytöstä. Riittää kun asiakas osaa mennä tietokoneellaan internetiin ja kirjautua verkkopankkiin sekä hänellä on käytössä puhelin. Internet yhteydeksi kelpaa tavallinen verkkoyhteys. Jos 3G yhteys koneella on riittämätön tai modeemiyhteys vanhempi, verkkotapaamisen aikana saattaa ilmetä ongelmia. Suurin osa käyttöjärjestelmistä on käytettävissä. Verkkotapaaminen toimii pääasiassa kaikilla suhteellisen uusilla PC- ja MAC tietokoneilla. Tietokoneen tekniset vaatimukset tulee olla kunnossa myös, kuten muun muassa päivitykset päivitetty.

2.4.2 Ajankäyttö ja työtehtävät verkkotapaamisessa

Danske Bankissa asiantuntijoille varataan tapaamiseen tietty määrä aikaa kokonaisuudessaan tapaamistyyppistä riippuen. Normaalineuvotteluun varataan vartti aikaa ensivalmisteluihin, tunti aikaa tapaamiselle asiakkaan kanssa ja tapaamisen jälkeen vartti jälki töihin. Ajanvarausta tehdessä asiakkaalle kerrotaan, kuinka paljon tapaamiseen suositellaan varattavan aikaa ja asiantuntija tapaamisen alussa normaalisti varmistaa sen vielä asiakkaalta. Jos asiakas ilmoittaa kiireellisemmästä aikataulusta, asiantuntijan tulee hoitaa tapaaminen nopeammin. Tämä saattaa tarkoittaa sitä, ettei ole mahdollista käydä tapaamisessa kaikkia tarkoitettuja asioita yhtä laadukkaasti kuin oli tarkoitus.

Asiantuntijoilta vaaditaan verkkotapaamisjärjestelmän laajaa tuntemusta ja osaamista. He käyvät päivän kestävä koulutuksen sitä varten. Asiantuntijoiden tulee olla tietoisia eri käyttöjärjestelmistä ja verkkopankin sekä tietokoneiden antamista erilaisista ilmoituksista,

mistä asiakas saattaa kysyä tarvittaessa neuvoa, jos niitä ilmestyy hänen tietokoneelleen. Niin verkkotapaamisen, kuin muidenkin tapaamismallien valmisteluun kuluu aikaa. Asiantuntijan tekee taustatyötä, jotta olisi mahdollisimman tietoinen tapaamista koskevista tiedoista. Pankin järjestelmästä jos ei löydy aiempien tapaamisten jäljiltä tulevalle tapaamiselle oleellisia tietoja, asiantuntija voi ottaa yhteyttä asiakkaaseen, esimerkiksi puhelimitse. Tällöin hän voi kysyä tietoja suoraan tai pyytää asiakasta lähettämään ne sähköisesti. On ensisijaisen tärkeää, ettei tapaamisen aikaa kuluteta aiemmin annettujen tietojen kyse-lyyn, vaan voidaan keskittyä oleelliseen. Tapaamisen laadun ja onnistumisen kannalta hyvä taustatyö on kullanarvoista asiantuntijalle. (Toimeksiantajan tiedonanto.)

2.4.3 Verkkotapaamisen yleistymisen pankkien keskuudessa

Suomessa pankkien välinen kilpailu on kiristynyt vuosivuodelta. Pankit pyrkivät erottumaan toisistaan ja asiakkaiden pankkiasioiden keskittäminen yhteen pankkiin on yleistynyt. Pankkien tekniset ratkaisut eroavat toisistaan, koska kaikki ovat kehittäneet tietotekniikkansa itse. Danske Bankilla on monia sovelluksia ja tietoteknisiä järjestelmiä jo käytössään. Edelläkävijänä he ottivat verkkotapaamisen ensimmäisenä pankkina Suomessa käyttöönsä vuoden 2013 alussa ja sen käyttö yleistyy jatkuvasti myös muillakin pankeilla.

Osuuspankilla on verkkotapaamista vastaava tapaamismalli käytössään, josta käytetään nimeä verkkoneuvottelu. Se otettiin käyttöön Osuuspankeissa vuoden 2013 loppupuolella (Osuuspankki a, 16) ja eroaa Danske Bankin verkkotapaamisesta sillä, että neuvottelu käydään videoyhteyden välityksellä, jolloin osapuolet näkevät toisensa. Asiakas tarvitsee verkkoneuvottelua varten tietokoneen, mistä löytyy internet yhteys, webkamera, kuulokkeet ja mikrofoni. Osuuspankin videoneuvottelu palvelu on maailmanlaajuisen toimijan Videran käsialaa. (Osuuspankki b.) Osuuspankki otti ensimmäisenä pankkina suomessa verkkoneuvottelun käyttöön Applen I Padeillä 2015 vuoden puolivälissä (Osuuspankki c.) Nordeassa otettiin verkkotapaaminen ja chat-palvelu käyttöön syksyllä 2014. Muutkin pankit, kuten Handelsbanken, Aktia, LähiTapiola ovat ottaneet käyttöönsä verkkotapaamisen ja mainostavat sitä internet-sivuillaan. Kaikilla pankeilla verkkotapaamista ei kuitenkaan ole markkinoitu niin aktiivisesti kuin toisilla.

2.5 Tulevaisuuden ja kehityksen näkymät

Tulevaisuudessa verkkotapaaminen tulee lisääntymään pankin asiantuntijoiden työssä. Verkkotapaamismallia kehitetään entisestään ja sen saatavuuteen saadaan enemmän mahdollisuuksia teknologian kehityksen ansiosta. Danske Bankin verkkotapaaminen on saatavilla ainoastaan tietokoneella, mutta verkkotapaaminen tabletille on kehitteillä. Tällä hetkellä Danske Bankilla on jo 4 eri laitteella mahdollisuus pankkisovellusten käyttöön,

verkkopankki tietokoneella, tabletpankki tabletilla, sekä mobiilipankki älypuhelimella ja uusimpana Apple Watch älykellossa. Mobiilimaksamisen, rahansiirto sovellus Mobile Pay, otettiin käyttöön 2013 vuoden lopulla.

Uutena finanssialalle on tulossa financial technology (FINTECH) eli finanssiteknologia. Kyseiset yritykset ovat, niin sanottuja ei -pankkisidonnaisia yrityksiä, jotka kehittävät kilpailuvia tuotteita pankkien perinteisille palveluille, kuten esimerkiksi rahan- ja maksujen välittäminen ja asiakasanalyysit. Toimialan vahva digitalisointi edesauttaa tätä kehitystä. Pankkien tulee muuttaa toimintamalliaan ja löytää näistä uusista yrittäjistä kumppanuuksia joiden kanssa tehdä yhteistyötä. Uudet toimijat ovat kilpailukykyisiä kevyen kustannusrakenteensa sekä out-of the box ajattelumallinsa takia. Heitä ei myöskään aina sido samat pankkitoimialaa rasittavat EU-direktiivit. (Toimeksiantajan tiedonanto)

S-pankista Kari Latvanen on kirjoittanut artikkelin internet sivuillaan tulevaisuuden pankkipalveluista, jossa hän kertoo S-pankin uskovan asiakkaiden olevan tyytyväisiä, kun palvelu pelaa huomaamattomasti. Henkilöasiakkaille tämän hetkiset pankkipalvelut ovat jo monipuoliset ja kattavat päivittäisten palveluiden saannin ja enemmänkin. Latvanen uskoo pankkien palvelutarjonnan muuttuvan vuoteen 2030 mennessä yksilöllisempään suuntaan. Globaalin kehityksen vuoksi maksutavat lisääntyvät, kuluttajat tarvitsevat entistä enemmän sijoittamispalveluita ja niihin liittyviä seurantapalveluita vaurastuessaan. Artikkelissa on kerrottu tulevaisuuden mahdollisista pankkipalveluista, jotka ovat peräisin kirjasta: The Future of Banking Services. Kirjassa on hahmoteltu seuraavaa neljää mietettä pankkipalveluista: asiakkaan toiveiden mukaan yksilöity virtuaalisia palveluita hyödyntävä mittatilauspankki, asiakkaan elämässä mukana oleva älypankki, yksityisyyttä suojeleva anonyymipankki ja raha-asioissa koulutusta ja neuvontaa tarjoava opettava pankki. Vuonna 2030 pankkipalvelut voisivat koostua näiden asioiden yhdistämisestä. (S-pankki, 2016.)

3 Asiantuntijuuden tukipilareita

”Asiantuntijalla tarkoitetaan henkilöä, jolla koulutuksensa ja työkokemuksensa perusteella on muita paremmat tiedot ja taidot joistakin tehtävistä ja niiden hoitamisesta” (Vahvaselkä 2004, 33.) Asiantuntija on erikoistunut alaansa ja harjoittaa osaamistaan jatkuvasti. Asiantuntijan työ on luovaa, mihin liittyy asioiden analysointia, suunnittelua, toteuttamista, ratkaisuvaihtoehtojen hakemista ja ongelmien ratkomista. Esiintymistaidot ja vuorovaikutustaidot ovat tärkeitä piirteitä, jolloin asiantuntijan on yleensä helppo verkostoitua. Yhteiskunta on muuttunut moniarvoiseksi ja asiantuntijuus edellyttää eettistä toimintaa, jolloin tulee olla luotettava ja tahdikas. (Vahvaselkä 2004, 35.) Finanssialan asiantuntijapalveluiden aikaansaamiseen tarvitaan erikoisosaamista. Asiantuntijuus kuuluu asiakaspalveluun sekä finanssialan palvelutuotteisiin. Finanssipalveluiden kehittämiseen tarvitaan suunnitelmallisuutta ja pitkäjänteisyyttä, jotta saadaan aikaan asiakkaalle relevantti lopputulos. (Ylikoski ja Järvinen 2011, 14.)

3.1 Perehdytys ja koulutus

Perehdytys tarkoittaa uuden työntekijän opettamista uuteen työhön ja tapoihin, millä hän oppii tuntemaan työpaikan tavat, odotukset ja ihmiset. Perehdyttäminen perustuu työturvallisuuslakiin (Laki työturvallisuudesta 23.8.2002/738.) Työturvallisuuslain (738/2002) 2 luvun 14 § sääntelee työntekijälle annettavaa opastusta ja ohjausta. Työturvallisuuslain 2 luvun 14 pykälän 1 momentin mukaan, kun kyseessä on uusi työntekijä, työntekijän työtehtävät vaihtuvat tai jos työvälineisiin, työ- tai tuotantomenetelmiin tulee muutoksia, täytyy työntekijä perehdyttää työhön, työolosuhteisiin, työ- ja tuotantomenetelmiin, työvälineisiin, työvälineiden oikeaan käyttöön ja turvallisiin työtapoihin.

Danske Bankissa asiantuntijat, jotka tekevät verkkotapaamisia, osallistuvat päivän kestävään koulutukseen. Päivä sisältää muun muassa verkkotapaamisen seuranta-reaaliajassa. Työntekijöiden kesken keskustellaan ja havainnoidaan tapaamisia jälkikäteen. Koulutus jatkuu konttorilla esimiehen opastuksella, jolloin Danske Bankin sisäisessä järjestelmässä opiskellaan harjoitusympäristössä itsenäisesti. Esimies saattaa myös tehdä testin asiantuntijalle, missä tämän tulee pitää verkkotapaaminen esimiehen ollessa asiakkaan roolissa. Esimies päättää, kun asiantuntija on valmis aloittamaan verkkotapaamiset. (Toimeksiantajan tiedonanto)

3.2 Valmennus ja sparraus

Valmentamisella tarkoitetaan työntekijän harjoittamista työtehtäviä varten ja sparrauksella tarkoitetaan, että työntekijää autetaan antamalla neuvoja, uusia ideoita ja kritiikkiä tarvit-

taessa. Valmennettaville eli tässä tapauksessa pankin asiantuntijoille annetaan valmennusta tukemaan työntekoa ja suoriutumista, koska asiantuntijat ovat tärkeässä asemassa pankin menestyksen ja tuloksellisuuden kannalta. Valmennuksia voidaan pitää asiantuntijakohtaisesti yksitellen tai ryhmissä, jolloin valmennuksessa voivat olla esimerkiksi kaikki sijoitusasiantuntijat yhdessä. Valmentajana voi toimia esimies, johtaja, pankin oma valmentaja tai ulkopuolinen henkilö, jolla on pätevyys sparrata ja joka tuntee pankin organisaation ja tavoitteet. Valmentajan on osattava haastaa asiantuntijoita, jotta löydetään uusia ideoita ja keksitään kuinka päästään tavoitteisiin. (Hirvihuhta 2006, 6-7.) Valmennuksen lähtökohdana on ratkaisu- ja voimavarasuuntautunut ajattelutapa, jolloin voidaan parantaa päivittäistä tekemistä ja asioita tarkastelemalla sekä ottamalla oppia onnistumisista. Samoin voi ajatella ongelmatilanteista, jolloin niitä voidaan tarkastella ja johtaa parannusehdotuksia (Hirvihuhta 2006, 13.)

3.3 Kehittyminen

Oman osaamisen kehittäminen perustuu työssä oppimiseen ja kouluttautumiseen, mikä on olennainen asia työntekijän ja työnantajan toiminnoissa. Kehittäminen kulkee käsi kädessä ihmisen koko elämän ajan ja sitä voi soveltaa esimerkiksi uusien työvaatimusten mukaisesti. Kehittymisen avulla kartutetaan tietämystä ja ammattipätevyyttä. Työnantajat seuraavat työntekijän kehitystä ja arvioivat osaamista, esimerkiksi antamalla palautetta työn ohessa tai muutaman kerran vuodessa käydyissä kehityskeskusteluissa. Työntekijöille lähetettävillä henkilöstötutkimuksien avulla voidaan myös seurata kehitystä. Toimenpiteet, joita työnantajat pitävät tuleen tukeva liiketoiminnan tavoitteita. Eri työnantajilla voi olla eri menetelmät työntekijöiden ammatillista kehitystä varten, joilla he pystyvät kehittämään työntekijöiden ominaisuuksia ja pätevyyttä. Omalla aktiivisuudellaan työntekijä pystyy viemään kehittymistään eteenpäin sopimalla siitä esimiehen kanssa. Työntekijän kehittämiseen on olemassa useita menetelmiä, kuten mentorointi, valmennuskeskustelu, aktiivinen tiedon etsintä, projektit, työkierto, kehityshankkeet, kollegoilta oppiminen, ajankohtaisten asioiden itsenäinen seuraaminen, palautteen vastaanottaminen, koulutustarjonnat ja kurssit. (Toimeksiantajan tiedonanto.)

3.4 Tavoitteet ja tulos

Asiantuntijoiden tavoitteena on tehdä 30 prosenttia tapaamisistaan verkkotapaamisina. Jokaiselle asiantuntijalle on annettu omat tavoitteet henkilökohtaisissa seurantakeskusteluissa. Asiantuntijoilla on omat odotukset tavoitteista, kuten esimiehilläkin, jotta tavoitteet saadaan yhtäläisiksi, käydään tulos- ja kehityskeskusteluja. (Toimeksiantajan tiedonanto.)

”Tavoitteet ovat toivottuja tuloksia, ja siten tavoitteilla ohjataan yrityksen toimintaa tietoisesti haluttuun suuntaan. Tavoitteet ovat konkreettisia välietappeja, joilla yritys pyrkii päämääriinsä” (Vahvaselkä 2004, 122). Tavoitteilla on vaatimuksena olla mitattavia, toimintaan keskittyviä, johdonmukaisia, joustavia, yrityksen toiminnan kattavia (Vahvaselkä 2004, 122).

Jotta voidaan saavuttaa tulosta, asiantuntijalta vaaditaan asiantuntemusta, tulosorientoituneisuutta, onnistumisen ahneutta, sitkeyttä, tavoitteellisuutta ja määrätietoisuutta. Hyvän asiantuntijan osaamiseen kuuluu myös myyntitaito, vuorovaikutustaidot ja tapa ehdottaa oikeaa ratkaisua oikealla ulosannilla. Asiantuntijan tulee luoda asiakkaalle uskottavuuden ja luotettavuuden tunne, mikä saadaan aikaan pitämällä lupaukset ja täytetään odotukset. Asiantuntijalta vaaditaan suunnitelmallisuutta ja pitkäjänteisyyttä kaupantekoa varten. Varman tuloksen saamiseksi tarvitaan ensin hyvä suunnitelma ja toteutua. Asiakkaalla on aina jokin tavoite tapaamiseen, joten asiantuntijan tulee myydä ajatus asiakkaan tarpeeseen ja ongelmaan jo ennen hinnan esittämistä. Kaupanteon varmistuminen on tällöin taatumpi. (Vahvaselkä 2004, 19–20.)

3.5 Myyntityö

Myyntityö on asiakaslähtöistä, neuvoa antavaa, asiakkaan toiveiden ja tarpeiden täyttämistä sekä ongelmien ratkaisua. Pankissa myyntitapahtuma tapahtuu asiantuntijan johdolla, jossa tämä toimii keskustelun vetäjänä. Asiantuntijan tehtäviin kuuluu etsiä ja ehdottaa asiakkaan tarpeisiin ja ongelmiin soveltuva paras palvelukokonaisuus ja tuotetarjonta. Lopuksi tulee esittää johtopäätökset ja niiden perustelut. Nykyään asiantuntijat eivät enää osaa vain omaa aihealuettaan, vaan kykenevät vastaamaan muihinkin asiakkaan kysymyksiin organisaation yhteisen strategian ansioista. Asiantuntijan työssä on tärkeää kuunnella asiakasta ja tarvittaessa esittää kysymyksiä, jotta saadaan mahdollisimman paljon tietoa asiakkaasta ja tämän tilanteesta. Kuuntelussa valttia ovat empatia, aktiivinen kuuntelu ja aidon kiinnostuksen osoittaminen asiakkaan asiaa kohtaan. Kysellessä on hyvä kirjata muistiinpanoja, tarkentaa kysymyksiä ja esittää tarkentavia kysymyksiä. Yhteenvedolla ja lyhyellä kertauksella varmistetaan yhteinen ymmärrys. Myyntitilanteessa asiantuntijan tulee myydä sen verran alhaisia odotuksia, että ne ovat lunastettavissa sovituksessa ajassa. Yleensä asiakas haluaa että häntä käsitellään yksilönä ja hänen odotukset täytetään. Asiantuntijan on tärkeää saada hänen ja asiakkaan välille syntymään luottamus. (Vahvaselkä 2004, 134.)

Myyntityössä ensisijaista on asiantuntijan valmistautuminen, koska valmiudet myyntiin lähtee hyvistä perustiedoista. Valmistautumisen tulee olla tehty suunnitelmallisesti, jotta

myyntineuvottelu voi olla mahdollisimman kattava ja sujua jouhevasti. Asiantuntijan tulee tietää kaikki relevantti omasta yrityksestä, talouselämästä, markkinoista, kilpailijoista, asiakkaista, myytävistä tuotteista ja palveluista. Tietoa pystyy hakemaan useista eri lähteistä, kuten internetistä, lehdistä, pankin sisäisistä järjestelmistä, koulutuksista, kirjoista, ammatitjulkaisuista. Valmistautuessaan tapaamiseen, asiantuntijan on etukäteen huomiotava käyttäytyminen, pukeutuminen ja eri kulttuurien väliset erot. (Vahvaselkä 2004, 144.) Asiantuntijalle hyviä ominaispiirteitä ovat erinäiset taidot, kuten taito keskustella erilaisten ihmisten kanssa, herättää kiinnostusta, motivoida asiakasta, tehdä kauppaa ja aikaansaadat pitkäaikaisia asiakassuhteita (Vahvaselkä 2004, 145.)

3.6 Asiakastyytyväisyys

Niin kuin Vahvaselkä (2004, 91) kirjoittaa ”Hyvän laadun seuraus on yleensä asiakastyytyväisyys. Asiakastyytyväisyys on keskeinen ulottuvuus ja tavoite asiakaspalvelun markkinoinnissa. Se on väline asiakasuskollisuuteen ja kannattavuuteen”.

Asiakastyytyväisyyttä on monenlaista, mutta finanssialalla se syntyy palvelujen ominaisuuksista ja monipuolisuudesta, käytön helppoudesta sekä itse palveluprosessista. Tyytyväisyyden saavuttamisen lähtökohtana on asiakkaan toiveiden ja odotusten täyttäminen. Keskeisintä on rakentaa luottamus, mikä aloitetaan heti asiakassuhteen alussa ja jatkuu aina päätökseen asti. Luottamus sitouttaa, auttaa kokemaan hyötyä ja vahvistaa tyytyväisyyttä. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttaa nykypäivänä pankin imago, teknisten palveluiden ja asiakaspalvelun laatu, sekä asiakkaan odotukset.

Palvelun tarpeesta riippuen voi olla mahdollisia, että asiakas kokee tyytyväisyyttä vasta pitkällä aikajänteellä, kuten nähdessään sijoituksen tuoton. Ennen sitä hän saattaa kokea muita tunteita, kuten skeptisyyttä ja epävarmuutta, eikä osaa ilmaista tyytyväisyyttään koska palveluprosessi ei ole päättynyt. Palvelun käytön tulee olla vaivatonta, jolloin asiakas ei joudu tuhlaamaan voimavarojaan. Aika, palvelun sijainti ja odottaminen ovat kriittisessä asemassa asiakastyytyväisyyden tuottamisessa. Arvostuksen tunnetta ei synny jos asiakasta kohtaan ei osoiteta huomaavaisuutta ja täsmällisyyttä. Finanssialalla asiakkaiden tyytyväisyys on tärkeässä asemassa, koska usein asiakkaalla syntyy uskollisuus tiettyä pankkia tai asiantuntijaa kohtaan, jolloin asiakas haluaa asioida vain tietyssä pankissa tai tietyn henkilön kanssa. Uskollisuus ei silti ole tae tyytyväisyyteen, koska laatukokemus tai koetut arvot voivat olla yhteys käyttäytymiseen. Vaikka asiakas olisi tyytyväinen, se ei silti tarkoita että asiakas suosittelisi pankkia. Uskollinen asiakas on aidosti sitoutunut finanssiyhtiöönsä ja hänelle on muodostunut tunneside sitä kohtaan sekä hän helposti suo-

sittelisi sitä tuttavilleen. Uskollisuuteen liittyy myös tiettyjä suhdehyötyjä, mitä asiakas koee saavansa. (Ylikoski & Järvinen 2012, 70–71.)

Danske Bankissa asiakastytyväisyyttä mitataan kyselymuodossa. Verkkotapaamisen jälkeen asiakkaalle lähetetään automaattisesti asiakastytyväisyyskysely postitse koti-osoitteeseen, kun asiantuntija sulkee tapaamisen hoidetuksi. Tällä halutaan saada tietoa tapaamisen laadusta ja kuinka tyytyväinen asiakas oli tapaamiseen ja itse asiantuntijaan. On huomattu, että ennen tapaamista tehtävällä varmistussoitolla ja tapaamisen lopussa saapuvasta tyytyväisyyskyselystä kertomisella on erittäin iso merkitys kyselyn vastausprosenttiin. Jos asiantuntija on unohtanut mainita asiasta, ei asiakas osaa odottaa kyselyä ja todennäköisesti jättää vastaamatta. Vastausten saanti on tärkeää tapaamisten laadun ja palvelun parantamiseksi. (Toimeksiantajan tiedonanto.)

4 Tutkimuksen toteuttaminen

Luvussa 4 käsitellään tutkimusmenetelmää ja aiheeseen liittyviä käsitteitä. Ensimmäisessä alaluvussa kerrotaan tutkimusmenetelmä valinnasta tarkemmin, miksi se valittiin ja mitä se pitää sisällään, sekä mitä tutkimusmetodeja käytetään kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Toisessa alaluvussa käsitellään aineiston hankintaa. Tutkimus toteutettiin lähettämällä survey- eli kyselytutkimus Uudenmaan konttoreissa ja asiantuntijakeskuksissa työskenteleville Danske Bankin rahoitus- ja sijoitus puolten asiantuntijoille.

4.1 Tutkimusmenetelmä

Tämä opinnäytetyö on Danske Bank Oyj:lle tehty tutkimustyyppinen kehittämishanke. Kyselyssä on empiirinen tutkimus, minkä teossa käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta lähestymistapana, koska tutkimuksen mittaamisessa on käytetty suhteasteikkoa. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa haetaan vastauksia kysymyksiin mikä, missä, kuinka usein ja kuinka paljon. Tutkimusaineiston käsittely vaatii aikaa, koska kvantitatiivisen tutkimuksen otos tulee olla riittävän suuri ja edustava. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 20–21)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tekijä on aina tuttu ja teoriaa pystytään soveltamaan tutkimukseen käytännössä. Tutkimuksen teoriaa voidaan halutessa testata, johtamalla siitä hypoteeseja eli väitelauseita. Empiiristen havaintojen avulla voidaan arvioida todellisuutta, mitä kutsutaan deduktioksi. Deduktio eli teoriasta käytäntöön päättelytapa on määrälliselle tutkimukselle olennainen. Hypoteesin tekemisellä voidaan selvittää, onko tutkimuksen teoria tosi vai epätosi. Tutkimukselle valitaan sellaiset teoriat, joiden pohjalta pystytään selvittämään tutkittavaa ilmiötä. Ilmiö on tuttu ja sen avulla pystytään tekemään tutkimukselle aiheellisia kysymyksiä. Tiedonkeruumenetelmänä on kysely, mikä tuottaa tutkittavalle ilmiölle tietoa muuttujien määristä ja niiden osalta oleellisista suhteista. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ensin määritetään tutkimusongelma ja siitä tehdään tutkimuskysymykset. Tutkittavan ongelman ratkaisussa voidaan käyttää apuna teorioita, kuten 4 P:n- tai 7 P:n malli, mitkä selvittävät ilmiötä. (Kananen 2014, 133–135.)

Opinnäytetyön tutkimusongelmaksi valittiin kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Kvantitatiivinen tutkimus soveltui parhaiten tähän opinnäytetyöhön, koska tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena ja siihen haettiin tilastollisia vastauksia. Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen tutkimus kvalitatiivisen sijaan, koska laadullisella tutkimuksella ei saavutettaisi tutkimusongelmaan ratkaisemiseen tarvittavia vastauksia. Tutkimusta ei ollut mahdollista toteuttaa haastatteluna toimipisteiden pitkien välimatkojen vuoksi ja määrälli-

nen kysely osoittautui nopeimmaksi tavaksi. Alla olevassa taulukossa on kerrottu kvantitatiivisen- ja kvalitatiivisen tutkimuksen eroista, mitkä selventävät menetelmävalintaa (Taulukko 1.)

Taulukko 1. Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen eroja (Hirsjärvi ym. 2008, 136-160)

Kvantitatiivinen tutkimus (määrällinen)	Kvalitatiivinen tutkimus (laadullinen)
➤ Vastaa kysymyksiin: Mikä, missä paljonko ja kuinka usein?	➤ Vastaa kysymyksiin: miksi, miten, millainen?
➤ Haastattelut valittu tarkasti satunnaisotoksena	➤ Haastattelut valitaan tarkoituksenmukaisesti
➤ Tutkimussuunnitelma tehdään ensin	➤ Tutkimussuunnitelma muodostuu tutkimuksen edetessä
➤ Haastattelussa perusmuoto on strukturoitu kysymys	➤ Haastattelussa perusmuoto on avoin
➤ Objektiivisuus: tutkija pysyy erillään haastateltavasta ja ymmärtää häntä kysymysten ja teorian pohjalta	➤ Objektiivisuus: tutkija on vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa ja pyrkii sitä kautta ymmärtämään tätä

4.2 Aineiston hankinta

Kvantitatiiviseen tutkimukseen voidaan hankkia tietoa kuva- ja tekstiaineistoista eri menetelmillä, kuten kyselylomakkeella, systemaattisella havainnoinnilla, rekistereistä ja tietokannoista. (Vilkka 2015, 94) Tässä tutkimuksessa on käytetty kvantitatiivista sähköpostitse lähetettyä kyselylomaketta, koska tutkimuksen perusjoukon tavoittamiseksi se oli helppoin ja nopein tapa. Aineiston hankinta aloitettiin havainnoimalla tutkimusongelmaa paikasta Danske Bankin konttorissa. Siellä seurattiin verkkotapaamisia aina reaaliajassa. Seurannan ajankohdista sovittiin pankin toimihenkilöiden kanssa. Havainnot perustuvat visuaaliseen aineistoon. Verkkotapaamisen seurannan aikana kirjattiin muistiinpanoja paperille ja havainnointi kohdistui asiantuntijan työskentelytapoihin verkkotapaamisen aikana. Lopuksi kysyttiin oleellisia kysymyksiä tapaamisesta ja tehtiin johtopäätöksiä suoriutumuksesta sekä ongelmanratkaisusta.

Aineistoa on samanaikaisesti hankittu Danske Bankin nettisivuilta, verkkopankista ja pankin sisäisistä hakemistoista. Kirjamateriaalia tutkimuksista, finanssialasta, tutkimusmenetelmistä ja asiantuntijuuteen liittyvistä asioista on haettu Haaga-Helium kirjastosta.

4.2.1 Kyselylomake

Tutkimus toteutettiin sähköisenä kyselynä kaikille 130 asiantuntijalle. Sähköpostitse lähetetty kysely oli helpoin ja nopein tapa tavoittaa kaikki vastaajat suhteellisen lyhyessä ajassa. Vastausten keruu ja käsittely myös sujui jouhevammin sähköisesti. Kyselylomake on liitteenä (Liite 1.)

Koko tutkimuksen onnistuminen riippuu mitä suurimmassa määrin kyselylomakkeesta. Ratkaisevaa on se, kysytäänkö säännöllisesti oikeita kysymyksiä tilastollisesti mielekkäällä tavalla. Hyvä kyselylomake on kokonaisuus, jossa toteutuvat sekä sisällölliset että tilastolliset näkökohdat. (Vehkalahti 2014, 20.)

Holopainen & Pulkkinen (2008, 42) ovat sanoneet hyvin kirjassaan ”Kyselylomake on määrämuotoinen kysymyspatteristo, jolla kerätään informaatiota”. Haastattelututkimuksissa tiedon keruu tapahtuu lomakkeilla, kuten paperilomakkeilla, tietokoneella tiedonkäsitteilyohjelmien tai internetin avulla. Lomakkeen käytössä on hyviä puolia, että se nopeuttaa haastattelua, tasapuolinen kaikille vastaajille, tarkentaa tietojen tallentamista ja nopeuttaa saatujen tulosten käsittelyä. Kyselylomakkeen käytöllä on useita tavoitteita, kuten muuntaa tutkijan tiedontarve kysymyksiä, joihin vastaaja haluaa ja pystyy vastaamaan. Lomakkeen tulee pienentää vastaajan virheitä ja tehdä vastaamisesta jouhevampaa. Valmiit vastausvaihtoehdot takaavat vastauksien yhdenmukaisuuden, jolloin käsittely sujuu nopeammin. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 42.)

Kyselyllä kerätyt tiedot voidaan esittää taulukoina, tilastollisina tunnuslukuina tai graafisina kuvioina. Niiden tarkoituksena on tiivistää tilastoaineiston sanoma asiakasyhteydessä, tuoda esiin tilastotietojen faktat, houkutella lukijaa ajattelemaan asiaa, tuoda visuaalisuutta tilastoraporttiin ja kertoa taulukoiden sekä kuvioiden vertailusta. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 46.) Muuttujia ja niiden välistä riippuvuutta voidaan tulkita ristiintaulukoinnin avulla. Tällöin muuttujia taulukoimalla voidaan antaa yleiskuva jakaumasta tai riippuvuudesta muuttujien välillä. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 52.) Tilastoja voidaan esittää myös erilaisilla diagrammeilla, mitä voi luoda esimerkiksi Excelin avulla. Diagrammit voidaan esittää pylväinä, viivana tai sektoridiagrammeina. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 53.)

4.2.2 Webropol

Verkkokysely verkkotapaamisesta asiantuntijoille toteutettiin Webropol ohjelmalla. Ohjelma on käytössä Haaga-Heliällä ja sisäänkirjautuminen tapahtuu helposti opiskelija tunnuksilla.

Webropol on vuonna 2002 perustettu verkkokyselytutkimuksen ja analysointiohjelman kehittäjä. Webropolilla on asiakaspohjaa jo 30 maassa ja käyttäjiä ympäri maailmaa yli 50 000. Vuosittain yli 20 000 ihmistä vastaa webropolin kautta tehtyihin kyselyihin. (Webropol 2016.)

4.2.3 Verkkotapaamisten havainnointi konttorissa

Tutkija on käynyt seuraamassa sivusta verkkotapaamisia, kuinka asiantuntija valmistautuu, pitää itse tapaamisen asiakkaan kanssa, miten hän työskentelee tapaamisen aikana ja kuinka hoitaa jälkityöt. Seuraamalla fyysisesti vierestä tätä kokonaisuutta, pystyy huomaamaan kuinka erilaista se on verrattuna konttorissa face to face -tapaamiseen. Verkkotapaamiseen osallistuminen alkoi aina tutkijan ja asiantuntijan yhteisen ajan sovitamisella. Tutkija oli asiantuntijan vieressä seuraamassa alkuvalmisteluja. Alkuvalmisteluihin menee asiantuntijasta ja tapaamisen aiheesta riippuen noin 15 minuuttia. Siinä käydään läpi asiakkaan nykytilanne ja vanhoja tietoja, jos niistä on hyötyä. Hahmottaen tapaamisen kokonaistilanne ja arvioiden tapaamisen aihe, onko kyseessä sijoitusneuvonta, toimeksianto, lainaneuvottelu tai lainamuutos. Alkuvalmistelut tulee valmistella huolella, koska mitä paremmin asiantuntija tietää ja tuntee millainen asiakas on kyseessä ja asiakkaan tarpeet, käy tapaaminen paljon jouhevammin. (Toimeksiantajan tiedonanto.)

5 Tutkimustulokset

Kyselylomake lähetettiin 130 Danske Bankin rahoitus- ja sijoitus puolen asiantuntijalle, jotka pitävät verkkotapaamisia. Kyselyssä oli 23 kysymystä, joista 19 oli valintakysymyksiä ja 4 avoimia kysymyksiä. Valintakysymyksistä kymmenessä oli valintakysymyksessä pakollinen avoin kysymys, millä haluttiin varmentaa miksi vastaaja koki näin. Kyselyssä oli vastausaikaa kaksi viikkoa ja kyselyajan ollessa puolivälissä lähetettiin muistutus sähköpostitse. Tänä aikana saatiin kaiken kaikkiaan 55 vastausta muistutuksista huolimatta, 75 jätti vastaamatta, joten kyselyn vastausprosentti on 42 %.

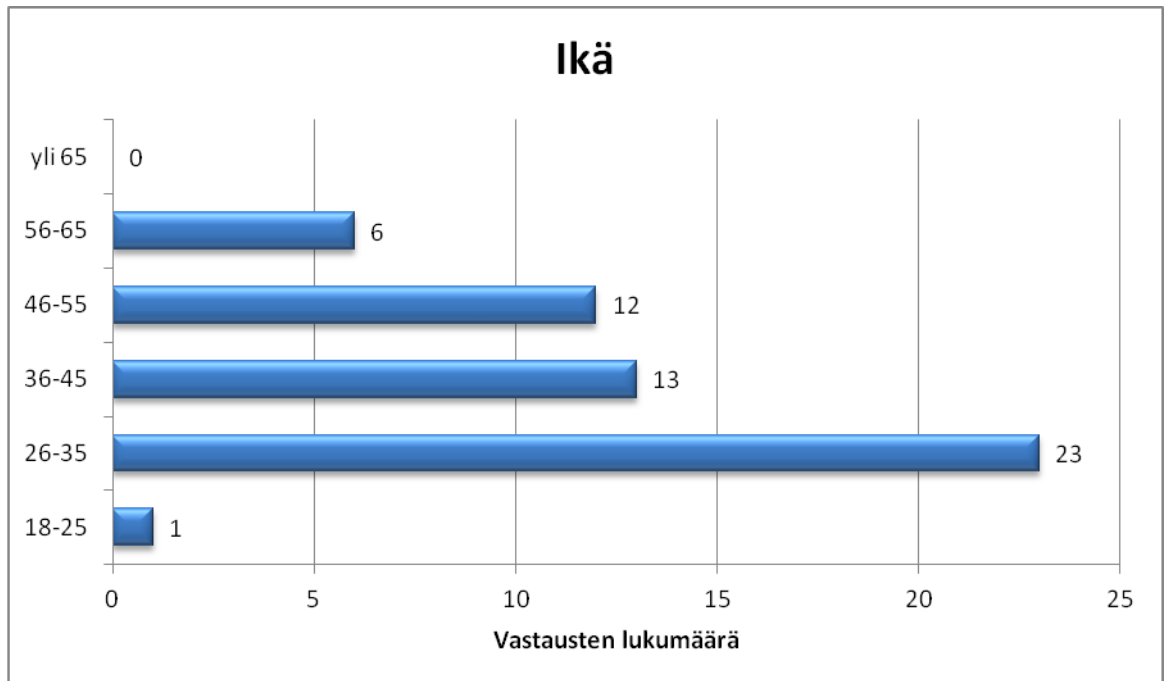
5.1 Taustatiedot

Sukupuoli ja ikä

Vastaajia sukupuoli kysymykseen oli 54 ja heistä naisia oli 32 ja miehiä oli 22. Vastaukset eivät jakautuneet täysin tasaisesti, koska 40 % vastanneista oli miehiä ja 60 % naisia. Kyselyyn saatiin 55 vastausta, joten yksi heistä jätti vastaamatta sukupuoli kysymykseen.

Kyselyn toisessa kysymyksessä kysyttiin vastaajien ikää suhteellisen laaja alaisesti. Koin kysymyksen tarpeelliseksi, koska vastaajan ikä voi tutkimuksessa herättää mielenkiintoisia mietteitä. Pankissa pitkään työskennelleillä voi olla huomattavasti erilaiset mielipiteet verkkotapaamisesta, kuin uusilla ja nuoremmilla työntekijöillä, koska he ovat kokeneet pankkialan ja työtehtävien muutokset vuosien varrella. Ikäjaottelulla voidaan vertailla eri-ikäisten vastaajien tuloksia keskenään ja saada tarkempia vastauksia.

Vastanneista 1 oli 18–25 -vuotias, 23 olivat 26–35 -vuotiaita, 13 olivat 36–45 -vuotiaita, 12 olivat 46–55 -vuotiaita ja yli 65 -vuotiaita ei ollut ollenkaan. (Kuvio 2)



Kuvio 2. Vastaajien ikä

Työsuhteen kesto ja työtehtävä

Vastanneista suurin osa on ollut työsuhteessa 1-5 tai 6-10 -vuotta. Alle vuoden työsuhteessa olleita ei ollut lainkaan, mikä osoittaa että kaikilla on vähintään vuoden kokemus pankkialalla työskentelystä.

Eri työtehtävissä olevat vastaajat jakaantuivat melkein tasan, 27 rahoitus puolelta ja 28 sijoitus puolelta.

Konttorin tai asken sijainti

Positiivinen asia tutkimuksen kannalta oli, että jokaisesta konttorista ja asiantuntijakeskuksesta oli vastaajia. Eniten vastaajia oli Kaivokadun ja Leppävaaran asiantuntijakeskuksesta ja vähiten Hyvinkään asiantuntijakeskuksesta. Tutkimus lähetettiin 64 konttorissa työskentelevälle asiantuntijalle, joista 34 vastasi kyselyyn. Näin ollen konttorin asiantuntijoiden vastausprosentti on 53 %. Askeihin kysely lähetettiin 66 asiantuntijalle ja vastauksia tuli 21, joten askeista vastausprosentiksi saatiin 32 %. Vaikka askeissa työskentelee enemmän asiantuntijoita kuin konttoreissa, heidän vastaus prosentti kyselyyn oli paljon pienempi. Tämä saattaa johtua silkasta kiireellisyydestä. Tutkijalla oli tuttuja kollegoja eri konttorissa ja askeissa, joille tämä oli kertonut kyselystä. Tällä oli mahdollisesti vaikutusta, että vastaajia oli näinkin monta suhteellisen lyhyessä ajassa. (Kuvio 3)



Kuvio 3. Konttorin tai asken sijainti

Kauan olet tehnyt verkkotapaamisia ja saitko riittävästi koulutusta

Vastanneista 41 kertoo tehneensä verkkotapaamisia 1-2 -vuotta ja 5 kertoo tehneensä alle vuoden. Vastanneista asiantuntijoista 9 on tehnyt verkkotapaamisia alusta asti, kun se otettiin käyttöön vuonna 2013.

Saitko riittävästi koulutusta kysymyksessä vastanneista 50 oli sitä mieltä, että he olivat saaneet riittävästi koulutusta verkkotapaamiseen. Loput 5 kokivat, etteivät olleet saaneet tarpeeksi koulutusta, koska aikaa oli liian vähän ja käytännön sekä teorian harjoittelua olisi tarvittu enemmän.

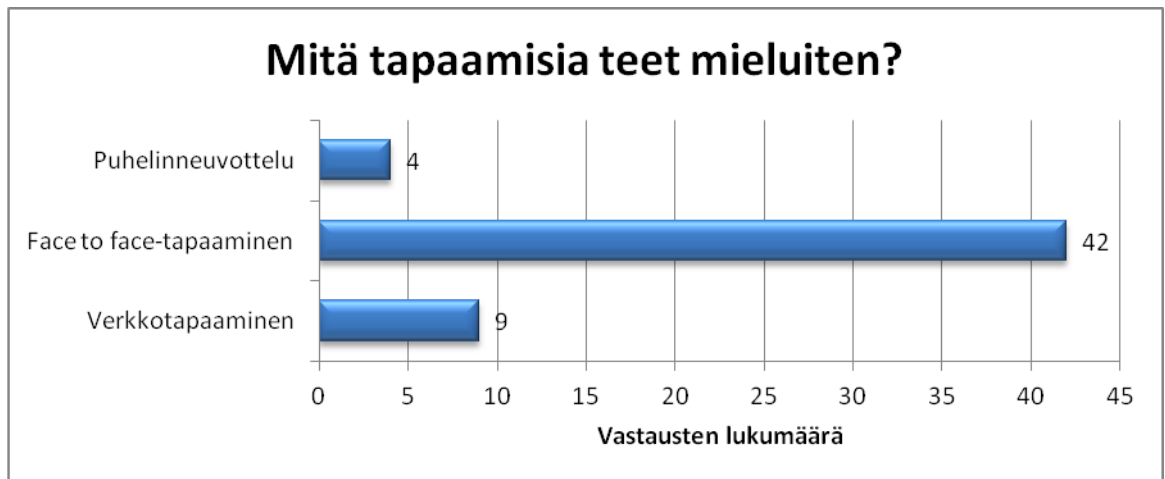
Löytyykö mielestäsi pankilta tarvittava ohjeistus verkkotapaamiseen?

Suurimman osan eli 50 vastaajan mielestä pankilta löytyy tarvittava ohjeistus verkkotapaamiseen ennestään. Vastanneista 5 koki, että jotain puuttuu, muun muassa ohjeet ovat sekavat, ohjeita teknisistä asioista haasteellista saada, selkeä jälkityöohjeistus puuttuu, tapaamismateriaaleissa on puutteita ja yksinkertaistetuille ohjeistuksille olisi tarvetta.

Monta verkkotapaamista sinulla on normaalisti viikossa ja mitä tapaamisia teet mieluiten?

Mielenkiintoista oli, että kaikilla vastanneista on viikossa tapaamisia alle 8, koska 8-10 ja yli 11 vastauksia ei ollut ollenkaan. Vastanneista 40 oli verkkotapaamisia viikossa 1-3 ja lopulla 15 oli 4-7 verkkotapaamista viikossa.

Mielipidekysymykseen, mitä tapaamisia tehdään mieluiten, oli selvä vastaus. Perinteinen konttorissa tapahtuva face to face -tapaaminen keräsi 42 vastausta, mikä kertoo asiantuntijoiden halusta tavata asiakkaat kasvokkain. Verkkotapaamisia kertoi mieluiten tekevänsä 9 ja puhelinneuvotteluja 4 vastaajaa. (Kuvio 4)

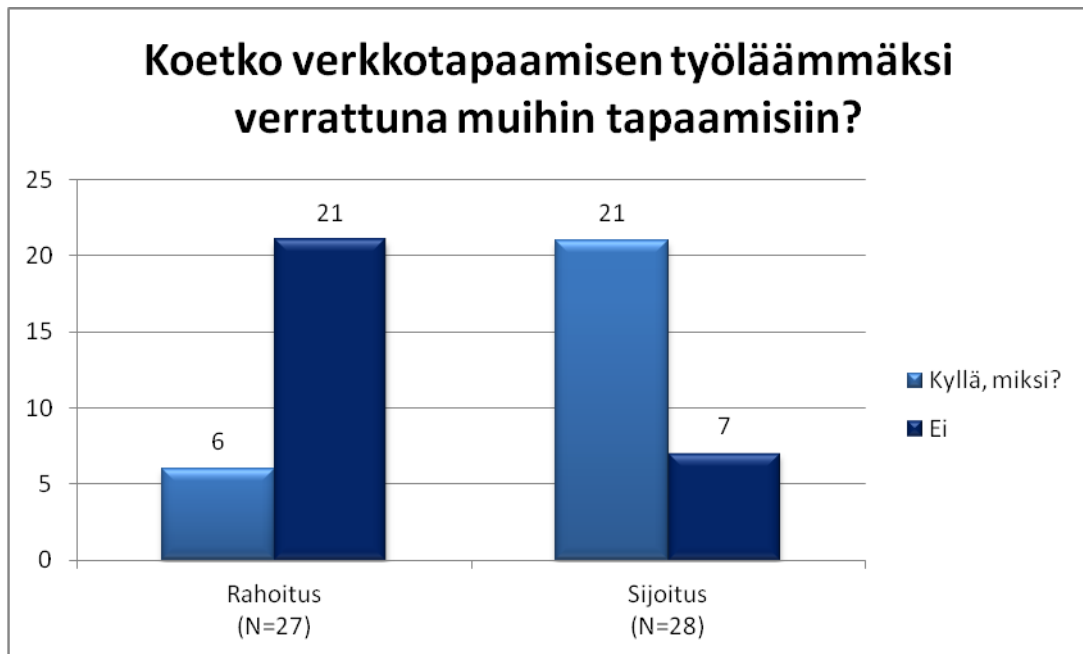


Kuvio 4. Mielekkäin tapaamismuoto asiantuntijoille

Koetko verkkotapaamisen työläämmäksi verrattuna muihin tapaamisiin?

Verkkotapaamisen työmäärän vertailua käsittelevässä kysymyksessä vastaukset jakaantuivat melkein tasan. Vastanneista 28 olivat sitä mieltä, että verkkotapaaminen ei ole sen työläämpi, kuin muutkaan tapaamiset ja 27 olivat kuitenkin sitä mieltä, että se tuottaa enemmän työtä. Vastauksista tuli kolme työllistäväksi koettua tekijää esille: jälkityöt tapaamisten jälkeen, taustatyöt tapaamisia ennen sekä verkkotapaamisten järjestelmät ja tekniikka koettiin turhaan aikaa vieväksi.

Kuviossa 5 on verrattu rahoitus- ja sijoitus puolten vastauksia kyseiseen kysymykseen. Vastauksista selvisi, että kysymykseen vastanneet sijoitus puolen asiantuntijat kokevat verkkotapaamisen työläämmäksi kuin rahoitus puoli.



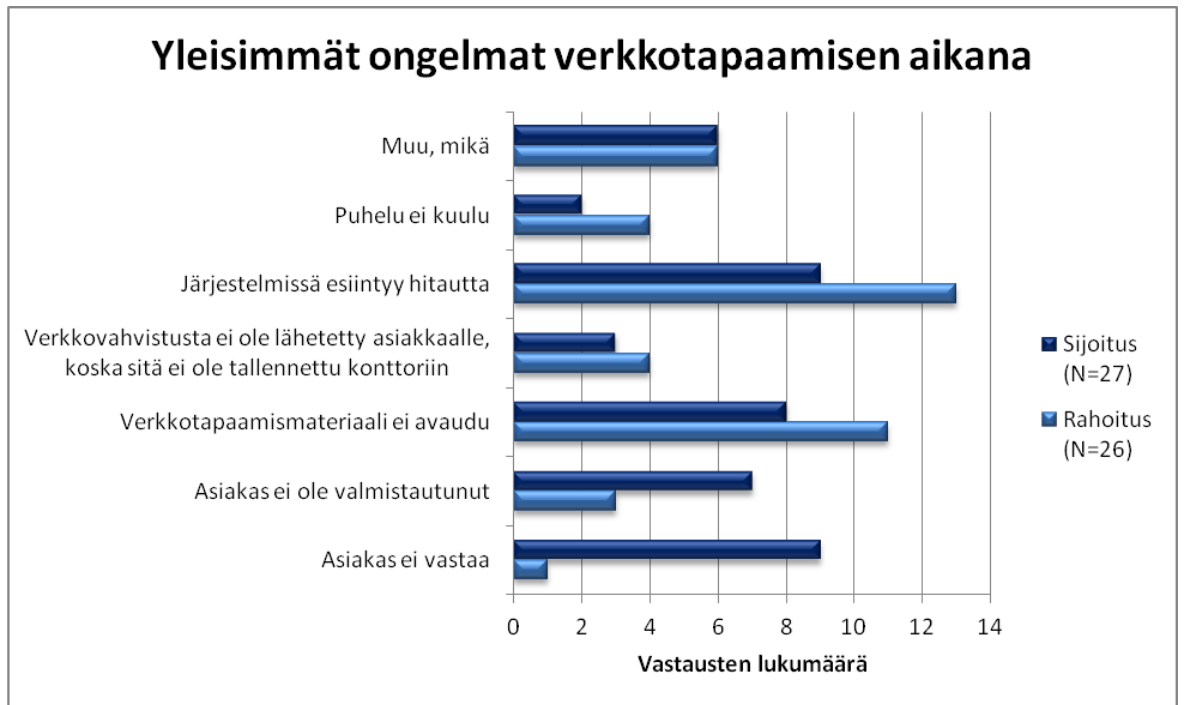
Kuvio 5. Verkkotapaamisen työllistämisen vertailu rahoitus- ja sijoitus puolten näkökulmista

5.2 Verkkotapaamisen haasteet

Mitkä ovat yleisimmät ongelmat verkkotapaamisen aikana? Valitse max 2 vastaus vaihtoehtoista.

Kysymyksessä, yleisimmät ongelmat verkkotapaamisen aikana, vastaajat olivat ilmoittaneet yleisimmiksi ongelmiksi, että verkkotapaamismateriaali ei avaudu ja järjestelmissä esiintyy hitautta. Kolmanneksi eniten tuli avoimia vastauksia kysymykseen: muu, mikä? Vastaukset liittyivät lähinnä, että tapaaminen oli varattu virheellisesti ja linkki ei toiminut tai puuttui kokonaan sekä teknisiin ongelmiin, kuten järjestelmä ei toiminut tai asiakkaan kone ei päästänyt verkkotapaamiseen suojausten tai puuttuvien päivitysten vuoksi.

Rahoitus- ja sijoitus puolilla ongelmat voivat olla erilaisia. Kuviossa 5 on verrattu yleisimpiä ongelmia verkkotapaamisen aikana rahoitus- ja sijoitus puolten vastanneiden kesken. Selvisi, että sijoituspuolen asiantuntijoiden mielestä suurimmat ongelmat olivat, ettei asiakas vastaa, järjestelmissä esiintyy hitautta tai verkkotapaamismateriaali ei avaudu. Rahoitus puolella taas vain yksi vastanneista oli sitä mieltä, että ongelmana on, ettei asiakas vastaa. Tästä voidaan siis päätellä, että sijoitus puolen asiakkailta on pienempi kynnyks jättää vastaamatta, kun heille on sovittu verkkotapaaminen. Tämä voi johtua siitä, että kutsu sijoitustapaamiseen tulee yleensä pankin toimesta, eikä asiakkaan omasta yhteydenotosta. Asiakkaalle ei välttämättä ole itse tarvetta tapaamiselle, mutta rahoitus tapaukset ovat yleensä asiakkaan itse varaamia, kun heillä on tarve lainalle. (Kuvio 6)



Kuvio 6. Yleisimmät ongelmat verkkotapaamisen aikana

Onko verkkotapaamiseen varattu aika mielestäsi riittävä? (15min alkuvalmistelut, 60min tapaaminen ja 15min jälkityöt).

Vastanneista 33 olivat sitä mieltä, että verkkotapaamiseen varattu aika on heille riittävä. Kuitenkin 22 olivat sitä mieltä, että tämä aika ei ole tarpeeksi riittävä. Suurimmaksi syyksi paljastuivat jälkityöt eli tapaamisten jälkeen dokumenttien tallentamiseen ja dokumenttien lähettämiseen asiakkaalle hyväksyttäväksi ynnä muuhun menee enemmän aikaa, kuin annettu 15 minuuttia. Jälkitöiden kerrotaan välillä kasaantuvan usealle päivälle ja yhden asiakkaan jälkitöiden tekemiseen voi kulua 50 minuuttia, kun kyseessä on myynnillinen tapaaminen. Myös tapaamisten valmisteluihin, kuten asiakkaan tietoihin perehtymiseen menee annettua enemmän aikaa.

Koetko pystyväsi antamaan asiakkaalle hyvän asiakaskokemuksen verkkotapaamisen kautta?

Vastanneista 48 olivat sitä mieltä, että he pystyvät antamaan hyvän asiakaskokemuksen asiakkaille verkkotapaamisen kautta. 7 vastanneista olivat eri mieltä. Yksi vastanneista koki, ettei verkkotapaamismateriaali tue tapaamista, toinen oli sitä mieltä, että asioiden selittäminen asiakkaille on hankalampaa ilman kasvotusten konttorissa. Kasvotusten tapaamisessa voi piirtää ja visualisoida asioita jotta asiakkaan on helpompi ymmärtää. Myös koettiin, että asiakkaan luottamuksen saaminen on vaikeampaa verkkotapaamisessa, kuin

face to face -tapaamisessa ja ettei tapaamiselle varatun liian lyhyen ajan vuoksi pysty antamaan tarpeeksi hyvää asiakaskokemusta.

Ovatko saamasi tapaamisajanvaraukset mielestäsi laadukkaita?

Kysymykseen missä kysyttiin, ovatko asiantuntijan saamat ajanvaraukset laadukkaita, 36 vastasivat kyllä. 19 olivat sitä mieltä, etteivät tapaamiset aina ole tarpeeksi laadukkaita. Usein asiakkaat eivät ole täysin ymmärtäneet mistä tapaamisessa on kyse ja miksi se on hänelle varattu. Yksi asiantuntija kertoi kokevansa, että tapaamisissa ei välttämättä aina ole kaupanteko potentiaalia ja myös mainittiin, että ajanvaraukset, jotka tehdään uusien kampanjojen pohjalta, ovat usein turhia asiakkaalle. Ajanvaraajia palkitaan bonuksilla varatuista tapaamisista, mikä vaikuttaa negatiivisesti tapaamisten laatuun. Asket pystyvät soittopäivinä varaamaan itselleen parhaat tapaamiset päältä, jolloin konttoreiden tapaamisten laatu on huonompaa.

5.3 Verkkotapaamisen hyödyt

Missä tapaamismallissa koet saavasi parasta asiakastytyvääisyyttä?

Mielipidekysymyksessä, missä tapaamismallissa asiantuntija kokee saavansa parasta asiakastytyvääisyyttä, vastaus oli selkeä. 93 % vastanneista kokee saavansa parasta asiakastytyvääisyyttä tehdessään face to face -tapaamisia. Vastaus ei yllätä, koska moni asiantuntija on ilmaissut kyselyn eri kysymysten vastauksissa, että asiakkaaseen on helpompaa saada yhteys asiakkaan ollessa läsnä eikä puhelimessa. (Kuvio 7)



Kuvio 7. Missä tapaamisessa koet saavasi parasta asiakastytyvääisyyttä

Mitä hyötyä koet verkkotapaamisen tuovan sinulle työssäsi?

Asiantuntijat kokivat työssään verkkotapaamisen tuovan heille erilaisia hyötyjä. Kyseessä oli avoin kysymys, mihin monet vastanneista olivat laittaneet monta eri hyötyä vastaukseensa. Vastauksista nousi esiin kymmenen hyötyä, joista moni koki suureksi hyödyksi, että verkkotapaamiset ovat ympäri Suomea ja näin ollen asiakaskunta on laajempi. Esimerkiksi asiantuntija saattaa istua pääkaupunkiseudun konttorissa ja asiakas on Lapissa. Asiakaskunta laajenee ja asiantuntijalla on mahdollisuus tavata asiakkaita koko Suomessa, eikä ole riippuvainen konttorin paikallisista asiakkaista. Toiseksi suurimmat hyödyt olivat verkkotapaamisen nopeus, tehokkuus ja joustavuus, mitkä kohdistuvat niin asiantuntijan työhön kuin asiakkaaseen. Myös hyöty oli kuvamateriaalit, joilla on hyvä havainnollistaa asiat asiakkaalle sekä ettei tapaaminen ole asiakkaan olinpaikasta riippuvainen. (Kuvio 8)



Kuvio 8. Asiantuntijan kokemat hyödyt verkkotapaamisessa

Tulisiko verkkotapaamisessa olla videoyhteys asiakkaaseen?

Kysymyksessä missä kysyttiin asiantuntijoiden mielipidettä, tulisiko verkkotapaamisessa olla videoyhteys asiakkaaseen, 50 vastanneista olivat sitä mieltä, ettei tule olla. 5 vastasivat kyllä ja perustelivat, että asiakkaan ilmeet ja reaktiot olisivat helpommin pääteltävissä, live kuva olisi parempi kuin pelkkä still-kuva asiantuntijasta ja palvelu voisi olla vielä asiakaslähtöisempää.

5.4 Tyytyväisyys verkkotapaamiseen

Kuinka tyytyväinen olet verkkotapaamiseen yleisesti tällä hetkellä?

Asiantuntijoista 2 kertoivat olevansa erittäin tyytyväisiä verkkotapaamiseen tällä hetkellä, 40 olivat tyytyväisiä, 7 ei osannut sanoa ja 6 olivat tyytymättömiä. Erittäin tyytymättömiä ei ollut yhtäkään. (Kuvio 9)



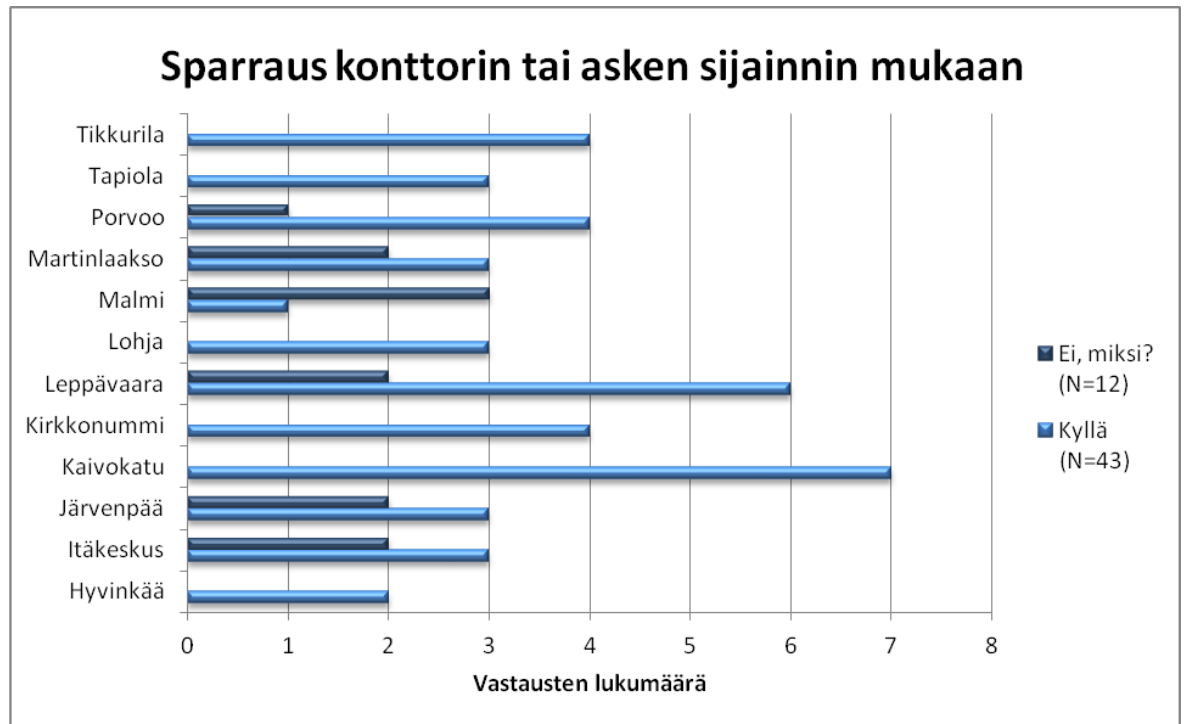
Kuvio 9. Asiantuntijoiden tyytyväisyys verkkotapaamiseen

Koetko saavasi riittävästi sparrausta, jotta voit parantaa verkkotapaamiasi?

Kysymykseen kokeeko asiantuntija saavansa riittävästi sparrausta, jotta voisi parantaa verkkotapaamisiaan, 43 kertoi saavansa tarpeeksi sparrausta. Vastanneista 12 kertoi, ettei saa tarpeeksi sparrausta ja syiksi he kommentoivat muun muassa: esimiehen toimesta tulisi käydä enemmän asioita läpi. Konttoreissa ei ole juuri sparraukselle aikaa kii-reiden vuoksi ja viimeaikoina painopisteet ovat olleet muissa asioissa, kuin tapaamisten laadun parannuksessa.

Kuviossa 10 on vertailtu konttoreiden ja askien sijaintia kysymykseen, kokevatko asiantuntijat saavansa tarpeeksi sparrausta tapaamisten parantamiseksi. Yhteensä 6 toimipisteessä vastanneista 43 kokivat, että saavat tarpeeksi sparrausta ja 6 toimipisteessä 12 vastaajaa koki, ettei saa tarpeeksi sparrausta. Leppävaaran aske oli ainoa, missä kaivattiin lisää sparrausta, muut 5 toimipistettä olivat konttoreita. Tämä osoittaa, että toimipistei-

den sparrauksen anto on suhteellisen hyvällä mallilla, mutta sparrausta enemmän tarvitsevia olisi syytä selvittää.



Kuvio 10. Konttoreiden ja askien kokema, saavatko vai eivätkö saa tarpeeksi sparrausta

5.5 Avoimet kysymykset

Miten mielestäsi asiakkaat saisi varaamaan enemmän aikaa valmistautua verkkotapaamiseen?

Kysymyksen vastanneita oli 36 ja heistä 6 olivat sitä mieltä, että ajanvarauspuhelussa tulisi jo opastaa asiakasta etukäteen pohtimaan asioita ennalta ja kuinka pystyvät ilmoittamaan tarvittavat tiedot asiantuntijalle ennen tapaamista. Vastanneista 21 pitivät asiantuntijan tekemää valmistautumissoittoa tärkeimpänä tekijänä, jotta asiakas varaisi enemmän aikaa verkkotapaamiseen valmistautumiseen. Valmistautumissoitossa asiantuntija antaa jo asiakkaalle niin sanotun pohjatehtävän ja kertoo riittävän ajan varaamisen tärkeydestä.

Mitä verkkotapaamisessa olisi kehitettävää?

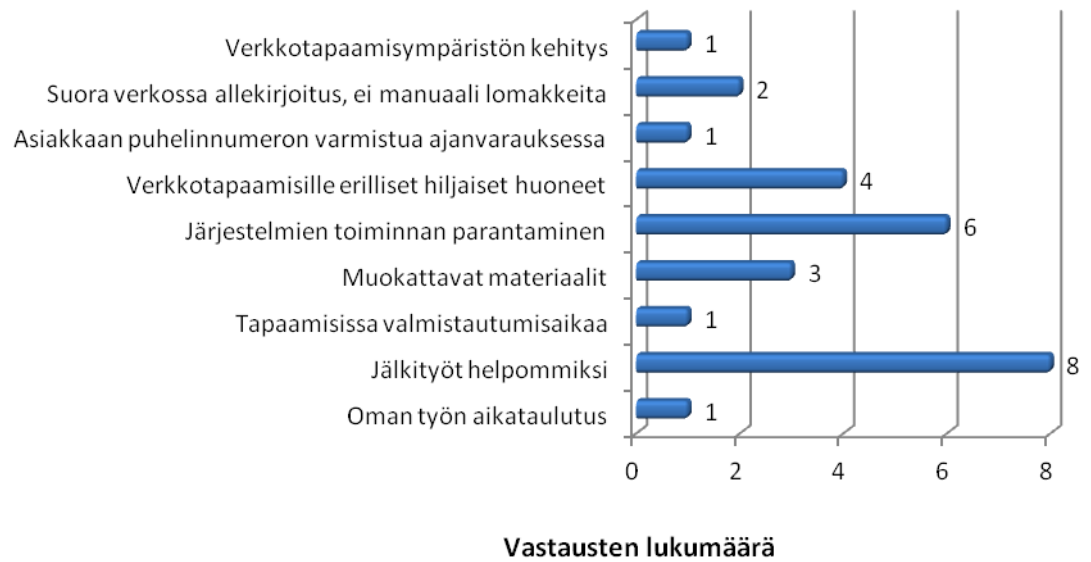
Kysymykseen, mitä verkkotapaamisessa olisi kehitettävää tuli vastauksia 31. Melkein puolet vastanneista oli sitä mieltä, että verkkotapaamismateriaalissa on kehitettävää. Rahoituspuolen materiaalia tulisi kehittää, asiakaskohtaamisen materiaalien tulisi olla yhdistetty

kaikki yhteen paikkaan, mistä ne olisi suoraan saatavilla sekä materiaalin ei tulisi olla pdf-muodossa, jolloin sitä voisi muokata ja tehdä itselle sopivan kokonaisuuden. Materiaaleihin muutenkin toivottiin raikkaampaa ulkoasua ja päivityksiä nykyisistä versioista sekä enemmän aihekohtaista materiaalia kuvilla ja ilman tulisi olla saatavilla. Toiseksi eniten vastauksia oli tekniikan kehittämisestä. Asiantuntijat toivoivat, että tekniikka olisi asiakkaan kannalta helpompaa ja toiminta varmempaa. Verkkotapaamisessa kuvaruudun jakaminen tulisi olla yksinkertaisempaa ja verkkotapaamisen toimivuuteen tulisi panostaa, koska ohjelma kaatuilee liian usein. Verkkotapaamisessa käytettään taustasovelluksena Adobe Reader ohjelmaa, mikä puuttuu useilta asiakkailta, eivätkä he halua ladata sitä turvallisuussyistä. Jos asiakas osallistuu verkkotapaamiseen työpaikan tietokoneella, palomuurit välillä estävät tapaamisen. Tekniikan tulisi olla kunnossa, jotta järjestelmät ja verkkotapaaminen toimisi. Jälkitöiden teko kehittyisi myös, jos sopimukset saisi helpommin hyväksyttäväksi asiakkaan verkkopankkiin, jottei tarvitsisi soitella asiakkaiden perään. Kaksi vastaajaa mainitsi Henkivakuutusyhtiö Mandatum Lifen järjestelmän toimivuuden esimerkkinä. Asiakkaan allekirjoittaessa dokumentit verkkopankissa, muutokset aktivoituivat automaattisesti voimaan ja jälkityöt vähentyisi. Verkkotapaamisen saaminen tabletille olisi myös hyvä kehitys.

Miten päivittäistä työtäsi verkkotapaamisten parissa voitaisiin helpottaa?

Viimeisessä avoimessa kysymyksessä, miten päivittäistä työtäsi verkkotapaamisten parissa voitaisiin helpottaa, vastaajia oli 25. Heistä osa oli listannut useamman tavan, millä työtä verkkotapaamisten parissa voitaisiin helpottaa. Vastanneista 8 oli sitä mieltä, että jälkitöitä tulisi helpottaa. Face to face -tapaamisessa jälkitöihin kuuluu tapaamisen sulkeminen ja yhteenvedon tekeminen, eikä normaalisti muita toimenpiteitä. Verkkotapaaminen helpottuisi huomattavasti jos jälkityöt olisivat samalla tasolla face to face -tapaamisen kanssa. Vastanneista 4 suosittelisi, että verkkotapaamiset tulisi voida pitää hiljaisessa huoneessa, koska avokonttorissa tai tiimitiloissa on liikaa hälinää yleensä. Myös tässä kysymyksessä tuli esiin järjestelmien toiminnan parantaminen, mikä on aina tärkeää tapaamisen onnistumisen kannalta. Vastaajat kokisivat työtä helpottavaksi tekijäksi verkkotapaamisympäristö kehittämisen ja manuaalilomakkeista luopumisen, jolloin olisi suora verkossa allekirjoitus. Asiakkaan puhelinnumero tulisi aina tarkistaa tapaamista varattaessa ja kertoa valmistautumissoitosta, jotta asiakas on tietoinen asiasta ja vastaa palvelunumeroon, eikä mahdollisesti jätä vastaamatta luullessaan numeroa lehtimyyjäksi. Materiaalien tulisi olla muokattavia, jotta niihin voisi lisätä esimerkiksi omia kalvoja. Tapaamisten olisi hyvä olla vaikka parin päivän päästä, että olisi riittävästi valmistautumisaikaa ja yksi vastanneista kokisi helpottavaksi tekijäksi oman työn aikataulutuksen. (Kuvio 11)

Miten työtä verkkotapaamisen parissa voitaisiin helpottaa



Kuvio 11. Miten asiantuntijoiden työtä verkkotapaamisen parissa voitaisiin helpottaa

6 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä haasteita ja hyötyjä Danske Bankin Uudenmaan toimipisteissä työskentelevät rahoitus- ja sijoitus puolten asiantuntijat kokevat verkkotapaamisessa ja kuinka tyytyväisiä he ovat siihen. Tutkimuksen kyselylomakkeeseen vastasi 130:stä 55 henkilöä. Valintakysymysten vastauksista valtaosa oli kyllä vastauksia, joissa oltiin samaa mieltä kysymyksen kanssa. Suurimmassa osassa valintakysymyksiä oli kuitenkin toisen vaihtoehdon perässä pakollinen avoimen kysymys, miksi vastaaja oli tätä mieltä ja kaikissa kysymyksissä oli täytetty avoimia vastauksia. Avoimissa kysymyksissä tekstikenttien leveys oli 100 merkkiä, mikä mahdollisti laajan vastauksen. Kyseiset vastaukset olivat hyvin vastattuja ja selventäviä sekä niistä huomasi, että vastaajilla oli asiasta vahva mielipide. Valinta kysymyksistä, mitkä käsittivät vastaajan mielipidettä, olivat hyvin yksimielisiä, mutta myös pientä hajontaakin löytyi. Neljään täysin avoimeen kysymykseen vastaajat pystyivät antamaan vastauksia laajasti. Vaikka kysymys ei ollut pakollinen tai vastauksien maksimipituutta ei ollut määritelty, oli vastaajia silti kysymyksissä 27–41 ja vastaukset oli paikoittain hyvin värikkäitä.

6.1 Tulosten tarkastelu

Tutkimustulokset olivat hyvin mielenkiintoisia ja niistä selvisi uusia asioita. Tutkimukseen saatiin vastauksia kaikilta vastaaja ryhmiltä, mitä kyselyn taustatiedoissa kysyttiin. Vastaajat olivat sekä miehiä, että naisia ja kaikista muista ikäryhmistä löytyi vastaajia, paitsi yli 65-vuotiaita ei ollut. Kaikki asiantuntijat ovat työskennelleet pankissa yli vuoden rahoitus- tai sijoitus puolen asiantuntijan tehtävissä. Kaikista 8 konttorista ja 4 asiantuntijakeskuksesta oli vastaajia ja suurin osa oli tehnyt verkkotapaamisia 1-2 vuotta. Vastanneista 91 % olivat sitä mieltä, että saivat pankilta riittävän koulutuksen ja että pankilta löytyy tarvittava ohjeistus verkkotapaamisen käytöstä. Suurimmalla osalla asiantuntijoista oli 1-3 verkkotapaamista viikossa ja lopuilla 15 vastaajalla oli 4-7 tapaamista. Tulokset ovat hyvin realistisia konttorin verkkotapaamismääriin nähden. Vaikka face to face -tapaamiset ovat ylivoimaisesti suosituimpia, verkkotapaaminenkin sai kannatusta. Kysymys oli puhtaasti mielipidekysymys ja on oletettavaa, että toimipisteissä työskentelevät asiantuntijat tykkäävät tavata asiakkaita kasvotusten. Toimipisteissä työskentelevät asiantuntijat ovat muutenkin palvelualttiita ja ulospäin suuntautuvia sekä haluavat työskennellä konkreettisesti asiakkaiden parissa. Tästä syystä tulos ei yllätä.

Asiantuntijoista 49 % olivat sitä mieltä, että verkkotapaaminen on työläämpi, kuin muut tapaamismallit. Kysymystä ristiintaulukoitiin asiantuntijoiden työtehtävä kysymyksen kanssa, millä haluttiin saada tietoa, onko asialla vaikutusta työskenteleekö asiantuntija rahoitus- tai sijoitus puolella. Verkkotapaamisen seurannan havaintojen perusteella sijoitus

puolella saatetaan käydä enemmän asioita neuvottelun aikana läpi, kuin rahoitus puolella. Sijoitus tapaamiset sisältävät myös enemmän asiakkaille lähetettävää materiaalia kuin rahoitus puolella, joten vastanneiden vastaukset voivat johtua tästä. Asiantuntijoilta tulisi varmistaa, että he ovat saaneet riittävän koulutuksen verkkotapaamista varten ja koulutusta varten tulisi varata tarpeeksi aikaa. Kaikista verkkotapaamiseen liittyvistä asioista tulisi olla omat selkeät ohjeistukset ja teknisistä asioista tulisi olla kokonaan oma ohjeistus. Tapaamismateriaaleja tulisi uudistaa ja niiden tulisi olla paremmin muokattavissa.

Alaluvussa, missä käsiteltiin verkkotapaamisen haasteita, saatiin vastauksia tutkimuksen pääongelmaan alaongelman kautta: mitkä ovat yleisimmät ongelmat verkkotapaamisen aikana? Yleisimmät haasteet verkkotapaamisen aikana olivat järjestelmissä esiintyvä hitaus ja ongelma verkkotapaamismateriaalin avautumisessa. Molemmat ongelmat ovat teknisiä ja vastaavat myös toiseen alaongelma kysymykseen teknisistä haasteista. Muita ongelmat liittyivät varauksen teossa tapahtuneisiin virheisiin ja teknisiin ongelmiin.

Asiantuntijoista 40 % on sitä mieltä, että tapaamiselle varattu aika (15min alkuvalmistelut, 60min tapaaminen ja 15min jälkityöt) ei ole riittävä. Alkuvalmisteluihin kuluu enemmän aikaa kuin 15 minuuttia, riippuen asiakkaasta ja tapaamisen aiheesta. Jälkitöihin tarvitaan enemmän aikaa, koska dokumenttien kirjoitus ja tallentaminen, dokumenttien lähetys asiakkaalle, verkko allekirjoituksen vahtiminen ja tarvittavien viestien lähetys asiakkaalle vie aikaa. Jos kalenterissa on vapaa, pystyy ajan käyttämään aiempien jälkitöiden tekoon, mutta muutoin se vaatii kalenterin sulkemista tai muusta työajasta verottamista.

Asiantuntijat kokevat pystyvänsä antamaan verkkotapaamisella hyvän asiakaskokemuksen. Vastausprosentti oli 87 % eli vain 13 % oli toista mieltä. Syitä olivat tapaamismateriaalit, joita verkkotapaamisessa käytetään. Materiaalit ovat valmiita ja useisiin ei voi tehdä kummempia muutoksia. Rahoitus- ja sijoitus puolella on eri materiaalit käytössä ja niissä on myös suuria eroja. Sijoitus tapaamisten materiaalit ovat laajempia ja ne sisältävät enemmän dataa kuin rahoitus puolen. Yksi haasteista liittyi kommunikointiin, ettei asioiden ilmaisu ja niistä keskustelu ole yhtä helppoa kuin kasvotusten. Ihmispersoonia on tietenkin olemassa monia ja joidenkin kanssa keskustelu käy sukkelammin kasvotusten, kuin puhe- limitse. Face to face -tapaamisessa voi olla myös helpompi havainnollistaa asioita asiakkaalle, kun voi piirtää, laskea, näyttää esitteitä ja muuta materiaalia suoraan. Asiakkaan luottamus voi olla helpommin saatavilla näistä syistä kasvotusten. Tapaamisen aikaraja voi vaikuttaa asiakaskokemuksen tuottamiseen, koska jos asiakkaalla ja asiantuntijalla keskustelu luistaa ja läpi käytäviä asioita on enemmän, saattaa asiantuntia joutua kiristämään aikataulua. Niin sanottu tapaamisen hoputtaminen ei anna asiakkaalle hyvää mieli-

kuvaa, mutta asiantuntijan täytyy kertoa asiasta, jos hänelle on esimerkiksi tulossa seuraava asiakas pian.

36 vastaajaa oli sitä mieltä, että tapaamisten ajanvaraukset ovat laadukkaita ja 19 ketkä eivät olleet samaa mieltä, perustelivat asiaa eri syin. Tapaamisen tarkoitus on jäänyt asiakkaalle epäselväksi ja he eivät ole tietoisia, miksi tapaaminen on varattu ja mitä siellä käsitellään. Asiakas kampanjat voivat vaikuttaa asiaan, koska CC:n ajanvaraajilla on käytössä palkitsemispolitiikka. Asiakkaat kuuluvat kampanja ryhmään, jota CC:n ajanvaraajat soittavat. Tapaaminen voi olla enemmän tai vähemmän tarpeellinen asiakkaalle, mutta kaikille tiedotetaan mahdollisuudesta tavata asiantuntija asian tiimoilta. Ajanvaraajat eivät oletettavasti palkitsemispolitiikan vuoksi katso tarkemmin asiakkaan tarvetta tapaamiselle. Asiantuntijakeskukset myös soittavat ajanvarauksia asiantuntijoille erikseen määritettyinä soittopäivinä. Heidän tulee soittaa ja varata tapaamisia itselleen sekä konttoreille. Koska asiantuntijat soittavat varauksia, he pystyvät valitsemaan ja varaamaan itselleen mieleiset tapaamiset pois päältä, jolloin konttoreiden tapaamisten laatu voi kärsiä. Tämä ei ole konttoreiden asiantuntijoille mielekästä ja se voi vaikuttaa heidän tekemiseensä negatiivisesti.

Verkkotapaamisen koettiin tuovan asiantuntijoiden työhön monia hyötyjä. Verkkotapaaminen on nopeaa, tehokas, joustava. Se ei ole asiakkaan olinpaikasta riippuva ja tapaamismateriaalin havainnollistaminen käy helposti materiaaleilla. Parhaana hyötynä asiantuntijat kokevat asiakkaiden tapaamismahdollisuuden ympäri Suomen. Asiakaskunta laajenee ja asiantuntija ei ole riippuvainen pelkästään oman konttorin asiakkaista. Tapaamiset voivat olla monipuolisempia ja hyvinkin erilaisia tästä syystä ja se voi tuoda esimerkiksi pienemmälle konttorille myynnillistä hyötyä.

Asiantuntijat ovat tyytyväisiä verkkotapaamiseen tällä hetkellä, 85 % oli tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä. Vastanneista 7 ei osannut sanoa, olivatko tyytyväisiä verkkotapaamiseen ja vain 6 oli tyytymättömiä. Danske Bankissa asiantuntijoita sparrataan aika ajoin tapaamisissa. Sparraus kysymys oli tarpeellinen, koska on tärkeää että asiantuntijoilla on mahdollisuus kehittyä ja parantaa tapaamisiaan. Asiantuntijat toivovat enemmän sparrausta, mutta ajanpuute oli suurin estävä tekijä. Tähän voisi tehdä muutoksia, varaamalla asiantuntijoille enemmän hetkiä kalenterista asiaa varten.

Asiantuntijoiden työstä voisi tehdä vaivattomampaa eri keinoin. Tutkimuksessa kysyttiin asiantuntijoilta, miten asiakkaat saisivat varaamaan verkkotapaamiseen valmistautumiseen enemmän aikaa. Ajanvarausta tehdessä puhelun aikana tulisi varaajan kertoa asiakkaalle näistä asioista ja merkitä se varauksen tietoihin asiantuntijalle lisätietona. Silloin asiantuntija tietäisi, mitä asiakkaalle on jo sanottu, eikä tarvitsisi ottaa asiaa puheeksi uu-

delleen. Tiedonannosta on myös hyötyä asiakkaalle, jolloin hänelle ei synny vaivaa myöhemmin, esimerkiksi tarvittavien dokumenttien hankinnasta. Valmistautumissoitto on toinen, jolla pystytään helpottamaan asiantuntijan työtä. Soittaessaan asiakkaalle ennen tapaamista, hän voi antaa pohjatehtävän valmiiksi ja kysyä tapaamisen kannalta relevantteja asioita. Tämä helpottaa asiantuntijan työtä valtavasti ja samalla varmistetaan, että tapaamisen ajankohta on vielä sopiva ja vältetään peruuttamattomilta ajanvarauksilta.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuuden mittaukseen sisennetään käsitteet reliabiliteetti eli tarkkuus ja validiteetti eli luotettavuus. Reliabiliteetilla ilmaistaan, miten tarkasti mitataan ja validiteetillä ilmaistaan mitataanko sitä, mitä piti? Joskus annettu osio tai mittari voi mitata toista, kuin luultiin ja siitä paljastuu uusia asioita. Tutkimuksen toistumisessa tulee taas muistaa, että mittareiden tai osioiden ajallista pysyvyyttä ei voida taata ja niiden luotettavuuden toimimiseksi sekä takaamiseksi pitää olla valmis tekemään mahdollisia muutoksia. Mittauksen luotettavuuden kannalta on validiteetti ensisijaisen tärkeä, koska silloin tiedetään että mitataan oikeaa asiaa ja että reliabiliteettia tarvitaan. Validiteetin kysymys mitataanko sitä, mitä piti, on tutkimuksen ilmiön kannalta tärkein kysymys. Reliabiliteetti tulee olla hyvällä tasolla, jolloin tiedetään, ettei mittaukseen sisältynyt mittausvirheitä. (Vehkalahti 2014, 40–41.)

Kyselylomake testattiin etukäteen, ennen virallista lähetystä asiantuntijoille. Se oli hyvä asia, koska siitä ilmeni pari sanamuotoon liittyvää korjausta, mikä olisi voinut johtaa kysymyksen vääринymmärrykseen. Loppupelissä kyselylle saatiin vastausprosentiksi 42, mikä osoittaa kohtalaista tutkimuksen luotettavuutta.

Normaalisti jyrkkä alaraja otokselle on 30 henkilöä, mutta niin pieni otos rajoittaa yleensä ryhmien vertailua. Mahdollisuuksien mukaan tulisi aina tavoitella vähintään 100 henkilön otosta, mutta tässä kyselyssä se ei valitettavasti toteutunut. Tutkimuksesta ja eri tilanteista sekä kohderyhmistä riippuen kartoitetaan otos tai voidaan myös päätyä perusjoukkoon eri tavoilla. Esimerkiksi jos kohderyhmä on 15, suositellaan kyselyn tehtävän koko perusjoukolle. Jos yrityksessä on 200 työntekijää, tehdään kokonaistutkimus. Taas jos yritys tuottaa esimerkiksi asiakastytyväisyyskyselyn, on suositeltavaa arpoa 12 000 asiakkaasta suuri otos, milloin minimi vastausmääräksi tulisi tulla 100. (Kvanti 2016.)

Tutkimuksessa tavoiteltiin 50 vastausta, mikä tuntui realistiselta 130 otokselle. Vastauksia tuli 55, joten tavoite täyttyi ja voidaan tulkita, että tutkimustulokset ovat suuntaa antavia.

Sähköpostikysely oli ainoa järkevä tutkimustapa asiantuntijoille, koska sillä pystyttiin tavoittamaan kaikki lyhyessä ajassa.

Tutkimuksen validiteettina voidaan pitää teoriaa, koska aiheet ovat perustuneet kyselytutkimuksessa käsiteltäviin aiheisiin eli finanssialaan, pankkipalveluihin, verkkotapaamiseen ja asiantuntijuuteen. Tutkimustulokset on esitetty niin, että anonymiteetti on säilynyt sekä sen teossa on noudatettu eettisiä periaatteita. Tutkimus vastasi pää- ja alaongelmiin, joten tavoite on saavutettu. Tutkimusta pystytään hyödyntämään mahdollisissa jatkotutkimuksissa aineistona. Tutkimus on tehty Haaga-Helian raportointiohjeiden mukaan.

6.3 Johtopäätökset ja kehittämisehdotukset

Asiantuntijoilla oli konttorissa valmis mielipide, että verkkotapaaminen sisältää tiettyjä haasteita sekä tuo myös hyötyjä. Verkkotapaaminen herätti suurimmaksi osaksi neutraaleja mielipiteitä ja siitä ilmeni asiantuntijoiden suhteellisen hyvä tyytyväisyys tapaamismallia kohtaan. Tutkimuksessa tuli esiin satunnaisia mielipiteitä, joilla verkkotapaamista voitaisiin parantaa. Verkkotapaaminen ei ole täysin odotukset täyttävä kaikille asiantuntijoille ja sen käyttöosaaminen ei ole itsestäänselvyys.

Tapaamismallina koko Suomen asiakaskunnan kattavasti verkkotapaaminen on loistava keksintö ja asiantuntijat pääsevät kokemaan tämän hyödyn ja rikkauten työssään. Tekniikka puolella on kuitenkin parantamisen varaa ja tutkimustuloksista saa vaikutelman, että asiantuntijoilla menee liikaa fokusta tekniikan kanssa jumppaamiseen. Verkkotapaamisen ja sen ominaisuuksien tulisi olla apuvälineenä työnteossa, eikä hidasteena. Asiantuntijoiden ajankäyttöä tulisi uudistaa, jotta tapaamisen alku- ja jälki töihin varattu aika riittäisi paremmin. Järjestelmät ja niiden toimivuus tulisi olla vakaampaa ja ohjeistusta rahoitus- ja sijoitus puolille erikseen tulisi päivittää. Vaikka esimies toteaisi, että asiantuntija on valmis koulutuksen jälkeen aloittamaan verkkotapaamiset, tulisi asiantuntijan voida tehdä viimeinen päätös omien tuntemustensa mukaan. Tämä toisi asiantuntijoille varmuutta. Ajanvaraajia voisi valmentaa tapaamisten varaukseen, jotta tapaaminen olisi selkeä asiakkaalle ja asiantuntijalla olisi kaikki valmiit työkalut, eikä tietojen metsästämiseen menisi turhaa aikaa. Ajanvaraajien palkitsemispolitiikka olisi myös hyvä miettiä uudelleen, että voitaisiin pitää huolta varsinkin tapaamisten laadusta.

6.4 Jatkotutkimusehdotukset

Tutkimusta tehdessä heräsi muutama jatkotutkimusehdotus. Tutkimukselle voisi seurata jatkoa tekemällä kvalitatiivinen haastattelututkimus asiantuntijoille tarkentamaan tutkimustuloksia. Haastattelututkimuksen voisi toteuttaa otoksesta riippuen esimerkiksi teema-

haastatteluna eli puolistrukturoituna haastatteluna. Tällöin tutkimusongelmasta kerättäisiin keskeiset seikat valmiiksi ongelmanratkaisua varten. Teemahaastattelu tulee olla tarkasti pohdittu, mutta käsittelyjärjestys voi tapahtua kuten haastateltava haluaa. (Vilkkä 2015, 124)

Haastattelukysymysten aiheena voisivat olla verkkotapaamisen teknisten ongelmien tarkentaminen, koska olisi mielenkiintoista tietää, kuinka kyseiset tekniset ongelmat järjestelmien kanssa ratkaistaan käytännössä. Toinen haasteista ilmennyt kysymys voisi olla tapaamismateriaalien muutos, jolloin saataisiin selville millaiset materiaalit olisivat asiantuntijoiden mielestä sopivia. He voisivat suunnitella materiaalit, jotta niistä saataisi juuri heille sopivat. Verkkotapaamisen hyötyjä voisi myös tutkia lisää, kuten mitä nämä ympäri Suomen tapaamisista saavutettavat myynnilliset hyödyt juuri ovat ja kuinka suuri vaikutus niillä on asiantuntijoiden henkilökohtaisiin tuloksiin tai konttorin tulokseen.

6.5 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessi opetti minulle monia asioita, joita pystyn varmasti hyödyntämään tulevaisuudessa. Se avasi minulle uusia aihealueita ja lisäsi pitkäjänteisyyttä. Opinnäytetyön aihetta oli aluksi vaikea valita, koska pankkimaailmasta riittää lukuisia kirjoittamisen aiheita ja uusia tulee jatkuvasti. Moni aiheista kiinnosti minua, mutta verkkotapaaminen oli ajankohtainen ja sai mielenkiintoni tutkimusta kohtaan heräämään. Koska toimeksiantaja oli tuttu, se antoi hyvin lisäpotkua kirjoittamiseen ja positiivisessa mielessä pieniä paineita. Koin kriittisyyttä opinnäytetyötä kohtaan tästä syystä, koska toimeksiantajan mielipide oli hyvin tärkeä ja merkitsee paljon. Tiedän, että saatan tulevaisuudessa hakeutua vastaaviin työtehtäviin kuin kyselyn vastaajat ja tästä syystä kyseinen tietämys on hyväksi.

Opinnäytetyö suunnitelman teko paljastui haasteellisemmaksi kuin luulinkaan. Aiheen miettiminen ja muokkaaminen mielessä vaati paljon aikaa. Koska en aluksi tiennyt verkkotapaamisesta juuri mitään, oli sen sisäistäminen vaikeaa. Itse olen mielestäni eniten visuaalinen oppija ja verkkotapaamisen havainnointi konttorissa auttoi minua hyvin käsittämään verkkotapaamista ja sitä kautta tutkimusongelmaa. Mielestäni tutkimuksen otos, koko Uudellamaalla työskentelevistä rahoitus- ja sijoitus puolten asiantuntijoista on kattavan kokoinen, vaikka vastausprosentti olikin 42 %. Kokemuksesta tiedän, että asiantuntijat ovat usein kiireisiä ja ylimääräiselle tekemiselle ei aina jää aikaa. Sähköinen kysely oli silti paras ja nopein tapa toteuttaa lyhyessä ajassa kysely noinkin suurelle määrälle asiantuntijoita eri puolilla Etelä-Suomea.

Tutkimuksen kysymysten tekeminen ja tutkimusongelman muodostaminen olivat ehkä haasteellisimmat osuudet opinnäytetyössä. Ensin tutkimustulosten avaaminen ja kuvioiden muodostaminen tuotti haasteita, mutta osoittautuikin oletettua helpommaksi. Opinnäytetyöprosessi vahvisti käsitystäni lukemisen tärkeydestä ja alan kirjallisuuteen perehtymisen auttoi paljon. Kirjat olivat minusta paras lähde ja luin niitä mieluummin, kuin selasin tietoa esimerkiksi internetistä. Aiemmista opinnäytetöistä oli paljon apua ja koska se auttoi pääsemään kiinni opinnäytetyön tekoon. Opinnäytetyötä aloittaessani ei ollut julkaistu tutkimuksia kyseisestä aiheesta, mutta tutkimusta tehdessäni huomasin, että siitä julkaistiin uusia opinnäytetöitä niin Danske Bankille, kuin muillekin pankeille. Ensin se hieman sekoitti ajatuksia, koska ajattelin joutuvani muuttamaan suunnitelmiani. Onnekseni ymmärsin, että saman aiheen opinnäytetöistä olikin vain apua ja se vain auttoi tuomaan uusia ideoita ja vertailukohtia omaan työhöni.

Mielestäni suoriuduin prosessista kiitettävästi ja olen tyytyväinen tuotokseen. Se vaati paljon aikaa ja oli sen arvoista. Opinnäytetyöstä tuli erilainen kuin alussa ajattelin, mutta vain positiivisessa mielessä. Olen kiitollinen Danske Bankille yhteistyöstä ja avusta, mikä takasi opinnäytetyön toteutuksen sekä Haaga-Helian avulialle ja osaaville opettajille.

Lähteet

Alhonsuo, S. Nisén, A. & Pellikka, T. 2009. Finanssitoiminnan käsikirja. Hakapaino Oy. Helsinki.

Apple Inc. 2015. Apple Launches iPad. Luettavissa: <http://www.apple.com/pr/library/2010/01/27Apple-Launches-iPad.html>. Luettu: 1.9.2015

Danske Bank 2013. Media. Tietoarkisto. Risto Tornivaarasta Danske Bank Oyj:n uusi toimitusjohtaja 1.8.2013. Luettavissa: https://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/media/Tiedotteet/Pages/20130801_Tornivaarastatoimitusjohtaja.aspx. Luettu: 25.2.2016

Danske Bank 2014. Media. Tiedotteet. Mobiilisovelluksista suosituin pankkiasioinnin tapa 2015 loppuun mennessä. Luettavissa: http://danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/media/tiedotteet/pages/20140404_mobiilipankkitutkimus.aspx. Luettu: 20.2.2016

Danske Bank 2015a, Danske Bank lyhyesti. Luettavissa: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/danske-bank-lyhyesti/Pages/default.aspx>. Luettu 1.8.2015

Danske Bank 2015b, Suomen liiketoimintojen historia. Luettavissa: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/danske-bank-lyhyesti/Pages/Suomenliiketoimintojenhistoria.aspx>. Luettu 1.8.2015

Danske Bank 2015c, Turvallisuus. Luettavissa: <http://www.danskebank.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/Verkkopankki/Pages/Turvallisuus.aspx>. Luettu: 9.8.2015

Danske Bank 2015d, Danske Bankin verkkotapaaminen. Luettavissa: <https://www.danskebank.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/arjen-pankkipalvelut/Verkkopalvelut/Pages/danske-verkkotapaamiseen.aspx>. Luettu: 9.8.2015

Danske Bank 2015e. Verkkopalvelut. Luettavissa: <https://www.danskebank.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/Verkkopankki/Pages/verkkopankki.aspx>. Luettu: 1.8.2015

Elisa Oyj 2014, Suomalaisten verkkoasiointi. Luettavissa: http://elisa.fi/tutkimus/Tutkimus_Suomalaisten_asiointi_verkossa.pdf. Luettu: 06.03.2016

Filenius M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus: menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Docendo Oy. Jyväskylä.

Finanssialan Keskusliitto 2015. Pankit Suomessa 2014, 1 Toimintaympäristön kehitys. Luettavissa:

http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Pankit_Suomessa_2014.pdf#search=kolme%20Suomen%20suurinta%20pankkia. Luettu: 25.2.2016

Fonecta 2016. Kolme näkökulmaa bisneksesi digitalisointiin & Vain reilu kolmasosa kappaa asiakaspalvelua verkkokaupassa. Luettavissa:

<http://hyoty tieto.fonecta.fi/liiketoiminnan-tehostaminen/kolme-nakokulmaa-bisneksesi-digitalisointiin>. Luettu: 2.3.2016.

Hakala J. 2004. Opinnäytetyöopas ammattikorkeakouluille. Gaudeamus. Helsinki.

Hakkarainen P. 2013. Monikanavaisuus ja sen hyödyntäminen pankkipalveluissa, tutkimus Savonlinnan Danske Bankin asiakkaiden näkemyksistä. Opinnäytetyö. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Luettavissa:

https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/60811/Hakkarainen_Pauliina.pdf?sequence=1. Luettu: 14.12.2015

Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Otavan kirjapaino Oy, Keuruu.

Hirvihuhta H. 2006. Coaching – valmenna ja sparraa menestykseen. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.

Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2008. Tilastolliset menetelmät. 5 uudistettu painos. WSOY. Porvoo.

Kananen J. 2014. Verkkotutkimus opinnäytetyönä, laadullisen ja määrällisen verkkotutkimuksen opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Kietäväinen H. 2014. Verkkoneuvottelu – Uudenlaista asiakaspalvelua finanssialan yrityksissä. Opinnäytetyö. Savonia Ammattikorkeakoulu. Luettavissa:

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/77323/Kietavainen_Heli.pdf?sequence=1. Luettu: 1.2.2016

Kiinteistömaailma Oy 2016. Kiinteistömaailma lyhyesti. Luettavissa:

<http://www.kiinteistomaailma.fi/lyhyesti>. Luettu: 24.2.2016

Kontkanen, E. 2011. Pankkitoiminnan käsikirja. 3 uudistettu painos. Bookwell Oy. Jyväskylä.

Kvanti 2016. Usein kysyttyä. Kuinka ison otoksen tarvitsen kyselytutkimukseen. Luettavissa: <http://kvanti.wikispaces.com/Usein+kysytty%C3%A4>. Luettu: 20.2.2016

Laki työturvallisuudesta 23.8.2002/738.

Osuuspankki a. Yhteiskuntavastuu raportti 2013. Luettavissa: http://www.op-pohjola-annualreport.fi/2013/filebank/4266-OP-Pohjola-ryhman_yhteiskuntavastuuraportti_2013_FI.pdf. Sivu 16. Luettu: 27.2.2016

Osuuspankki b. Lainaneuvottelu verkossa saa kiitosta asiakkailta. 2013. Luettavissa: <https://www.op.fi/op/henkiloasiakkaat/opastus/lainaneuvottelu-verkossa-saa-kiitosta-asiakkailta?cid=151704051&srcpl=3>. Luettu: 27.2.2016

Osuuspankki c. Ensimmäisenä Suomessa Op:n asiakkaille. verkkoneuvottelu iPadilla! Luettavissa: <https://www.op.fi/op/henkiloasiakkaat/opastus/ensimmaisena-suomessa-opn-asiakkaille--verkkoneuvottelu-ipadilla?cid=151856196&srcpl=3>. Luettu: 27.2.2016

Sipinen S. 2015. Verkkotapaamisen haasteet pankkipalveluiden myyntityössä: Case: Danske Bank Oyj:n Kouvolan konttori. Opinnäytetyö. Lahden ammattikorkeakoulu. Luettavissa: https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/100881/SIPINEN_SIIRI.pdf?sequence=1. Luettu: 25.1.2016

S-pankki 2016. Pankki vuonna 2030. Luettavissa: <https://www.s-pankki.fi/fi/artikkelit/2016/pankki-vuonna-2030/>. Luettu: 06.03.2016

Tilastokeskus 2014a, Puolet suomalaisista mukana yhteisöpalveluissa. Luettavissa: http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2014/sutivi_2014_2014-11-06_tie_001_fi.html?ad=notify. Luettu: 14.1.2016.

Tilastokeskus 2015b, 1.1 Mobiili laitteet yleisempiä, internetin käyttö jokapäiväisempää. Luettavissa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2015/sutivi_2015_2015-11-26_kat_001_fi.html. Luettu: 14.1.2016.

Truhponen M. 2014. Verkkotapaaminen yrityksen ja asiakkaan näkökulmasta: Case: Danske Bank Oyj. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Luettavissa: https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/72292/Truhponen_Mikko.pdf?sequence=1. Luettu: 12.12.2015

Vahvaselkä I. 2004. Asiantuntijan myyntitaito: onnistuneen markkinoinnin ja myyntityön perusteita. Oy Finn Lectura Ab. Helsinki.

Vehkalahti K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Oy Finn Lectura Ab. Helsinki.

Vilka H. 2015. Tutki ja kehitä. PS-kustannus. Jyväskylä.

Webropol Oy 2015. Yritys. Luettavissa: <http://webropol.fi/tietoa-yrityksesta/>. Luettu: 12.10.2015

Ylikoski, T. & Järvinen, R. 2012. Asiakkaan kokema arvo kilpailutekijänä finanssialalla. 1 painoksen lisäpaino. Bookwell Oy. Jyväskylä.

Liitteet

Liite 1. Kysely lomake



Kysely Danske Bankin verkkotapaamisesta rahoitus -ja sijoitusasiantuntijoille

Taustatiedot

1. Sukupuoli

- Mies
- Nainen

2. Ikä

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- yli 65

3. Työsuhteen kesto

- Alle 1 vuosi
- 1-5 vuotta
- 6-10 vuotta
- 11-15 vuotta
- 16-20 vuotta
- 21-25 vuotta
- 26-30 vuotta
- yli 31 vuotta

4. Työtehtävä

- Rahoitus
- Sijoitus

5. Konttorin tai asken sijainti

- Hyvinkää
- Itäkeskus
- Järvenpää
- Kaivokatu
- Kirkkonummi
- Leppävaara
- Lohja
- Malmi
- Martinlaakso
- Porvoo
- Tapiola
- Tikkurila

Seuraava -->

(Sivu 1 / 6)

Taustatiedot

6. Kauan olet tehnyt verkkotapaamisia?

- alle vuosi
 1-2 vuotta
 yli 3 vuotta

7. Saitko riittävästi koulutusta?

- Kyllä
 Ei, miksi?

8. Löytyykö mielestäsi pankilta tarvittava ohjeistus verkkotapaamiseen?

- Kyllä
 Ei, mitä puuttuu?

9. Monta verkkotapaamista sinulla on normaalisti viikossa?

- 1-3
 4-7
 8-10
 yli 11

10. Mitä tapaamisia teet mieluiten?

- Verkkotapaaminen
 Face to face-tapaaminen
 Puhelinneuvottelu

11. Koetko verkkotapaamisen työläemmäksi verrattuna muihin tapaamismalleihin?

- Kyllä, miksi?
 Ei

<-- Edellinen

Seuraava -->

(Sivu 2 / 6)

Verkkotapaamisen haasteet

12. Mitkä ovat yleisimmät ongelmat verkkotapaamisen aikana? Valitse max 2 vastaus vaihtoehtoista.

- Asiakas ei vastaa
 Asiakas ei ole valmistautunut
 Verkkotapaamismateriaali ei avaudu
 Verkkovahvistusta ei ole lähetetty asiakkaalle, koska sitä ei ole tallennettu konttoriin
 Järjestelmissä esiintyy hitautta
 Puhelu ei kuulu
 Muu, mikä

13. Onko verkkotapaamiseen varattu aika sinulle mielestäsi riittävä? (15min alkuvalmistelut, 60min tapaaminen ja 15min jälkityöt).

- Kyllä
 Ei, miksi?

14. Koetko pystyväsi antamaan asiakkaalle hyvän asiakaskokemuksen verkkotapaamisen kautta?

- Kyllä
 Ei, miksi?

15. Ovatko saamasi verkkotapaamisajanvaraukset mielestäsi laadukkaita?

- Kyllä
 Ei, miksi?

<-- Edellinen

Seuraava -->

(Sivu 3 / 6)

Verkkotapaamisen hyödyt

16. Missä tapaamismallissa koet saavasi parasta asiakastytyväisyyttä?

- Verkkotapaaminen
- Face to face-tapaaminen
- Puhelinneuvottelu

17. Mitä hyötyjä koet verkkotapaamisen tuovan sinulle työssäsi?

18. Tulisiko verkkotapaamisessa olla videoyhteys asiakkaaseen?

- Kyllä, miksi?
- Ei

<< Edellinen Seuraava >>

(Sivu 4 / 6)



Tyytyväisyys verkkotapaamiseen

19. Kuinka tyytyväinen olet verkkotapaamiseen yleisesti tällä hetkellä?

- Erittäin tyytyväinen
- Tyytyväinen
- En osaa sanoa
- Tyytymätön
- Erittäin tyytymätön

20. Koetko saavasi riittävästi sparrausta, jotta voit parantaa verkkotapaamiasi?

- Kyllä
- Ei, miksi?

<< Edellinen Seuraava >>

(Sivu 5 / 6)



Avoimet kysymykset

21. Miten mielestäsi asiakkaat saisi varaamaan enemmän aikaa valmistautua verkkotapaamiseen?

22. Mitä verkkotapaamisessa olisi kehitettävää?

23. Miten päivittäistä työtäsi verkkotapaamisten parissa voitaisiin helpottaa?

[<-- Edellinen](#) [Lähetä](#)

(Sivu 6 / 6)

Kiitokset vastauksista ja tärkeistä mielipiteistäne!

Survey powered by:
WebropolSurveys
WEBPOL
THE INTELLIGENT WAY