



Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy

Henkilökohtainen myyntityö pankkialalla

Paula Härkönen

Opinnäytetyö
Liiketalouden koulutusohjelma
2016



Tekijä(t)

Paula Härkönen

Koulutusohjelma

Liiketalouden koulutusohjelma

Opinnäytetyön otsikko

Henkilökohtainen myyntityö pankkialalla

**Sivu- ja lii-
tesivumäärä**
34 + 17

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan henkilökohtaisen myyntityön tärkeyttä pankkialalla. Opinnäytetyön tavoite oli selvittää Haaga-Helian tradenomiopiskelijoiden näkemystä myyntityöstä pankkialalla sekä yleisesti. Työ rajattiin koskemaan pankkialaa Suomessa henkilöasiakkaiden näkökulmasta.

Työn teoriaosuus jakautuu kahteen osaan. Ensimmäisessä osassa kerrotaan pankkialasta Suomessa, alan kehityksestä sekä asiakkaan tuntemisesta ja hyvästä pankkitavasta. Toisessa osiossa keskitytään myyntityöhön pankkialalla ja myyntiprosessiin. Lisäksi osiossa käsitellään myyntityöhön pankkialalla liittyvää lainsäädäntöä ja rajoituksia, sekä lopuksi pankkialan eettisyyttä ja asiakaslähtöisyyttä.

Luvut neljä ja viisi käsittelevät tutkimustani. Tutkimukseni oli kvantitatiivinen kyselytutkimus ja otosjoukkona Haaga-Helian liiketalouden opiskelijat. Luvussa neljä kerrotaan empiirisen tutkimuksen suunnittelusta ja luvussa viisi käydään läpi kyselyn tuloksia.

Pohdinta osioissa syvennyttään tutkimuksen johtopäätöksiin sekä jatkotutkimusmahdollisuuksiin. Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että tradenomiopiskelijoiden mielestä myyntityötä pankkialalla on odotuksiin nähden enemmän. Myyntityö koetaan haastavaksi, eivätkä vastaajat mielellään työskentelisi alalla, joka sisältää kovin paljon myyntityötä.

Asiasanat

Myyntityö, pankkiala, myyntiprosessi

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma	1
2	Pankkiala Suomessa	3
2.1	Pankkitoiminnan kehitys Suomessa	4
2.2	Hyvä pankkitapa	5
2.3	Asiakkaan tunteminen	6
3	Myyntityö pankkialalla	9
3.1	Lainsäädäntö ja rajoitukset	9
3.2	Myyntiprosessi	11
3.3	Tuotteet & hinnoittelu	13
3.4	Eettisyys & asiakaslähtöisyys	15
4	Empiirisen tutkimuksen toteuttaminen	17
4.1	Tutkimusmenetelmä	17
4.2	Kyselylomake	18
4.3	Kyselylomakkeen lähettäminen	19
5	Tutkimuksen tulokset	20
5.1	Vastaajien perustiedot	20
5.2	Vastaajien kokemus pankkialalta	22
5.3	Vastaajien näkemys myyntityöstä	25
5.4	Vastaajien näkemys myyntityöstä pankkialalla	26
6	Pohdinta	30
6.1	Johtopäätökset	30
6.2	Keskimääräisen vastaajan profiili	32
6.3	Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti	32
6.4	Jatkotutkimusmahdollisuudet	33
6.5	Oman oppimisen arviointi	34
	Lähteet	35
	Liitteet	38
	Liite 1. Saatekirje	38
	Liite 2. Kyselylomake	38
	Liite 3. Avoimet kysymykset	45

1 Johdanto

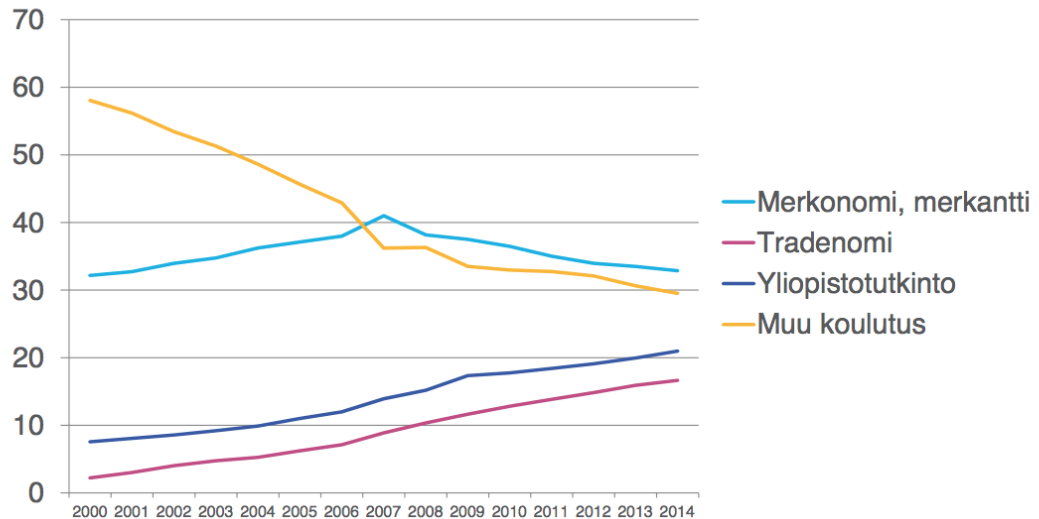
Opinnäytetyön aihe on henkilökohtainen myyntityö ja sen tärkeys pankkialalla. Kilpailu pankkimaailmassa on nykypäivänä kovaa, sillä eri pankkien tuotteet eivät eroa kovin paljoa toisistaan. Erilaisten pankkipalveluiden myynnissä asiakaskokemus on tärkeässä roolissa, jotta asiakas saadaan keskittämällä sitoutumaan tiettyyn pankkiin.

Digitalisoitumisen myötä pankkipalveluiden vertailu on helppoa. Myös pankin vaihtaminen on tehty kuluttajille entistä helpommaksi, sillä se sujuu nykyään verkossa. Kynnys palveluntarjoajan vaihdolle on vielä melko korkea, mutta toisin voi olla tulevaisuudessa. Asiakkaan sitouttaminen tiettyyn pankkiin on siis ensisijaisen tärkeää. Nykypäivänä pankit ovatkin ”finanssitavarataloja”, joista saa kaikki peruspankkipalveluista vakuutuksiin.

Tämä opinnäytetyö pohjautuu Haaga-Helian liiketalouden opiskelijoille lähetettyyn kyselylomakkeeseen ja sen analysointiin. Tutkimustuloksia analysoidaan teoriaosuuden pohjalta, joka jakautuu kahteen osaan. Ensimmäisessä osassa keskitytään pankkialaan kehitykseen Suomessa, hyvään pankkitapaan sekä asiakkaan tuntemiseen. Toisessa osiossa paneudutaan myyntityöhön pankissa, pankkialalla vaikuttaviin rajoituksiin ja lainsäädäntöön, pankissa myytäviin tuotteisiin sekä lopuksi pankkialan eettisyyteen ja asiakaslähtöisyyteen. Tällä opinnäytetyöllä ei ole toimeksiantajaa.

1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma

Opinnäytetyössä tutkitaan Haaga-Helian liiketalouteen suuntautuneiden tradenomiopiskelijoiden käsitystä pankkialalla työskentelystä, erityisesti myynnin näkökulmasta. Päädyin aiheeseen, sillä suoritin työharjoitteluni pankin konttorissa ja myyntityön tärkeys työssäni tuli hieman yllätyksenä. Monet pankkialalle hakeutuvat tradenomiopiskelijat eivät ehkä ajattele, kuinka tärkeässä roolissa myyntityö on nykyään kyseisellä alalla. Tradenomien määrä pankki- ja vakuutuslalla on noussut viime vuosina ja yhä useampi tradenomi hakeutuu pankkialalle, kuten alla olevasta kuvioista näkyy. Aikaisemmin alalle on hakeutunut huomattavasti enemmän merkonomeja ja muita alemman tutkinnon suorittaneita. Nykyään sen sijaan alalle hakeutuu huomattavasti enemmän korkeakoulututkinnon suorittaneita, kuten tradenomeja. (Finanssiala, 2015d)



Kuvio 1. Finanssialan henkilöstön koulutustaso tuhansina

Tutkimus tehtiin kvantitatiivisena, eli määrällisenä tutkimuksena ja se toteutettiin kyselytutkimuksena Webropolin avulla. Tutkimuksen päätavoite oli selvittää, millaisena tradenomiopiskelijat kokevat/kuvittelevat työn pankkialalla. Toissijaisena tavoitteena oli selvittää tradenomien asennoitumista myyntityöhön.

Tutkimus on rajattu koskemaan asiakaspinnassa tapahtuvaa työtä suomalaisissa pankeissa, sillä kyseisissä tehtävissä on usein runsaasti myyntityötä. Pankkityönä tässä opin- näytetyössä tarkoitetaan pääasiassa palveluneuvojan tai muun asiakaspalvelijan työtä. Työ on tehty henkilöasiakkaan näkökulmasta, eikä yritysmyyntillisiä asioita käydä läpi. Työni hyödyttää ennen kaikkea pankkialalle hakeutuvia tradenomeja, mutta toivon työn myös antavan uutta näkökulmaa omaan myyntityöhöni.

2 Pankkiala Suomessa

Vuonna 2014 Suomessa toimi yhteensä 262 pankkia. Lukuun on laskettu kotimaiset talletuspankit, ulkomaisten luottolaitosten sivuliikkeet ja tytäryhtiöt sekä investointipankit. Pankeilla on yhteiskunnassa keskeinen asema rahoituksen välittämisessä ja maksuliikenteen ohjaamisessa. Perinteisesti pankeilla on nähty olevan kolme pääasiallista tehtävää. Ensimmäisenä on rahoituksen välitys, toisin sanoen talletusten kanavoiminen rahoituksen tarvisijoille. Toinen tärkeä tehtävä on maksujen välitys, sillä valtaosa maksuista hoidetaan pankkien kautta. Kolmantena tehtävänä on riskien hallinta. Pankeilla on paljon informaatioita asiakkaista ja markkinoiden toiminnasta, joten pankin kyky arvioida asiakkaiden luotonmaksukykyä ja rahoitusta vaativien liiketoimien riskiä on usein erinomainen. Pankki- ja rahoitusalan toiminta on Suomessa säännelty tarkasti lainsäädännöllä. (Alhonsuo ym. 2009, 83)

Talletuspankilla tarkoitetaan luottolaitosta, jolla on oikeus vastaanottaa talletuksia sekä harjoittaa muuta laissa säädettyä luottolaitostoimintaa. Talletukset ovat takaisin maksettavia varoja, jotka ovat osittain tai kokonaan korvattava talletussuojarahaston varoista. Luottoyhteisö sen sijaan on luottolaitos, joka voi vastaanottaa muita takaisinmaksettavia varoja kuin talletuksia. Tällaisia tahoja ovat esimerkiksi rahoitusyhtiö sekä kiinnitysluottopankit. Vuonna 2014 Suomessa toimi kaiken kaikkiaan 291 luottolaitosta. Toiminta edellyttää toimilupaa, jonka finanssivalvonta myöntää. Pankki- ja rahoitusalan toiminta on Suomessa säännelty tarkasti lainsäädännöllä. Finanssivalvonta valvoo luottolaitosten toimintaa, vakavaraisuutta, riskienhallintaa ja riskinottoa. (Finanssivalvonta, 2015a)

Rahoituslaitokset eivät tarvitse toimilupaa, vaikka kuuluvatkin Finanssivalvonnan valvontaan. Rahoituslaitokset ovat yrityksiä, jotka eivät ole luottolaitoksia, mutta harjoittavat luotonantoa, rahoitusleasing-toimintaa tai muuta rahoitustoimintaa. Kyseiset laitokset eivät saa ottaa vastaan talletuksia tai harjoittaa varainhankintaa. (Finanssivalvonta, 2015a)

Finanssivalvonnan lisäksi Suomen luotto- ja rahoituslaitoksia valvoo myös Euroopan Unioni. Marraskuussa 2014 OP Ryhmä, Nordea Pankki Suomi Oyj sekä Danske Bank Oyj siirtyivät Euroopan Keskuspankin suoran valvonnan alaisiksi. EU:n vakavaraisuusasetus ja –direktiivi näkyy luotonannon ehtojen tiukentumisena, sillä pankkien on harkittava riskipitoista luotonantoa entistä enemmän. Suomen pankit ovat kuitenkin vakavaraisia, mikä on mahdollistanut luotonannon jatkumisen. Lokakuussa 2015 astui voimaan 2015 EU-alueen pankkeja koskevat maksuvalmiusvaatimukset. (Finanssiala, 2014a)

2.1 Pankkitoiminnan kehitys Suomessa

Ensimmäiset säästöpankit perustettiin Suomeen 1820-luvulla. Vuonna 1811 Turkuun perustettiin yksi maailman vanhimmista keskuspankeista, josta tuli 1840 Suomen pankki. Vuonna 1860 perustettiin ensimmäinen kiinnitysluottolaitos, Suomen Hypoteekkiyhdistys. Ensimmäinen liikepankki, Suomen Yhdyspankki perustettiin 1862 ja sen kilpailijaksi 1889 Kansallis-Osake-Pankki (KOP). Suomen valtion perustama Postipankki perustettiin 1887 ja osuuskassatoiminta alkoi vuonna 1902. Vuonna 1970 osuuskassoista muodostui osuuspankkeja. (Kontkanen 2011, 14)

Suomen rahoitusmarkkinat alkoivat vapautua 1980-luvulla, joka toi markkinoille ulkomalaisia pankkeja, uusia kotimaisia pankkeja sekä pankkiiriliikkeitä. Markkinoiden vapautumisen seurauksena pankkien liiallinen luotonanto ja -otto johtivat talouden ylikuumenemiseen ja 1990-luvun pankkikriisiin. Tämä johti osittain konttoriverkoston pienenemiseen ja henkilöstön vähenemiseen pankkialalla. Pankkikriisin jälkeen useat pankit fuusioituivat ja muodostui uusia finanssikonserneja. Nykyään monesta pankista saakin kaikki päivittäispankkipalveluista vakuutuksiin asti. (Kontkanen 2011, 14)

Vuonna 1989 suomalaisissa pankkikonserneissa työskenteli 53 000 henkilöä, kun taas vuoden 2014 enää 26 956 henkilöä. Vuodesta 2013 vuoteen 2014 henkilöstö väheni 3000 henkilöllä. Pankkikonttoreiden määrä on vähentynyt tasaisesti viime vuosikymmenien aikana. Konttoreita vuonna 2014 oli 1128, eli yli puolet vähemmän kuin 1990-luvun taitteessa. (Finanssiala, 2014a)

Konttoreiden supistuminen johtuu suurelta osin tietotekniikan kehityksestä ja itsepalvelun lisääntymisestä. Nykyään asiakkaiden tarpeet ovat kovin erilaiset kuin 20 vuotta sitten. Muutokset ovat vähentäneet pankkiasioinnin sekä työvoiman tarvetta huomattavasti. Suurin osa suomalaisista käyttää verkkopankkia laskujen maksuun sekä pankki- tai luottokorttia ostosten maksuun. Rutiininomaiset tehtävät, kuten kassapalvelut ovat vähentyneet konttoreissa huomattavasti. Sen sijaan konttorit ovat keskittyneet palveluneuvonnan laatuun sekä tuotteiden myyntiin. (Kontkanen 2011, 15, 70)

Nykypäivänä finanssialan palveluntarjoajat kokevat haasteita asiakastarpeiden täyttämässä. Suurin osa asiakkaista haluaa hoitaa pankkiasiansa helposti ja nopeasti. Digitalisaation myötä tämä on helppoa erilaisten mobiili- ja verkkopalveluiden myötä. Toisaalta toivotaan myös henkilökohtaista palvelua silloin kun sitä tarvitaan. Haasteena kotimaisille pankeille voidaan myös pitää globalisaatiota. Asiakkaan näkökulmasta internet on avannut markkinat niin kotimaisille, kuin ulkomaalaisillekin toimijoille. Palveluiden vertailu ja mahdollinen ostaminen on helppoa. Markkinoille on tullut myös uusia toimijoita mobiili-

maksamisen ja erilaisten mobiilisovellusten lisääntyessä. Esimerkiksi Applen lanseeraama maksukorttipäätepalvelu iZettle käyttää älypuhelimia ja tabletteja maksupäätteenään, jolloin pankkia välikätenä ei enää tarvita. Palvelu suunnattu nimenomaan pienyrittäjille helpo-
pona ja edullisena ratkaisuna korttimaksamisen lisääntymiseen. (Finanssiala, 2015a)

2.2 Hyvä pankkitapa

Hyvä pankkitapa koostuu asiakkaan ja pankin välisestä suhteesta sekä pankin toimintatapoja koskevista periaatteista. Sen tavoite on ylläpitää ja edistää luottamusta, toimivuutta ja avoimuutta pankkitoiminnassa. Vaikka kyse ei varsinaisesti ole laista, on hyvän pankkitavan noudattamisen vaatimus todettu laissa. Lisäksi pankin ja asiakkaan välistä suhdetta ohjaavat useat lait, määräykset ja ohjeet, joihin hyvä pankkitapa perustuu. Ohjeet on uudistettu 18.11.2015. (Finanssiala, 2015b).

Pankkien olleessa keskeisessä roolissa rahoituksen välittämisessä sekä maksuliikenteen hoitamisessa, tulee pankkien toimia vastuullisesti, rehellisesti ja ammattitaitoisesti kaikkia sidosryhmiä kohtaan. Henkilökunnan tulee olla tehtäviinsä soveltuvaa ja koulutettua. Lisäksi henkilökohtaa tulee asianmukaisesti ohjeistaa johtaa ja valvoa. (Finanssiala, 2015b)

Myös asiakassuhde perustuu rehellisyyteen ja luottamukseen. Pankkien on otettava huomioon asiakkaan etu, muun muassa antamalla tietoja eri palveluista. Asiakkaalla on oikeus vaihtaa pankkia milloin tahansa. Pankin on myös tunnettava asiakkaansa, johon tutustutaan tarkemmin seuraavassa luvussa. Jokaista pankissa työskentelevää henkilöä koskee myös pankkisalaisuus. Asiakastietoja saa käsitellä vain työtehtävien edellyttämässä laajuudessa. Pankki ei saa antaa asiakasta koskevia tietoja kenellekään ilman asiakkaan suostumusta tai ellei lain mukaan tiedonsaantiin oikeutettava henkilö niitä vaadi. (Finanssiala, 2015b)

Jokaisella kuluttajalla on oikeus peruspankkipalveluihin. Peruspankkipalveluihin katsotaan pankkitili, maksuväline sekä maksutapahtumien toteuttaminen, mutta esimerkiksi verkkopankki ei ole peruspankkipalvelu, sillä laskujen maksun voi hoitaa muutenkin. Pankilla on oikeus kieltäytyä peruspankkipalveluiden tarjoamisesta, esimerkiksi jos asiakasta ei pystytä tunnistamaan, eli asiakkaalla ei ole henkilöllisyyden todentamiseen soveltuvia asiakirjoja. Pankki voi myös katsoa, ettei asiakkaalla ole pankkipalveluille tarvetta ja kieltäytyä avaamasta palveluita. Näin voidaan menetellä esimerkiksi silloin, kun Suomessa oleskelu on vain väliaikaista. Pankki voi myös kieltäytyä palveluiden avaamisesta, jos epäilee pankkipalveluiden väärinkäyttöä. Maksuhäiriömerkinnän perusteella palveluiden avaamisesta ei saa kieltäytyä. (Finanssiala, 2015b; Finanssiala, 2015c)

Pankkien markkinoidessa palveluitaan on markkinoinnin oltava totuudenmukaista. Uusia palveluita käyttöönotettaessa on pankin ja asiakkaan tehtävä sopimus, jossa käy ilmi molempien osapuolten oikeudet ja velvollisuudet. On myös huolehdittava siitä, että sopimusehdot ovat asiakkaan ymmärrettävissä. (Finanssiala, 2015b)

Pankin on annettava asiakkaalle riittävät ohjeet maksu- ja luottopalveluiden käyttöön. Asiakkaalle on esimerkiksi kerrottava, kuinka säilyttää maksuvälineet ja tunnusluvut turvallisesti. Pankki on velvollinen korjaamaan mahdolliset virhekirjaukset viipymättä tai jos asiakas on vahingossa siirtänyt väärän henkilön tilille rahaa, on pankki velvollinen antamaan henkilön yhteystiedot siirtäjälle, jotta hän voi pyytää rahojen palautusta. Luottoa myöntäessä on asiakkaan luottokelpoisuus arvioitava huolellisesti. Myös asiakkaalla on velvollisuus arvioida kykyään selviytyä luotonhoitokustannuksista. Yritysluottoa myöntäessä tulee ottaa huomioon lainanhakijan toiminnan menestymisen mahdollisuudet. Maksuviivästystilanteessa pankin tulee auttaa maksujärjestelyissä. (Finanssiala, 2015b)

Sijoitus- ja säästämispalveluita tarjotessa pankin on kartoitettava asiakkaan taloudellinen tilanne, sijoituskokemus ja -tietämys sekä sijoituksen tavoitteet. Asiakkaalle on kerrottava rehellisesti ja ammattimaisesti sijoitusten riskit, tuotot ja kulut. (Finanssiala, 2015b)

Hyvässä pankkitavassa mainitaan myös valtakirjalla asiointi sekä asiakaspalautteiden käsittely. Valtakirjan on oltava yksilöity ja siinä on oltava valtuuttajan allekirjoitus. Pankki voi evätä valtakirjan, jos epäilee väärinkäytöstä tai valtakirja on muuten puutteellinen. Eväys on mahdollista myös, jos pankki katsoo, että valtuuttajan oikeudellinen toimintakyky on heikentynyt siten, ettei ymmärrä täysin mitä tekee. Pankin on käsiteltävä asiakaspalautteet asianmukaisesti ja vastattava valituksiin kohtuullisessa ajassa. (Finanssialan Keskusliitto, 2015b)

2.3 Asiakkaan tunteminen

Suomen lainsäädäntö velvoittaa pankkeja tunnistamaan ja tuntemaan asiakkaansa. Tunnistamisella tarkoitetaan henkilöllisyyden todentamista. Henkilöllisyyden todentamiseen käyvät vain luotettavasta lähteestä hankitut asiakirjat, kuten suomalaisen viranomaisen myöntämä passi, henkilökortti tai ajokortti. Myös tuntemiseen soveltuvat väliaikainen henkilökortti, kuvallinen kelakortti, muukalaispassi, pakolaisen matkustusasiakirja ja diplomaattipassi. Näillä henkilöllisyydestodistuksilla ei useimmiten kuitenkaan saa avata uusia palveluita, kuten verkkopankkia. Ulkomaisista henkilöllisyys-

todistuksista hyväksytään voimassa oleva passi, tai EU-alueen henkilökortti. Palveluntarjoaja voi kuitenkin omien riskienhallintaperiaatteiden perusteella päättää, mitkä asiakirjat hyväksytään henkilöllisyyden todentamiseen. (Finanssivalvonta, 2016)

Tunnistamisen lisäksi pankkien on tunnettava asiakas. Pankissa siis tulee olla asiakkaan henkilötietojen lisäksi myös tiedot taloudellisesta asemasta, palveluiden käyttö-tarkoituksesta sekä asiakkaan toiminnasta. Pankki on myös velvollinen kysymään tilille tulevien varojen alkuperää. Asiakkaan kirjallisen selvityksen lisäksi voidaan pyytää todistuksia liiketoiminnasta, rekisteriotteita tai muita asiakirjoja, kuten esimerkiksi kauppakirjoja. (Finanssivalvonta, 2016)

Pankki on oikeutettu kysymään asiakkaalta käteisten varojen alkuperää, kun käteistalletusten määrä poikkeaa asiakkaan normaalista rahaliikenteestä. Myös käteismaksuista täytyy kysyä rahojen alkuperä ja vaikkei laskun maksaja olisi pankin asiakas, on hän tunnistettava virallisesta henkilöllisyystodistuksesta. (Finanssivalvonta, 2016)

Pankin tulee myös tietää, onko asiakas itse, tai joku asiakkaan lähipiiristä poliittisesti vaikutusvaltainen henkilö. Poliittisesti vaikutusvaltaisiksi henkilöiksi lasketaan valtionpäämiehet, ministerit, parlamentin jäsenet, ylimmän oikeusasteen jäsenet, valtion varainhoitoa tarkastavan ylimmän päättävän elimen jäsenet, keskuspankin johtokunnan jäsenet, suurlähettiläät tai asianhoitajat, kenraalikuuntaan kuuluvat upseerit tai valtion kokonaan omistaman yrityksen johtotehtävissä työskentelevät. Lähipiiriin lasketaan puoliset, lapset ja heidän puoliset sekä vanhemmat. Poliittisesti vaikutusvaltaisiksi henkilöiksi ei vielä toistaiseksi lasketa Suomessa toimivia suomalaisia poliitikkoja. Asiakkaan kytköksistä USA:han on myös otettava selvää maiden välisten verotietojen vaihtovelvoitteen johdosta. (Finanssivalvonta, 2016)

Henkilöasiakkaiden lisäksi yritysasiakkaat on tunnistettava riippumattomista asiakirjoista, kuten kaupparekisteriotteesta. Pankin tulee myös saada tietoa yrityksen toimialasta, liikevaihdosta, rakenteesta sekä omistajista. Pankki voi siis pyytää yritysasiakkailta tilinpäätöstietoja, yhtiöjärjestyksiä tai muita dokumentteja. Ulkomaalaiselta yritykseltä vaaditaan useimmiten samat dokumentit, mutta vielä niiden lisäksi suosituskirje suomalaisen pankin ulkomaiselta kirjeenvaihtajapankilta. Pankin on lisäksi tunnistettava yrityksen edunsaajat ja omistajat. (Finanssivalvonta, 2016)

Asiakkaalle on tärkeää tehdä selväksi, ettei asiakkaan tunteminen ja siihen liittyvät kysymykset ole utelua, vaan pankilla on lakisääteinen velvoite tuntea asiakkaansa. Pankkitoi-

minnan peruste on molemminpuolinen luottamus, joka muodostuu palvelusta, oikeista ratkaisuksista sekä asiakkaan tuntemisesta. Kysymysten tarkoitus on kartoittaa asiakkaan elämäntilanne, jotta pankki pystyy tarjoamaan parhaat ratkaisut asiakkaalle. Osa kysymyksistä on tosin täysin lakiin perustuvia, kuten selvitys siitä, onko asiakas itse tai joku lähipiiristä poliittisesti vaikutusvaltainen henkilö tai onko asiakkaalla maksuliikennettä korkean riskin maihin. (Nordea, 2015a)

Yleisesti kysymykset perustuvat rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estämisen ja selvittämisen lakiin, jonka tavoite on *estää rahanpesua ja terrorismin rahoittamista, edistää tällaisen toiminnan paljastamista ja tutkintaa sekä tehostaa rikoksen tuottaman hyödyn jäljittämistä ja takaisinsaantia*. (Finlex, 2008)

3 Myyntityö pankkialalla

Viime vuosina pankkialalla tapahtuneiden muutosten myötä myyntityöstä on tullut entistä tärkeämpi osa pankkien päivittäistä toimintaa. Asiakkaiden hoitaessa itse laskun maksun ja maksaessa kortilla eri palveluista, vähentyvät rutiininomaiset työt konttoreissa, kuten peruskassapalveluiden tarjoaminen. Asiakkaiden käydessä konttoreissa harvemmin, korostuvat palveluneuvonnan laatu sekä palveluiden myyminen entisestään. (Kontkanen 2011, 70)

Nykypäivänä asiakkaiden on helppo hankkia tietoa tuotteista ja palveluista. Internetistä selaamalla löytyy helposti kaikki pankkien palvelumaksuista asiakaskokemuksiin. Asiakkaiden on helppo vertailla tuotteita ilman myyjänkin apua. Myös globalisaatio on tuonut uusia haasteita pankeille fuusioitumisten lisäksi ulkomaalaisten rahoituslaitosten rantautuessa Suomeen. (Laine 2008, 23-24)

Palveluneuvojilta vaaditaan osaamisen soveltamista erilaisissa myynti- ja palvelutilanteissa. Myytävät tuotteet vaihtelevat pankkitoimihenkilön työn kuvasta riippuen. Kassapalveluissa myydään esimerkiksi asiakastapaamisia henkilökohtaisille pankkineuvojille ja verkkopankkitunnuksia. Palveluneuvojat sen sijaan myyvät luottokortteja ja säästösopimuksia. Sijoitusasiantuntijat myyvät sijoitussopimuksia ja henkilökohtaiset pankkineuvojat asuntolainoja. (Kontkanen 2011, 70)

Kuten jokaisen myyjän, myös palveluneuvojien tulee tuntee myymänsä tuotteet sekä yleiset markkinat. On myös hyvä tietää mitä kilpailijoilla on tarjolla, jotta osaa vastata asiakkaan mahdollisiin kysymyksiin, miksi valita juuri tämän pankin tuote. Palveluneuvojalta vaaditaan myös hyviä kommunikaatio- ja ongelmanratkaisukykyjä. Neuvojan on myös osattava tunnistaa asiakkaan tarpeet. (Jobber & Lancaster 2009, 249)

3.1 Lainsäädäntö ja rajoitukset

On myös hyvä muistaa, että myyntityö pankissa eroaa perinteisestä myyntityöstä muun muassa lainsäädännön puitteissa. Toki esimerkiksi kuluttajasuojalaki koskee tavallistakin kuluttajakauppaa, mutta arvopaperimarkkina-alueella säädetään rahoitusvälineiden markkinointia, arvopaperien tarjoamista sekä julkisen kaupankäynnin kohteeksi hakemisen yhteydessä laadittavia markkinointiaineistoja. Finanssivalvonta antaa lainsäädännön lisäksi ohjeet rahoituspalveluja tarjoaville toimijoille. Sääntelyn tavoitteena on edistää hyvän tavanmukaisia menettelytapoja sekä lisätä asiakkaan luottamusta rahoitusmarkkinoiden toimintaan. Asiakkaalle on annettava riittävät tiedot päätöksen teon tueksi kaikessa

finanssialan toiminnassa. Asiakkaalta on myös selvitettävä kaikki olennaiset tiedot, jotta voidaan arvioida hänen taloudellinen tilanne, vakuutusturvan kartoittaminen tai tietämys sijoitusmaailmasta. Vaatimukset eroavat sen mukaan, mitä rahoituspalveluja asiakkaalle tarjotaan. Myös EU:n lainsäädäntö eroaa hieman siinä, minkälaista tietoa rahoituspalveluista on annettava asiakkaalle. (Alhonsuo ym. 2009, 139)

Finanssialan palveluita myytäessä sovelletaan kuluttajasuojalaista useita lukuja. Lain mukaan markkinointi ei saa olla hyvän tavan vastaista, eikä siinä saa käyttää sopimatonta menettelyä. Tuotteesta ei saa antaa totuudenvastaista, eikä harhaanjohtavaa tietoa. Eri-tyisen tärkeää finanssipalveluita tarjottaessa on antaa asiakkaalle riittävät tiedot tuotteesta. Myöskään aggressiivista menettelyä ei saa käyttää. Aggressiivisena menettelynä pidetään muun muassa pakottamista tai muunlaista asiakkaan painostamista. Finanssialalla on myös huomioitavaa se, että kuluttajasuojalaki koskee vain kuluttajia, joihin ei finanssivalvonnan mukaan lueta esimerkiksi suuria ja keskisuuria yrityksiä, jotka kuitenkin ovat pankin asiakkaita. (Alhonsuo ym. 2009, 137)

Markkinointia ja tiedonantovelvollisuutta säännellään kuluttajasuojalain luvuissa 6a ja 7, jotka käsittelevät etämyyntisäännöksiä sekä kulutusluottoja. Etämyynnillä tarkoitetaan rahoituspalvelun tarjoamista asiakkaalle etäviestimen, eli puhelimen, internetin tai muun laitteen välityksellä, jolloin sopimuksen osapuolet eivät ole läsnä yhtä aikaa samassa paikassa. Kulutusluottoja markkinoitaessa on huomioitava, että markkinoinnin tulee olla asiallista ja maltillista. Luoton riskit on tuotava selkeästi esille ja ilmoitettava luoton todellinen vuosikorko. Luoton ominaisuudet, kuten onko kyseessä kerta- vai tililuotto on oltava selkeästi esillä. (Alhonsuo ym. 2009, 138-139)

Arvopaperimarkkinalaki koskee rahoitusvälineiden markkinointia, kuten säästämisen ja sijoittamisen palveluita. Näitä palveluita markkinoidessa täytyy palvelun tarjoajan noudattaa arvopaperimarkkinalain luvussa 4 säädettyä arvopaperien kauppaa- sekä sijoituspalvelun ja oheispalvelun tarjoamisessa mainittavaa menettelytapaa. Hyvän tavan vastainen tai muuten sopimaton menettely sijoituspalveluiden tarjoamisessa on kielletty. Palveluja ei saa myöskään markkinoida totuudenvastaisesti eikä harhaanjohtavasti. Arvopaperimarkkinalaissa säädetään myös luottolaitospalveluita ja niiden markkinointia. Lain mukaan luottoja tulisi myös markkinoida niin, että vältettäisiin asiakkaiden liiallinen velkaantuminen. Myös luoton tarjoaja sekä minkä luottolaitoksen palvelua markkinoidaan on käytävä ilmi. (Alhonsuo ym. 2009, 141)

Ennen sijoituspalveluiden tarjoamista asiakkaalle, jaotellaan asiakkaat ei-ammattimaisiin ja ammattimaisiin asiakkaisiin. Useimmiten kaikki yksityisasiakkaat, sekä pienet yritykset

ja yhtiöt, luokitellaan ei ammattimaisiin asiakkaisiin. Ammattimaisiin asiakkaisiin lasketaan yleensä isommat yritykset, sekä asiakkaat, joiden katsotaan itse ymmärtävän sijoitusten riskit sekä tekemään itsenäisiä päätöksiä. (Finanssivalvonta, 2012)

Ei-ammattimaisille asiakkaille on annettava tarkat sopimusehdot sekä riittävät tiedot palveluntarjoajasta ja palveluista. Palveluntarjoajan on hankittava asiakkaasta riittävät tiedot asiakkaan taloudellisesta asemasta sekä sijoituskokemuksesta ja -tietämyksestä. Jos palveluntarjoaja ei saa tarvittavia tietoja, ei hän saa suositella asiakkaalle kyseistä sijoituspalvelua. Tämä tulee ottaa huomioon sijoituspalveluja myydessä. Ammattimaiselle asiakkaalle riittää, että antaa yleiskuvauksen sijoituspalveluiden luonteesta ja riskeistä, jos se on tarpeellista asiakkaan sijoituskokemus huomioon ottaen. (Alhonsuo 2009, 142-143)

Ei kuitenkaan riitä, että asiakkaalle vain kerrotaan asiat, on myös varmistettava, että asiakas ymmärtää mitä tekee. Esimerkiksi vuonna 2015 uutisoitiin laajasti siitä, kun asiakasta oli neuvottu vaihtamaan osakkeitaan kapitalisaatiosopimukseen, josta johtuen asiakas joutui maksamaan 100 000 euroa veroja. Pankki sen sijaan sai pankin tuotteisiin siirrettyä omaisuudesta noin 10 000 euroa palkkiota vuodessa, kun taas osakkeista pankki ei olisi saanut juuri mitään. Vaikka lakia ei varsinaisesti rikottu, toi tapahtuma luonnollisesti huonoa mainetta pankille. Finanssivalvonnan mukaan erityisesti iäkkäiden henkilöiden kanssa on oltava varovainen sijoituspalveluita tarjottaessa. Pankki on myös velvoitettu hoitamaan asiakkaan omaisuutta huolellisesti sopimuksen mukaisesti sekä toteutettava toimeksiannot huolellisesti. (HS 2015; Finanssivalvonta 2012)

3.2 Myyntiprosessi

Tässä osioissa syvennyttään myyntiprosessiin ja myynnin eri vaiheisiin yleisellä tasolla. Myyntiprosessin ei tulisi olla liian kaavamainen ja teoreettinen vaan pikemminkin kokemuksen perusteella muotoutunut yhdistelmä teoriaa ja käytäntöä. Myyjän täytyy myös muistaa, ettei asiakasta saa painostaa ostamaan tuotteita. Tärkeämpää on tunnistaa asiakkaan tarpeet ja tarjota hänelle ratkaisuja tarpeidensa tuottamiseen. Seuraavana on kuitenkin kuvattu yksi perinteisimmistä myyntiprosesseista. (Laine 2008, 70)

Myyntiprosessi alkaa useimmiten siitä, kun asiakas tulee pankkiin. Voi olla, että asiakas on itse tunnistanut tarpeensa tulla pankkiin, esimerkiksi jos hänellä on ylimääräisiä sijoitettavia varoja tai hän haluaa asuntolainaa. Voi myös olla, että asiakas on kutsuttu pankkiin päivittämään asiointiaan. Asiakkaan tullessa ajanvarauksella on palveluneuvoja pystynyt valmistautumaan tapaamiseen. (Alhonsuo ym. 2009, 70)

Ennakovalmistautuminen luo asiakkaalle kuvan ammattimaisesta myyjästä ja yrityksestä sekä saa asiakkaan tuntemaan, että hän on tärkeä. Valmistautuminen säästää niin palveluneuvojan kuin asiakkaankin aikaa, jotta tarvekartoitusta ei tarvitse aloittaa alusta. Asiakas voi saapua pankkiin myös vuoronumerolla, jolloin palveluneuvojalla ei ole aikaa valmistautua tapaamiseen. Tällöin tapaaminen on aloitettava suoraan tarvekartoituksesta. (Rubanovitsch 2007, 42-43)

Tärkeintä myyntityössä on asiakkaan tarpeiden kartoitus. Usein asiakkaat eivät itsekään tiedä, mitä tarvitsevat, vaan tarpeiden selvittäminen jää myyjän tehtäväksi. Pankkialan sanasto ja tuotteet voivat olla asiakkaalle hankalia ymmärtää, joten asiakkaan voi olla vaikea kertoa, mitä hän on vailla. Palveluneuvojan onkin hyvä muistaa käyttää kieltä, mitä myös asiakas ymmärtää (Jobber & Lancaster 2009, 251-252).

Pankkialalla asiakkaiden tarpeiden kartoitus tehdään usein kuin itsestään asiakkaan tuntemisen yhteydessä. Kartoittaessa asiakkaan pankkiasiointia on helppo huomata, onko asiakkaalla tarvetta sijoittaa, ottaa luottoa tai kenties avata verkkopankki. Tarvekartoituksen ideahan on ottaa selvää, millaisen asiakkaan kanssa ollaan tekemisessä. (Rubanovitsch 2007, 42-43).

Tarvekartoituksen aikana myyjän on kuunneltava, mitä asiakas haluaa. Kartoituksen pääasiallinen tarkoitus ei ole niinkään esitellä tuotteita ja niiden hyötyjä, vaan nimensä mukaan selvittää asiakkaan tarpeet. Varsinkaan pankkialalla myynnin ei tule olla pakkomyyntiä, vaan pikemminkin keino löytää asiakkaalle parempia ratkaisuja. Pankilla voi olla tarjota esimerkiksi säästötili tai uusia rahastosäästösopimuksia, jotka asiakkaalle sopisivat paremmin. (Jobber & Lancaster 2009, 251-252).

Tavoitteena tarvekartoituksessa on selvittää myös asiakkaan tulevaisuuden näkymiä, sekä palveluun tai tuotteeseen liittyviä odotuksia. Kuten aikaisemmin on mainittu, tarvekartoituksen ja asiakkaan tuntemisen tarkoitus ei ole saada asiakasta vaivautuneeksi ja tuntemaan olonsa kuin olisi kuulusteltavana, joten kysymykset on hyvä esittää keskustelun muodossa ja antaa asiakkaan puhua enemmän. Erityisesti keskustellessa asiakkaan varallisuudesta, on tärkeää, ettei palveluneuvoja oleta asioita. Vaikka kyseisessä pankissa asiakkaalla ei varoja olisikaan, voi hänellä olla sijoituksia muissa rahoituslaitoksissa tai vaikka asunnoissa. (Rubanovitsch 2007, 77-78, 90).

Hyvin tehdyn tarvekartoituksen perusteella palveluneuvojan on helppo tarjota asiakkaalle tuotteita ja/tai palveluja, jotka täyttävät asiakkaan tarpeet. Palveluneuvojan tulisi keskittyä tuotteen tai palvelun ominaisuuksien sijasta siihen, mitä hyötyä siitä on asiakkaalle. (Rubanovitsch 2007, 98)

Asiakas ei osta, ellei hän koe, että tuotteesta tai palvelusta on hänelle hyötyä. Siksi on tärkeää, että palveluneuvoja osaa tarjota asiakkaalle tuotetta, josta asiakas todella tuntee kokevansa hyötyä. Usein myyjiä kehoitetaan puhumaan nimenomaan hyödyistä, joita asiakas saa hankkimalla tuotteen, ei niinkään ominaisuuksista. Pankkityössä laki kuitenkin velvoittaa palveluneuvojaa käymään läpi tuotteen ominaisuudet ja riskit tarkemmin kuin perinteisessä myyntityössä. (Laine 2008, 54-55)

Optimaalinen tilanne olisi, että palveluneuvoja osaisi esitellä tuotteiden ja palveluiden hyödyt niin hyvin, että asiakas olisi valmis ottamaan palvelut käyttöön saman tien. Näin kuitenkin käy melko harvoin. Jos asiakas haluaa jäädä miettimään, useimmiten hän ei tule ostamaan tuotetta tai ostaa sen kilpailijalta. Moni myyjä kokee torjumiseksi tulemisen kurjana, joten kaupan päätös voi jäädä tekemättä. Tärkeintä olisi ajoittaa kaupan päätös oikealle hetkelle ja rohkeasti ehdottaa sopimuksen allekirjoittamista ja päättää kauppa. (Jobber & Lancaster 2009, 168)

Asiakkaista on huolehdittava myös kaupanteon jälkeen. Pankkialalla asiakkaan seuranta ja jälkihoito ovat kaksi erittäin tärkeää asiaa. Pankit tavoittelevat pitkäkestoisia keskitettyjä asiakkuuksia. Pankin osalta tämä tarkoittaa säännöllistä yhteydenpitoa asiakkaisiinsa. Usein asiakkaita kutsutaan vuositapaamiseen päivittämään asiointiaan tai soitetaan muuten vain säännöllisin väliajoin, jotta pidetään huoli, että pankkiasiat ovat ajan tasalla. (Alhonsuo ym, 63-64)

3.3 Tuotteet & hinnoittelu

1990-luvun pankkien fuusioitumisten jälkeen alalle on syntynyt useita finanssikonserneja, niin sanottuja ”finanssitavarataloja”, joista saa lähes kaikki finanssialan palvelut samasta paikasta. Osa toimijoista taas toivoo erikoistumisen tuovan heille sopivan asiakaskunnan. Säästö- ja osuuspankit taas luottavat rajattujen paikallisten palveluiden tuottamiseen. Vaikka tuotteille ei ole olemassa standardia, asettaa lainsäädäntö vaatimuksia niin sisällölle kuin menettelytavoillekin. Pankkien tuotteet vaihtelevat suuresti, joten niiden vertailu voi olla haastavaa. (Alhonsuo ym. 2009, 64)

Pankit jakavat asiakkaan useimmiten henkilö- ja yritysasiakkaisiin. Näiden ryhmien sisällä asiakkaat jaotellaan pienempiin segmentteihin. Yritysasiakkaat jaotellaan usein suuriin, pieniin ja keskikokoisiin, yhteisöihin, yhdistyksiin sekä julkisyhteisöihin. Henkilöasiakkaat jaotellaan yleensä varallisuuden ja/tai iän perusteella. Tietyille kohderyhmälle tarjotaan heille sopivia tuotteita. (Alhonsuo ym. 2009, 65)

Henkilöasiakkaiden peruspankkipalveluihin kuuluvat päivittäispalvelut eli tilit, kortit ja pankkitunnukset. Peruspalveluiden lisäksi asiakkaalla voi olla lainapalveluita, sekä erilaisia säästö- ja sijoituspalveluita tai varainhoitopalveluita. Monet pankkikonsernit tarjoavat nykyään myös vakuutuspalveluita. (Alhonsuo ym. 2009, 65)

Vaikka hintaa pidetään yhtenä tärkeimpänä asiana vakuutus- ja pankkipalveluita valittaessa, ei se välttämättä ole keskeisin kysymys pankkipalveluita myytäessä perinteiseen myyntityöhön verrattuna. Pankeilla on harvemmin käytössään alennusmyyntejä tai muita suoramarkkinointikampanjoita. Lisäksi monet tuotteet tai palvelut pankkialalla ovat asiakkaalle maksuttomia asiakkuudesta riippuen. Usealla pankilla on käytössään asiakasohjelma, jossa kyseiseen pankkiin enemmän keskittävät saavat rahanarvoisia etuja. Esimerkiksi Osuuspankissa on keskittämällä mahdollisuus kerätä OP-bonuksia, joilla useimmat palvelumaksut voi kustantaa. (OP, 2015; Finanssiala, 2015a).

Nordeassa taas on mahdollista päästä avainasiakkaaksi 30.000 euron säästöillä tai lainoilla ja omistamalla viisi erilaista Nordean tuotetta tai palvelua. Avainasiakkaan etuja ovat muun muassa ilmainen verkkopankki sekä luottokortti. Myös nuorille asiakkaille on useimmiten erillinen asiakkuusohjelma, kuten Nordeassa esimerkiksi 18-28 vuotiaille suunnattu Check-In asiakkuus, jossa muun muassa Visa Electron ja verkkopankki ovat maksuttomia. (Nordea, 2016)

Kilpailun kiristyessä pankkipalveluiden hinta kuitenkin on pankille entistä tärkeämpi keino hankkia asiakkaita. S-Pankki esimerkiksi on mainostanut peruspankkipalveluitaan maksuttomiksi, mutta muun muassa automaattinostot viidestä nostokerrasta ylöspäin kuukaudessa ovat maksullisia. S-pankkiin liittyessä ja S-etukortin hankkiessa on myös maksettava 100 euron osuusmaksu. (HS, 2014; Taloussanomat, 2015)

Monet pankit, kuten Danske Bank ja Nordea ovat korottaneet palvelumaksujaan vuoden 2016 aikana. Hinnankorotuksen perusteena on yleinen hintatason nousu, jota kuvaa kuluttajahintaindeksin muutos. (Kauppalehti, 2016)

3.4 Eettisyys & asiakaslähtöisyys

Eettisyys ja asiakaslähtöisyys ovat nousseet viime aikoina yhdeksi avainkysymykseksi finanssipalveluita tarjottaessa. Nykypäivänä asiakkaiden tarpeet ovat suuressa muutoksessa. Digitalisaation myötä suurin osa pankkiasioinnista on itsepalvelua, mutta asiakkaat toivoisivat palveluntarjoajilta asiakaslähtöisyyttä. Finanssialan keskusliiton tekemän tutkimuksen ”Hyvinvoiva finanssiala 2014-2015” mukaan asiakkaat pitävät finanssialan eettisyyttä sekä asiakaslähtöisyyttä melko heikkona. Pankkien asiakaslähtöisyys ei ole välttämättä pysynyt mukana alan kehityksessä. (Finanssiala, 2015a)

Varsinkin nuoret asiakkaat toivovat pankeilta joustavampia aukioloaikoja, erityisesti iltaisin ja viikonloppuisin. Vaikka suurin osa pankkiasioinnista tapahtuu nykypäivänä verkossa tai muita digitaalisia kanavia käyttäen, kaipaavat asiakkaat myös osaavaa, henkilökohtaista palvelua, kun sitä tarvitsevat. Moni suomalainen pankki onkin jo vastannut asiakkaiden tarpeisiin. Esimerkiksi Nordea pankki on jo laajentanut muutaman konttorin aukioloaikoja lauantaille. Myös online verkkotapaamisen henkilökohtaisen pankkineuvojan kanssa voi sopia arkisin 7.30-22.00 omalle kotisohvalle. Nordean sekä Dansken Bankin asiakaspalvelut palvelevat myös vuorokauden ympäri. (Nordea, 2015b)

Tutkimuksen mukaan nykyisiä keinoja kartoittaen asiakkaan tarpeita pidettiin heikkona ja koettiin, että pankissa myydään sitä, mikä pankille parhaiten sopii, ei niinkään, mitä asiakas oikeasti tarvitsisi. Pankkiasioinnista toivottiin myös rennompaa, sillä konttorit koetaan varsinkin nuorten asiakkaiden mielestä melko virastomaisiksi. Tutkimukseen osallistuvat toivoivat, että pankkipalvelut olisivat verrattavissa kaupassa käyntiin. Yleisesti ottaen asioinnin toivottiin olevan helppoa ja yksinkertaista. Pankkitoiminnan haluttiin myös olevan nykyistä rehellisempää, läpinäkyvämpää ja selkeämpää. (Finanssiala, 2015a)

Voidaan yleisesti sanoa, että pankkisektori ei ole aikaisemmin juurikaan kiinnittänyt huomiota eettisyyteen tai ympäristöön. Sijoittajien ja ympäristöjärjestöjen paineet ovat kuitenkin saaneet pankkialan kiinnittämään huomiota eettisyyteen muun muassa tarjoamalla ympäristöystävällisiä sijoituskohteita. Osa investoijista ei myöskään lainaa rahaa epäilyttäville tahoille, kuten asevalmistajille tai uhkapeliyrityksille. (Casu ym. 2015, 42)

Hyvinvoiva Finanssiala -tutkimuksen mukaan asiakkaat arvostavatkin aiempaa enemmän eettistä ja vastuullista toimintaa palveluntarjoajaltaan. Vain kolmannes tutkimukseen osallistuneista on sitä mieltä, että pankit ja vakuutusyhtiöt toimivat näin. Tästä huolimatta asiakkaat luottavat palveluntarjoajiinsa ja pitävät tietoturvaa ja yksityisyydensuojaa korkeana.

Alkuvuodesta 2016 paljastunut Panaman tietovuoto vaikuttaa varmasti paljon asiakkaiden näkemyksiin eettisesti toimivasta finanssialasta. Toimittajille vuodettiin yli 11 miljoonaa asiakirjaa panamalaisesta Mossack Fonseca -asianajotoimistosta, joista kävi ilmi, että muun muassa pohjoismainen finanssikonserni Nordea on perustanut satoja veroparatiisi-yhtiöitä Panamaan. Vaikka yhtiöiden perustaminen veroparatiisiin ei välttämättä ole laitonta, on skandaali vaikuttanut paljon Nordean julkisuuskuvaan. (HS, 2016)

4 Empiirisen tutkimuksen toteuttaminen

Tässä osiossa kerrotaan tarkemmin tutkimuksen toteuttamisesta sekä analysoidaan tutkimustulokset. Tutkimusprosessi koostui tutkimusongelman hahmottelusta, kyselylomakkeen laatimisesta ja lähettämisestä sekä tutkimustulosten analysoinnista. Aluksi kerrotaan tarkemmin tutkimusmenetelmästä ja tutkimuslomakkeen laatimisesta sekä tavoitteiden asettelusta. Toisessa osiossa pureudutaan tutkimustulosten analysointiin.

4.1 Tutkimusmenetelmä

Empiiriset tutkimukset voidaan jaotella kahteen eri ryhmään, kvantitatiivisiin eli määrällisiin tutkimuksiin sekä kvalitatiivisiin eli laadullisiin tutkimuksiin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa selvitetään lukumäärien sijasta miksi ja miten jotain tehdään. Tutkimusaineistot ovat usein pienempiä kuin kvantitatiivisissa tutkimuksissa, sillä kvalitatiivista materiaalia on hankalampi käsitellä. Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa nimensä mukaan mitataan numeroarvoja ja tutkimusaineisto on laajempaa. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin kuten, ”mikä”, ”missä” ja ”kuinka paljon”. Kvantitatiiviset voidaan edelleen jakaa kysely-, kokeellisiin ja havainnoiviin tutkimuksiin. (Nummenmaa ym. 2014, 15)

Tämä tutkimus on kvantitatiivinen kyselytutkimus. Tutkimuksen tavoite on selvittää, kuinka tradenomiopiskelijat kokevat/kuvittelevat myyntityön pankkialalla. Kyselyssä selvitetään myös tradenomiopiskelijoiden näkemyksiä myyntityöstä yleisesti. Tutkimuksen tavoitteena oli saada selville mahdollisimman monen tradenomiopiskelijan näkemys myyntityöhön liittyen. Kvantitatiivinen kyselytutkimus sopi näin ollen tutkimukseen parhaiten. Tutkimuksen perusjoukkona piti olla Haaga-Helian rahoitukseen suuntautuneet opiskelijat, mutta kyselyä ei koulun mukaan voinut suunnata tälle joukolle, vaan kysely lähetettiin kaikille liiketalouden opiskelijoille.

Haaga-Heliassa opiskelijat käyvät ensin perusopintoja 90 opintopisteen verran, jonka jälkeen valitsevat suuntautumisvaihtoehdon, eli toisin sanoen ASO-opintokokonaisuuden. Vaihtoehdot ovat rahoitus, laskentatoimi, HRM ja johtaminen, kansainvälinen liiketoiminta ja logistiikka, mainonta- ja yritysviestintä, markkinointi ja myynti sekä yrittäjyys. Valitsemastaan ASO kokonaisuudesta on käytävä vähintään A- ja B-ASO-opinnot 30 opintopistettä. C-ASoksi opiskelija voi käydä käytännössä minkä tahansa suuntautumisvaihtoehdon ASO-opinnot, jotka ovat yhteensä 15 opintopistettä. (Haaga-Helia, 2016)

4.2 Kyselylomake

Kyselyn toteuttamisessa keskeisin osa oli kyselylomake ja sen laatiminen. Halusin kyselylomakkeesta mahdollisimman lyhyen ja ytimekkään, jossa kysymysmuotona on pääasiallisesti monivalintakysymykset. Monivalintakysymyksiin on helpompi ja nopeampi vastata ja aineistoa on helpompi käydä läpi. Kyselylomakkeen laatimiseen apuna käytettiin sähköistä Webropol ohjelmaa, jonka avulla kyselyiden laatiminen ja vastausten käsittely on tehokasta.

Kyselylomakkeen laatimisessa haastavinta oli se, ettei voinut tietää kuinka moni opiskelijoista on ollut pankissa töissä ja kuinka moni ei. Kyselyn tavoite oli kartoittaa, miten jo pankissa työskennelleet kokivat myyntityön ja vastasiko myyntityön määrä sitä, mitä he olivat ajatelleen. Lopulta kyselylomake jaettiin kahteen osaan, siten, että pankissa työskennelleille ja ei-työskennelleille tuli hieman eri kysymykset. Webropol ohjelmalla on mahdollista luoda kysely niin, että tiettyyn kysymykseen tietyllä tavalla vastanneille tulee eri kysymykset. Tämä oli erittäin hyvä ominaisuus työn kannalta.

Ensimmäisessä osiossa kysyttiin vastaajan perustietoja, kuten ikää, sukupuolta, työkokemusta sekä suuntautumisvaihtoehtoa. Kysymys numero kolme, jossa kysytään suuntautumisvaihtoehtoa, lisättiin jälkikäteen, kun selvisi, ettei lomaketta lähetettykään vain rahoituksen opiskelijoille. Kysymyksessä numero kuusi kysytään, onko ollut pankissa töissä vai ei. Jos vastasi ei, hyppäsi kysymys suoraan myyntityöhön ja pankkityöhön yleisesti liittyviin kysymyksiin, jos vastasi kyllä, niin kysymykset käsittelivät pankkityötä tarkemmin.

Osio kaksi näkyi siis vain vastaajille, jotka ovat työskennelleet pankissa. Osiossa selvitettiin tarkemmin, missä asemassa vastaaja on työskennellyt ja kuinka kauan. Kysymykset 9-12 kartoittivat vastaajan kokemuksia myyntityöstä pankkialalla, kuten oliko myyntityötä odotuksiin nähden enemmän vai vähemmän sekä millaiseksi vastaaja koki myyntityön.

Kolmas osio oli sama kaikille vastaajille. Kysymyksissä 13 ja 14 kysyttiin, houkutteleeko pankki tulevana työnantajana ja missä asemassa vastaaja mieluiten työskentelisi. Kysymykset 15-19 käsittelivät myyntityötä yleisesti. Osiossa neljä käsiteltiin sen sijaan myyntityötä pankkialalla ja sitä, onko vastaajalle kenties ikinä myyty pankissa mitään ja mitä pankissa yleisesti myydään. Lopuksi vastaajilta kysyttiin, ajatteliko opiskelija rahoituksen suuntautuessa, että tuleva toimenkuva sisältäisi myyntityötä ja toivoisiko opiskelija, että rahoituksen ASO-opinnot sisältäisivät enemmän myyntityönkurseja.

4.3 Kyselylomakkeen lähettäminen

Tutkimusluvan saatua kyselylomakelinkki lähetettiin maaliskuussa 2016 keskitetysti kaikille liiketalouteen suuntautuneille opiskelijoille, jotka olivat aloittaneet vuosina 2012-2014. Kuten aikaisemmin mainittiin, kyselyn perusjoukkona piti olla vain rahoitukseen suuntautuneet opiskelijat ja itse lomake oli laadittu siitä näkökulmasta. Vasta myöhemmin selvisi, että kysely lähetettiin kaikille liiketalouteen suuntautuneille opiskelijoille ja kyselyä muokattiin hieman jälkikäteen. Jos olisin aikaisemmin tiennyt, että rahoitukseen suuntautuneita opiskelijoita ei voi yksilöidä, kyselylomake olisi suunniteltu toisin, sillä esimerkiksi myyntityöhön suuntautuneilla opiskelijoilla on todennäköisesti aivan eri näkökulma ja asennoituminen myyntityöhön kuin rahoitukseen suuntautuneilla opiskelijoilla.

Saatekirje olisi muotoiltu myös eritavoin, jos olisin tiennyt yllämainitusta asiasta aikaisemmin. Saatekirjettä ei kuitenkaan lähettämisen jälkeen voinut enää muuttaa, joten asiaille en voinut mitään. Lisäksi kysely lähetettiin pääsiäisviikolla, joka sattui olemaan vielä intensiiviviikko, jolloin Haaga-Heliassa suurin osa opiskelijoista on lomalla. Näin ollen kyselyyn tuli odotettua vähemmän vastauksia.

5 Tutkimuksen tulokset

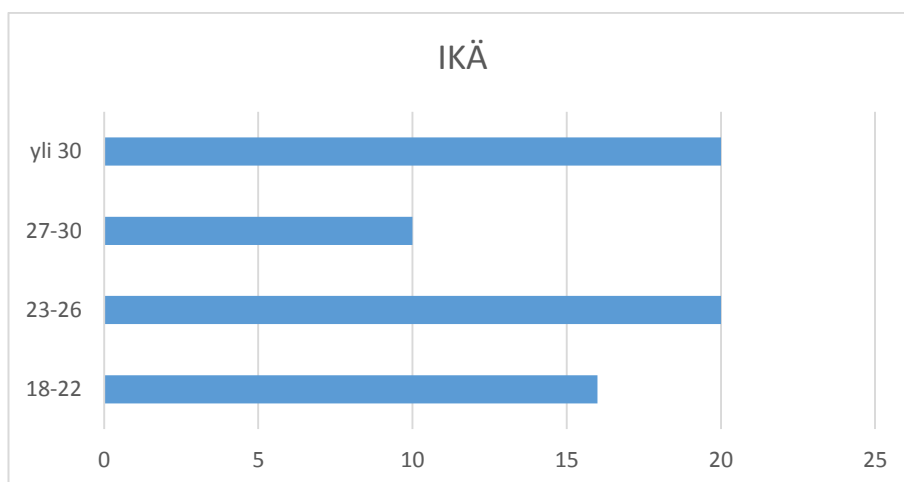
Kyselyyn tuli 66 vastausta. Vastausaika oli 17.3-10.4.2016 välillä. Suurin osa vastauksista tuli ensimmäisen viikon sisällä. Opinnäytetyöohjaajani ehdotti, että olisi jakanut lomaketta paperisena kurssilaisille, mutta kysely olisi ollut kovin vaikea tehdä paperisena, sillä pankissa työskennelleille opiskelijoille tuli eri kysymykset. Käytännössä tämä olisi vaatinut kyselylomakkeen laatimista uudelleen. Tulosten tulkinta olisi ollut myös vaikeampaa, jos osa materiaalista olisi ollut paperisena ja osa sähköisenä.

Vain 16 kaikista vastanneista oli suuntautunut rahoitukseen, vaikka saatekirjeeseen oli lisätty ”Tutkimus liittyen henkilökohtaiseen myyntityöhön pankkialalla (koskee rahoituksen ASO-opintoja opiskelevia)”. Tosin kysymys, missä suuntautumista kysyttiin, lisättiin vasta kun kyselyyn oli tullut 23 vastausta, joten voi olla, että näistä osa oli rahoitukseen suuntautuneita opiskelijoita. Lisäksi Haaga-Heliassa on mahdollista käydä myös muun ASO-suuntautumisen kursseja, joten vaikka opiskelija on valinnut myynnin ja markkinoinnin A ja B- ASO:t, on mahdollista, että hän on käynyt rahoituksen C-ason.

Jokaisen kyselyyn vastanneen oli vastattava kaikkiin kysymyksiin, eli kaikissa muissa kysymyksissä oli 66 vastaajaa paitsi kysymyksessä numero kolme sekä vastauksissa, jotka oli suunnattu pankkialalla työskenteleville.

5.1 Vastaajien perustiedot

Ensimmäisessä osiossa kysyttiin vastaajien perustietoja, kuten ikää, sukupuolta ja tietoja työkokemuksesta sekä ASO valintaa. Kysymykset antoivat yleiskuvaa siitä, millaiset opiskelijat olivat kyselyyn vastanneet. Tuloksia havainnollistetaan kuvioilla ja tekstillä.



Kuvio 2. Vastaajien ikä.

Ensimmäisenä kysyttiin vastaajien ikää. Kuten yllä olevasta kuviosta näkyy, suurin osa vastaajista oli yli 30-vuotiaita ja 23-26-vuotiaita. Kysymys oli monivalintakysymys, eikä siinä kysytty vastaajan tarkkaa ikää, koska se ei olisi ollut relevanttia tutkimustulosten kannalta. Kyselyyn vastanneista naisia oli 38 ja miehiä 28.

Alla olevasta kuviosta näkyy vastaajien ASO-suuntautumisesta. Kuten aiemmin mainittiin, kysymys vastaajan ASO-suuntautumisesta lisättiin kyselyyn jälkikäteen ja siihen vastasi 43 opiskelijaa.

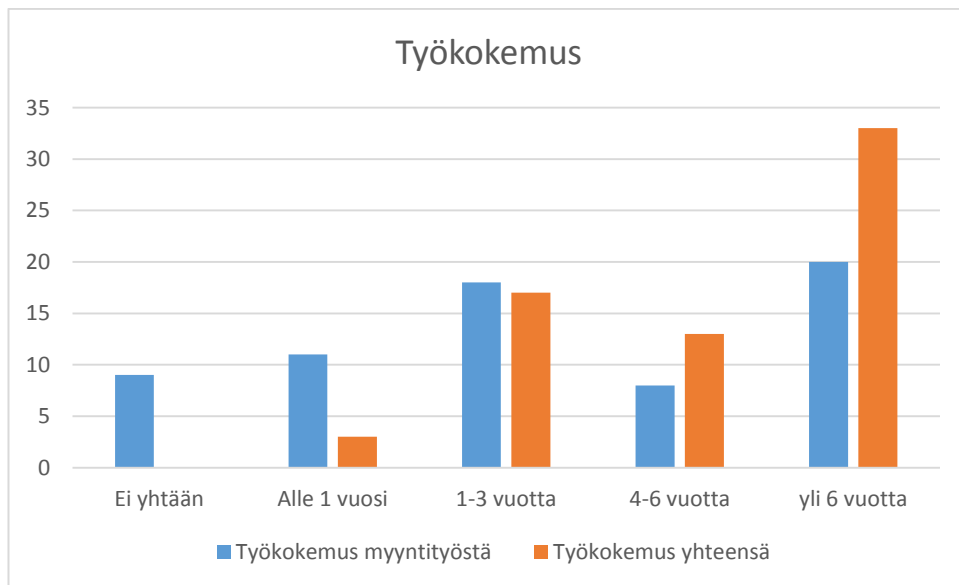
Laskentatoimeen suuntauneita opiskelijoita oli seitsämän, HRM ja johtamiseen kolme, kansainväliseen liiketoimintaan yksi, markkinointiin ja myyntiin kuusi. Vastanneista 10 ei vielä tiennyt, mihin suuntautuisi.



Kuvio 3. Vastaajien ASO-suuntautuminen.

Seuraavana tiedusteltiin opiskelijoiden työkokemusta vuosina. Kaikilla kyselyyn osallistuneista löytyi työkokemusta. Suurimmalla osalla vastanneista työkokemusta oli yli kuusi vuotta. Vain neljällä prosentilla työkokemusta oli alle vuosi. Vastanneiden pitkään työkokemukseen vaikutti se, että iso osa vastaajista oli yli 30-vuotiaita, joilta lähes kaikilta löytyi työkokemusta viisi vuotta.

Suurimmalla osalla vastaajista oli myös kokemusta myyntityöstä. Yhteensä 30%, eli 20 vastaajista kokemusta löytyi yli kuusi vuotta. 4-6 vuotta kokemusta oli kahdeksalla vastaajalla, 1-3 vuotta 18 vastaajalla, 11 alle vuosi. Alla olevasta kuviosta näkee vastaajien työkokemuksen yleisesti sekä myyntityöstä.



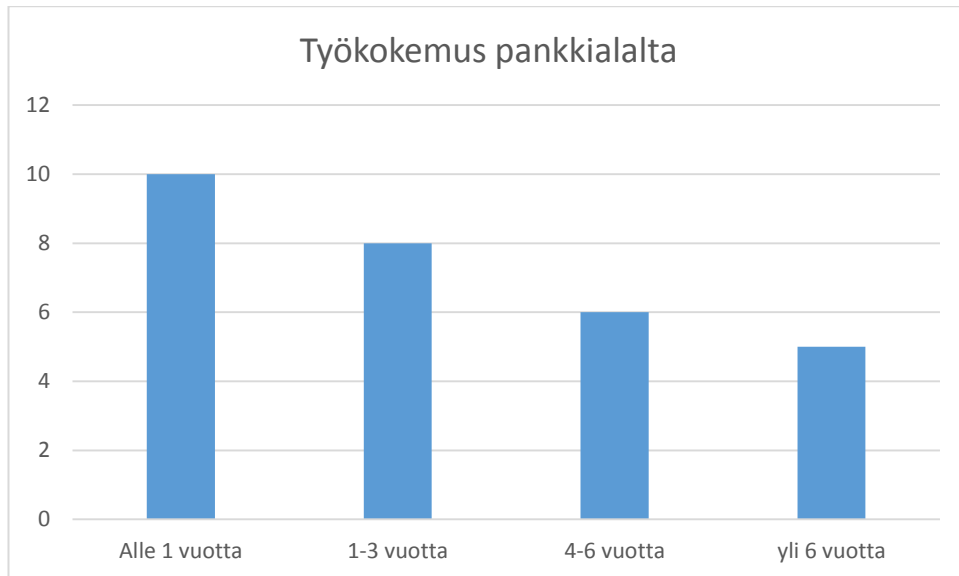
Kuvio 4. Vastaajien työkokemus yleisesti ja myyntityöstä

5.2 Vastaajien kokemus pankkialalta

Viidentenä kysymykseksenä kysyttiin, onko vastaaja työskennellyt pankkialalla. Kaiken kaikkiaan 29 vastaajaa oli työskennellyt pankissa, 37 vastaajaa ei ollut. Vastaajat, jotka vastasivat ”ei” hyppäsivät suoraan kysymykseen numero 13, joten kysymyksissä 6-12 oli vain 29 vastaajaa.

Vastaajilta, jotka olivat työskennelleet pankissa kysyttiin ensimmäiseksi missä asemassa he olivat työskennelleet/työskentelevät edelleen. Kysymys oli avoin kysymys, joten vastaaja itse kirjoitti missä on työskennellyt. Tuloksia arvioidessa kävi ilmi, että kysymystä olisi ehkä pitänyt tarkentaa tai monivalintakysymys olisi ollut parempi, sillä vastauksista ei ilmennyt oliko vastaaja työskennellyt esimerkiksi yritys- vai henkilöasiakkaiden kanssa. Osa oli myös vastannut kysymykseen vain ”työntekijä”, joka ei kovin paljoa kerro toimenkuvasta.

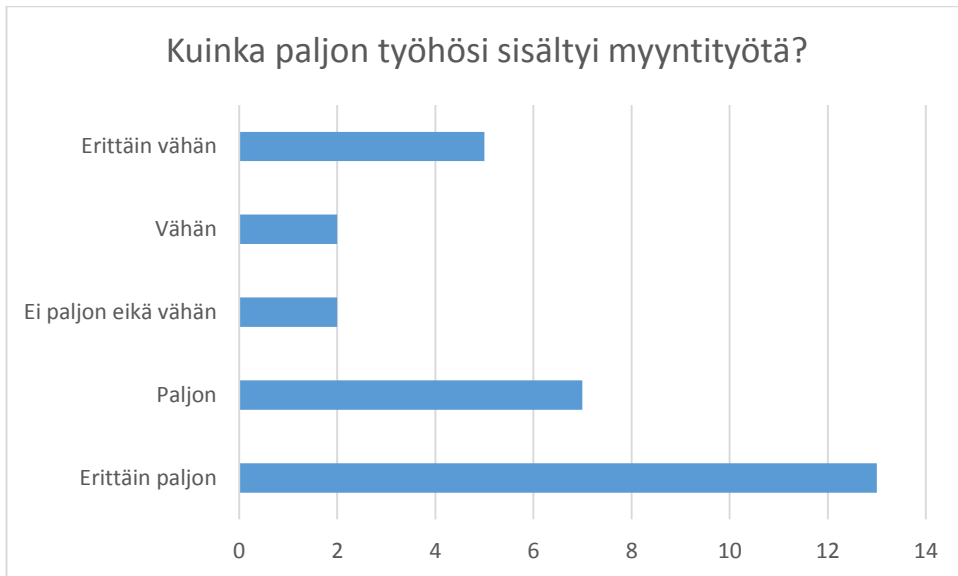
Sen verran vastauksista kuitenkin ilmeni, että 16 vastaajaa oli työskennellyt palveluneuvojana, kolme heistä kassapalveluissa. Kaksi vastaajista oli maininnut työskennelleensä erityisesti yrityspuolella palveluneuvojana. Henkilökohtaisena pankkineuvojana vastaajista oli työskennellyt kaksi, toinen yrityspuolella. Erillisissä asiantuntijatehtävissä vastaajista oli työskennellyt yhteensä seitsämän.



Kuvio 5. Vastaajien työkokemus pankkialalta

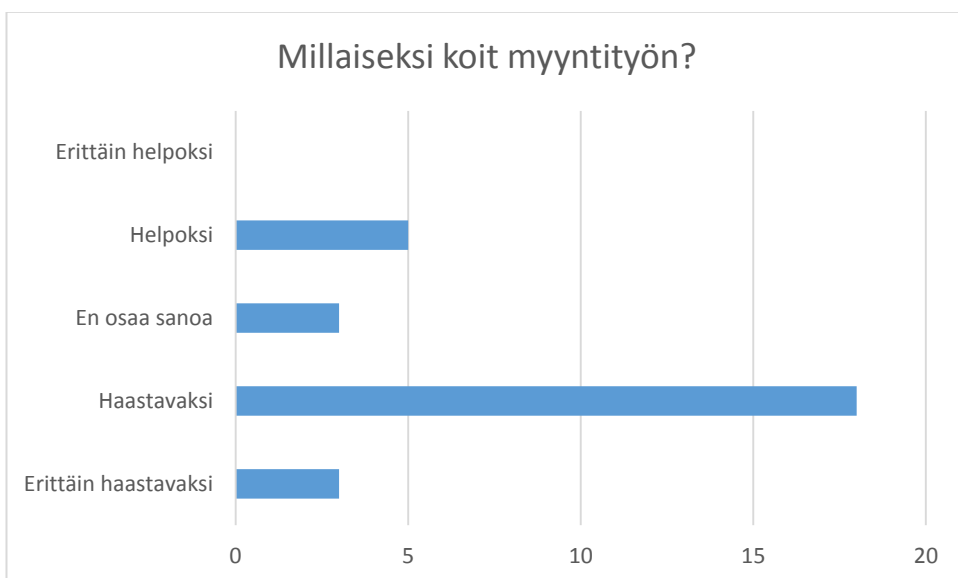
Kuten yllä olevasta kuviosta näkee, kovinkaan paljoa vastaajilla ei vielä ollut työkokemusta pankkialalta, suurimmalla osalla alle vuosi. Yhteensä 10 vastaajaa oli työskennellyt pankkialalla alle vuoden, kahdeksan vastaajaa 1-3 vuotta, kuusi vastaajaa 4-6 vuotta ja vain viisi vastaajaa yli kuusi vuotta. Kaikki yli kuusi vuotta pankissa työskennelleet olivat yli 30-vuotiaita.

Seuraavat kysymykset käsittelivät myyntityön määrää pankissa. Suurin osa (69%), vastaajista koki, että myyntityötä oli ollut paljon tai erittäin paljon. Vastaajista 24% mielestä vähän tai erittäin vähän. Vastanneista 55% oli sitä mieltä, että myyntityötä oli odotuksia nähden enemmän, 14% sitä mieltä, että odotuksiin nähden vähemmän. Kolmasosa (31%) ei osannut sanoa oliko myyntityötä enemmän tai vähemmän. Vastaajat, joiden työtehtävään oli kuulunut vähän tai erittäin vähän myyntityötä, olivat työskenneet asiantuntijoina, back-office-tehtävissä tai kassalla. Toisaalta myös vastaajat, joiden työtehtäviin oli kuulunut erittäin paljon myyntityötä, olivat myös työskennelleet asiantuntijina tai kassapalveluissa. Kaikki palvelu-, sijoitus- ja henkilökohtaisina pankkineuvojina sekä vakuutusmyyjinä työskennelleet kokivat, että työ oli sisältänyt paljon tai erittäin paljon myyntityötä.



Kuvio 6. Kuinka paljon vastaajien työhön sisältyi myyntityötä.

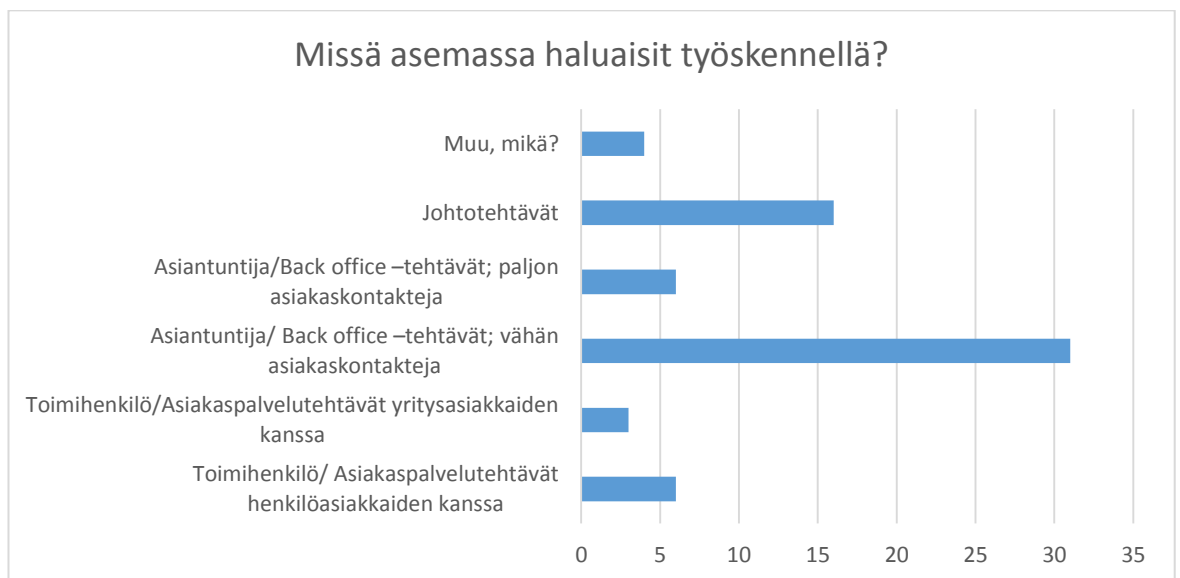
Vastaajista suurin osa, 21 henkilöä, koki myyntityön haastavaksi tai erittäin haastavaksi, kuten alla olevasta kuviosta selviää. Yksikään vastaaja ei kokenut myyntityötä erittäin helpoksi. Viisi vastaaja kuitenkin piti myyntityötä helppona. Lähes kaikki vastaajat (93%), oli sitä mieltä, että myyntityö pankkialalla on lisääntynyt viime aikoina. Vain kahden vastaajan mielestä myyntityö on lisääntynyt pankkialalla vähän.



Kuvio 7. Vastaajien kokemus myyntityöstä pankissa

5.3 Vastaajien näkemys myyntityöstä

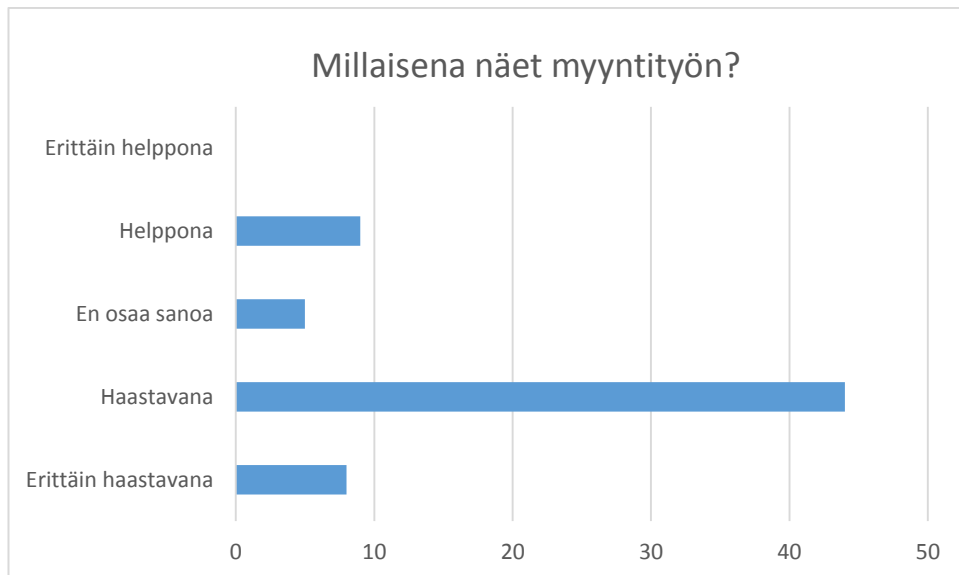
Kysymyksiin 13-27 vastasivat kaikki 66 kyselyyn osallistunutta. Kysymyksissä 13 ja 14 kartoitettiin ensin vastaajien halukkuutta työskennellä pankkialalla. Vastaukset jakautuivat melko laidasta laitaan, sillä 45% vastaajista pankkiala houkutteli tulevana työnantajana paljon tai erittäin paljon. Vastaajista 40% pankkiala ei houkuttele juuri ollenkaan, 15% ei osannut sanoa. Kuten alla olevasta kuviosta käy ilmi, suurin osa haluaisi työskennellä asiantuntijana tai back office –tehtävissä, missä asiakaskontakteja on vähän. Toiseksi suosituin vaihtoehto oli johtotehtävissä työskentely. Vain yhdeksän vastaajista haluaisi työskennellä toimihenkilönä asiakaspalvelutehtävissä. Muita vaihtoehtoja tuli muun muassa HR-puoli sekä controller.



Kuvio 8. Missä asemassa vastaajat haluaisivat pankissa työskennellä.

Vastaajat eivät olleet kovin kiinnostuneita työskentelemään ammatissa, joka sisältää myyntityötä. Yli puolet (55%) oli vähän tai erittäin vähän kiinnostuneita ammatista, joka sisälsi myyntityötä. Noin viidesosa (21%) ei osannut sanoa myyntityön kiinnostavuudesta. Paljon tai erittäin paljon ammatti, joka sisältää myyntityötä kiinnosti 24% vastaajista. Vastaajien asenne myyntityöhön oli kuitenkin melko myönteinen. Vastaajista 61% asennoitui myyntityöhön myönteisesti tai erittäin myönteisesti. Kielteisesti tai erittäin kielteisesti 27%. Vastaajista 12% ei osannut sanoa asennoitumisestaan myyntityöhön.

Seuraavana kysyttiin, minkälaisena vastaajat näkevät myyntityön. Kysymys ei kysynyt millaisena myyntityö koetaan, koska kaikilla vastaajilla ei ollut kokemusta myyntityöstä. Alla olevasta kuviosta käy ilme, että 79% näkee myyntityön haastavana tai erittäin haastavana. Yksikään vastaaja ei näe myyntityön olevan erittäin helppoa, vaikka 14% pitikin työtä helppona.



Kuvio 9. Vastaajien näkemys myyntityöstä.

Vastaajat kokivat, ettei myyntityötä juurikaan arvosteta. Vastaajista 77% oli sitä mieltä, että myyntityötä arvostetaan vähän tai erittäin vähän, 11% ei osannut sanoa. Vastaajista 18% koki, että myyntityötä arvostetaan paljon. Kukaan ei kokenut, että myyntityötä arvostettaisiin erittäin paljon.

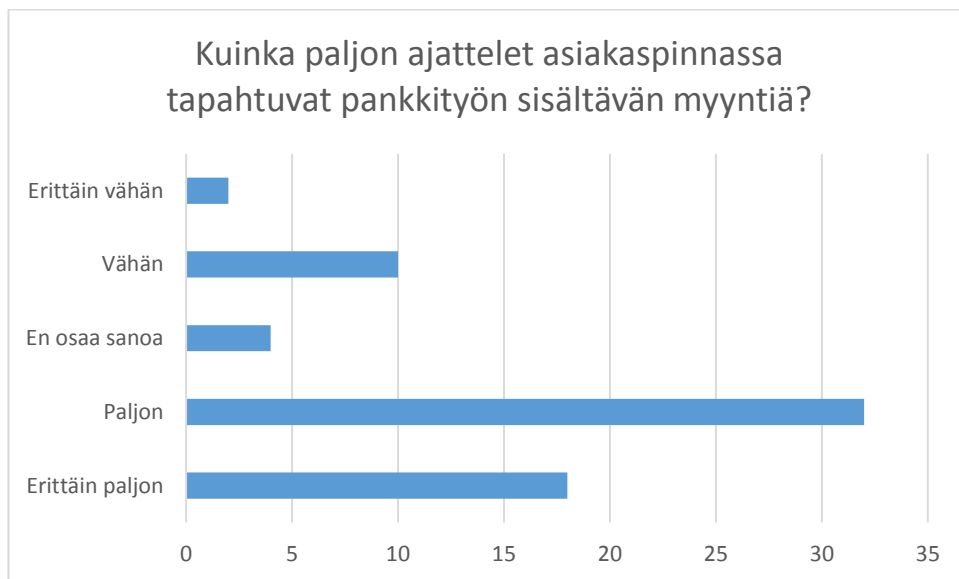
Seuraava kysymys käsitteli myyjän ominaisuuksia. Vastaajien tuli valita kolme ominaisuutta, millaisia hyvältä myyjältä vaaditaan. Tärkeimpinä ominaisuuksina pidettiin tuotetietoutta ja aktiivisuutta. Myös positiivisuus, luotettavuus ja rehellisyys nousivat esiin tärkeinä ominaisuuksina. Muina ominaisuuksia mainittiin kyky lukea ihmisiä sekä tilannetaju.

5.4 Vastaajien näkemys myyntityöstä pankkialalla

Kysymykset 20-25 käsittelivät erityisesti myyntityötä pankkialalla. Ensimmäinen kysymys oli, onko vastaajille myyty pankissa mitään. Suurimmalle osalle vastaajista (61%) pankissa oli myyty jotain, 36% ei mitään ja 3% ei osannut sanoa oliko heille myyty pankissa mitään. Vastaajilta, jotka vastasivat kysymykseen kyllä, kysyttiin myös, mitä heille oli

myyty. Ylivoimaisesti suurimmalle osalle oli myyty säästämisen ja sijoittamisen palveluita sekä vakuutuksia. Osalle oli myyty erilaisia luottoja ja lainoja, luottokortteja sekä korkosuojausja.

Seuraavana kysyttiin, kuinka paljon vastaajat ajattelevat, että asiakaspinnassa tapahtuva pankkityö sisältää itse myyntityötä. Kuten alla olevasta kuviosta näkyy, 40 vastaajaa (76%) ajatteli, että myyntityötä asiakaspinnassa tapahtuvaan pankkityöhön sisältyy paljon tai erittäin paljon. Vastaajista 12 (18%) oli sitä mieltä, että vähän tai erittäin vähän. Neljä vastaajaa ei osannut sanoa.



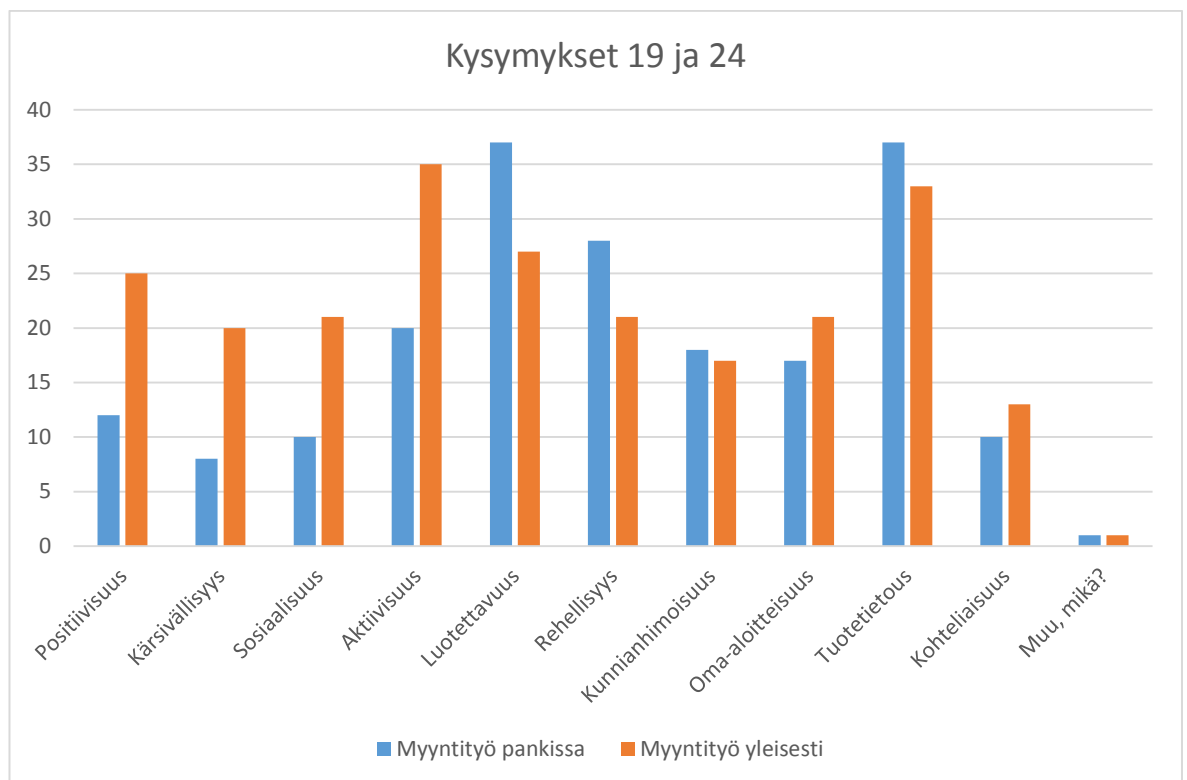
Kuvio 10. Kuinka paljon vastaavat ajattelevat asiakaspinnassa tapahtuvan pankkiityön sisältävän myyntityötä

Kysymyksessä 22 kysyttiin mitä pankissa yleisesti ottaen myydään. Vastaukset olivat pitkälti samoja, mitä tuli ilmi kysymyksessä 22, jossa kysyttiin, onko vastaajille pankissa myyty mitään. Suurin osa vastasi, että pankissa myydään säästämisen ja sijoittamisen tuotteita, erilaisia rahastoja, vakuutuksia sekä luottoja ja lainoja sekä niihin liittyviä oheistuotteita. Lisäksi mainintoja tuli päivittäispankkipalveluista, eli tilit, kortit ja verkkopankki. Myös itse asiakkuuksien myynti mainittiin, sillä pankin vaihto on nykyään melko helppoa.

Seuraavana kysyttiin, eroaako myyntityö pankissa ”normaalista” myyntityöstä, ja jos eroaa, niin miten. Vastaukset jakautuivat melko tasapuolisesti; 39% mielestä kyllä ja 43% mielestä ei. Vastaajista 18% ei osannut sanoa. Siitä, miten myyntityöpankissa eroaisi tuli melko samansuuntaisia vastauksia vastaajilta. Suurin osa mainitsi, että myyntityö pankissa on paljon säädellympää. Lisäksi pankkityötä koskevat monet säännökset ja lait sekä pankkisalaisuus. Lisäksi pankkityö on tiukemmin valvottua. Asiakkaat eivät koe tulevan

pankkiin ostoksille, vaan tuotteita kaupataan ”vaivihkaa”. Myyntityö ei ole myöskään niin aggressiivista, kuin ehkä tavanomainen myyntityö. Myyntityön pankissa on oltava myös rehellisempää ja asiakaslähtoisempää; asiakkaalle on löydettävä oikeat ratkaisut, sillä jokainen kuluttaja tarvitsee pankkipalveluita jossakin elämäntilanteessa.

Kysymyksessä 24 kysyttiin, minkälaisia ominaisuuksia arvostetaan myyntityössä pankkialalla. Vastausvaihtoehdot olivat samat kuin kysymyksessä numero 19. Vastaajat olivat samaa mieltä, että myyntityössä yleisesti ja myyntityössä pankissa, tärkeintä on tuotetietous. Kuten alla olevasta kuviosta käy ilmi, nousivat rehellisyys ja luotettavuus tärkeämmiksi aspekteiksi myyntityössä pankissa, kuin tavanomaisessa myyntityössä. Sen sijaan positii-visuutta, kärsivällisyyttä, aktiivisuutta ja sosiaalisuutta arvostettiin enemmän tavallisessa myyntityössä, kuin myyntityössä pankkialalla. Muut vastausvaihtoehdot jakautuivat melko tasaisesti eri vastausvaihtoehtojen kesken.



Kuvio 11. Minkälaisia ominaisuuksia arvostetaan myyntityössä

Kysymyksessä 25 kysyttiin, lisääntykö vastaajien mielestä myyntityö tulevaisuudessa pankkialalla. Vastaajista 77% oli sitä mieltä, että lisääntyy, 8% mielestä ei lisääny ja 15% ei osannut sanoa lisääntykö myyntityö tulevaisuudessa.

Kaksi viimeistä kysymystä käsittelivät rahoitukseen suuntautumista ja myyntityötä. Vastusten luotettavuuden kannalta olisi ollut tärkeää, että kysely olisi kohdistettu vain rahoituk-

sen opiskelijoille. Kysymyksessä 26 kysyttiin, ajattelitko rahoitukseen suuntautuessasi, että tuleva toimenkuvasi sisältäisi myyntityötä. Vastaajista 44% ei osannut sanoa. Suurin osa heistä oli suuntautunut muuhun kuin rahoitukseen. Vastaajista 38% oli kuitenkin sitä mieltä, että ei. Vastaajista 18% oli ajatellut, että tuleva toimenkuva sisältäisi myyntityötä.



Kuvio 12. Vastaajien näkemys myyntityön kursseista.

Viimeisenä kysymyksenä kysyttiin, toivoisivatko vastaajat, että heidän opintonsa sisältäisivät enemmän myyntityön kursseja. Kuten yllä olevasta kuviosta näkyy, enemmistö (45%) vastaajista ei toivo lisä myyntityönkursseja opintoihinsa. Vastaajista 32% toivoisi lisää kursseja ja 23% ei osannut sanoa.

6 Pohdinta

Tässä luvussa käydään läpi johtopäätöksen tutkimustuloksista, esitellään keskimääräisen vastaajan profiili sekä arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta. Lisäksi esitellään jatkotutkimusmahdollisuudet.

Opinnäytetyö perustui kvantitatiiviseen kyselytutkimukseen, joka lähetettiin Haaga-Helian liiketalouden opiskelijoille. Vastauksia tuli liian vähän, jotta tutkimustuloksia pystyisi yleistämään. Vastaajien näkemykset olivat kuitenkin melko yksimielisiä. Kyselylomake lähetettiin eri kohderyhmälle, mille kyselyn olin suunnitellut, joten tämä laski luotettavuutta. Jos kysely olisi lähetetty vain rahoitukseen suuntautuneille, olisi todennäköistä, että myyntityö olisi koettu vieläkin haastavammaksi. Rahoitukseen suuntautuneilla opiskelijoilla harvemmin on kokemusta, taikka mielenkiintoa myyntityöhön, toisin kuin myyntityöhön suuntautuneilla.

Tutkimuslomakkeen laatimisen kannalta haastavuutta toi se, ettei voinut etukäteen tietää kuinka moni opiskelijoista on työskennellyt pankissa. Positiivista oli, että lähes puolella vastaajista oli kokemusta pankkialalta. Näin ollen oli mahdollista hieman vertailla jo pankissa työskennelleiden ja ei-työkennelleiden näkemyksiä myyntityöstä.

6.1 Johtopäätökset

Tämän tutkimuksen päätavoite oli selvittää miten Haaga-Helian liiketalouden opiskelijat kokevat/kuvittelevat myyntityön pankkialalla. Karrikoidusti voidaan sanoa, että opiskelijat pitävät myyntityötä haastavana. Pankissa työskennelleistä suurin osa oli sitä mieltä, että myyntityö oli joko haastavaa, tai erittäin haastavaa. Opiskelijat, jotka eivät olleet pankissa työskennelleet näkivät myös myyntityön haasteelliseksi. Opiskelijat olivat myös yksimielisiä siitä, että asiakaspinnassa tapahtuva pankkityö sisältää runsaasti myyntityötä.

Toissijaisena tavoitteena oli selvittää opiskelijoiden asennoitumista myyntityöhön. Vaikka työtä pidettiin haastavana, yllättävän monen asenne myyntityöhön oli kuitenkin myönteinen tai erittäin myönteinen. Kuitenkin suurinta osaa vastanneista ei kiinnostanut työskennellä ammatissa, missä on myyntityötä. Opiskelijat myös kokivat, että myyntityötä arvostetaan melko vähän.

Pankkialalla työskennelleiden opiskelijoiden työhön sisältyi paljon myyntityötä. Suurin osa vastaajista koki, että myyntityötä oli ollut odotuksiin nähden enemmän. Vastaajat kokivat myyntityön haastavaksi ja olivat melko yksimielisiä siitä, että myyntityö pankkialalla on lisääntynyt paljon tai erittäin paljon. Suurin osa vastaajista oli työskennellyt lyhyen aikaa asiakaspalvelutehtävissä pankkialalla, mutta muuta työkokemusta kaikilla oli yli kuusi vuotta. Pankkialalla työskennelleistä enemmistö ei halua työskennellä ammatissa, mikä sisältää myyntityötä, vaikka heidän yleinen asenne myyntityöhön on myönteinen.

Opiskelijoiden mielipiteet pankkialasta tulevaisuuden työnantajana olivat melko vaihtelevia, noin puolta vastaajista pankkiala houkuttelee ja puolta ei. Ehkä hieman yllättävää oli, että noin puolet jo pankissa työskennelleistä eivät olleet kiinnostuneita pankkialasta tulevaisuuden työnantajana. Suurin osa kaikista vastanneista haluaisi työskennellä asiantuntija/back office-tehtävissä, joissa on vähän asiakaskontakteja. Myös johtotehtävät herättivät kiinnostusta. Kyseisiin työtehtäviin ei yleensä sisälly kovin paljoa myyntityötä.

Suurinta osaa vastaajista ammatti, joka sisältää myyntityötä, kiinnosti vähän tai erittäin vähän. Odotettavasti myyntiin ja markkinointiin suuntautuneet opiskelijat sekä opiskelijat, jotka eivät vielä tienneet suuntautumistaan, olivat huomattavasti enemmän kiinnostuneita myyntityöstä.

Opiskelijoiden näkemys siitä, eroaako myyntityö pankkialalla tavanomaisesta myyntityöstä, jakautui melko tasaisesti. Vastaajista he, keiden mielestä myyntityö eroaa ”normaalista” myyntityöstä olivat lähes kaikki työskennelleet pankkialalla. Vastaukset siitä, miten myyntityö eroaa, olivat melko samansuuntaisia. Eniten tuli mainintoja siitä, että myyntityötä pankissa koskevat erilaiset lait ja säädökset sekä, että työ on tiukemmin valvottua, kuin perinteinen myyntityö.

Opiskelijat olivat melko yksimielisiä siitä, että myyntityö tulee lisääntymään tulevaisuudessa pankkialalla. Suurin osa opiskelijoista ei ollut ajatellut, että rahoitukseen suuntautuessa tuleva toimenkuva sisältäisi myyntityötä. Opiskelijat eivät kuitenkaan toivo opintoihinsa enempää myyntityön kursseja. Kahdessa viimeisessä kysymyksessä oli runsaasti ”en osaa sanoa” vastauksia, sillä lähes kaikki, jotka eivät olleen rahoitukseen suuntautuneet vastasivat niin.

6.2 Keskimääräisen vastaajan profiili

Keskimääräinen kyselyyn vastaaja on 26-vuotias nainen. Työkokemusta hänellä on kuusi vuotta, josta noin kolme vuotta myyntityöstä. Hän on suuntautunut rahoitukseen tai laskentatoimeen, eikä ole työskennellyt pankkialalla. Hän ei ole varma, kiinnostaako pankkiala häntä tulevaisuudessa, mutta jos pitäisi valita, työskentelisi hän mieluiten back-office tehtävissä, jotka sisältävät vähän asiakaskontakteja.

Häntä kiinnostaa vähän työskennellä ammatissa, mikä sisältää myyntityötä, mutta hänen asenteessa myyntityöhön on myönteinen. Hän näkee myyntityön haastavaksi ja kokee, että sitä arvostetaan vähän. Hänestä hyvältä myyjältä vaaditaan luotettavuutta ja rehellisyyttä, niin pankkialalla kuin yleisestikin.

Hänelle on myyty pankissa säästämisen ja sijoittamisen palveluita sekä vakuutuksia. Hän on sitä mieltä, että asiakaspinnassa tapahtuva pankkityö sisältää paljon myyntiä. Pankissa myydään niitä tuotteita, mitä hänelle itselleen on myyty. Pankkityö ei hänen mielestä juurikaan eroa normaalista myyntityöstä. Hän on sitä mieltä, että myyntityö pankkialalla tulee lisääntymään tulevaisuudessa. Rahoitukseen suuntautuessa hän ei ajatellut, että tuleva toimenkuva sisältäisi myyntityötä. Hän ei myöskään toivo opintoihinsa lisää myyntityön kursseja.

Keskimääräinen pankissa työskennellyt vastaaja on työskennellyt pankissa noin kolme vuotta palveluneuvojana. Hänen työtehtäviinsä kuului paljon myyntityötä, enemmän kuin hän oli odottanut. Hän koki myyntityön haastavaksi ja hänestä myyntityö pankkialalla on lisääntynyt viime aikoina paljon tai jopa erittäin paljon.

6.3 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimuksen onnistuminen määritellään usein reliabiliteetilla ja validiteetilla. Reliabiliteetilla, eli luotettavuudella, tarkoitetaan sitä, kuinka paljon mittaustuloksiin tulee satunnaisvirheitä. Satunnaisvirheitä tapahtuu esimerkiksi silloin, jos vastaaja ymmärtää kysymyksen väärin, ei muista vastausta tai ei vastaa rehellisesti. Myös ympäristötekijät, kuten vastaajan mielentila ja vuorokauden aika voivat vaikuttaa vastauksiin. Lisäksi vastaaja voi vahingossa valita väärän vaihtoehdon. (Taanila, 2014)

Validiteetti taas kertoo, kuvaako mittaustulos sitä, mitä sen pitäisi kuvata. Ennen tutkimuksen aloittamista määritellään tutkimuskysymys, johon tutkimuksen on tavoite vastata. Huono reliabiliteetti laskee tutkimuksen validiteettiä, sillä virheet mittaustuloksissa johtavat

usein siihen, ettei mitata sitä mitä oli tarkoitus. Heikko validiteetti ei sen sijaan välttämättä johda huonoon reliabiliteettiin, sillä vaikka mitattaisiin eri asiaa kuin mitä oli tarkoitus satunnaisvirheitä tutkimuksessa ei välttämättä ole. (Taanila, 2014)

Tutkimukseen oli tavoite saada 100 vastausta, jotta satunnaisvirheet eivät näkyisi tutkimustuloksissa. Vastauksia tuli kuitenkin vain 66, joka oli liian vähän, jotta tutkimus voisi olla luotettava. Vähäisestä vastausmäärästä huolimatta satunnaisvirheitä tuskin tuli merkittävästi. Tutkimuskysymykset olivat melko helposti ymmärrettäviä, joten väärinymmärrys ei todennäköisesti ole vaikuttanut reliabiliteettiin. Ainoa kysymys, joka oli ymmärretty osittain väärin, oli kysymys numero 22, jossa kysyttiin, mitä pankissa myydään. Tarkoitus oli kartoittaa opiskelijoiden näkemyksiä pankissa myytävistä tuotteista, ei kerätä salaista tietoa, niin kuten ilmeisesti jotkut vastaajat olivat ajatelleet.

Vastaajien motivaatio on varmasti vaikuttanut lähinnä tulosten vähäiseen määrään johtuen siitä, että kysely lähetettiin lomaviikolla. Kovin moni opiskelija ei silloin varmasti halua ajatella koulujuttuja. Kyselyssä oli muutama kysymys, jossa vastaajien muistamattomuus on voinut vaikuttaa, kuten kysymys numero 20, jossa kysyttiin, onko vastaajille myyty pankissa mitään. Ympäristötekijät eivät varmasti ole juurikaan vaikuttaneet reliabiliteettiin, sillä kysely oli sähköinen ja vastaaja on itse pystynyt valitsemaan, milloin ja missä siihen vastaa.

Tutkimuksen alkuperäinen tavoite oli mitata Haaga-Helian rahoitukseen suuntautuneiden opiskelijoiden näkemystä/kokemuksia myyntityöstä pankkialalla. Tutkimus ei kuitenkaan mitannut sitä, sillä Haaga-Helian mukaan tutkimusta ei tälle kohderyhmälle ollut mahdollista lähettää, vaan se lähetettiin kaikille liiketalouden opiskelijoille. Voidaan siis todeta, että validiteetti oli huono, sillä tutkimus ei mitannut sitä mitä piti. Tutkimus mittasi lähinnä liiketalouden opiskelijoiden yleistä mielipidettä työskentelystä pankkialalla.

6.4 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Tradenomeja tulee varmasti työllistymään pankkialalle yhä enemmän ja enemmän tulevaisuudessa. Lisäksi myyntityön määrä pankkialalla on kasvamaan päin. Tradenomien suhtautumista myyntityöhön pankissa ei myöskään ole tutkittu kovin paljon, joten jatkotutkimusmahdollisuuksia riittää ja aihe on ajankohtainen. Jatkotutkimuksessa voisi keskittyä enemmän siihen, miten esimerkiksi tradenomien aikaisempi työkokemus vaikuttaa suhtautumiseen myyntityöhön.

Jatkotutkimusta toteuttaessa kyselytutkimus tulisi suorittaa eri tavoin. Huomiota pitäisi kiinnittää erityisesti kohderyhmään, esimerkiksi siten, että tutkimus koskisi vain pankissa työskennelleitä. Jos tutkimusta ei voi lähettää toivotulle kohderyhmälle, tulisi tutkimus suunnitella esimerkiksi niin, että jos vastaaja kuuluu väärään kohderyhmään, loppuisi kysely siihen.

6.5 Oman oppimisen arviointi

Hankalinta ja aikaa vievintä työssäni oli aiheen keksiminen. Halusin tehdä työni jostain pankkialaan liittyvästä, sillä työskentelen pankissa ja aihe kiinnostaa. Opinnäytetyöohjaajani ehdotti myyntityön tutkimista pankkialalla. Aihe oli kiinnostava, sillä ennen kuin aloitin pankissa työskentelyn, en ollut juuri ajatellut työn sisältävän myyntiä. Tiesin myös, että monet samalla alalla työskentelevät opiskelukaverini olivat yllättyneet myyntityön määräästä pankissa.

Teoriaosuutta kirjoittaessani huomasin, ettei myyntityöstä pankkialalta tai yleensäkin pankkityöstä Suomessa löydy kovin paljoa kirjallisuutta. Jouduin hieman soveltamaan yleistä myyntityön kirjallisuutta esimerkiksi lainsäädäntöön pankkialalla ja tekemään siitä johtopäätöksiä. Haastavaa oli myös keksiä, millainen teoriaosuus tukisi empiiristä tutkimustani.

Itse tutkimuksen suunnittelu oli myös melko aikaa vievää. Erityisen pitkään mietin, miten suunnitellen kyselylomakkeen opiskelijoilla, joista osa ehkä on työskennellyt pankissa ja osa ei. Lopulta olin ihan tyytyväinen lomakkeeseen, mutta harmitti kun sitä ei voinut lähettää oikealle kohderyhmälle. Vasta kyselylomakkeen lähettämisen jälkeen sain tietää, että Haaga-Helia ei pystynyt kohdistamaan kyselyä pelkästään rahoituksen opiskelijoille.

Opinnäytetyöprosessini ei edennyt aikataulun mukaisesti. Siihen vaikuttivat muun muassa se, että vaihdoin opinnäytetyön aihetta kolme kertaa. Myös tähän työhön liittyvän tutkimusluvan saaminen vei aikaa. Työ ei vastaa tavoitteitani, sillä koen, että empiirinen osuus ei mennyt suunnitellusti, eikä sitä voi käyttää Haaga-Helian tradenomiopiskelijoiden mielipiteiden yleistämisessä. Tutkimukseni on kuitenkin suuntaa antava jatkotutkimusmahdollisuuksien kannalta.

Lähteet

Alhonsuo, S., Nisén, A., Pellikka, T. 2009. Finanssitoiminnan käsikirja. Helsinki. Haka-paino Oy.

Casu, B., Girardone, C., Molyneux, P. 2015. Introduction to Banking. Pearson Education Limited. Edinburgh Gate.

Finanssiala 2014a. Pankit Suomessa 2014. Luettavissa:

http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Pankit_Suomessa_2014.pdf#search=pankit%20suomessa%202015 Luettu 23.4.2016

Finanssiala 2015a. Hyvinvoiva finanssiala. Luettavissa

http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Hyvinvoiva_finanssiala_loppuraportti.pdf Luettu 23.4.2016

Finanssiala 2015b. Hyvä pankkitapa. Luettavissa

[http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Hyva_pankkitapa.pdf#search=hyvä%20pankkitapa](http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Hyva_pankkitapa.pdf#search=hyva%20pankkitapa) Luettu 23.4.2016

Finanssiala 2015c. Ulkomaalaisen pankkiasiat. Luettavissa

http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Ulkomaalaisen_pankkiasiat.pdf Luettu 23.4.2016

Finanssiala 2015d. Töissä finanssialalla. Luettavissa:

http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Toissa_finanssialalla_2015.pdf Luettu 23.4.2016

Finanssivalvonta 2012. Sijoituspalvelut. Luettavissa:

http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Finanssialan_palveluita/Sijoituspalvelut/Menettelytavat/Luokittelu/Pages/Default.aspx Luettu 23.4.2016

Finanssivalvonta 2015a. Pankki- ja rahoitusalan palveluntarjoajat. Luettavissa:

<http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Palveluntarjoajat/Pankkiala/Pages/Default.aspx> Luettu 23.4.2016

Finanssivalvonta 2016. Asiakkaan tunnistaminen ja tunteminen. Luettavissa:

http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Finanssialan_palveluita/Pages/asiakkaan_tunnistaminen.aspx Luettu. 23.4.2016

Finlex 2008. Asiakkaan tunteminen. Luettavissa:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2008/20080503#L2> Luettu 23.4.2016

Haaga-Helia 2016. Opinto-opas. Luettavissa:

<http://www.haaga-helia.fi/fi/opinto-opas/koulutusohjelmat/liiketalouden-koulutusohjelma-helsinki-nuoret?userLang=fi> Luettu 23.4.2016

HS 2014. Maksuttomuutta mainostanut S-pankki lisää maksullisuutta. Luettavissa:

<http://www.hs.fi/talous/a1415592737692> Luettu 23.4.2016

HS 2015. Pankin sijoitusvinkki toi vanhukselle jättiverot. Luettavissa

<http://www.hs.fi/talous/a1433129231720> Luettu 23.4.2016

HS 2016. Nordea perustanut asiakkailleen satoja pöytälaatikkoyrityksiä veroparatiiseihin.

Luettavissa: <http://www.hs.fi/talous/a1459652652326> Luettu 23.4.2016

Jobber, D., Lancaster G. 2009. Selling and Sales Management. Pearson Education Limited. Ashford Colour Press Ltd, Gosport.

Kauppalehti 2016. Danske uudistaa hinnoitteluaan – korottaa rajusti palvelumaksujaan.

Luettavissa: <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/danske-uudistaa-hinnoittelunsa---korottaa-rajusti-palvelumaksujaan/ZGeV4XXR> Luettu 23.4.2016

Kontkanen, E. 2009. Pankkitoiminnan käsikirja. Helsinki. Vammalan Kirjapaino Oy.

Laine, S. 2008. Myynnin anatomia. Helsinki. Gummerrus Kirjapaino Oy.

Nordea 2015a. Asiakkaan tunteminen. Luettavissa

<http://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/tule-asiakkaaksi/asiakkaan-tunteminen.html> Luettu 23.4.2016

Nordea 2015b. Verkkotapaaminen. Luettavissa: <http://www.nordea.fi/tietoa-nordeasta/tietoa-nordeasta/verkkotapaaminen.html> Luettu 23.4.2016

Nordea 2016. Avainasiakas. Luettavissa

<http://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/asiakasedut/avainasiakas.html#tab=Edellytykset> luettu 23.4.2016

Nummenmaa L., Holopainen M., Pulkkinen P. 2014. Tilastollisen menetelmien perusteet. Sanoma Pro Oy.

OP 2015. Kuka saa etuja? Luettavissa: <https://www.op.fi/op/henkiloasiakkaat/edut/kuka-saa-etuja?id=43010&srcpl=3> Luettu. 23.4.2016

Rubanovitsch, M., Aalto, E. 2007. Myy enemmän – myy paremmin. WSOY. WS Bookwell Oy Porvoo.

Taanila, 2014. Taanila A. Akin menetelmäblogi. Reliabiliteetti. Luettavissa: <https://tilastoapu.wordpress.com/tag/reliabiliteetti/> Luettu 4.5.2016

Taloussanomat 2015. Tuhansien sijoituskikka; näin S-ryhmä maksaa korkoa. Luettavissa <http://www.taloussanomat.fi/uutiset/2015/06/11/tuhansien-sijoituskikka-nain-s-ryhma-maksaa-korkoa/20157527/12> Luettu 23.4.2016

Liitteet

Liite 1. Saatekirje

Hei

Jos opiskelet rahoituksen ASO-opintoja, olet oikea henkilö vastaamaan kyselyyni.

Teen opinnäytetyötäni henkilökohtaisen myyntityön tärkeydestä pankkialalla. Tutkimuksen tavoite on selvittää, kuinka opiskelijat kokevat/kuvittelevat myyntityön pankin konttoreissa sekä muissa pankin asiakaspalvelutehtävissä. Tradenomit työllistyvät usein pankin asiakaspinnan työtehtäviin, jotka saattavat sisältää runsaasti myyntityötä. Toivon, että sinulta löytyy muutama minuutti aikaa vastata kyselyyni.

Tässä kyselylinkkini

<https://www.webropolsurveys.com/S/485D7830BF7DAD95.par>

(jos linkki ei aukea suoraan, kopio se otsikkoriville).

Kiitos jo etukäteen kaikille vastanneille!

Ystävällisin terveisin,
Paula Härkönen

Liite 2. Kyselylomake

Henkilökohtainen myyntityö pankkialalla

Perustiedot

1. Ikä *

- 18-22
- 23-26
- 27-30
- yli 30

2. Sukupuoli *

- Nainen
- Mies

3. ASO suuntautumiseni on *

- Rahoitus
- Laskentatoimi
- HRM ja johtaminen
- Kansainvälinen liiketoiminta ja logistiikka
- Mainonta- ja yritysviestintä
- Markkinointi ja myynti
- Yrittäjyys
- En vielä tiedä
- Joku muu, mikä?
- _____

4. Työkokemus *

- Alle 1 vuosi
- 1-3 vuotta
- 4-6 vuotta
- yli 6 vuotta

5. Työkokemus myyntityöstä *

- Ei yhtään
- Alle 1 vuosi
- 1-3 vuotta
- 4-6 vuotta
- yli 6 vuotta

6. Oletko työskennellyt pankkialalla? *

- Kyllä
- Ei

Työskentely pankkialalla

7. Missä asemassa? *

Kirjoita asemasi

8. Kuinka kauan? *

- Alle 1 vuotta
- 1-3 vuotta
- 4-6 vuotta
- yli 6 vuotta

9. Kuinka paljon työhösi sisältyi myyntityötä? *

- Erittäin paljon
- Paljon
- Ei paljon eikä vähän
- Vähän
- Erittäin vähän

10. Oliko myyntityötä odotuksiasi nähden? *

- Enemmän
- Vähemmän
- En osaa sanoa

11. Millaiseksi koit myyntityön? *

- Erittäin haastavaksi
- Haastavaksi
- En osaa sanoa
- Helpoksi
- Erittäin helpoksi

12. Koetko, että myyntityö pankkialalla on lisääntynyt viime aikoina? *

- Erittäin paljon
- Paljon
- En osaa sanoa
- Vähän
- Erittäin vähän

13. Houkutteleeko pankki tulevana työnantajana? *

- Erittäin paljon
- Paljon
- En osaa sanoa
- Vähän
- Erittäin vähän

14. Missä asemassa haluaisit työskennellä? Valitse 1 vaihtoehto. *

- Toimihenkilö/ Asiakaspalvelutehtävät henkilöasiakkaiden kanssa
- Toimihenkilö/Asiakaspalvelutehtävät yritysasiakkaiden kanssa
- Asiantuntija/ Back office –tehtävät; vähän asiakaskontakteja
- Asiantuntija/Back office –tehtävät; paljon asiakaskontakteja
- Johtotehtävät
- Muu, mikä?

Myyntityö

15. Kiinnostaako sinua työskennellä ammatissa, missä on myyntityötä? *

- Erittäin paljon
- Paljon
- En osaa sanoa
- Vähän
- Erittäin vähän

16. Millainen on asenteesi myyntityöhön? *

- Erittäin myönteinen
- Myönteinen
- En osaa sanoa
- Kielteinen
- Erittäin kielteinen

17. Millaisena näet myyntityön? *

- Erittäin haastavana
- Haastavana
- En osaa sanoa
- Helppona
- Erittäin helppona

18. Koetko, että myyntityötä arvostetaan? *

- Erittäin paljon
- Paljon
- En osaa sanoa

- Vähän
- Erittäin vähän

19. Millaisia ominaisuuksia vaaditaan hyvältä myyjältä? Valitse 3 tärkeintä. *

- Positiivisuus
 - Kärsivällisyys
 - Sosiaalisuus
 - Aktiivisuus
 - Luotettavuus
 - Rehellisyys
 - Kunnianhimoisuus
 - Oma-aloitteisuus
 - Tuotetietous
 - Kohteliaisuus
 - Muu, mikä?
 -
-

Myyntityö pankkialalla

20. Onko sinulle myyty pankissa mitään? *

- Kyllä, mitä?
-
- Ei
- En osaa sanoa

21. Kuinka paljon ajattelet asiakaspinnassa tapahtuvan pankkityön sisältävän myyntiä? *

- Erittäin paljon
- Paljon
- En osaa sanoa
- Vähän
- Erittäin vähän

22. Mitä pankissa myydään? *

23. Eroaako myyntityö pankkialalla "normaalista" myyntityöstä? *

Kyllä, miten?

- Ei
- En osaa sanoa

24. Millaisia ominaisuuksia arvostetaan myyntityössä pankkialalla? Valitse 3 tärkeintä. *

- Positiivisuus
- Kärsivällisyys
- Sosiaalisuus
- Aktiivisuus
- Luotettavuus
- Rehellisyys
- Kunnianhimoisuus
- Oma-aloitteisuus
- Tuotetietous
- Kohteliaisuus

Muu, mikä?

25. Kuvitteletko myyntityön lisääntyvän tulevaisuudessa pankkialalla? *

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

26. Ajattelitko rahoitukseen suuntautuessasi, että tuleva toimenkuvasi sisältäisi myyntityötä? *

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

27. Toivoisitko, että opintosi sisältäisivät enemmän myyntityön kursseja? *

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

Liite 3. Avoimet kysymykset

Vastaajien työnimikkeitä. Kysymys 7.

- pankkitoimihenkilö
- Asiantuntija
- Toimihenkilö
- Palveluneuvoja
- Toimihenkilö ja asiantuntija
- Rahoitusasiantuntija
- Back-Office asiantuntija
- Rahoitusneuvoja
- Palveluneuvoja
- Asiakaspalvelija

- työntekijä
- Kassa
- Palveluneuvoja/kassa
- controller
- Vakuutusmyyjä
- toimihenkilö
- Kassapalveluissa
- Palveluneuvoja
- Yrittäjä
- Palveluneuvoja
- Yrityksen pankkineuvoja
- Rahoitusneuvoja
- Sijoitusneuvoja
- Palveluneuvoja APV
- henkilökohtainen pankkineuvoja
- Asiakaspalvelu
- Henkilökohtainen pankkineuvoja, yrittäjä- ja yritysasiakkaat
- Palveluneuvoja
- palveluneuvoja

Missä asemassa haluaisit työskennellä? Kysymys 14.

- asiantuntija/controller
- en osaa sanoa
- Myynnin esimiestehtävät
- HR

Millaisia ominaisuuksia vaaditan hyvältä myyjältä? Kysymys 19.

- kyky lukea ihmistä ja sen seurauksena tilannetaju

Onko sinulle myyty pankissa mitään? Kyllä, mitä? Kysymys 20.

- lainoja, sijoituksia
- Rahastoja
- Lainaa ja vakuutuksia
- rahastoja
- luottoa

- Kortteja, vakuutuksia, säästämisen tuotteita
- vakuutuksia
- Rahaa vakuutuksia rahastoja tilejä
- asp-tili, rahastoja vakuutuksia, sijoituksia, lainoja, rahastoja, luottokortteja
- erilaisia pankkipankkipalveluita
- Luottokortti
- Vakuutuksia
- sijoitus- ja vakuutuspalveluja
- Vakuutuksia, jne...
- vakuutuksia
- vakuutuksia
- Kultaturva -vakuutus
- Sijoitusvaihtoehtoja
- ASP-säästötili
- uusia palveluita
- eläkesäästö
- sijoituksia
- Rahastoja
- lainan oheispalvelut
- sijoitusrahastoja
- Vakuutuksia
- säästämistä ja vakuutuksia
- vakuutuksia
- vakuutuksia
- vakuutuksia, lisää rahastoja
- vakuutukset, sijoitukset, korkosuojaukset
- vakuutus, sijoitusrahasto
- lainaturva, korkosuojaus asuntolainaan. Kotivakuutus
- Vakuutuksia
- Omistaja-asiakkuutta, vakuutuksia.... Onhan näitä
- rahastoja

Mitä pankissa myydään? Kysymys 22

- sijoituksia, lainoja, vakuutuksia
- Rahastoja, osakkeita, vakuutuksia, lainoja...
- Päivittäistuotteista laina- ja sijoitustuotteisiin
- Sijoituksia, rahastoja yms

- Sijoituksia, jäsenyyksiä, säästötilejä ...
- Lainoja vakuutuksia rahaa ja niiden oheistuotteita.
- Lainoja, sijoitustuotteita
- vakuutuksia, rahastoja, osakkeita
- luottoja, vakuutuksia, säästöpaketteja
- Luottokortit, lainat.
- Kortteja, luottoja; vakuudettomia ja vakuudellisia luottoja kuten asuntolainat, vakuutuksia, säästämisen tuotteita
- Lainoja, vakuutuksia, rahastoja jne.
- Rahaa, vakuutuksia, maksuliikennepalveluita, valuuttoja, rahastoja, verosuunnitelmia, asuntoja, johdannaisia, investointipankkitoimintoja, vakuuksia, takauksia
- Säästämisen ja sijoittamisen tuotteet, rahoituspalvelut, eritasoiset asiakkuuspaketit, vakuutukset,
- Vakuutukset
 - Rahasto-osuuksia, säästämismahdollisuuksia, johdannaisia, vakuutuksia jne
- vakuutuksia, sijoituksia, lainoja, rahastoja, luottokortteja
- Kaikki pankin tuotteet ovat myytäviä asiakkaalle.
- Pankissa voitaisiin myydä esimerkiksi erilaisia lainoja ja vakuutuksia.
- sijoituspalvelut,
- sijoitustuotteita luottoja vakuutuksia jne.
- Erinököisiä sijoitustuotteita, kuten rahasto-osuuksia, osakkeita, varainhoitopalveluja, vakuutuksia jne.
- Lainoja, sijoitusrahastoja, lisäpalveluita
- Säästämistä, vakuutuksia, rahoitusta
- Vakuutuksia pääosin
- Säästämistä, luottoa yms.
- Vakuutukset, lainat, luotot
- Sijoitukset ja säästöt, lainat ja niiden eri muodot, useimmiten nykyään myös vakuutukset ja erityisesti omalle kohdalle on tullut erilaisten henki/sairausvakuutuksien myynti.
- Vakuutuksia, sijoittamisvaihtoehtoja, jne...
- luottotuotteita, korttituotteita, vakuutuksia
- lainoja, talletuksia, yleensä sijoitustuotteita, vakuutuksia
- Yleisesti kokonaisuuksia. Erilaisia vakuudettomia luottoja, vakuutuksia, jatkuvaa säästämistä, luottokortteja, "aikavarauksia" jne.
- Asiakaslainoja, sijoitustuotteita, vakuutusturvaa, palveluja
- Rahoitus ja sijoitustuotteita

- Vakuutuksia, sijoitusmahdollisuuksia, lainoja, kulutusluottoja.
- Velkaa. Sinun ja muiden velkaa. Rahoitusinstrumenttejä ja mielikuvitusrahaa.
- lainoja
- Osakkeita, rahastoja, lainoja, optioita, johdannaisia, omia palveluita verkkopankkiin
- sijoitustuotteita
- sijoituspalveluja - rahoituspalveluja
- Uusia palveluja, lisäpalveluja, vakuutuksia....
- Sijoitustuotteita, kulutuslainoja, luottokortteja
- Erilaisia tilejä ja rahoitusratkaisuja
- rahastoja, lainoja, vakuutuksia
- Rahastoja, lainaturvia
- Rahaa, kortteja, vakuutuksia, säästämisen ja sijoittamisen tuotteita.
- Palveluita ja tuotteita
- EOS
- olen ollut pankissa töissä reilu neljä vuotta ja nähnyt koko myynnin kirjon.
- Luottoa, lainaa
- Sijoitus- ja säästämispalveluita, vakuutuksia
- Palveluita
- Kohteita rahoittamiselle (esim. rahastoja, joukkovelkakirjoja, osakkeita). Pankit myyvät usein myös hyvinkin erityyppisiä vakuutuksia. Lainat ovat osa pankin myyntisapluunaa, ja monesti tuotteet (laina+vakuutus) niputetaan yhteen samassa myyntikeskustelussa.
- En vastaa tällaisiin kysymyksiin, jotka eivät ole luottamuksellisia, kysykää esimiesasemassa pankissa työskenteleviltä.
- Sijoituksia, säästämistä, vakuutuksia, luottoja
- säästämistä, sijoitustuotteita, luottokortteja, verkkopankkia, joustoluottoja, henki- vakuutuksia, vahinkovakuutuksia, lainoja
- Pankkipalveluita. Kai nekin kaikki jotain maksaa. +vakuutuksia, lainoja, sijoitus- neuvontaa
- Rahastoja, vakuutuksia
- Pankin omia tuotteita, kuten avainasiakkuutta, luottoa yms
- Sijoitusrahastoja, vakuutuskuoria, rahoitusta sekä siihen liittyviä korkosuojauksia sekä lainaturvavakuutuksia.
- Vakuutuksia, sijoituspalveluita
- Säästämisen tuotteita (mm. rahastoja), kortteja, kulutusluottoja, vakuutuksia
- sijoituspalveluita ym.
- Vakuutuksia, rahastoja, lainoja, tilejä, asiakkuuksia.
- Tilejä, asiakkuuksia, vakuutuksia (riippuen toki pankista). Ainakin mitä nyt mieleen

tuli äkkiseltään.

- Rahastoja, kortteja, verkkopankkeja, säästöjuttuja + lainoja

Eroaako myyntityö pankissa ”normaalista” myyntityöstä? Kysymys 23.

- Asetelma on erilainen kuin "normaalissa"
- Asiakkaat kokevat myynnin negatiivisena
- Ostopäätöksillä tyypillisesti suurempi vaikutus asiakkaiden elämään.
- Asiakas ei usein tiedä/ tunne tuotteita ja niiden riskejä/hyötyjä
- Ei provisiota
- Reguloidumpaa
- Tuote ei ole konkreettinen
- asiakas ei yleensä tule suoraan ostamaan sijoituskohteita vaan ne on myytävä vaivihkaa. työssä täytyy olla asiallinen.
- luotettavuus on eri luokkaa
- tiukasti valvottua
- haastavampaa
- Myyjällä on suuri vastuu asiakkaan tarpeiden selvittämisestä ja oikeiden tuotteiden tarjoamisessa.
- myyjällä on kattavat tiedot asiakkaasta
- Ihminen ei koe olevansa pankissa ostoksilla
- Ei yhtä tyrkyttävää kuin esim. puhelinmyynti.
- Pitää olla rehellinen asiakkaalle
- Erikoistuminen "pyhän kolmion" (pankki,vakuutus,finanssi -sektoreitten) tuotteisiin ristiosaaminen korostuu. Täytyy siis olla osaamista myös vakuutus & rahoitus -aloilta, jos aikuu hyväksi myyjäksi pankki-alalla.
- Myyminen on asiakkaalle oikean turvan ja ratkaisun löytämistä, ei kaikille kaiken väkisin kauppaamista
- vastuullisuus, tuotteiden monimutkaisuus, pitää osata asioita myös verotuksesta ja laista
- Sekavampaa ymmärtää. Myyntiagenda ei ole niin selkeästi esillä.
- Pankkialaisuus ja tietoturva-asiat ovat tärkeällä sijalla
- Kaikki ihmiset tarvitsevat pankin tuotteita yleensä ainakin jossain elämän tilanteessa, ja silloin myynti auttaa asiakkaita kuulemaan mitä tuotteita ja palveluita pankilla on tarjota
- Myynti tapahtuu ehkä enemmän vaivihkaa

Millaisia ominaisuuksia arvostetaan myyntityössä pankkialalla? Kysymys 24.

- Joustava moraalii