



jamk

Tehokkaat digitaaliset ratkaisut pankkialalla: Asiakaskokemuksen parantaminen ja haasteet digitalisoitumisessa

Riitu Haukkala

Vilma Hämäläinen

Opinnäytetyö, AMK

Lokakuu 2024

Liiketalouden tutkinto-ohjelma

Haukkala, Riitu & Hämäläinen, Vilma

Tehokkaat digitaaliset ratkaisut pankkialalla: Asiakaskokemuksen parantaminen ja haasteet digitalisoinnissa

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Lokakuu 2024, 29 sivua.

Liiketalouden tutkinto-ohjelma. Opinnäytetyö AMK.

Julkaisun kieli: suomi

Julkaisulupa avoimessa verkossa: kyllä

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää ongelmakohtia pankkien digitalisaatiossa ja kehitellä ratkaisuja näihin ongelmiin.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostui asiakaskokemuksesta, digitalisaatiosta sekä pankkien digitaalisista palveluista. Asiakaskokemusta käsiteltiin yleisellä tasolla. Digitalisaation osuudessa käytiin läpi sen haasteita ja hyötyjä sekä esiteltiin digitalisaatiota pankkialalla. Pankkien digitaalisista palveluista esitettiin verkko- ja mobiilipankki, verkkotapaaminen, chatbot, tunnistautuminen sekä sähköinen allekirjoituspalvelu.

Tutkimus oli määrällinen tutkimus, joka toteutettiin verkkokyselylomakkeen avulla. Lomake sisälsi sekä avoimia että strukturoituja kysymyksiä, joiden avulla selvitimme vastaajien taustatietoja sekä kokemuksia pankin digitaalisista palveluista. Kysely lähetettiin eteenpäin satunnaisotannalla riippumatta asiakkaiden iästä, sukupuolesta tai siitä, minkä pankin asiakkaita he ovat. Tarkoituksena oli saada vastauksia mahdollisimman laajasti eri elämäntilanteessa olevilta henkilöiltä. Kyselyyn vastasi yhteensä 46 henkilöä.

Tutkimuksesta selvisi, että suurin osa ihmisistä käyttää pääasiallisena pankin asiointikanavanaan verkkopalveluja. Pankkien digitaaliset palvelut mahdollistavat ihmisille pankkiasioden hoidon omalta kotisohvalta konttorille lähtemisen sijaan. Pankkien digitaalisten palveluiden kehitykselle tulevaisuudessa tuli paljon kehitysehdotuksia tutkimukseen osallistuneilta.

Avainsanat (asiasanat)

asiakaskokemus, digitalisaatio, digitaaliset palvelut

Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)

-

Haukkala, Riitu & Hämäläinen, Vilma

Effective digital solutions in banking industry: Improving the customer experience and challenges in digitalisation

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, October 2024, 29 pages.

Degree Programme in Business Administration. Bachelor's thesis.

Permission for open access publication: Yes

Language of publication: Finnish

Abstract

The goal of the thesis was to find problems in bank digitalisation and find solutions to these problems.

The thesis theoretical framework was customer experience, digitalisation and bank's digital services. Customer service was handled on a general level. In the digitalisation part was presented the challenges and benefits of digitalisation and digitalisation in the bank field. Of digital services was presented web- and mobile bank, online meeting, chatbot, identification and electric signature service.

The study was quantitative research, which was implemented by the online questionnaire. The form contained both open and structured questions, which were used to examine the background information of responders and their experiences of the bank's digital services. The inquiry was sent forward to random people despite their age, gender or what bank's customer they are. The goal was to get as much answers as possible from people in different life situations. 46 people answered the inquiry.

The study found that most of the people use web services as their main transaction channel. Bank's digital services make it possible for people to manage their banking matters from home rather than leaving to the actual bank. The study showed a lot of useful development proposals for bank's digital services.

Keywords/tags (subjects)

customer experience, digitalisation, digital services

Miscellaneous (Confidential information)

-

1	Johdanto	3
2	Tiedonhaku	5
3	Digitalisaatio	5
3.1	Digitalisaatio pankkialalla.....	6
3.2	Digitalisaation kehitys	7
3.3	Digitalisaation hyödyt.....	8
3.4	Digitalisaation haasteet.....	9
3.5	Tekoälyn käyttö pankkien digitalisaatiossa.....	10
4	Pankkien digitaaliset palvelut	11
5	Asiakaskokemus	13
5.1	Asiakaskokemuksen parantaminen ja asiakkaiden tukeminen digitalisaatiossa.....	14
6	Kysely	15
6.1	Kyselyn tulosten analysointi.....	15
6.2	Kehitysideat asiakaskokemuksen parantamiseen	21
7	Pohdinta	22
	Lähteet	24
	Liitteet	26
	Liite 1. Asiakaskysely	26
 Kuviot		
	Kuvio 1 Pankkien henkilöstö ja konttorit	6
	Kuvio 2 Digitalisaation kehityskaari (Ilmarinen & Koskela 2015.)	7
	Kuvio 3 Verkkokaupamaksujen osuus kuluttajien kertaluontoisista maksuista vuosina 2019 ja 2022.....	12
 Taulukot		
	Taulukko 1 Vastaajien sukupuolijakauma	16
	Taulukko 2 Vastaajien ikäjakauma	16
	Taulukko 3 Mitä pankin asiointikanavaa vastaajat käyttävät eniten?.....	17
	Taulukko 4 Kuinka usein vastaajat käyttävät pankin digitaalisia palveluita?	17
	Taulukko 5 Mitä pankin digitaalisia palveluita vastaajat ovat käyttäneet?.....	18
	Taulukko 6 Ovatko vastaajat saaneet tarvittaessa pankilta apuja digitaalisten palveluiden käyttöön?	18
	Taulukko 7 Kaipaavatko vastaajat jonkinlaista digineuvontaa pankin palveluiden käyttöön? ..	19
	Taulukko 8 Luottavatko vastaajat tekoälyyn pankkiasioiden hoitamisessa?	19

Taulukko 9 Kuinka monella vastaajista on käytössään pankkinsa mobiilisovellus?	20
Taulukko 10 Kokevatko vastaajat tarvitsevansa konttoriasiointia tulevaisuudessa?.....	20

1 Johdanto

Digitalisaatio pankkialalla on viime vuosina yleistynyt ja kehittynyt valtavaa vauhtia. Digitalisaatio näkyy pankkialan arjessa päivittäin. Erilaiset digitaaliset palvelut kuten verkko- ja mobiilipankit sekä verkkotapaamiset ovat suuressa suosiossa. Pankkien asiakkaat käyttävät yhä vähemmän fyysisiä konttoripalveluja ja ovat siirtyneet asioimaan pääasiallisesti verkossa. Valtavaa vauhtia etenevä digitalisaatio aiheuttaa kuitenkin myös haasteita ja asiakaskokemus voi tämän vuoksi kärsiä. Opinnäytetyön aiheena on tehokkaat digitaaliset ratkaisut pankkialalla.

Digitalisaatio pankkialalla on viime vuosina yleistynyt ja kehittynyt valtavaa vauhtia. Digitalisaatio näkyy pankkialan arjessa päivittäin. Erilaiset digitaaliset palvelut kuten verkko- ja mobiilipankit sekä verkkotapaamiset ovat suuressa suosiossa. Pankkien asiakkaat käyttävät yhä vähemmän fyysisiä konttoripalveluja ja ovat siirtyneet asioimaan pääasiallisesti verkossa. Valtavaa vauhtia etenevä digitalisaatio aiheuttaa kuitenkin myös haasteita ja asiakaskokemus voi tämän vuoksi kärsiä. Opinnäytetyön aiheena on tehokkaat digitaaliset ratkaisut pankkialalla.

Digitalisaation nopea kehittyminen aiheuttaa haasteita tiettyjen asiakasryhmien käyttökokemuksessa. Ikääntyvän väestön on yhä vaikeampi käyttää erilaisia pankkien tarjoamia digitaalisia palveluja ja näiden käyttäjystävällisyyttä on kehitettävä jatkossakin. Pankkien asiakkaita on jokaisesta ikäryhmästä ja pankkien on pystyttävä löytämään sellaisia palveluita ja alustoja, jotka palvelevat ikäihmisiä sekä niitä, jotka ovat jo harjaantuneet digitaalisista palveluista.

Opinnäytetyön tavoitteena on tunnistaa nykyisiä ongelmakohtia pankkien digitaalisissa ratkaisuissa ja pohtia niihin kehittymismahdollisuuksia, jotta asiakaskokemus olisi sujuva jokaiselle asiakasryhmälle. Opinnäytetyössä ei ole toimeksiantajaa vaan tarkoituksena on pohtia kehittymismahdollisuuksia yleisesti pankkialaa ja kaikkia asiakasryhmiä koskien. Opinnäytetyömme lopullinen tavoite on luoda kehitysideamalli digitaalisille ratkaisuille pankkialalla, jotka palvelevat kaikkia ikäryhmiä. Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat:

1. Miten pankkien digitalisaatio on vaikuttanut asiakaskokemukseen?
2. Mitä haasteita digitalisaatio aiheuttaa sekä miten asiakaskokemusta voidaan parantaa?

Tutkimusosuutta varten valmisteltiin kyselylomake, jonka avulla haastateltiin satunnaista joukkoa pankkien digitalisaatiosta. Tutkimusosuudessa toteutettiin määrällinen tutkimus. Tutkimus tehtiin keräämällä aineistoa strukturoidun kyselylomakkeen avulla. Tutkimuksen tavoitteena oli löytää erilaisia haastekohtia asiakaskokemuksessa pankkien digitalisaation myötä ja pyrkiä kehittämään niihin kehitysideoita. Tutkimuksen kohderyhmänä oli kaikki pankkipalveluita käyttävät, riippumatta iästä, sukupuolesta tai minkä pankin asiakkaita tutkimukseen osallistuvat henkilöt ovat.

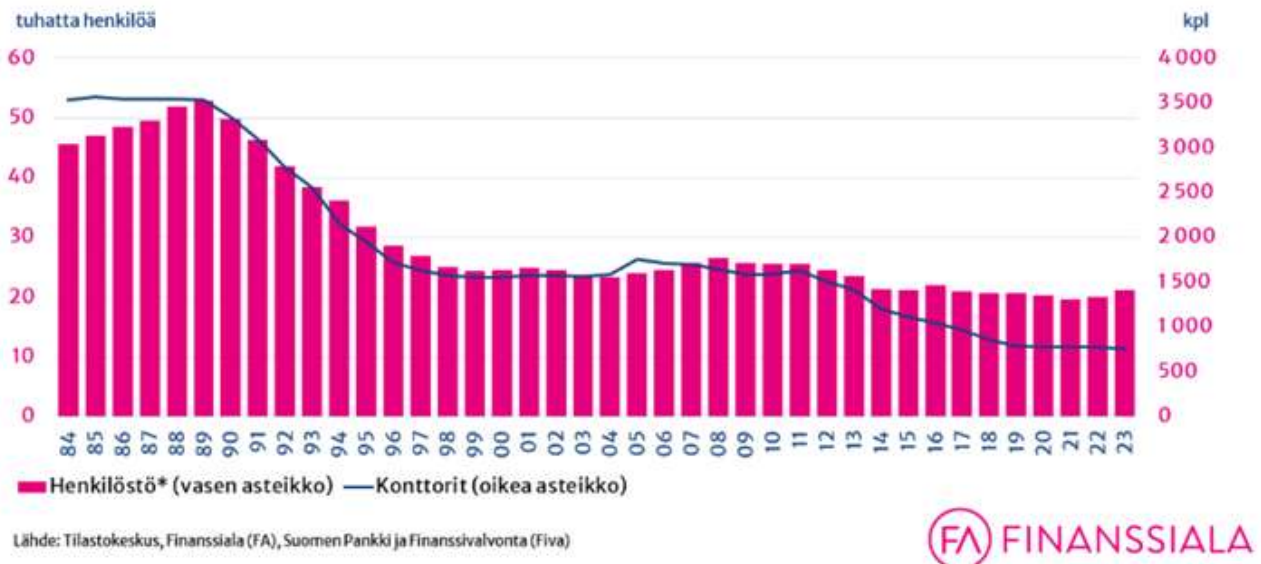
2 Tiedonhaku

Opinnäytetyön tietoperustana käytetään mahdollisimman tuoreita suomenkielisiä sekä kansainvälisiä lähteitä, sillä digitalisaatio kehittyy vuosi vuodelta ja lähteiden tiedot voivat vaihdella vuosittain paljonkin. Materiaalia otetaan vain luotettavilta sivustoilta. Lähteitä haettiin erilaisilla hakusanoilla kuten ”digitalisaatio” tai ”asiakaskokemus”. Etsimme myös koulun kirjastosta erilaisia kirjoja, jotka selittävät näiden käsitteiden teoriaa. Lähteinä käytimme myös eri pankkien sivuja esitellessämme pankkien tarjoamia digitaalisia palveluja.

3 Digitalisaatio

Digitalisaatiolla tarkoitetaan sitä, että ihmiset käyttävät yhä enemmän tietotekniikkaa apunaan arjessa. Digitalisaatio tuo helpotusta arjessa moneen muuhunkin asiaan kuin pankkiasiointiin. Tiedon löytäminen ja tiedonkulku ovat nopeutuneet digitalisaation edetessä. Digitalisaatio on korvannut ja tulee jatkossakin korvaamaan erilaisia työtehtäviä. Myös työtehtävien automatisointi tulee olemaan jatkuvassa kehityksessä. Digitalisaatio nopeuttaa arkea ja sen avulla on yksinkertaistettu monia päivittäisiä toimintoja arjessamme. Digitalisaatio aiheuttaa osakseen myös haasteita erityisesti tietyille ikäryhmille. Palveluiden tulisi olla helppoja käyttää kaikille ihmisille, koska ne usein korvaavat kasvokkain tapahtuvat palvelutilanteet. (Mitä digitalisaatio tarkoittaa? n.d.)

Digitalisaation perustana on digitalisoituminen, mikä tarkoittaa analogisen muodon muuttamista digitaaliseksi. Digitalisoituminen tapahtuu, kun erilaisia prosesseja tai esineitä siirretään joko kokonaan tai osittain digitaaliseksi. Hyviä esimerkkejä digitalisoinnista on fyysisistä kirjoista tehdyt e-kirjat sekä sanomalehdet korvanneet uutissivustot internetissä. Kuitenkaan digitalisoituminen itsestään ei riitä luomaan digitalisaatiota, vaan kun digitalisoituminen muuttaa ihmisten käyttäytymistä sekä yritysten toimintaprosesseja, syntyy digitalisaatio. (Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015, 22.)



Kuvio 1 Pankkien henkilöstö ja konttorit

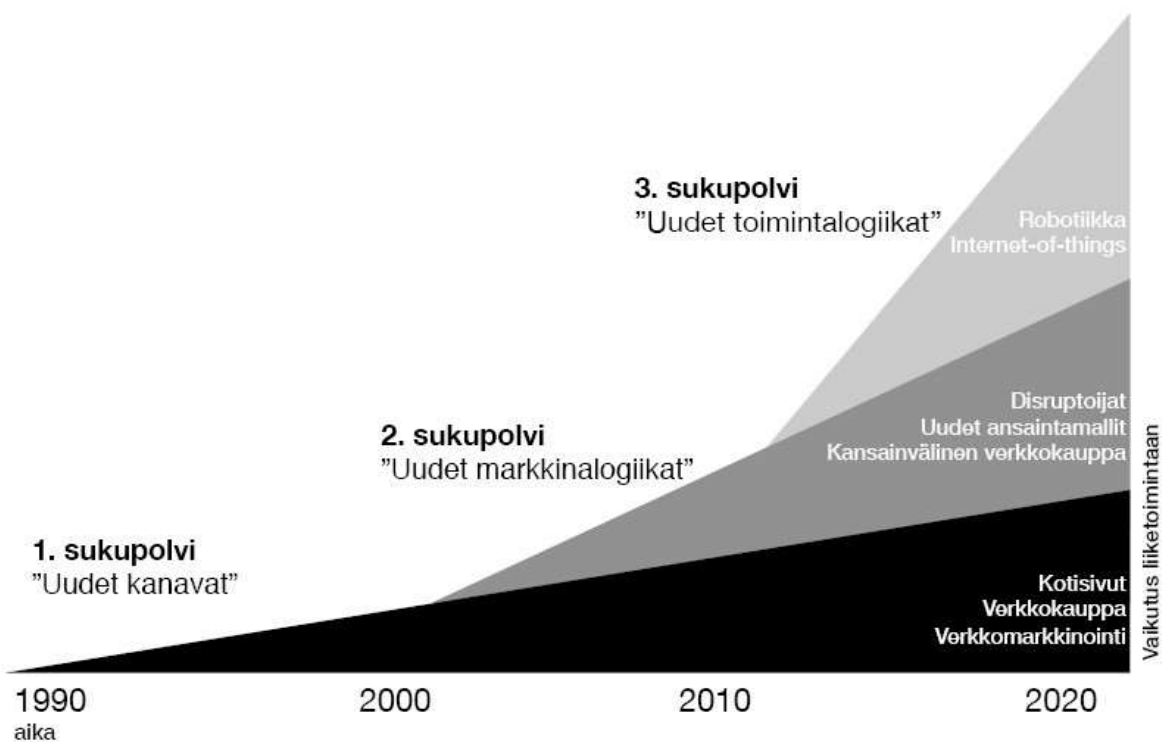
Yllä oleva kaavio esittää vuoden 2023 osalta pankkien henkilöstön ja konttorien määrät. Kuten kaaviosta voi huomata, konttorien määrä on ollut lähes jatkuvassa laskussa vuodesta 1984 eteenpäin. Tämä osoittaa perinteisen konttoriasioinnin menettäneen suosiotaan vuosien varrella. Luultavasti tämän takia myös pankin henkilökunnan määrä on vähentynyt entisestään mutta pysynyt viime vuosina suhteellisen tasaisena, joten selkeästi digitalisaatio ei ole vaikuttanut viime aikoina vähentävästi pankin henkilöstötarpeisiin.

3.1 Digitalisaatio pankkialalla

Pankkipalveluita on alettu digitalisoimaan, mikä on laajentanut niiden saavutettavuutta entistä suuremmalle asiakaskunnalle. Nykyinen kuluttajasukupolvi, eli he, jotka ovat jo tottuneet käyttämään mobiilipalveluita ja muita digitaalisia palveluita auttavat pankkipalveluiden digitalisoimisesta. He siis omaksuvat sekä oppivat erilaisten sovelluksien ja palveluiden käytön ennakkoluulottomasti. Digitalisoitumisen myötä palveluita, jotka eivät ole olleet aikaisemmin saatavilla kaikille, saadaan tuotua paremmin kaikille asiakkaiden saataville, kuten esimerkiksi sijoitusneuvonnan palvelut. Sijoitusneuvontaa on helppo toteuttaa erilaisilla digitaalisissa kanavissa yksilöidysti. (Digitalisaatiosta finanssialalla n.d.)

Digitalisoituminen näkyy myös liiketoimintaprosessien digitalisoimisella. Tästä hyvänä esimerkkinä on pankkialalla esimerkiksi asuntolainan hakeminen. Ennen digitalisoitumisen yleistymistä kaikki hoidettiin paperilomakkeilla käsin kirjoitettuna, kuin nykyään hakemuksen pystyy tekemään verkossa. Lainahakemuksen käsittely on myös sähköistetty sekä automatisoitu lähes kokonaan. (Ilmarinen & Koskela 2015, 23.) Lisäksi digitalisaation ja paperittomuuden ajatellaan usein olevan ekologisesti hyvä ratkaisu, mitä voidaan pitää nykypäivän maailmassa keskeisenä arvona. Kuitenkin, vaikka paperittomuus on ekologisuuden kannalta positiivinen asia, uuden teknologian kehittäminen ja vanhojen laitteiden hävittäminen ovat suuri todella taakka ympäristölle ja luonnolle (Technostacks 2023). Digitalisaatio aiheuttaa siis muutoksia ja uusia ratkaistavia ongelmia pankkialan kaikille osa-alueille.

3.2 Digitalisaation kehitys



Kuvio 2 Digitalisaation kehityskaari (Ilmarinen & Koskela 2015.)

Digitalisaatio on alkanut kehittymään 1990-luvulta. 1. sukupolvi alkoi kehittämään yrityksille kotisivuja. Ongelmaksi kuitenkin muodostui, että asiakkaiden piti löytää yritysten kotisivuille, joten piti kehittää portaaleja, eli medioita, joissa pystyttiin mainostamaan yritysten kotisivuja. Portaalien kehittyessä syntyi samalla myös hakupalveluita ja koneita. Suomen ensimmäinen hakukone oli

www.fi-palvelu, joka mahdollisti vapaan tekstihaun. Nopeasti tämän jälkeen alkoi kehittymään verkkokauppoja, joita kehitti uudet sekä jo nykyisetkin toimijat. Yhtenä Suomen tunnetuista verkkokaupoista, joka on perustettu aivan alussa, on NetAnttila, joka toimi Suomessa pitkän ajan. Verkkokaupat ovat tälläkin hetkellä kovassa suosiossa etenkin 2010-luvun jälkeen. Vielä 1.sukupolven aikana ei digitalisoitumisesta käytetty sanaa digitalisaatio, vaan puhuttiin e-busineksestä. (Ilmarinen & Koskela 2015, 29.)

Ilmarinen ja Koskela (2015, 29) toteavat, että 2. sukupolven aikana digitalisaatio on alkanut itse muuttamaan markkinoiden toimintalogiikoita sekä kilpailu on kansainvälistynyt ja koventunut ja suomalaiset yritykset käyvät nyt kilpailua ulkomaisten yritysten kanssa. Tässä vaiheessa alettiin käyttämään käsitettä digitalisaatio. Kehitys 2. sukupolven aikana ei ole toistaiseksi kuitenkaan selvinnyt ongelmitta, sillä erilaiset häiriöt vaikeuttavat markkinoita ja muovaavat asiakkaiden odotuksia verkkosivustoista. Digitalisaation 3.sukupolvi on vasta tuloillaan, eikä vielä voida sanoa, että millaiseksi se lopulta muodostuu ja mitkä ovat sen keskeisimmät asiat sekä kuinka nopeasti asiat tulevat tapahtumaan. Kuitenkin tähän mennessä on tullut viitteitä, että jopa arvotuotannon ydin tulee muuttumaan muiden digitalisoituvien asioiden ohella. (Ilmarinen & Koskela 2015, 29)

3.3 Digitalisaation hyödyt

Digitalisaatiossa on enemmän hyötyjä, kuin haittoja myös asiakaskokemuksen kannalta. Yritykset hyötyvät monella eri tavalla digitalisoitumisesta, kuten niiden markkinointi nopeutuu. Myös uusien tuotteiden ajaminen markkinoille nopeutuu sekä yritykset tavoittavat enemmän potentiaalisia asiakkaita. Yritykset pystyvät parempaan asiakaspalveluun, kuten asiakaspalautteiden nopeaan käsittelyyn. Digitalisaatio on myös hyvin kustannustehokasta yrityksillä ja sillä voidaan saada yritykselle huomattavasti alemmat tuotantokustannukset. (Digitalisaatio 2024.) Digitalisaatio vaikuttaa myös positiivisesti ihmisten arkeen, usein jopa hyvin huomaamattomasti (Mitä digitalisaatio tarkoittaa? n.d).

Digitaalisesti painottuneen toiminnan ja tiedonhallinnan myötä datan kerääminen pankin asiakailta ja sen hyödyntäminen palvelujen kehittämiseksi on helpompaa kuin koskaan aiemmin (CGI). Entistä tarkempi ja monipuolisempi asiakaskunnalta kerätty data auttaa asiakaskokemusten parantamisessa ja kehittämisessä spesifisti asiakkaiden tarpeiden ja käyttötottumusten mukaisesti

(Technostacks 2023). Liiketoiminnan menestyksen määrittääkin ennen kaikkea se, kuka onnistuu vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin nopeinten ja parhaiten (Ilmarinen & Koskela 2016, 70).

Lisäksi digitaaliseen dataan perustuva toiminta mahdollistaa lukuisten inhimillisten huolimattomuusvirheiden tapahtumisen minimoinnin. Päätelmiä ja ratkaisuja voidaan tehdä teknologian avulla ilman inhimillisten ympäristötekijöiden vaikutusta, jolloin päätökset ovat mahdollisimman puolueettomia ja rationaalisia (Technostacks 2023). Kaikista näistä hyödyistä huolimatta yleisenä huolenaiheena on se, että digitalisaatio johtaisi esimerkiksi työpaikkojen ja ammattien vähenemiseen tai jopa katoamiseen kokonaan, kun teknologialla voidaan korvata yhä useamman henkilön työpanos (Ilmarinen & Koskela 2015, 14).

Asiakaskokemuksen polku koostuu useista eri vaiheista ja osa-alueista (Saarijärvi & Puustinen 2020, 211). Myös asiakkaat hyötyvät pankkien digitalisaatiosta monin tavoin. Muun muassa mahdollisuus siirtää pankkikortti digitaaliseen muotoon helpottaa internetin kautta suoritettavaa asiointia ja ostotapahtumia. Lisäksi esimerkiksi lainan hakeminen on monin kerroin aiempaa helpompaa ja nopeampaa, sillä käsin tehtävän paperityön ja kasvokkain tapahtuvien tapaamisten määrä on paljon vähäisempää, jopa kokonaan tarpeetonta. Pankkipalvelujen käyttö on ollut aiemmin jopa tunnettua hitaudestaan, joten asioinnin nopeutuminen on toivottu ja odotettu muutos (Technostacks 2023). Hyväksi koetuilla ja sujuvilla asiakaskokemuksilla onkin suuri vaikutus asiakkaiden elämänlaadun parantamisessa (Saarijärvi & Puustinen 2020, 31).

3.4 Digitalisaation haasteet

Haasteet tai huonot puolet digitalisaatiossa ovat vähemmät merkityksellisimpiä, kuin hyvät puolet (Digitalisaatio 2024). Vielä tänäkään päivänä internet ja teknologia eivät ole kaikille saatavilla. Tämän myötä myös pankkien tarjoamat digitaaliset palvelut jäävät suurella osalla maailman väestöstä täysin saavuttamattomiin. Mikäli pankit tarjoaisivat palvelujaan ainoastaan digitaalisesti, jopa yli 3 miljardia ihmistä maailmanlaajuisesti jäisivät kokonaan ilman pankin palveluja (Technostacks 2023). Nopeasti kehittyvä digitalisaatio helpottaa ihmisten arkea paljon, toisaalta myös vaikeuttaa. Kuitenkin yritysten on pyrittävä miettimään voiko he korvata ihmisten tekemät työt koneilla, vaikka nykyaikana se onkin yleistynyt huomattavasti. Asiakkaat kuitenkin arvostavat ih-

miskontaktia ja se on hyvin merkityksellistä edelleen. Myös globaalisuus aiheuttaa omat haasteensa digitalisaatiossa, sillä yritysten täytyy miettiä kilpailukeinoa paikallisesti sekä alueellisesti maailmanlaajuisesti muita yrityksiä vastaan. (Aitonurmi, Laukkanen & Latvanen 2022.)

Yritysten on löydettävä keinoja erottua muista palveluntarjoajista. Asiakkailla on myös hyvin erilaisia tarpeita ja elämäntilanteita, joihin yritysten on pyrittävä löytämään mahdollisimman tehokkaat ja toimivat ratkaisut. Digitaalisissa palveluissa on erityisen tärkeää muistaa myös tietosuoja, joka aiheuttaa haasteita monellakin eri kantilla. Yritysten on pystyttävä varmistamaan asiakkaidensa erilaiset asiakas- ja henkilötiedot. Sekä yrityksen digitaalisten palveluiden on toimittava eettisesti sekä samalla olla luotettava. (Aitonurmi ym. 2022.)

Yksi pankkien toiminnan keskeisistä alueista tulisi olla asiakaskokemusten eriarvoisuuden minimoiminen (Saarijärvi & Puustinen 2020, 44). Käyttökokemusta luodessaan pankkienkin tulisi keskittyä tuotteen tai sivuston käytettävyyteen ja sensoriseen kokonaisuuteen (Saarijärvi & Puustinen 2020 64). Digitalisaation lisääntyminen ja ihmiskontaktien vähentyminen asiointissa voivat myös johtaa siihen, että ihmisten luottamus pankin toimintaa kohtaan heikentyy. Tämän vuoksi pankin palveluiden kehittämisessä ei saa unohtaa asiakkaiden tarvetta ja halua saada yksilöllistä ja 5 henkilökohtaista palvelua (Snyder 2023). Lisäksi digitalisaation lisääntyessä kyberriskien kartoittaminen säännöllisesti on entistä tärkeämpää. Riskien kartoittaminen ja minimointi ulottuu yrityksen omista tietojärjestelmistä aina asiakkaiden opastukseen saakka (Ilmarinen & Koskela 2015, 226).

3.5 Tekoälyn käyttö pankkien digitalisaatiossa

Tekoälyn käyttö on yleistynyt koko maailmassa monella eri toimialalla. Tekoäly voi hyvin toimiesaan tukea ja sujuvoittaa pankin työskentelyä sekä asiakaspalvelua. Tekoälyn avulla voidaan myös parantaa asiakaskokemusta. Nykyään tekoälyä käytetäänkin yhä enemmän osana pankin arkea. Erityisesti viime vuosina koronapandemian vallitessa, ihmiset ovat alkaneet tukeutua yhä enemmän pankkien digitaalisiin palveluihin. Tekoäly näkyy pankkien arjessa esimerkiksi erilaisten Chatbottien muodossa. (Pulkkinen 2021.) Joten tekoälyn avulla pankkien tarjoamista palveluista saadaan entistäkin tehokkaampia, nopeampia sekä jopa turvallisempia ja palvelut palvelevat asiakkaita paremmin. Se on myös pankeille kustannustehokasta, sillä tekoälyn käyttö on suhteellisen edukasta. (Rimpiläinen 2020.)

Tekoälyä voidaan käyttää pankkien sovelluksissa moniin eri tarkoituksiin. Tekoäly toimii kolmella eri osa-alueella, joita yleensä käytetään yhdessä, jotta saadaan toimivin tulos. Nämä kolme osa-alueita ovat koneoppiminen- ja näkö sekä tavallisen kielen prosessointi. Koneälyllä tarkoitetaan, että tekoäly oppii tunnistamaan erilaisia asioita videoista ja kuvista. Tekoäly oppii koko ajan uutta, jota hyödynnetään pankkimaailmassa monella eri tavalla. Tekoäly oppii tunnistamaan asiakkaiden talouden käyttäytymistä sekä talouden hallintaa. Sen avulla voidaan ennustaa talouden kehittymistä sekä se voi antaa esimerkiksi sijoitussuosituksin asiakkaan omalla riskin sietokyvyn perusteella tai muita vinkkejä talouden hallintaan. Tekoäly on myös tehokas riskienhallinnassa, sillä sen avulla voidaan havaita epätavallista käyttäytymistä, mikä auttaa pankkeja havaitsemaan petoksia sekä rahanpesun estämisessä. (Rimpiläinen 2020.)

4 Pankkien digitaaliset palvelut

Pankkien digitaalisilla palveluilla tarkoitetaan niitä palveluita, joita asiakkaat käyttävät verkossa eri alustoilla, kuten mobiilisovelluksilla tai pankkien verkkosivustoilla hoitaakseen omiaan raha-asioitaan. Nykypäivänä suurin osa pankkien palveluista löytyy verkosta ja lähes kaiken pystyy hoitamaan digitaalisesti, kuten laskujen maksamisen, asuntolainan hakeminen, rahan siirtäminen toiselle henkilölle tai esimerkiksi pankkikortin tilauksen. (Mitä digitaaliset pankkipalvelut ovat? 2022.)

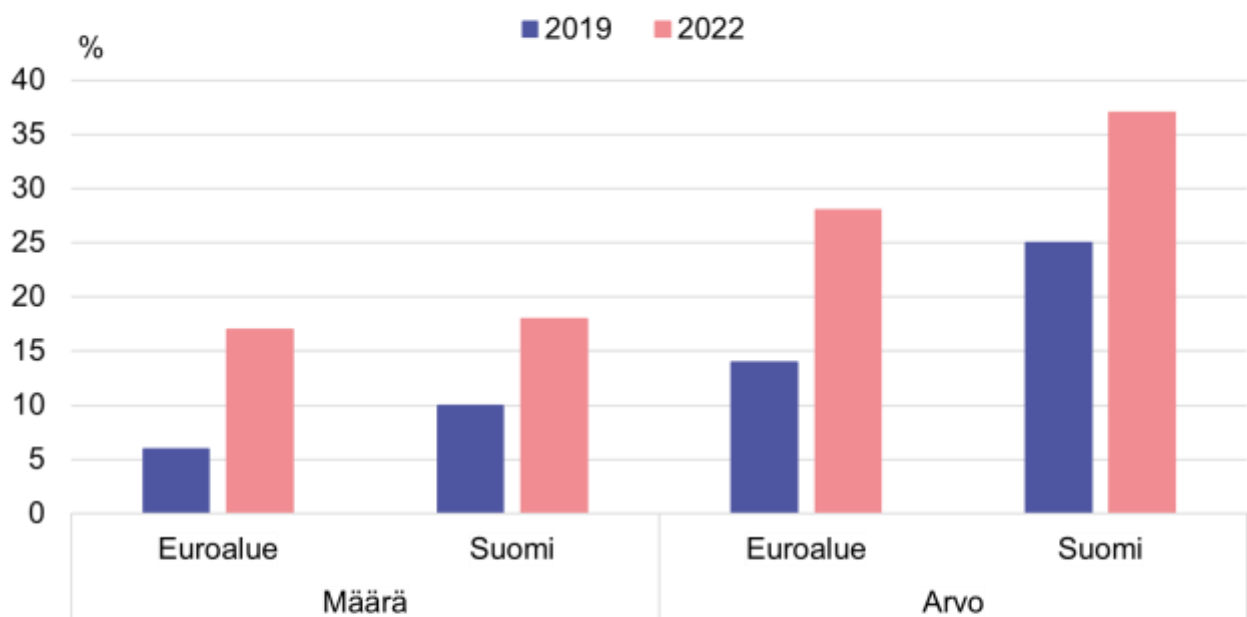
Pankeilla on käytössään monenlaisia erilaisia digitaalisia palveluita, jotta asiointi olisi mahdollisimman helppoa ja vaivatonta asiakkaille. Pankit ovat digitalisoitumisen edetessä kehittäneet monenlaisia alustoja hoitaa pankkiasioita helposti verkossa kuten verkko- ja mobiilipankki. Myös nykyiset konttoritapaamiset ovat osittain korvattu verkkotapaamisilla. Pankeilla on käytössä myös erilaisia sähköisiä tunnistautumis- sekä allekirjoituspalveluita, joita käytetään korvaamaan perinteinen fyysinen tunnistautumien ja allekirjoitus.

Verkko- ja mobiilipankki

Perinteinen konttoriasiointi on vähentänyt suosiotaan ja yhä useampi hoitaa lähes kaikki pankkiasiansa verkko- tai mobiilipankin kautta. Verkko- ja mobiilipankin kautta asiakkaat voivat esimerkiksi seurata tilitapahtumiaan, avata erilaisia palveluita, tehdä maksuja ja erilaisia toimeksiantoja. Kehittynyt teknologia erityisesti Suomessa on laajentanut pankkien asiakkaille tarjottavia tuotevalikoimia, ja palvelut ovat aina saatavilla huolimatta siitä missä päin maailmaa asiakas on. Verkko- ja

mobiilipankin kautta asiakkaat voivat itse maksaa laskujaan tai tehdä e-laskusopimuksia. Aiemmin suosiossa olleet maksukuoripalvelut ja suoraveloitukset ovat yhä vähemmän asiakkaiden käytössä. (Kontkanen 2015, 71.) Tästä huolimatta osa asiakkaista kokee edelleen digitaalisten asiointikanavien kuten verkkopankin käytön hankalaksi ja siksi on tärkeää, että pankit pyrkivät kaikin tavoin tukemaan asiakkaita. Uusilehto (2018) on koonnut OP Median verkkosivuille ohjeita ja hyviä vinkkejä erityisesti ikäihmisille digitaaliseen pankkiasointiin. Oli mielenkiintoista huomata, että OP järjesti myös vuonna 2017 asiakkailleen 400 maksutonta digiopastustilaisuutta. (Uusilehto 2018.)

Verkkokauppaymaksujen osuus kuluttajien kertaluontoisista maksuista vuosina 2019 ja 2022



Lähde: ECB Study on the Payment Attitudes of Consumers in the euro area 2019 and 2022
 20.12.2022
 @ Suomen Pankki

Kuvio 3 Verkkokauppaymaksujen osuus kuluttajien kertaluontoisista maksuista vuosina 2019 ja 2022

Verkkotapaaminen

Perinteisten konttoripalveluiden vähentyessä ja digitaalisuuden kasvattaessa suosiotaan pankkien on täytynyt keksiä nykyaikaisia keinoja järjestää asiakastapaamisia. Verkkotapaamiset ovat erityisen hyviä niille pankkien asiakkaille, jotka asuvat esimerkiksi kaukana konttorista. POP Pankin verkkopankkisivuilla kerrotaan verkkohetken olevan vaivaton tapa hoitaa pankkiasioita omalta kotisohvalta (Usein kysytyt kysymykset – Verkkopalvelut n.d.). Verkkotapaamisissa on kuitenkin muistettava myös noudattaa samaa varovaisuutta kuin muualla netissä.

Chatbot

Kuten myös pankin asiakaspalvelijoita niin myös chatbottia voi pankin palveluna hyödyntää esimerkiksi silloin, kun halutaan vastauksia tiettyihin kysymyksiin. Chatbotilta voi kysyä muun muassa verkkopalveluasioista, ajanvarauksista, säästämisen asioista sekä muista päivittäisistä raha-asioista. (Chatbot Opotti auttaa sähköisessä asiointissa n.d.)

Tunnistautuminen ja sähköinen allekirjoitus

Pankeilla on nykyään käytössään Tupas-varmennepalvelu. Palvelun avulla asiakkaat voivat tunnistautua vahvasti omilla verkkopankkitunnuksillaan esimerkiksi käyttääkseen yritysten sähköisiä asiointipalveluita. Tunnistautumisen lisäksi asiakkaat voivat käyttää palvelua myös erilaisten asiakirjojen sähköiseen allekirjoittamiseen. (Kontkanen 2015, 228.)

Pankin osuus Tupas-palvelun käytössä rajoittuu ainoastaan asiakkaan tunnistamiseen. Pankki ei vastaa asiakkaan ja palveluntuottajan välisistä oikeustoimen asioista. Asiakkaat pystyvät tunnistautumisen avulla esimerkiksi tehdä ja allekirjoittaa erilaisia hakemuksia ja ja sopimuksia verkossa. Palveluntarjoajan tulee solmia erillinen sopimus kaikkien niiden pankkien kanssa, joiden tarjoamaa Tupas-palvelua palveluntarjoaja käyttää. (Kontkanen 2015, 229.)

5 Asiakaskokemus

Hyvä asiakaskokemus saa asiakkaan todennäköisemmin palaamaan uudelleen sekä suosittelemaan palvelua eteenpäin. Vuonna 2014 tehdyn tutkimuksen mukaan onnistunut asiakaskokemus saa

jopa 44 % asiakkaista palaamaan palveluun, 33 % suosittelemaan palvelua ystävilleen sekä 14 % kertomaan saamastaan palvelusta sosiaalisen median kanavissa (Filenius 2015, osa 1).

Asiakkaat ovat saaneet digitalisaation myötä käyttöönsä enemmän kanavia, joiden avulla voivat muun muassa kilpailuttaa ja vertailla yrityksiä sekä myös jakaa kokemuksia. Digitalisaatio mahdollistaa myös enemmän tarjontaa asiakkaille, sillä kuluttajat pääsevät helpommin käsiksi muihinkin kuin lähikauppojen palveluihin ja tuotteisiin. (Filenius 2015, osa 1; Ilmarinen & Koskela 2015, 176.) Filenius (2015, osa 1) uskoo asiakaskokemuksen olevan tärkein kilpailutekijä, silloin kun yritysten tuotteet ja palvelut ovat täysin samankaltaisia toistensa kanssa.

Ilmarinen ja Koskela (2015, 176) toteavat, että digitalisaation myötä yritysten toimintaa ohjaa asiakkaiden toiveet ja odotukset eikä toisinpäin. Digitalisaation myötä yritysten ja asiakkaiden välillä joudutaan kehitellä uusia keinoja luoda tunnesiteitä. Kuitenkin yrityksillä on mahdollisuus tarjota kattavammin esimerkiksi erilaisia palveluja asiakkaille ja pitää heihin tiiviimmin yhteyttä esimerkiksi mobiilisovellusten avulla. Digitalisaation myötä korostuu yhä enemmän asiakassuhteen rakentuminen yksittäisen asiakkaan henkilökohtaisen elämäntilanteen ympärille. Asiakkaan tulee kokea olonsa yritykselle tärkeäksi. (Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015, 177.)

5.1 Asiakaskokemuksen parantaminen ja asiakkaiden tukeminen digitalisaatiossa

Asiakkaan näkökulmasta asiointikanavan ei pitäisi vaikuttaa palvelukokemuksen laatuun. (Filenius 2015, osa 2). Digitaalisuus ja uudet palvelukanavat tekevät laadukkaamman asiakaskokemuksen toteuttamisesta entistä haasteellisempaa. Kuten muidenkin yritysten myös pankkien tulisi pyrkiä palvelemaan asiakkaita verkossa yhtä hyvin kuin perinteisesti tiskillä asioidessakin. Digitaalisten palvelukanavien hyvä puoli on siinä, että silloin asiakaspalvelijan oma mielentila ei näy asiakkaalle päin. Oletetaan, että yritysten palvelut tulisivat olla tarjolla asiakkaille myös digitaalisesti samanlaisina ja yhtä laadukkaasti kuin ne olisivat muutenkin. Tärkeää onkin erilaisten digitaalisten palveluiden käytettävyys, sillä niiden käyttökokemus asiakkaan näkökulmasta on tärkeä kilpailutekijä. Asiakkaan onnistuneeseen digitaaliseen asiakaskokemukseen vaikuttaa esimerkiksi se, kun hän kokee tarpeidensa tulleen ymmärretyksi oikein ja verkkopalveluiden käyttökokemus on miellyttävä. (Filenius, osa 1.)

Asiakaskokemuksen parantamisessa keskeisessä roolissa on asiakkaan näkökulma. Kun pyritään parantamaan asiakaskokemusta, on välttämätöntä tarkastella asiaa asiakkaan silmin ja pohtia esimerkiksi, millaisia eroja saattaa olla eri asiakasryhmien välillä. Kun asiakkaiden tarpeet tunnustetaan ja kyetään luomaan palveluita, jotka todella palvelevat heitä, asiakastyytyväisyys kasvaa merkittävästi. Tämän lisäksi asiakaspalautteen kerääminen on erittäin tärkeää asiakaskokemuksen jatkuvassa kehittämisessä, sillä se tarjoaa arvokasta tietoa siitä, kuinka hyvin palvelut vastaavat asiakkaiden odotuksiin ja missä on vielä parannettavaa. Asiakaskokemuksen jatkuva parantaminen edellyttää siis sekä asiakkaiden tarpeiden syvällistä ymmärtämistä, että aktiivista vuoropuhelua asiakkaiden kanssa, jotta heidän odotuksiinsa voidaan vastata mahdollisimman hyvin. (Viisi askelta parempaan asiakaskokemukseen 2020.)

6 Kysely

Opinnäytetyötä varten toteutetaan määrällinen tutkimus. Opinnäytetyössä toteutetaan kysely Webropol-ohjelmalla. Kyselyn vastaajat otetaan satunnaisotannalla ja toiveena on saada vastaajia tasaisesti eri ikä- ja sukupuoliryhmistä riippumatta minkä pankin asiakkaita vastaajat ovat. Kyselyllä halutaan saada tietoa kuluttajien tottumuksista ja toiveista pankkien digitaalisten palveluiden suhteen. Kysely koostui 14 kysymyksestä, joihin sisältyi monivalintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Vastauksia kyselyyn saimme 46 kappaletta. Tulokset tuotiin Excel-taulukkoan analysoitavaksi. Analysoimme tuloksia muun muassa vastaajien ikään ja sukupuoleen verraten.

Tutkimukseen saimme vastauksia tavoittelemaltamme otannalta. Otanta ei ollut liian suppea. Vastausten sukupuoli- ja ikäjakauma jakaantuivat tasaisesti, joten näiltä osin tutkimusta voidaan pitää luotettavana. Saimme vastaajilta selkeitä ja laajoja vastauksia kysymyksiin, ja vastaajat olivat verrattain samaa mieltä toistensa kanssa asioista. Tutkimuksen vastaukset korreloivat myös opinnäytetyön lähteistä saamamme tiedon kanssa. Vastauksia olisi hyvä ollut saada enemmän vanhemmilta ihmisiltä, jotta olisimme voineet saada täysin luotettavaa tietoa myös heidän ikäluokan osaltaan.

6.1 Kyselyn tulosten analysointi

Taulukossa 1 on esitetty vastaajien sukupuolijakauma. Kyselyyn vastasi 30 naista ja 16 miestä.

Taulukko 1 Vastaajien sukupuolijakauma

	n	Prosentti
Nainen	30	65,22%
Mies	16	34,78%
En halua kertoa	0	0,00%

Taulukossa 2 on esitetty vastaajien ikäjakauma. Suurin vastaajaryhmä oli (65,22 %) oli 15–29- vuotiaita. Toiseksi suurin vastaajaryhmä (23,91 %) oli 45–49- vuotiaita, ja seuraavaksi eniten (8,70 %) vastauksia saatiin 30–44-vuotiailta. Vähiten (2,17 %) vastauksia saatiin 60–75-vuotiailta. Alle 15-vuotiailta ja yli 75-vuotiailta ei saatu yhtään vastauksia.

Taulukko 2 Vastaajien ikäjakauma

	n	Prosentti
alle 15	0	0,00%
15-29	30	65,22%
30-44	4	8,70%
45-59	11	23,91%
60-75	1	2,17%
yli 75	0	0,00%

Taulukossa 3 on esitetty mitä pankin asiointikanavaa kyselyyn vastanneet käyttävät eniten. Vastajista kukaan ei käyttänyt eniten pankin konttoripalveluja. Kysymykseen vastanneista 69,57 % käytti eniten asiointikanavanaan pankin verkkopalveluja ja 30,43 % puhelinpalveluja. Naisista 9 kappaletta käyttää pääasiallisena asiointikanavanaan puhelinta ja 21 kappaletta verkkoa. Miehistä 11 kappaletta käyttää verkkoa pääasiallisena asiointikanavana ja puhelinta 5 kappaletta.

Taulukko 3 Mitä pankin asiointikanavaa vastaajat käyttävät eniten?

	n	Prosentti
Konttori	0	0,00%
Verkko	32	69,57%
Puhelin	14	30,43%
Muu, mikä?	0	0,00%

Taulukossa 4 on esitetty se, kuinka usein kyselyyn vastanneet käyttävät pankin digitaalisia palveluita. Suurin osa vastaajista (60,87 %) vastasi käyttävänsä pankin digitaalisia palveluita muutaman kerran viikossa. Päivittäin pankin digitaalisia palveluita käyttää 32,61 % vastaajista. Muutaman kerran kuukaudessa digitaalisia palveluita käyttää 2,17 % vastaajista ja sitä harvemmin 4,35 %. Päivittäin pankin palveluja käyttää ikäryhmältään eniten 15-29-vuotiaat. Harvemmin kuin muutaman kerran kuukaudessa vastanneista molemmat olivat iältään 45–59-vuotiaita. 30–44-vuotiaista 100 % vastasi käyttävänsä pankin digitaalisia palveluita muutaman kerran viikossa. 60-75-vuotias vastaaja vastasi käyttävänsä palveluita muutaman kerran kuukaudessa.

Taulukko 4 Kuinka usein vastaajat käyttävät pankin digitaalisia palveluita?

	n	Prosentti
Päivittäin	15	32,61%
Muutaman kerran viikossa	28	60,87%
Muutaman kerran kuukaudessa	1	2,17%
Harvemmin	2	4,35%

Taulukossa 5 on esitetty mitä pankin digitaalisia palveluita kyselyyn vastanneet ovat käyttäneet. Suurin osa vastaajista (95,65 %) on käyttänyt oman pankkinsa mobiilipankkia. Verkkotapaamisessa vastaajista on ollut 23,91 %. Asiakaspalveluchattejä on käyttänyt 32,61 % vastaajista. Muita palveluita vastasi käyttäneensä 4,35 %. Näihin lukeutui verkkoviestit ja puhelut.

Taulukko 5 Mitä pankin digitaalisia palveluita vastaajat ovat käyttäneet?

	n	Prosentti
Mobiilipankki	44	95,65%
Verkkotapaaminen	11	23,91%
Asiakaspalveluchatit	15	32,61%
Muu, mikä?	2	4,35%

Lisätekstikenttään annetut vastaukset

Piilota

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	Verkkoviestit
Muu, mikä?	Puhelu

Taulukossa 6 on esitetty ovatko vastaajat saaneet tarvittaessa pankilta apuja digitaalisten palveluiden käyttöön. Vastaajista 40 % ei ole kokenut tarvitsevänsä apua digitaalisten palveluiden käytössä. Tarvittaessa apua on saanut 48,89 % vastaajista ja 11,11 % on jäänyt ilman apua. Ilman apua sitä tarvittaessa on jäänyt 4 kappaletta 45–59-vuotiaita ja yksi 15–29-vuotias. Heistä 2 kappaletta oli miehiä ja 3 kappaletta naisia. 14 kappaletta kaikista 18 vastanneesta, jotka eivät ole tarvinneet apua ovat olleet 15–29-vuotiaita.

Taulukko 6 Ovatko vastaajat saaneet tarvittaessa pankilta apuja digitaalisten palveluiden käyttöön?

	n	Prosentti
Kyllä	22	48,89%
En	5	11,11%
En ole tarvinnut apua	18	40,00%

Taulukossa 7 on esitetty kaipaavatko vastaajat jonkinlaista digineuvontaa palveluiden käyttöön. 66,67% vastaajista ei kaipa neuvontaa pankin palveluiden käyttöön. Pienin osuus vastaajista

4,44% kokee tarvitsevansa neuvontaa arkikäytössä ja säästötilin käytössä. Heistä molemmat vastaajat ovat naisia. 28,89% vastaajista ei osaa sanoa kaipaavatko he neuvontaa.

Taulukko 7 Kaipaavatko vastaajat jonkinlaista digineuvontaa pankin palveluiden käyttöön?

	n	Prosentti
Kyllä, mitä	2	4,44%
Ei	30	66,67%
En osaa sanoa	13	28,89%

Lisätekstikenttään annetut vastaukset
Piilota

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Kyllä, mitä	Arki käyttö
Kyllä, mitä	Säästötilin käytöstä

Taulukossa 8 on esitetty luottavatko vastaajat tekoälyyn pankkiasioiden hoitamisessa. Kaikki neljä henkilöä, jotka vastasivat, että eivät luota tekoälyn käyttöön ollenkaan ovat naisia. Kolme miestä ja yksi nainen vastasivat luottavansa täysin tekoälyn käyttöön. Heistä kolme on iältään 15–29-vuotiaita ja yksi 45–59-vuotias.

Taulukko 8 Luottavatko vastaajat tekoälyyn pankkiasioiden hoitamisessa?

	n	Prosentti
Luotan täysin	4	8,70%
Luotan osittain	32	69,56%
En osaa sanoa	6	13,04%
En luota ollenkaan	4	8,70%

Taulukossa 9 on esitetty, kuinka monella vastaajalla on käytössään oman pankkinsa mobiilisovellus. Kaksi henkilöä, jotka vastasivat, että heillä ei ole käytössä mobiilisovellusta ovat molemmat 45–59-vuotiaita naisia. Kaikilla muilla vastaajilla on käytössä pankin mobiilisovellus.

Taulukko 9 Kuinka monella vastaajista on käytössään pankkinsa mobiilisovellus?

	n	Prosentti
Kyllä	44	95,65%
Ei	2	4,35%

Taulukossa 10 on esitetty, kuinka moni vastaajista kokee tarvitsevansa konttoriasiointia tulevaisuudessa. Henkilöt, jotka ovat sitä mieltä, että eivät tarvitse konttoriasiointia tulevaisuudessa ovat pääasiassa 15–29-vuotiaita mutta heidän mukaansa lukeutuu yksi 45–59-vuotias. 15–29-vuotiaiden vastaukset jakautuvat tämän kysymyksen kohdalla tasaisesti jokaiseen vaihtoehtoon. 60–75-vuotias kokee tarvitsevansa konttoriasiointia tulevaisuudessa. 30–44-vuotiaat kokevat pääasiassa tarvitsevansa konttoriasiointia tulevaisuudessa mutta heistä yksi ei osannut sanoa. 45–59-vuotiaat vastasivat kysymykseen tasaisesti lähinnä kyllä tai en osaa sanoa.

Taulukko 10 Kokevatko vastaajat tarvitsevansa konttoriasiointia tulevaisuudessa?

	n	Prosentti
Kyllä	20	43,48%
En	11	23,91%
En osaa sanoa	15	32,61%

Vastaajat kokevat erityisesti positiivisena asiana pankin digitaalisissa palveluissa niiden nopeuden ja helppouden. Asioita on helppo hoitaa myös kotisohvalta käsin, jos konttori sijaitsee kaukana. Verkkotapaamisten helppoutta ja joustavuutta asiakkaan näkökulmasta on myös nostettu esille. Asioiden hoito onnistuu digitaalisten palveluiden avulla ympäri vuorokauden kellonajasta riippumatta.

Negatiivisia kokemuksia pankin digitaalisista palveluista on vastaajilla yllättävän vähän. Näistä nousee kuitenkin esille erilaiset käyttökatkot ja puutteet omissa digitaalisten palveluiden käyttötaidoissa. Vastauksissa ilmenee myös kritiikkiä, että konttorille on vaikeampi saada varattua aikaa kuin ennen.

Vastaajat kokevat kaipaavansa pankin digitaalisilta palveluilta enemmän asiakkaille suunnattuja verkkoluentoja ja parempaa menojen seurantaa pankin mobiilisovellukseen. Jatkoa ajatellen toivotaan myös, että kaikki asiat tulevaisuudessa hoituisivat verkon kautta ilman esimerkiksi tarvetta soittaa pankkiin. Paljon vastauksista nousee esille kaipuu erilaisia talouden ja menojen laskureita kohtaan. Mobiilisovelluksiin kaivataan myös kulujen erittelyä, esimerkiksi kuinka paljon rahaa kuu-kaudessa mennyt tiettyjen kategorioiden ostoksiin. Osa vastaajista kaipaa nimenomaan tekoälychattiä, joka on aina valmiina, kun taas osa haluaa keskustella ainoastaan oikeiden ihmisten kanssa.

6.2 Kehitysideat asiakaskokemuksen parantamiseen

Vastaajista lähes kaikki käyttivät pääasiallisena pankin asiointikanavanaan jotakin muuta kuin konttoripalvelua. Tämän vuoksi pankin digitaalisten palveluiden tulisi kehittyä valtavaa vauhtia, koska valtaosa asiakkaista toivoo tulevaisuudessa pystyvänsä hoitaa kaikki pankkiasiansa vaivattomasti verkossa, kuitenkin vastaajat toivovat myös mahdollisuuden konttoriasointiin säilyvän.

Osalla pankeista on jo käytössä erilaiset kulujen seurannat ja talouden laskurit verkossa, mutta näitä olisi tärkeää entisestään kehittää ja tuoda mukaan jokaisen pankin palveluihin. Osalle ihmisistä on edelleen tärkeää, että he saavat verkossa yhteyden oikeaan ihmiseen tekoälyn sijaan. Kaikille hyvän asiakaskokemuksen takaamiseksi tulevaisuudessa pitäisi huolehtia siitä, että tekoäly ei korvaa kaikkea asiakaspalvelua netissä.

Vastauksista käy ilmi, että kuitenkin vain suhteellisen pieni osuus vastaajista ei koe tarvitsevansa minkäänlaista apua pankin digitaalisten palveluiden käytössä, joten on tärkeää jatkossakin tarjota asiakkaille opastusta palveluiden käyttöön. Pankit voisivat järjestää esimerkiksi erilaisia tilaisuuksia kaikille ikäryhmille, joissa tarjottaisiin pankin digitaalisten palveluiden opastusta ja tuotaisiin niitä asiakkaiden tietoisuuteen.

7 Pohdinta

Digitalisaation nopea kehitys pankkialalla on tuonut mukanaan merkittäviä muutoksia sekä mahdollisuuksia, että haasteita. Opinnäytetyön tavoitteena oli tunnistaa pankkien digitaalisten ratkaisujen nykyisiä ongelmakohtia ja pohtia niiden kehittymismahdollisuuksia, erityisesti asiakaskokemuksen näkökulmasta. Tulokset osoittavat, että vaikka digitalisaatio on parantanut monien palveluiden saavutettavuutta ja tehokkuutta, se on myös luonut uusia haasteita, erityisesti tiettyjen asiakasryhmien, kuten ikääntyneiden kohdalla.

Opinnäytetyön lähteinä käytettiin sekä suomenkielisiä, että myös kansainvälisiä lähteitä. Lähteiksi pyrittiin valitsemaan luotettavuuden takia mahdollisimman tuoreita lähteitä lähivuosilta. Pankkien digitaalisista palveluista haimme tietoa itse pankkien sivuilta, joita päivitetään jatkuvasti palvelujen kehittyessä. Materiaalit mitä opinnäytetyössämme käytettiin ovat julkaistu luotettavilla sivustoilla ja niiden kirjoittajat ovat joko oman alansa tutkijoita tai asiantuntijoita.

Opinnäytetyötä varten toteutettiin kysely, jonka vastausten avulla saatiin laajan käsityksen vastaajien mielipiteistä pankkien digitalisaatiota kohtaan. Tutkimus oli kaiken kaikkiaan onnistunut koska kyselyn avulla saatiin vastauksia juuri niihin kysymyksiin, joihin niitä kaivattiin. Saatuja tuloksia voidaan hyödyntää tulevaisuudessa, kun pankit suunnittelevat uusia digitaalisia palveluja ja samalla miettivät miten vanhoja voidaan kehittää pitäen huolta hyvästä asiakaskokemuksesta. Kyselyssä kävi ilmi, että asiakkaiden tyytyväisyys pankkien digitaalisiin palveluihin on pääosin positiivinen. Monet vastaajat toivat esiin sen, että digitaaliset palvelut mahdollistavat asioiden hoitamisen nopeasti ja vaivattomasti ajasta ja paikasta riippumatta, mikä lisää asiakastyytyväisyyttä.

Opinnäytetyössä onnistuttiin tunnistamaan pankkipalveluiden käytettävyyteen liittyviä ongelmakohtia ja haasteita eri ikäryhmien näkökulmasta. Tutkimuksen näkökulmasta olisi ollut hyvä, jos olisimme saaneet kyselyyn vastauksia ikäihmisiltä, jotta olisimme saaneet myös heidän näkökulmansa. Kysely tuotettiin verkossa, joten sen kautta vanhempien ihmisten vastausten saaminen on haasteellista.

Opinnäytetyö osoittaa, että digitalisaatio pankkialalla on tuonut monia hyötyjä, mutta myös uusia haasteita, erityisesti asiakaskokemuksen parantamisessa. Tulevaisuudessa pankkien on löydettävä

parhaat mahdolliset keinot yhdistää tehokkaat digitaaliset ratkaisut käyttäjäystävällisyyteen ja toimivaan asiakaspalveluun. Tämä vaatii pankeilta jatkuvaa kehitystä ja asiakkaiden tarpeiden huomiointia, jotta kaikki asiakasryhmät voivat hyötyä digitaalisista palveluista.

Lähteet

Aitonurmi, J., Laukkanen, M. & Latvanen, M. 2022. Digitalisaation heikot uhkat ja vahvat mahdollisuudet. Digi- ja väestövirasto. Viitattu 8.5.2024. <https://dvv.fi/-/digitalisaation-heikot-uhkat-ja-vahvat-mahdollisuudet>.

Chatbot Opotti auttaa sähköisessä asiointissa. N.d. Op.fi-verkkosivusto. Viitattu 17.4.2024. <https://www.op.fi/verkkopalveluiden-kaytto/chatbot-opotti>.

Digitalisaatio. 2024. Scrive.com- verkkosivusto. Viitattu 8.5.2024. <https://www.scrive.com/fi/digitalisaatio>.

Digitalisaatiosta finanssialalla. N.d. Finanssialalle.fi-verkkosivusto. Viitattu 28.8.2024. <https://www.finanssialalle.fi/opintomateriaalit/finanssialan-perusteet/innovaatiot/digitalisaatiosta-finanssialalla.html>.

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus. Jyväskylä: Docendo. Viitattu 8.5.2024.

Kettunen, J. 2024. Finanssialan vuositilasto 2023. Finanssiala.fi- verkkosivusto. Viitattu 1.9.2024. [file:///C:/Users/Johtaja/Downloads/finanssialan-vuositilasto-2023%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Johtaja/Downloads/finanssialan-vuositilasto-2023%20(1).pdf).

Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015 Digitalisaatio yritysjohdon käsikirja. Helsinki: Talentum. Viitattu 1.9.2024.

Kontkanen, E. 2015. Pankkitoiminnan käsikirja. Finva. Viitattu 27.3.2024.

Mitä digitaaliset pankkipalvelut ovat? 2022. Nordea. Viitattu 25.3.2024. <https://www.nordea.com/fi/uutiset/mita-digitaaliset-pankkipalvelut-ovat>.

Mitä digitalisaatio tarkoittaa? N.d. Digitaalinen Helsinki. Viitattu 8.5.2024. <https://digi.hel.fi/esitely/mika-digi/>.

Pulkkinen, M. 2021. Pankkipalveluiden tekoäly helpottaa ja sujuvoittaa asiointia. OP Media. Viitattu 25.3.2024. <https://www.op-media.fi/digitalisaatio/pankkipalveluiden-tekoaly-helpottaa-ja-sujuvoittaa-asiointia/>.

Rimpiläinen, M. 2020. Pankkien kannattaa kehittää tekoälyä ihmistä varten. OP Media. Viitattu 25.3.2024. <https://www.op-media.fi/digitalisaatio/pankkien-kannattaa-kehittaa-tekoalya-ihmista-varten/>.

Saarijärvi, H., & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus: Miksi, mitä, miten? Docendo. Viitattu 1.9.2024.

Snyder, J. 2023. What You Should Know About The Future Of Digital Banking. Entrepreneur. Viitattu 1.9.2024.

Technostacks. 2023. Key Advantages of Digitization in Banking. Technostacks. Viitattu 1.9.2024.

Usein kysytyt kysymykset – Verkkopalvelut. N.d. POP Pankin verkkosivut. Viitattu 20.5.2024. <https://www.poppankki.fi/pop-pankki/asiakaspalvelu/ukk/ukk-verkkopalvelut/mita-asioita-verkkotapaamisessa-voi-hoitaa>.

Uusilehto, J. 2018. Seniori – näin hoidat pankkiasiat kätevästi verkossa. OP Media. Viitattu 20.5.2024. <https://www.op-media.fi/omat-rahaut/maksaminen/seniori--nain-hoidat-pankkiasiat-katevasti-verkossa/>.

Verkkokaupamaksujen osuus kuluttajien kertaluontoisista maksuista vuosina 2019 ja 2022. 2022. Eurojatalous.fi-verkkosivusto. Viitattu 1.9.2024. <https://www.eurojatalous.fi/fi/kuviot/graafi/verkkokaupamaksujen-osuus-kuluttajien-kertaluontoisista-maksuista-vuosina-2019-ja-2022/>.

Viisi askelta parempaan asiakaskokemukseen. 2020. Cuuma. Viitattu 28.8.2024. https://www.cuuma.com/blogi/viisi-askelta-parempaan-asiakaskokemukseen?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwIbu2BhA3EiwA3yXyuzbQclbKulep6oDvXwlKM6h0J_in-gEWh5pJnMb7ldyXb6v4Qp96s6hoCxiEQAvD_BwE.

Liitteet

Liite 1. Asiakaskysely

Digitalisoituminen pankkialalla

1. Ikäsi

- alle 15
- 15-29
- 30-44
- 45-59
- 60-75
- yli 75

2. Sukupuolesi

- Nainen
- Mies
- En halua kertoa

3. Mitä pankin asiointikanavaa käytät eniten?

- Konttori
 - Verkko
 - Puhelin
 - Muu, mikä?
-

4. Kuinka usein käytät pankin digitaalisia palveluita?

- Päivittäin
- Muutamana kerran viikossa
- Muutamana kerran kuukaudessa
- Harvemmin

5. Mitä pankin digitaalisia palveluita olet käyttänyt?

- Mobiilipankki
- Verkkotapaaminen
- Asiakaspalveluchatit
- Muu, mikä? _____

6. Oletko saanut pankilta tarvittaessa apuja digitaalisten palveluiden käyttöön?

- Kyllä
- En
- En ole tarvinnut apua

7. Kaipaisitko jonkinlaista digineuvontaa pankin palveluiden käyttöön?

- Kyllä, mitä _____
- Ei
- En osaa sanoa

8. Millaisia positiivisia kokemuksia sinulla on pankin digitaalisista palveluista?

9. Millaisia negatiivisia kokemuksia sinulla on pankin digitaalisista palveluista?

10. Luotatko tekoälyyn pankkiasioiden hoitamisessa, esim. tekoälyllä toimivat asiakaspalveluchatit?

- Luotan täysin
- Luotan osittain
- En osaa sanoa
- En luota ollenkaan

11. Millaisia digitaalisia palveluita kaipaat pankeilta?

12. Onko sinulla pankkisi mobiilisovellus käytössä?

- Kyllä
- Ei

13. Kaipaatko pankkisi mobiilisovellukseen jotakin lisätoimintoja?

14. Koetko itse tarvitsevasi konttoriasiointia tulevaisuudessa?

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

