

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma

Niina Lehikoinen

DIGITALISAATIO ENON OSUUSPANKISSA

Opinnäytetyö
Maaliskuu 2016



OPINNÄYTETYÖ
Maaliskuu 2016
Liiketalouden koulutusohjelma

Karjalankatu 3
80230 JOENSUU
013 260 600

Tekijä
Niina Lehikoinen

Nimeke
Digitalisaatio Enon Osuuspankissa

Toimeksiantaja
Enon Osuuspankki

Tiivistelmä

Opinnäytetyö käsittelee digitalisaatiota finanssialalla. Digitalisaatio on uusi ajattelutapa ja työntekoväline, joka muokkaa työnkuvaa nopealla tahdilla. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia digitalisaation tuomia vaikutuksia asiakaskohtaamisiin Enon Osuuspankissa, esimerkiksi kuinka työntekijät kokevat digitalisaation vaikutuksen työntekoon ja kuinka uusia palveluita opastetaan asiakkaille. Tutkimus antoi laajan käsityksen kehittämistarpeista digitalisaatiosta pankkitoiminnassa. Opinnäytetyöraportissa käsitellään digitalisaatiota, siihen liittyvää teoriaa sekä finanssitoiminnan digitalisoitumista. Raportissa pohditaan erityisesti digitalisaation merkitystä finanssialalla.

Opinnäytetyö oli tutkimuksellinen opinnäytetyö ja se toteutettiin havainnoimalla pankin työympäristöä, tutustumalla kirjallisuuteen ja pankin sisäiseen koulutusmateriaaliin. Lisäksi suoritettiin kvalitatiivinen tutkimus, joka toteutettiin lähettämällä kysely Enon Osuuspankin työntekijöille. Kyselyn tuloksia hyödynnettiin kehittämisehdotuksissa, jotka helpottavat työntekijöiden päivittäistä työskentelyä.

Opinnäytetyön yhteenvedona voidaan sanoa, että digitalisaation tuomiin uudistuksiin ja niihin sopeutumiseen tarvitaan yhä enemmän koulutusta ja työntekijöiden resursseja, jotta muutoksen mukana pysyttäisiin. Digitalisaatio on erittäin vahvasti läsnä jokaisessa asiakaskohtaamisessa ja sen tuomat muutokset ovat väistämättömiä esimerkiksi kilpailukyvyyn ja saatavuuden kannalta. Raportti toimii Enon Osuuspankille kehitysideoiden antajana ja antaa työntekijöille lisätietoa digitalisaation muutoksesta. On tärkeää, että työntekijät ymmärtävät digitalisaation muokkaavan heidän työtään yhä enemmän, myös tulevaisuudessa.

Kieli
suomi

Sivuja 42
Liitteet 2
Liitesivumäärä 3

Asiasanat
digitalisaatio, OP Ryhmä, Osuuspankki, asiakaskohtaaminen, sähköiset palvelut



THESIS
March 2016
Degree programme in business economics
Karjalankatu 3
80230 JOENSUU
FINLAND
013 260 600

Author
Niina Lehikoinen

Title
Digitalization at Enon Osuuspankki

Commissioned by
Enon Osuuspankki

Abstract

The topic of my thesis is the digitalization in the banking finance sector. Digitalization is a new way of thinking and a tool that is rapidly changing landscape of the industry. The purpose of this thesis was to study the effects of digitalization on customer service at Enon Osuuspankki, for example, how the employee tasks are affected by digitalization and how the new digital services are introduced to the customers. The study offered a wide perspective on the current developmental needs in digitalization of banking services. This thesis report will address digitalization, its theoretical discussion, and the digitalization of financial industry. The key focus will be on the importance of digitalization in the finance industry and banking sector.

This thesis was research-based and it was conducted by observing the working environment and studying relevant literature and the bank's own educational material. Qualitative research conducted through an inquiry sent to the employees of Enon Osuuspankki. The answers gained from the inquiry were utilized in the development suggestions that would benefit the employees in their daily tasks.

The changes brought by digitalization and adapting to those changes will require even more training and employee resources, if the banks want stay in the forefront of this new era. Digitalization is very much present in every customer encounter and the changes that it brings will inevitably have an effect, for example, on industry competitiveness and availability of services.

This report gives development ideas to Enon Osuuspankki and offers employees additional information on the changes that digitalization brings. It is vital that the employees understand that digitalization will change their tasks, now and in the future.

Language
Finnish

Pages 42
Appendices 2
Pages of Appendices 3

Keywords
digitalization, OP Financial Group, OP Bank, customer encounter, electronic services

Sisältö

1	Johdanto	5
1.1	Taustaa opinnäytetyöstä	5
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet ja rakenne	6
1.3	Opinnäytetyön toteuttaminen ja tutkimusmenetelmät	7
1.4	Opinnäytetyön luotettavuus	8
1.5	Enon Osuuspankki osana OP Ryhmää	8
2	Digitalisaatio	10
2.1	Digitalisaatio käsitteenä	10
2.2	Digitalisaation historia	11
2.3	Digitalisaation tulevaisuus	12
3	Digitalisaatio finanssialalla	14
3.1	Digitalisaation murros	14
3.2	Digitalisaatio Enon Osuuspankissa	19
3.3	Asiakaskohtaaminen Enon Osuuspankissa	20
3.4	Sähköiset palvelut Enon Osuuspankissa	21
4	Tutkimuksen toteutus	23
4.1	Internet kysely tutkimusmenetelmänä	23
4.2	Kyselyn taustaa ja kysymykset	24
4.3	Aineiston luotettavuus ja analysointi	26
5	Tutkimustulokset	27
6	Johtopäätökset	33
6.1	SWOT-analyysi digitalisaatiosta Enon Osuuspankissa	33
6.2	Tutkimustulosten analysointi	35
	Lähteet	38

Liitteet

Liite 1	Saatesanat
Liite 2	Kysely

1 Johdanto

1.1 Taustaa opinnäytetyöstä

Opinnäytetyöni aiheena on digitalisaatio Enon Osuuspankissa. Digitalisaatio koskettaa monen yrityksen arkea ja se muokkaa yritystoimintaa yhä kustannustehokkaammaksi ja palvelualttiimmaksi. Opinnäytetyöni käsittelee Enon Osuuspankin digitalisaatiota asiakaskohtaamisissa ja työntekijöiden jokapäiväisessä työskentelyssä. Digitalisaatio on antanut hyvät mahdollisuudet parantaa asiakaskohtaamisia ja nopeuttaa työntekoa, mutta ongelmiakin on ilmennyt. Näihin ongelma-kohtiin tarkoitukseni on antaa kehitysehdotuksia, joilla parannetaan edelleen työskentelyn tehokkuutta ja työntekijöiden digitalisaation osaamista.

Digitalisaation myötä pankkipalvelut ovat alkaneet keskittyä internetiin, joten konttoriasiointi on vähentynyt merkittävästi. Konttorissa asiointiin täytyy edelleen myös panostaa, jotta se vastaa asiakkaiden lisääntyneitä odotuksia pankkipalveluiden nopeudesta ja helppoudesta.

Enon Osuuspankki on panostanut digitaalisuuteen monin tavoin ja työntekijöitä on pyritty kouluttamaan riittävästi. Esimerkiksi verkkoneuvottelut ovat olleet ko-keilussa, mutta sen käyttöönotto jokapäiväiseen työskentelyyn on ollut vielä va-
rovaista. Uudet sähköiset kanavat OP Ryhmässä antavat hyvät mahdollisuudet tiedonsaannin helppouteen ja nopeuteen esimerkiksi asiakaskohtaamisissa. Tä-
män avulla asiakas saa yleensä nopeasti vastauksia vaikeisiin kysymyksiin.

Opinnäytetyöni on laadullinen tutkimus, joka toteutettiin Enon Osuuspankin työn-
tekijöille suunnatulla kyselyllä. Kyselyn tavoitteena on selvittää tällä hetkellä digi-
talisuutta pääpiirteittäin Enon Osuuspankissa sekä siihen liittyviä hyviä ja huonoja
puolia sekä kartoittaa, kuinka paljon työntekijät opastavat asiakkaita mobiilisovel-
lукsien kanssa. Tavoitteena on saada työntekijöitä hyödyntämään enemmän di-
gitalisaation tuomia mahdollisuuksia sekä korjaamaan havaittuja puutteita ja on-
gelma-kohtia. Tämän avulla saataisiin asiakaskohtaamisista yhä enemmän
asiakaslähtöisempiä ja tehokkaampia palvelutilanteita.

1.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja rakenne

Tavoitteena opinnäytetyössäni on saada Enon Osuuspankille enemmän hyötyä digitalisaatiosta ja kartoitettua työntekijöiden mielipiteitä ja toiveita digitalisaation muutoksessa. On tärkeää tunnistaa selvästi vahvuudet ja heikkoudet, jotta pankki voisi kehittää toimintaansa näiden avulla. Tämän seurauksena esimerkiksi asiakaskohtaamisista saataisiin entistä tehokkaampia ja palvelualttiimpia.

Toisena tavoitteena on tuoda työntekijöille lisää tietoa digitaalisesta murroksesta ja sen tuomista eduista ja haitoista. On tärkeää, että työntekijät pysyvät muutoksen mukana ja tuntevat itsensä asiantuntijoiksi myös internetin rinnalla. Näin olen kartoitan tutkimuksessani myös työntekijöiden henkilökohtaisesti käyttämiä digitaalisia palveluita, jotta niitä olisi helpompi tarjota asiakkaille.

Opinnäytetyöni tutkimus on rajattu koskemaan Enon Osuuspankin työntekijöiden kokemuksia tulevaisuuden pankkityöskentelystä ja tämänhetkisistä kehittämis-kohteista digitalisaatiossa. Kyselyssä on huomioitu myös asiakkaiden opastaminen digitalisuuteen. Olen työni ohella seurannut finanssialan digitalisaation muutosta sekä kuinka se vaikuttaa työntekijöiden jokapäiväiseen työntekoon. Olen huomannut erilaisia onnistumisia, mutta myös heikkouksia. Näin ajattelin soveltaa oppimaani teoriaa opinnäytetyöhöni, joka antaa myös hyvän mahdollisuuden tutustua finanssialan yhteen osa-alueeseen hieman syvemmin ja hyödyntää sitä myös työssäni.

Opinnäytetyöni koostuu kuudesta erilaisesta osiosta. Ensimmäinen osio on johdanto, jossa kerrotaan opinnäytetyöstä perusasioita. Opinnäytetyöni toisessa osiossa kerron digitalisaatiosta yleispiirteittäin. Esimerkiksi millaista digitalisaatio oli ennen ja mitä se on nyt ja tulevaisuudessa. Kolmannessa osiossa esittelen digitalisaatiota finanssialalla yleensä ja sen jälkeen tarkemmin, mitä se on Enon Osuuspankissa. Tässä osiossa avaan myös tutkimuksessani käytettyjä käsitteitä kuten asiakaskohtaaminen ja sähköiset palvelut. Opinnäytetyöni neljännessä osiossa on esiteltynä tarkasti tutkimusmenetelmäni ja kyselyn kysymykset. Tämän jälkeen ovat kyselyn johtopäätökset ja yhteenveto tutkimuksesta.

1.3 Opinnäytetyön toteuttaminen ja tutkimusmenetelmät

Toteutan opinnäytetyöni kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella, joka on kysely Enon Osuuspankin työntekijöille. Laadullinen tutkimus sopii parhaiten kohde ryhmälle, joka on melko pieni. Näin ollen tutkimuksessa mitataan laatua eikä määrää. Valitsin kvalitatiivisen tutkimuksen tutkimusjoukon pienuuden seurauksena. Kyselyn tarkoitukseni on kartoittaa työntekijöiden digitaalisen osaamisen laatua asiakaskohtaamisissa, jota voidaan parantaa digitaalisten palveluiden avulla.

Kvalitatiivinen eli laadullinen menetelmä tutkii esimerkiksi merkityksiä, elämää ja erilaisia merkittäviä ilmiöitä. Tällainen laadullinen tutkimus voisi olla esimerkiksi havainnointia eri tilanteista tai tiettyyn teemaan perustuva haastattelu. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2003, 213–215.)

Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä mittaa erilaisia asioita kuten prosentteja ja lämpötilaa. Tutkimusmenetelmänä sitä käytetään esimerkiksi tilastotieteissä ja ennusteissa, joita testataan. Määrällisissä tutkimuksissa on normaalia, että asioita yleistetään eikä perehdytä ihan mitättömimpiin asioihin. (Hirsjärvi ym. 2003, 213–215.)

Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän ero on tarpeellista huomioida, jotta niistä ei tuoteta väärää tietoa. Tutkimuksessa on hyvä käyttää oikeaa tutkimusmenetelmää, jotta saataisiin paras mahdollinen lopputulos tutkimukselle. Tutkimuksen teoria kvantitatiivisessa tutkimuksessa suuntautuu pääosin deduktiiviseen eli teorialähtöiseen tutkimukseen, joka tarkoittaa sitä, että asiaa testataan käytännössä. Toisin kun laadullisessa tutkimuksessa asiaa testataan induktiivisesti eli aineistolähtöisesti kehittämällä teoriaa. (Brymann & Bell Business 2011, 27.)

Tutkimusmenetelmät voidaan jakaa keruu- ja analyysimenetelmiin. Keruumenetelmä tarkoittaa tapaa kerätä aineistoa esimerkiksi kyselynä, haastatteluna ja havainnointina. Analyysimenetelmä tarkoittaa tapaa ja sääntöjä analysoida aineistoa. Aineiston tulkinnan tuloksena saadaan johtopäätöksiä, jotka päättävät tutkielman. Tämän seurauksena saadaan uutta tutkimustietoa aikaiseksi. (Metropolia 2015.)

1.4 Opinnäytetyön luotettavuus

Opinnäytetyön luotettavuutta arvioidaan yleensä käsitteillä, jotka ovat reliabelius ja validius. Kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen liitetään yleensä reliabelius ja validius. Nämä kertovat mittaustulosten luotettavuudesta ja pätevyydestä. Reliabelius kertoo myös sen, että tulokset ovat huolellisia ja toistettavissa, eikä vain sattumanvaraisia otoksia. Validius taas varmistaa sen, että mitataan oikeaa asiaa ja päätelmät ovat päteviä. Näin ollen validius ohjastaa sitä, että pysytään aiheessa koko tutkimuksen ajan. Validius käsitteenä voidaan jakaa kahteen eri osaan, sisäiseen ja ulkoiseen validiuteen, jotka muodostavat kokonaisuuden. (Hirsjärvi ym. 2003, 215.)

Sisäinen validius tarkoittaa systemaattista luotettavuutta ja ulkoinen validius merkitsee tutkimutulosten yleistettävyyttä tietyssä perusjoukossa. Ulkoista validiutta voidaan parantaa kuvaamalla huolellisesti tutkimusprosessi, eli tutkimuskohde, olosuhteet ja päättelyprosessi. Yleisesti validiutta voidaan parantaa triangulaatioiden avulla, joita on yhteensä neljä kappaletta. Triangulaatiot ovat teoreettien, tutkija, metodinen ja aineistotriangulaatio. Triangulaatio tarkoittaa useiden näkökulmien hyödyntämistä tutkimuskohteessa. (Hirsjärvi ym. 2003, 215.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on myös tärkeää tulosten luotettavuus, joten ne täytyy analysoida huolella. Esimerkiksi haastattelujen tulokset eivät välttämättä kerro suoraan tosiasioita, jos vastaaja ei ole ollut niistä tietoinen. (Metropolia 2015.)

Opinnäytetyössäni käytetään kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Kyseessä on siis kysely, joka järjestetään Enon Osuuspankin työntekijöille. Tutkimus toteutetaan yhdessä vaiheessa, eli lähetän kyselyn kaikille työntekijöille ja heillä on noin kaksi viikkoa aikaa vastata siihen. Kyselyllä kartoitetaan tärkeimmät asiat liittyen opinnäytetyöni tavoitteeseen.

1.5 Enon Osuuspankki osana OP Ryhmää

OP Ryhmä on Suomen suurin ja vakavaraisin finanssialan palveluita tarjoava finanssiryhmä. OP Ryhmään kuuluvat Osuuspankit, Kiinteistökeskukset, Pohjola

vakuutus sekä OP Keskusyhteisö. OP Ryhmän tavoitteena on edistää hyvinvointia, turvallisuutta ja taloudellista menestystä. Osuustoiminnallisuus korostuu myös arvoissa ja asiakkaille maksetuissa bonuksissa. (OP Ryhmä 2015.)

OP Ryhmä on iältään noin 110-vuotias ja aiemmin se toimi Osuuskassan Keskuslainarahaston nimellä. OP Ryhmä on ollut aina suomalaisten arjessa läsnä ja tehnyt tulosta vakavaraisuudella ja hyvillä eduillaan. (OP Ryhmä 2015.)

OP Ryhmä jakaantuu kolmeen liiketoiminta-alueeseen, jotka ovat pankki-, vakuutus ja varallisuudenhoitopalvelut. Osuuspankkeja on tällä hetkellä noin 180, jotka tarjoavat asiantuntevia pankkipalveluita jokaiselle asiakkalleen henkilökohtaisesti. Osuuspankissa toimii pankki- sekä vakuutustoimihenkilöitä, jotka räätälöivät laadukkaat ja kilpailukykyiset palvelut asiakkailleen. OP Ryhmän varallisuudenhoitopalvelut antavat asiantuntijoiden neuvot sijoittamiseen ja säästämiseen. (OP Ryhmä 2015.)

Enon Osuuspankki kuuluu OP Ryhmän Osuuspankkeihin ja se tarjoaa kattavat palvelut, niin pankki-, sijoitus-, vakuutus kuin lakipuoleltakin. Enon Osuuspankki on perustettu vuonna 1970, jota ennen yritys toimi nimellä Kaltimon Osuuskassa. Kaltimon Osuuskassa perustettiin vuonna 1922. (Räty 1982, 12.)

Enon Osuuspankissa ja Uimaharjun sivukonttorissa työskentelee tällä hetkellä neljä päivittäispalveluiden toimihenkilöä, kolme rahoituspalveluiden toimihenkilöä, kaksi varallisuudenhoidon toimihenkilöä, yksi lakiasioiden toimihenkilö ja esimies.

Organisaatio on osuuskunta, jonka OP Ryhmän asiakkaat omistavat. OP Ryhmän hallintomalliin kuuluvat edustajisto, osuuskunnan hallintoneuvostokokous, hallitus ja hallituksen valitsema toimitusjohtaja. (OP Ryhmä 2015.)

2 Digitalisaatio

2.1 Digitalisaatio käsitteenä

Digitalisaatio tarkoittaa käsitteenä uudenlaista ajattelutapaa, työtekovälinettä ja uusia erilaisia mahdollisuuksia. Digitalisaatio on muokannut esimerkiksi yrityksien toimenkuvaa ja työntekoa viime vuosina reilusti. Digitalisaation myötä esimerkiksi tuotanto- ja palveluprosessit ovat nopeutuneet ja kustannustehokkuutta on tullut lisää. (Ilmarinen & Koskela 2015, 13–14.)

Liiketoiminnassa digitalisaatio on muutoksen ja uudistamisen väline. Sen avulla pyritään saamaa lisää kilpailukykyä, kannattavuutta ja kasvua strategiasta riippuen. Digitalisaation avulla yrityksellä on paremmat mahdollisuudet tarjota kilpailukykyistä ja parempaa palvelua, jolla on vielä alhaiset kustannukset. (Ilmarinen ym. 2015. 31–32.)

Digitalisaatio muokkaa analogista tietoa saatavampaan ja helpompaan muotoon esimerkiksi digitaalisiksi biteiksi. Näin ollen digitalisaation myötä informaatio on jatkuvasti saatavilla ja läsnä elämässä. Informaatiota tulee joka paikasta, kun taas aiemmin informaatiota täytyi erikseen etsiä. (Brennen & Kreiss 2014.)

Digitalisaatio ei ole pelkkää uutta teknologiaa vaan se voi olla vanhan teknologian parantamista tai uusia teknologian mahdollisuuksia. Tämän seurauksena syntyy täysin uudenlaisia tapoja ja tottumuksia toimia työelämässä. Digitalisaation tavoite on helpottaa työntekoa eikä vaikeuttaa sitä. Digitalisaatiossa yleensä luovutaan jostain vanhasta, joten vanhat toimintatavat ja opit jäävät yleensä historiaan. Digitalisaatiolla täytyy pystyä kilpailemaan, jotta esimerkiksi kainsainväliset markkinat avautuisivat eri yritysten toiminta-aloilla. (Opinet 2015b.)

Asioiden digitalisaatio tarkoittaa tiedon muuttamista sähköiseen muotoon. Tämä helpottaa tietojen käsittelyä, tallentamista ja tietojen jakamista. Tämän seurauksena voi muuttua kokonainen työympäristö, kun työtä alkaa ohjastaa erilaiset mobiililaitteet, pilvipalvelut ja sosiaalinen media. Yrityksille tulee digitalisaation avulla uusi mahdollisuus kokeilla rajojaan niin tuotannossa kuin kilpailukyvyssä. (Ojanperä 2012.)

Ilmiönä digitalisaatio on erittäin hankala ja siihen täytyy varautua, jotta pystyttäisiin toimimaan muutoksen alla. Ensiksi tulivat uudet laitteet ja teknologian hinta alkoi laskea. Tämän seurauksena palvelut alkoivat kehittyä yhä asiakaslähtöisemmiksi. Uudet palvelut ja laitteet ovat herättäneet paljon kiinnostusta ja suomalaiset ovat omaksuneet niitä vähitellen käyttöönsä. Tällä hetkellä Suomessa digitalisaation kehitys on huipputasolla, mutta kansainvälinen kilpailu esimerkiksi verkkokaupan avulla on liian voimakasta Suomen menestymisen kannalta. Tämä on myös jarruttanut yrityksiä ottamaan käyttöön uusia toimintamalleja, joita digitalisaatio mahdollistaa. (Opinet 2015b.)

2.2 Digitalisaation historia

Digitalisaatio on saanut alkunsa jo vuonna 1965, jolloin Gordon E. Moore havaitsi, että teknologia tulee halventumaan ja kasvamaan tulevaisuudessa. Tämän seurauksena hän vakuutti, että tietokoneiden teho tulee kasvamaan kaksinkertaiseksi puolentoista vuoden välein. Tämä on toteutunut ainakin 2010-luvulle saakka. (Ilmarinen ym. 2015, 27.)

1990-luvulle tultaessa talouden mullistus ja e-business olivat pinnalla. Tuolloin kehiteltiin uusia tietokonesovelluksia, mobiili-internetiä ja verkkokauppa tuli yrityksille uutena myyntikanavana. Kaikki 1990-luvulla tehdyt ideoinnit ovat tänä päivänä käytössä, joten digitalisaation muutos on ollut jo pitkään tiedossa. (Ilmarinen ym. 2015, 27.)

Suomessa digitalisaatiosta on puhuttu jo 1990-luvulla, mutta digitalisaatio saavutti suomalaiset vasta 2000-luvun vaihteen jälkeen. Suomalaiset ovat olleet hyvin varovaisia digitalisaation suhteen, joten kehitys on tapahtunut hitaasti. Näin ollen digitalisaatio on vieläkin monelle tuntematon käsite ja sitä on alettu vasta viime vuosina käyttämään esimerkiksi yritysmaailmassa. (Ilmarinen ym. 2015, 23–24)

Digitalisaatio voidaan jakaa kolmeen eri sukupolveen. Ensimmäisessä sukupolvessa uutena yritysmaailmaan tulivat uudet kanavat kontaktoida asiakkaita ja myydä tuotteita. Näistä tärkeimpänä ovat esimerkiksi verkkokauppa ja yrityksen omat kotisivut, jotka ovat kehittyneet huimasti tähän päivään. Toisessa sukupol-

vessa digitalisaatiokäsité on alkanut vallata yritysmaailmaa ja kansainvälinen kilpailu verkkokauppojen avulla on lisääntynyt nopeasti. Esimerkiksi uudet markkinakeinot saivat valtansa internetin avulla. Tällä hetkellä kuulumme toisen sukupolven digitalisaatiokansaan. Kolmas sukupolvi käsittää jo tulevaisuuden digitalisaatiota, jossa esimerkiksi robotiikka ja automaatio ovat arkipäivää. Tämä tarkoittaa uusia toimintalogiikoita työskentelyssämme. (Ilmarinen ym. 2015, 28–29.)

Esimerkiksi finanssiala on kokenut 1990-luvulla suuren romahduksen digitalisaation myötä. Konttorit, sekä niiden henkilöstö väheni noin puoleen koko finanssialalla sähköisten palveluiden kehityksen takia. Tämän seurauksena asiakkaat opettelivat käyttämään internetin tuomia mahdollisuuksia pankkiasiointiin. Konttoreiden väheneminen on alkanut uudestaan viime vuosina, koska digitaalista kehitystä on tullut paljon lisää ja asiakkaat ovat omaksuneet sähköisiä palveluita pääasiallisiksi pankkipalveluiksi. (Finanssialan keskusliitto 2015e.)

2.3 Digitalisaation tulevaisuus

Digitalisaation kehitys on hidastunut hieman ja uusia palveluita ja laitteita otetaan varoen käyttöön. Kuitenkin uusia digitaalisia tuotteita ja palveluita tulee yhä enemmän markkinoille. Esimerkiksi erilaiset pilvipalvelut ovat kasvattaneet suosiotaan helppouden ja nopeuden takia. (Ilmarinen ym. 2015, 28–29.)

Tulevaisuudessa monen ihmisen työn voi korvata robotiikka, joka tekee saman työn kustannustehokkaammin ja tarkemmin kuin ihminen. Esimerkiksi monissa tehtaissa suositaan jo tällä hetkellä robotiikkaa, mutta se tulee lisääntymään entisestään. Toisena keinona on automatisointi, joka on kasvattanut suosiotaan entisestään. Näin ollen laitteisto on viimeisintä teknologiaa, jolloin taataan kustannustehokkuus, kannattavuus ja kilpailukyky suurilla markkinoilla. (Ilmarinen ym. 2015, 28–29.)

Kuitenkin robotiikka voisi osittain mahdollistaa työpaikkojen lisääntymisen, jos ulkomaille ulkoistettujen yritysten tuotanto voitaisiin palauttaa kotimaahan toimivan robotiikan ansiosta. Robotiikka mahdollistaisi erilaisten yritysten tuotannon taas Suomessa halvemmallalla, jolloin tuotannon ulkoistaminen vähenisi. Robotiikan käyttöönottoon laajemmin tarvittaisiin Suomen hallituksen hyväksyntä, jossa

päätettäisiin robotiikan lisäämisestä ja kehittämisestä myös Suomessa. (Mattila 2015.)

Tulevaisuudessa myös esimerkiksi kirjat ja käteinen raha voidaan korvata kokonaan sähköisellä muodolla ja esimerkiksi Facebookin ja Twitterin suosio alkaa laskea uusien palveluiden rinnalla. Näin ollen siirrymme sosiaalisen median maailmasta uuteen digimaailmaan, jossa internetin valtaavat palvelut ja esineet. (Ilmarinen ym. 2015, 9.)

Digitaalisten muutosten käyttöönotto Suomessa on ollut hidasta. Erilaiset suositukset muutoksista ja toimenpiteistä ovat jo olemassa, mutta niitä on otettu heikosti käyttöön. Esimerkiksi verkkoalustat on muokattu yhteensopiviksi, mikä mahdollistaa uusien liiketoimintojen ja tuotteiden kehityksen. Digitalisaation muutosta jarruttaa myös raha. Muutosten soveltamiseen yritystoimintaan tarvitaan paljon rahaa. Kuitenkaan Suomella ei ole varaa jättää tekemättä uusia digitaalisia investointeja, jolla saataisiin yritystoiminnoista tehokkaampia, asiakas- ja käyttäjälähtöisempiä sekä automatisoituja. Investoinnit maksavat itsensä takaisin ajan kuluessa. Suomen on vaikea selvitä velkaantumisesta, elinkeinorakenteen muutoksesta ja ikääntymisestä, jollei digitalisaatioon investoida. (Turkki 2009, 60.)

Tulevaisuudessa digitalisaatio on yhä enemmän läsnä yrityskulttuureissa. Yritys ei tule pärjämään markkinoilla, jos heillä ei ole digitalisuutta käytössä. Markkinoiden laajentuessa globaalisti edelläkävijyys digitalisuudessa on hyvä kilpailukeino yrityksillä. Toisekseen asiakkaiden odotukset lisääntyvät entisestään palveluiden suhteen, joten yritysten täytyy olla rehellisiä ja avoimia asiakkaille, jotta vältetään ikäviä epäselvyyksiä. (Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2015b.)

Yritykset saavat lisää kasvupotentiaalia digitaalisten työkalujen ja sovelluksien avulla. Näin ollen yritystoiminnassa kehitettiin tutkimus-, kehitys- ja innovointitoimintaa. Digitaalisen teknologian avulla saadaan lisättyä yrityksen tuottavuutta ja kannavuutta. Tämä vaatii työntekijöiden kouluttamisen ja työkyvyn ylläpitämisen, jotta digitaalisen teknologian saisi käyttöön parhaalla mahdollisella tavalla. Digitaalinen teknologia vaatii työaikojen, yhteistyökumppaneiden ja työntekemien muokkaamista, jotta yritys pysyisi kilpailussa mukana. (Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2015a.)

Kilpailun kasvua yritysten välillä on lisännyt sosiaalinen media, joka mahdollistaa ihmisten kohtaamisen ajasta ja paikasta riippumatta. Asiakas voi kertoa sosiaalisen median avulla kansalle kokemuksia yrityksistä ja yleensä kirjoitukset alkavat levitä internetissä nopeasti. Kirjoitukset voivat olla myönteisiä, mutta myös kielteisiä, joten yrityksen on hyvä seurata keskusteluita oman maineen vuoksi. Kilpailussa erottumisesta on tullut vaikeaa digitaalisessa maailmassa ja se vaatii yrityksiltä resursseja. Näin ollen johtaminen ja uusien asioiden kehittäminen on tärkeässä asemassa yritystoiminnassa, jotta kiristyvään kilpailuun voitaisiin vastata. Esimerkiksi yritysten toimintamallit tulevat muuttumaan yhä asiakas keskeisimmiksi, jolloin asiakkaan näkökulma on tärkeässä roolissa. (Filenius 2015, 15–42.)

3 Digitalisaatio finanssialalla

3.1 Digitalisaation murros

Finanssialalla toimitaan tällä hetkellä digitaalisen murroksen keskellä. Moni finanssialan yritys pohtii tällä hetkellä uusia mahdollisuuksia tavoittaa asiakkaita kilpailijoita paremmin. Tästä esimerkkinä on pankin aukioloaikojen muuttuminen ja verkkoneuvottelun suosion kasvaminen. Erilaiset palvelut ovat helposti digitoitavissa myös finanssialalla, joten palveluntarjoajia löytyy internetistä jo paljon. (Finanssialan keskusliitto 2015b.)

Finanssialalla tulee olemaan suuria muutoksia tulevaisuudessa esimerkiksi toimintatapojen kehittämisessä, markkinoilla selviytymisessä, asiakastarpeiden päivittämisessä, työhyvinvoinnin kehittämisessä, tuottavuudessa, osaamisen ylläpitämisessä ja kilpailukyvyssä. Nämä kaikki teemat heijastuvat digitalisaation muutoksista, joten henkilöstön koulutus on lähes välttämätöntä palveluiden tarjoamisen kannalta asiakkaille. (Finanssialan keskusliitto 2015b.)

Pankkitoiminnan merkittävimpiä muutoksia ovat olleet fuusiot, toiminnan laajentuminen ulkomaille, digitalisaatio sekä vakuutustoiminnan liittyminen pankkitoi-

minnan rinnalle. Näiden muutoksien taustalla ovat esimerkiksi kilpailun lisääntyminen, teknologian kehitys, asiakaskäyttäytymisen muutos sekä kansainvälistyminen. (Kontkanen 2011, 14–15.)

Digitalisaatio on muokannut pankkityöskentelyä viime vuosina jo paljon, mutta muutoksia on vielä edessä. Esimerkiksi monet työntekijän tehtävät hoidetaan sähköisesti järjestelmien avulla. Asiakkaan ei välttämättä tarvitse itse olla paikalla pankkiasioinnissa. (Kontkanen 2011, 70–75.)

Digitaalisessa maailmassa kuitenkin asiakkaan tunnistaminen on noussut merkittäväksi asiaksi. Asiakas täytyy aina ensin tunnistaa erilaisten kysymyksien ja sähköisten palveluiden kautta, jotta hänelle voidaan kertoa pankkiasioita. (Kontkanen 2011, 234.)

Pankkien toimintamallia muokkaavat vaisu taloustilanne, sääntely pankkisektorilla, matala korkotaso ja digitalisaatio megatrendinä. Toimintaympäristö on jatkuvan muutoksen alla ja näin ollen haasteeksi tulee vastata asiakkaiden lisääntyneisiin tarpeisiin ja samalla tehdä kannattavaa pankkitoimintaa. (Euro ja talous. 2015.)

Uusia mahdollisuuksia avautuu digitalisaation ja teknologian myötä. Pankkipalveluita voidaan tarjota yhä kustannustehokkaammin ja esimerkiksi rahoitusprosessi tulee lähitulevaisuudessa muuttumaan helpommaksi ja nopeammaksi. Kuitenkin digitalisaation tuomien muutoksien täytyy olla käyttövarmuudeltaan toimivia ja luotettavia, joka taataan lisäämällä kyberturvallisuutta. (Euro ja talous 2015.)

Digitalisaatio helpottaa kilpailua eri pankkiryhmien välillä. Asiakkaan on helppo vaihtaa pankkiryhmää toiseen, koska hän pystyy hoitamaan pankkiasiansa verkossa. Näin ollen asiakasta ei sido välttämättä konttorin fyysinen läheisyys, vaan pankkien tarjoamat palvelut ja hinta ratkaisee. Finanssialalle tulee uusia toimijoita, jotka ovat erikoistuneet esimerkiksi rahoitukseen tai sijoitukseen. Nämä toimijat kiristävät kilpailutilannetta Suomen finanssimarkkinoilla. (Euro ja talous 2015.)

Tulevaisuudessa pankkien kannalta olennaista on eri asiakasryhmien tarpeiden tunnistaminen ja liiketoimintojen muokkaaminen heille sopiviksi. Tähän muutok-

seen voidaan vastata erikoistumisella, joka tarkoittaa pankkien muutosta peruspankkitoimintaan. Tämä tarkoittaa sitä, että laina- ja talletustuotteet ovat saatavilla tietyillä alueilla, jolloin saadaan erikoistumista aikaiseksi. (Euro ja talous 2015.)

Pankkien tuotteet ovat olleet jo pitkään samanlaisia. Tulevaisuudessa tuotteita pitäisi alkaa yksilöidä jokaiselle henkilökohtaisesti, jolloin asiakas saa henkilökohtaisen kokonaisuuden pankkiasioinnista. Tämän seurauksena pankit voivat ulkoistaa palveluitaan, jolloin saadaan kustannustehokkuutta lisää. Esimerkiksi yhteistyö kilpailijoiden kanssa on tulevaisuudessa täysin mahdollista, jolloin saadaan omaan toimintaan lisää kustannustehokkuutta. (Euro ja talous 2015.)

Digitalisaation myötä syntyy paljon uutta informaatiota. Informaation ja datan arvostus kasvaa yhä edelleen ja se tulee vaikuttamaan liiketoimintamalleihin väistämättä. Finanssialalla tämä merkitsee mobiilipalvelukanavien käytön lisääntymistä ja toimialojen muutosta sekä teknologian kehitystä. Finanssialan palvelut täytyy saada saumattomiksi, jotta asiakas voi ajasta ja paikasta riippumatta käyttää palveluita, kuten mobiilia, verkkoasiointia, puhelin- ja konttoripalveluita. Palveluissa korostuu tulevaisuudessa yhä enemmän nopeus, helppous ja reaaliaikaisuus. (OP Ryhmän toimintakertomus 2014.)

Finanssialalla kilpailuympäristö laajenee tulevaisuudessa ja pankkirajojen ylittävä toiminta alkaa kehittyä vähitellen. Perinteinen toimiala alkaa muokkautua uudelleenlaiseksi digitaaliseksi toimialaksi ja uudenlaiset palvelut ja tuotteet valtaavat alaa, jotta finanssiala pysyisi yhä kilpailukykyisenä. (OP Ryhmän toimintakertomus 2014.)

Finanssialan digitalisaatio mahdollistaa uusia kehityksiä niin kasvuun, toiminnan tehostamiseen ja ketterämpään toimintaan. Tämän seurauksena entisiä liiketoimintamalleja täytyy käydä läpi, jotta havaitaan niistä kehittämiskohteita. Tarkoituksena on yllättää asiakas ja olla tietoinen nykyisistä trendeistä, jotta voidaan tarjota parasta mahdollista palvelua. (Opinet 2015b.)

Finanssialalla digitalisaatio etenee aalto liikkeenä. Aluksi tuli internet, joka mullisti paljon finanssialan toimintaa. Sen kehityksen jälkeen alkoi sosiaalinen media vallata finanssimaailmaa. Palvelujen täytyy olla kaikkien lähellä myös sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median aikakausi alkaa jo hiipua ja finanssialalla aletaan

siirtyä esineiden internettiin, joka tarkoittaa sitä, että kaikki palvelut ja tuotteet ovat saatavilla helposti internetin välityksellä. (Opinet 2015b.)

Palveluiden digitalisaatio finanssialalla on vahvasti mukana esimerkiksi asiakas-kohtaamisissa. Ylivertainen asiakaskokemus eli asiakkaan hurmaaminen, asiaan keskittyminen, asian ratkaisu ja asiakkaan kiittäminen ovat jokaisessa asiakas-kohtaamisessa tärkeitä asioita. Asiakkaat vaativat palvelua yhä enemmän, halvem-malla ja nopeammin. Tähän pystytään vain vastaamaan toimivien sähköisten pal-veluiden kautta, jonka digitalisaatio mahdollistaa kaikille yrityksille. (Opinet 2015b.)

Finanssialan Keskusliiton teettämän tutkimuksen mukaan noin 80 prosenttia asi-akkaista hoitavat päivittäisiä pankki- ja vakuutuspalveluita verkkopalvelussa. Mo-biililaitteille saatavien pankkisovelluksien käyttö on kasvanut nopeasti. Tällä het-kellä noin 50 prosenttia asiakkaista käyttää pankki- ja vakuutuspalveluita mobiililaitteen kautta. Näistä huolimatta 90 prosenttia asiakkaista haluaa kuiten-kin asioida myös tarvittaessa konttorissa, puhelimen välityksellä, verkkoneuvot-telussa tai chatin avulla. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakas haluaa henkilökoh-taista palvelua ja asiantuntijan apua erilaisissa elämäntilanteissa. (Finanssialan keskusliitto 2015f.)

Verkkoasiakaspalvelu on tärkeässä osassa nykypäivän asiakaskohtaamisia. IROResearch teettämän tutkimuksen mukaan joka kolmas asiakas toivoo asia-kaspalvelua myös verkossa. Verkkoasiakaspalvelu on tehokasta ja nopeaa. Esi-merkiksi chat on lisännyt suosiotaan monien yritysten verkkosivustoilla. Chat on nopea ja hyödyllinen viestintäväline, jossa vastausaika on erittäin lyhyt. (Kainu-lainen 2016.)

Kansainvälistyminen ja digitalisaatio on nyt kasvun avainasemassa, mutta suo-malaiset yritykset ovat olleet hieman arkoja kokeilemaan uusia mahdollisuuksia liiketoiminnan kehittämiseen. (Finanssialan keskusliitto 2015d.)

Digitalisaatiota voidaan pitää uhkana finanssialan työpaikoille, mutta sen tarkoi-tus olisi olla mahdollisuus finanssialan uudistumiselle. Näin ollen on tärkeää, että henkilöstö pysyisi kehityksen mukana kouluttautumalla, tiedostoja pyrittäisiin di-

gitalisoimaan entistä enemmän, sekä kehittämään palveluita toimivimmiksi. Digitaalisten muutosten ei tarvitse olla isoja tuottaakseen parempaa palvelua ja tehokkaampaa työskentelyä. (Finanssialan keskusliitto 2015d.)

Finanssiala on ollut pitkään kehityksen kärjessä digitalisaatiossa, mutta paljon on vielä tehtävää, jotta siitä saataisiin kaikki hyödyt irti. Digitalisaatio vaatii paljon tietämystä, joten koulutuksiin on panostettava, jotta työntekijät voisivat saada mahdollisimman paljon hyötyä siitä. Finanssialan keskeisimmistä kilpailukeinoista onkin asiantunteva, osaava ja luotettava toimihenkilö, joka osaa hyödyntää erilaisia tietolähteitä ja opastaa asiakkaitaan tarvittaessa. (Finanssialan keskusliitto 2015g.)

Tapa kohdata asiakas tulee entisestään muuttumaan finanssialalla, koska asiakkaiden tarpeet muuttuvat ja digitalisaatio vaikuttaa paljon asiakkaiden arkeen. Pankkipalvelut ovat nyt asiakkaiden saatavissa joka hetki internetissä, joten konttoriasioinnit tulevat vähenemään entisestään. Muutos asikaskäyttäytymisessä ja digitalisaation kehittäminen vastaamaan tarpeita ei tule yhteiskunnalle halvaksi. (Opinet 2015b.)

Digitalisaation myötä konttoreita tulee vähenemään entisestään, koska palveluille ei ole enää niin paljoa kysyntää. Tämän valitettavana seurauksena myös työpaiikat vähenee, vaikka se ei ole digitalisaation tavoite. Digitalisaation rakentamiseen ja ylläpitämiseen kuitenkin tarvitaan osaajia, joille on töitä myös finanssialalla. (Savolainen 2015, 40.)

Henkilöstön työntekoon digitalisaatio vaikuttaa esimerkiksi työaikojen muutoksilla, moniosaamisella ja asiakaslähtöisyydellä. Palvelut räätälöidään asiakalle tarpeita vastaavaksi ja pankin toimihenkilö toimii asiantuntijana asiakkaalle. Henkilökohtaisen pankkipalvelun täytyy kulkea digitalisaation kanssa rinnakkain, jotta palveluista saataisiin mahdollisimman tehokkaita. (Finanssialan keskusliitto 2015g.)

Sähköiset asiakaskohtaamiset tulevat lisääntymään entisestään. Esimerkiksi finanssialalla tärkeässä roolissa ovat verkkopalvelu, verkkoneuvottelu, chat, verkkoviestit, sähköposti sekä puhelinkontaktit. Asiakkaan asiat pyritään selvittämään mahdollisimman pitkälle internetin välityksellä.

Finanssialalla asiakkaat voidaan ryhmitellä kolmeen eri ryhmään digitalisaation avulla. Nämä asiakasryhmät ovat digitaalinen asiakas, diginatiivi ja digi-immigrantti. (Opinet 2015a.)

Digitaalinen asiakas tarkoittaa asiakasta, joka käy harvoin konttorilla asioimassa ja käyttää pääosin mobiilipalveluita. Hän soittaa konttorille muutaman kerran vuodessa pankkiasioilla ja suorittaa käteisen rahan noston automaatilta. (Opinet 2015a.)

Diginatiivi tarkoittaa asiakasta, joka hoitaa kaikki pankkiasiat internetissä, eikä häntä sido yksi tietty pankki, vaan hän voi vaihtaa pankkia helposti. Diginatiiville sosiaalinen media ja toisten ihmisten mielipiteet vaikuttavat päätöksen tekoon. Toisin kuin diginatiivi, digi-immigrantti ei vaihda pankkia ja hän tarvitsee asiantuntijan neuvoja päätöksentekoonsa. Hän käyttää konttori ja puhelinpalveluita ja etsii aktiivisesti tietoa internetistä. (Opinet 2015a.)

3.2 Digitalisaatio Enon Osuuspankissa

Enon Osuuspankissa digitalisaatio on jo arkipäivää. Laitteistoa on uudistettu vähitellen ja uusia sovelluksia otetaan käyttöön nopeaan tahtiin. Nykyisiä palveluita on tehostettu entisestään ja liiketoimintamalleja on uusittu. Digitalisaation muutokset vaativat työntekijöiltä paljon resursseja opetella uusien sovelluksien käyttöä ja palveluiden tarjoamista sähköisesti.

Enon Osuuspankissa, kuin myös muissakin Osuuspankeissa kaikki palvelut ovat digitalisoitavissa. Esimerkiksi tuotteet, tuotteiden tarjoaminen, asiakkaiden mahdollisuus ostaa tuotteita internetin välityksellä ja prosessien automatisointi. Kuitenkin asiakkaat haluavat asiantuntijoilta henkilökohtaista apua vaikeimmissa asioissa, eli konttorikäynnit ovat edelleen suosiossa. (Opinet 2015a.)

OP Ryhmän tasolla sähköisten palveluiden kehitys maksaa yli miljardi euroa. Tämä tarkoittaa myös sitä, että yksittäisen pankin tietotekniikkaan ja elektroniikkaan liittyvät kulut kasvavat noin 10 prosenttia vuodessa. Pankkien on pakko panostaa kehitykseen, jotta voidaan toimia kustannustehokkaasti. (Opinet 2015b.)

Digitalisaatio vaikuttaa Enon Osuuspankissa toimintaympäristöön, johon sisältyvät ansaintamallit, arvoketjut ja kilpailukenttä. Näiden lisäksi asiakaskäyttäytyminen tulee muuttumaan eli asiakkaat odottavat nopeutta ja saatavuutta palveluilta, palveluiden oston helppoutta ja erilaisia tapoja käyttää palveluita. Näiden lisäksi asiakkaat odottavat saavansa henkilökohtaista palvelua suurissa päätöksissä, joten konttorikäyntien tärkeys säilyy näissä tilanteissa. (Opinet 2015a.)

Digitalisaatio vaikuttaa työntekijöiden jokaiseen työpäivään. Esimerkiksi ilman internetiä asiakkaiden palveleminen on lähes mahdotonta, koska sovellukset eivät toimi. Toisena esimerkkinä toimii sähköinen arkistointi, joka tarkoittaa paperiarkistoinnista luopumista vähitellen. Näin tiedostot ovat helpommin löydettävissä ja eivätkä ne vie ylimääräistä tilaa.

Enon Osuuspankin työajoilla on pyritty parantamaan asiakkaiden tavoittamista. Osa työntekijöistä tekee iltavuoroa kahtena päivänä viikosta, jolloin asiakkaat voivat tulla töidenkin jälkeen käymään pankissa tai heitä tavoittaa paremmin puhelimitse. Kassapalvelut ovat auki aamuisin kolme tuntia, joka on juuri sopiva aika verrattuna lähiseudun asiakkaiden määrään. Näin ollen palvelut ovat kuitenkin tarjolla asiakkaille internetissä vuorokauden ympäri.

Enon Osuuspankilla on hyvät valmiudet kehittyä vielä digitalisaatiossa, koska pankilla on hyvät resurssit niin laitteissa, kuin työntekijöissäkin. Työntekijöiden koulutus on erittäin tärkeässä osassa kehityksen jatkumista. Tuleviin muutoksiin tarvitaan myös rohkeutta, oikeaa asennetta ja panostusta, jotta digitalisaation tuomat hyödyt saataisiin kunnolla käyttöön.

3.3 Asiakaskohtaaminen Enon Osuuspankissa

Asiakaskohtaaminen on yksi tärkeimmistä kannattavuuteen ja kilpailukykyyn liittyvistä tekijöistä. Asiakaskohtaamisessa on läsnä niin työntekijä, kuin asiakas. Asiakaskohtaaminen voi tapahtua kasvotusten, puhelimessa, verkkoviesteillä, sähköpostilla, chatissa tai internetissä verkkoneuvottelussa.

Osuuspankin arvot kertovat myös, että pankki on asiakkaitaan varten, toimii vastuullisesti ja menestyy yhdessä asiakkaiden ja hallinnon kanssa. Asiakaslupaus

‘olemme asiakkaitamme varten’ on läsnä myös jokaisessa asiakaskohtaamisessa. Pyrimme ylittämään asiakkaan odotukset ja toteuttamaan toiveet. Asiakasta on hyvin tärkeää kuunnella ja ehdottaa hänelle erilaisia vaihtoehtoja, sekä ratkaista hänen ongelma. Enon Osuuspankissa asiakaskohtaaminen on päivittäistä ruutinia, joten jokainen asiakas on yhtä tärkeä ja hänelle pyritään räätälöimään mahdollisimman toimiva ja toiveita vastaava ratkaisu. (OP Ryhmä 2015.)

Työntekijän on hyvä valmistautua asiakaskohtaamiseen hyvin ja ensivaikutelman antaminen on tärkeässä osassa. Esimerkiksi työntekijän asenne, kehonkieli ja läsnäolo viestivät paljon enemmän, kuin esimerkiksi sanat.

3.4 Sähköiset palvelut Enon Osuuspankissa

Enon Osuuspankissa on käytössä useita sähköisiä palvelukanavia, jotka tavoittavat suurimman osan asiakkaista. Verkkopankin, OP-mobiilin ja Pivon suosio on lisääntynyt huomasti viime vuosia ja kasvu on edelleen ylöspäin. Myös verkko-neuvottelu on alkanut vähitellen kehittyä ja päästä asiakkaiden tietoisuuteen.

Esimerkiksi Enon Osuuspankin asiakkaiden OP-mobiilin käytöstä on saatu tilastollista tietoa. Luvuista huomaa suuren kehityksen palvelun käytössä kahden vuoden sisällä. Vuoden 2014 tammikuussa OP-mobiilin tapahtumamäärä Enon Osuuspankin asiakkailla oli 8194 kappaletta, kun taas vuoden 2015 joulukuussa tapahtumamäärä oli jo 26333 kappaletta. (Opinet 2015a.)

OP Ryhmän tasolla tapahtumamäärät ovat miljoonia OP-mobiilissa. OP-mobiili onkin ohittamassa vähitellen verkkopankin suosituimpana palvelukanavana asiakkaiden keskuudessa. (Opinet 2015a.)

Osuuspankin verkkopankki on kattava, mikä tarjoaa paljon erilaisia tuotteita ja palveluita asiakkaiden käyttöön ja asiointi on helppoa. Verkkopankki on suosituin pankkipalveluita tarjoava kanava tällä hetkellä. Verkkopalvelussa on käytössä erilaisia toimintoja ja laskureita. Verkkopankkiin kirjaudutaan henkilökohtaisilla tunnuksilla. Verkkopankissa voi esimerkiksi maksaa laskuja, siirtää rahaa tileillä, hakea lainaa, hallinnoida vakuutuksia ja merkitä osakkeita. Pääosin kaikki pankkipalvelut hoituvat verkon kautta ja ne ovat tarjolla myös ruotsin kielellä. (Opinet 2015c.)

OP-mobiili on yksinkertaistettu versio verkkopankista, jossa voi maksaa laskuja, katsoa saldon, sekä seurata vakuutuksia ja sijoituksia. Ajanvarauksen tekeminen ja viestit toimivat myös. OP-mobiilin avulla asiakkaalla on pankki koko ajan mukana ja hän voi hoitaa pankkiasioitaan missä vain haluaa. Tämä helpottaa paljon asiakkaiden toimintaa ja on myös turvallinen tapa hoitaa pankkiasioita. (Opinet 2015c.)

Toinen mobiilisovellus on Pivo, joka seuraa rahankäyttöä ja kulutusta tiettyihin kulutuskohteisiin, esimerkiksi terveyteen ja liikenteeseen. Pivosta on helppo tarkistaa käyttötilin saldo, johon pankkikortti on liitetty. Sovelluksesta näkee myös päivän kulutuksen ja keskilukuluksen kuukauden aikana. On hyvä, että asiakas voi seurata mihin hänellä menee eniten rahaa ja miten hänen saldo kehittyy kuukauden aikana. Pivo on hyvin yksinkertainen ja tärkeä sovellus kaikenikäisille. Sen avulla voi oppia elämään säästävämmin, koska huomaa oman kulutuksen kuukauden aikana. (Opinet 2015c.)

Verkkoneuvottelu on melko uusi asia Enon Osuuspankissa. Asiakas voi tehdä ajanvarauksen verkkoneuvotteluun verkkopankistaan. Hänen täytyy myös asentaa verkkoneuvottelusovellus valmiiksi koneelle. Verkkoneuvottelu on yksinkertainen ja helppo tapa kohdata asiakas pankkiasioissa, mutta se on otettu varovaisesti käyttöön asiakaskohtaamisissa. (Opinet 2015c.)

Työntekijä voi opastaa ja tehdä sopimuksia verkkoneuvottelun kautta. Asiakkaan tunnistaminen tapahtuu verkkopankin tunnuksien kautta, mutta kuitenkin kertatunnistukseen liittyviä tarkentavia kysymyksiä tehdään myös asiakkaalle. Verkkoneuvottelu on helppo tapa hoitaa pankkiasioita esimerkiksi kotoa käsin, ilman että tarvitsee lähteä paikan päälle konttorille. (Opinet 2015c.)

Verkkoneuvottelun mahdollisuutta on tähän mennessä hyödynnetty erittäin vähän pankkipalveluiden tarjoamisessa Enon Osuuspankissa. Kuitenkin tähän on hyvät laitteet ja sovellukset käytettävissä, mutta asiakkaiden tietämättömyys tällaisesta vaihtoehdosta on vielä heikkoa. On tärkeää, että asiakas saa uuden mahdollisuuden hoitaa pankkiasioita internetissä asiantuntijan avustuksella. (OP Ryhmä 2015.)

4 Tutkimuksen toteutus

4.1 Internet kysely tutkimusmenetelmänä

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössäni toimi internet kysely, joka on toteutettu Google Forms lomakkeella. Kysely on laadullinen kysely, koska tutkin asiakas-kohtaamisten laatua ja digitaalista osaamista. Näin ollen kysely kohdistuu vain työntekijöille, jolloin vastausten määrä ei ole kovin suuri. Vastausprosentin odotetaan olevan sata prosenttia. Internet kyselyssä vastaajat kirjautuivat henkilökohtaisen sähköpostin kautta kyselyn linkkiin, josta avautui Google Forms lomake. Kun kyselyyn on vastattu, se tallentuu lähettämisen jälkeen automaattisesti vastausten yhteenvetoon. Valitsin internet kyselyn, koska haluan hyödyntää digitaalisia palveluita myös opinnäytetyön aiheeseen viitaten.

Internet kysely on helppo vaihtoehto kyselyn toteuttamiselle. Siinä kysely luodaan internetin pilvipalveluun ja sen saatavuutta voidaan rajata erilaisille kohderyhmille. Internet kyselyssä on mahdollista kehittää tiedonkeruumalleja ja se mahdollistaa kyselylle tyylikkään ulkoasun ja helpon vastaamisen.

Internet kyselyyn voi liittää keskustelualueen vastaajille, jossa voi keskustella vapaasti kyselystä. Internet kysely kokoaa vastaukset ympyrädiagrammeiksi ja Excel taulukoksi, josta on helppo lähteä analysoimaan vastauksia ja tehdä niistä johtopäätöksiä.

Muita kyselyvaihtoehtoja ovat haastattelu-, puhelin- ja postikysely. Haastattelu tarkoittaa suullisesti tehtävää kyselyä, jossa haastatellaan vastaajaa ja kirjataan samalla muistiin, mitä vastaaja kertoi. Virheiden estämiseksi vastaajan on hyvä antaa tarkastaa vastaukset ennen julkaisemista, koska haastattelun kuunteleminen ja vastauksien kirjoittaminen voi olla välillä hankalaa. (Verne 2015.)

Puhelinkysely taas tarkoittaa puhelimitse tehtävää haastattelua, jossa haastatteli kirjaa samalla vastauksia muistiin. Puhelinkyselyssä haasteeksi voi osoittautua haastateltavien tavoitettavuus ja muistiin kirjoittaminen puhelinkeskustelun aikana. (Verne 2015.)

Postikysely taas tarkoittaa kyselyä, joka lähetetään kirjeessä postin välityksellä vastaajille. Kyselyyn liitetään yleensä palautuskuori, jossa kysely pyydetään lähettämään takaisin täytettynä. Postikysely mahdollistaa vastaajalle aikaa vastata kyselyyn rauhassa, mutta posti voi olla hidas keino kuljettaa informaatiota. (Verne 2015.)

4.2 Kyselyn taustaa ja kysymykset

Kysely toteutetaan Enon Osuuspankin työntekijöille marraskuun 2015 aikana. Kyselyssä keskitytään asiakkaiden opastamiseen digitaalisessa ajassa ja työntekijöiden digitaalisten palveluiden käyttöön. Kyselyn tarkoituksena on saada kehitysideoita työntekoon digitaalisessa ajassa ja huomata erilaisia toimivia sekä puuttellisia kohtia asiakkaiden opastuksessa ja työnteossa.

Internet-kyselyssäni ensimmäisinä kysymyksinä ovat vastaajan ikä ja työskentelyaika finanssialalla. Näiden kysymysten perusteella voin huomioida eri ikäryhmät ja kokemuksen finanssialalla ja huomata kuinka ikä ja työkokemus vaikuttavat esimerkiksi oppimiseen digitaalisten palvelukanavien käytössä. Ikähaarukka jakaantuu 20- yli 60 vuotiaisiin työntekijöihin ja työkokemus jakaantuu 0- yli 15 vuoden työskentelyyn.

Seuraavat kaksi kysymystä käsittelevät digitalisaation hyötyjä ja haittoja asiakas-kohtaamisissa finanssialalla. Näiden kysymyksien tarkoituksena on selvittää mitkä asiat toimivat asiakas-kohtaamisissa ja mitkä vaativat vielä kehittämistä. Molemmissa kysymyksissä on monivalinnat, joista valitaan 1- 3 mieleistä vaihtoehtoa. Esimerkiksi digitalisaation hyötyjen vaihtoehtoja ovat nopeus, turvallisuus, helppous ja toimivat sovellukset. Digitalisaation tuomista haitoista vaihtoehtoja ovat laitteiden toimimattomuus, tietoturvallisuuden puute ja sovellusten toimimattomuus. Molemmissa kysymyksissä on myös avoin kohta, johon vastaaja pystyy kirjoittamaan itse sopivimman vaihtoehdon.

Seuraavat kaksi kysymystä käsittelevät työntekijöiden opastusta digitalisaation tuomiin muutoksiin. Ensimmäisessä kysymyksessä kysytään kokeeko työntekijä saavansa riittävästi koulutusta ja tietoa digitalisaation tuomiin muutoksiin. Toisessa kysymyksessä kysytään verkko-opiskelun ja etäopiskelun hyötyjä, eli kum-

masta vaihtoehdosta työntekijä tuntee saavansa enemmän hyötyä. Näillä kysymyksillä kartoitetaan koulutuksen riittävyyttä digitalisaation tuomiin muutoksiin työnteossa.

Seuraava osio käsittelee kyselyn pääaihetta, eli sähköisten palvelukanavien opastusta asiakkaille. Kahdessa ensimmäisessä kysymyksessä kysytään ovatko asiakkaat pyytäneet opastusta sähköisten palvelukanavien käytössä ja millaisten palveluiden käytössä asiakkaat ovat pyytäneet opastusta. Näiden kysymyksiä avulla kartoitetaan opastuksen tarvetta siakkaiden näkökulmasta ja millaisissa asioissa asiakkaat tarvitsevat opastusta työntekijöiden mielestä.

Tämän jälkeen kartoitan työntekijöiden käyttämiä sähköisiä pankkipalveluita, jotta voidaan varmistua työntekijöiden osaamisesta käyttää niitä. Kysymyksessä kysytään mitä näistä sähköisistä pankkipalveluista työntekijä itse käyttää ja vaihtoehdot ovat Pivo, OP-mobiili, verkkopankki ja verkkoneuvottelu. Seuraavassa kysymyksessä on samat vaihtoehdot kuin edellä mainitussa, mutta kysymys koskee asiakkaiden eniten käyttämiä sähköisiä pankkipalveluita. On hyvä havainnoida, mistä pankkipalveluista asiakkaat ovat tietämättöimpiä, jotta heitä voidaan alkaa opastaa niissä.

Seuraava osio käsittelee sähköisten pankkipalveluiden suosittelua ja digitaalisten palveluiden opastusta. Ensimmäisessä kysymyksessä kartoitetaan, kuinka halukkaita työntekijöitä ovat suosittamaan osuuspankin tarjoamia sähköisiä palvelukanavia. Seuraavassa kysymyksessä taas annetaan työnantajalle kehitysehdotuksia sähköisten palveluiden opastuksesta asiakkaille ja henkilökunnalle.

Tämän jälkeen sivuan kyselyssäni aihetta verkkoneuvottelu. Verkkoneuvottelu on tällä hetkellä uusin palvelu pankkiasioinnissa, niin on hyvä kartoittaa ovatko kaikki työntekijät kokeilleet verkkoneuvottelua ja millainen kokemus se on ollut.

Kyselyn viimeisin pakollinen kysymys on avoin ja se käsittelee aihetta digitalisaation tulevaisuus. On tärkeää saada työntekijöiden mielipiteet kuuluviin digitalisaatiosta ja miten se heidän mielestään vaikuttaa tulevaisuuden pankkityöskentelyyn. Digitalisaatio tulee tulevaisuudessa mahdollistamaan erilaisia asioita, niin on hyvä, että työntekijät pysyvät muutospöydän mukana.

Kysely päättyy vapaisiin sanoihin kyselystä, jossa vastaaja voi arvioida esimerkiksi kyselyn selkeyttä, toimivuutta, ulkonäköä ja kysymyksiä. On tärkeää saada myös kyselylle mielipide, jotta voin kehittää taitojani tulevaisuuden varalle.

4.3 Aineiston luotettavuus ja analysointi

Laadullisessa aineistossa tutkitaan ihmisten elämää, työskentelyä, käyttäytymistä tai vuorovaikutusta. Tutkimus pohjautuu empiiriseen tietoon, joka tarkoittaa teoreettista dataa. Laadullinen tutkimus tutkii ilmiöitä, miksi jotakin tapahtuu ja mitä sille voi tehdä. Esimerkkinä tähän on digitalisaatio, joka on uusi ilmiö finanssialalla. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on päätyä sellaiseen tulokseen, johon ei päästä määrällisellä tutkimuksella. (Willberg 2009.)

Laadullista aineistoa analysoitaessa täytyy ottaa huomioon se, että luotettavuus säilyy. Laadullisessa aineistossa tiedon keruu, analysointi ja raportointi liittyvät toisiinsa koko raportin ajan. Raportin luotettavuuden kannalta kaikki vaiheet ovat yhtä tärkeitä. Tutkimuksen luotettavuuden tueksi kannattaa säilyttää vanhempia versioita raportista, jotta ratkaisut eivät muutu tutkimuksen kulun aikana. (Willberg 2009.)

Laadullisen tutkimusaineiston analysoinnissa on tärkeää tiedon sovellettavuus ja siirrettävyys, jotta sitä voidaan verrata aikaisempiin tutkimuksiin. Tämä lisää luotamusta lukijaan, kun hänellä on aineistoa johon verrata tutkimusta. Toinen tärkeä asia on tiedon uskottavuus ja vahvistettavuus. Uskottavuus tarkoittaa kirjoittajan omia ennakkoluuloja ja näkemyksiä, jotka eivät saa näkyä tutkimuksessa. Tutkimusta on raportoitava neutraalisti niin, etteivät omat mielipiteet tule esille. Kun taas vahvistettavuudella tarkoitetaan muiden tutkimusten tukea omalle tutkimukselle, eli joku on jo aiemmin tutkinut samankaltaisia asioita ja päässyt samantyyppiseen lopputulokseen. (Willberg 2009.)

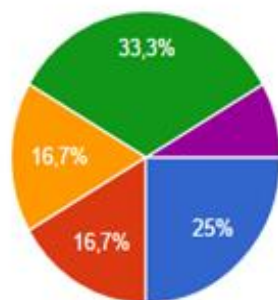
Laadullisen aineiston analysointi tehdään tarkasti ja pohjautuen teoriaan. Lukijan täytyy ymmärtää mahdollisimman tarkasti käsitteet ja tekstin sisältö, jotta hän saa siitä laajan käsityksen. On tärkeää, että lukija voi arvioida ja kritisoida tekstiä. (Willberg 2009.)

Laadullisen aineistoin analysoinnissa teorian täytyy liittyä tutkimukseen johdonmukaisesti ja tutkittavan kohdejoukon on hyvä olla tutkijan tiedossa. Tutkijan on hyvä tuoda esiin myös oma ennako-olettamus tutkimuksesta ja analyysi siitä, mitä tehdään eri tutkimuksen vaiheissa. Laadullisen tutkimuksen analysoinnissa on myös tärkeää käyttää triangulaatiota, eli erilaisien näkökulmien hyödyntämistä tutkimukseen. (Willberg 2009.)

5 Tutkimustulokset

Tutkimuksen kyselyyn vastasivat kaikki kyselyn saajat, joten vastausprosentti on sata prosenttia. Vastaajien ikä ja työkokemus jakaantuivat melko tasaisesti ja kyselyn vastauksista huomasi selvästi kehitettäviä sekä toimivia asioita.

Vastaajien ikä jakaantui 20- yli 60 vuotiaat välille. Vastaajia eniten on ikäluokassa 51–60 vuotiaat (kuvio 1) ja puolella vastaajista on yli 15- vuoden kokemus finanssialalla työskentelystä (kuvio 2). Tämä tarkoittaa hyvää viihtyvyyttä työssä, koska työtä jaksetaan tehdä kymmeniäkin vuosia. Näiden vuosien saatossa finanssiala on kokenut useamman murroksen ja talouden heikkenemisen, mutta silti muutovauhdissa pysytään hyvin mukana.



20-30 v.	3	25 %
31-40 v.	2	16.7 %
41-50 v.	2	16.7 %
51-60 v.	4	33.3 %
yli 60 v.	1	8.3 %

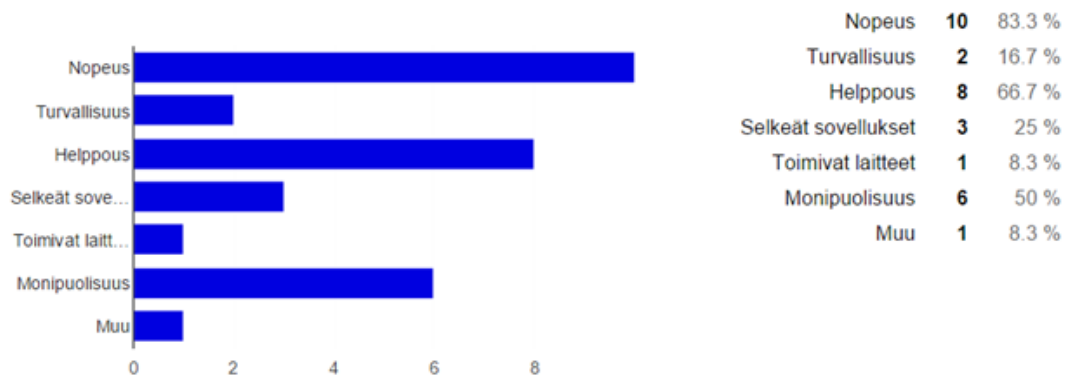
Kuvio 1. Vastaajien ikä



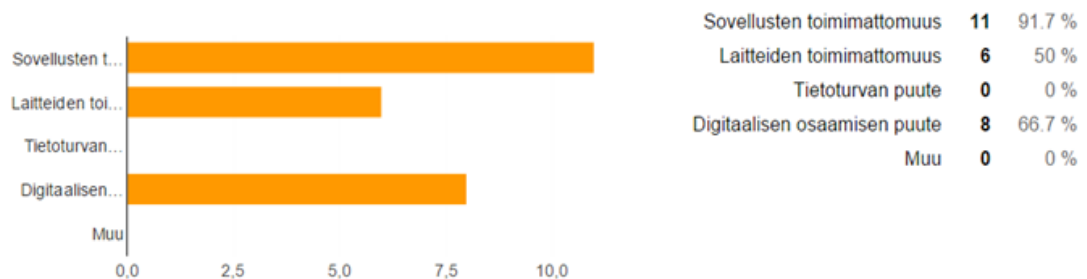
Kuvio 2. Vastaajien finanssialan työkokemus

Digitalisaation hyödyt asiakaskohtaamisessa ovat selkeästi havaittavissa kyselyn vastauksien perusteella. Eniten hyötyä digitalisaatiosta on työskentelyn nopeudessa, helppoudessa ja monipuolisuudessa (kuvio 3). Digitalisaation avulla työntekijät pystyvät työskentelemään tehokkaasti ja nopeammin kuin aiemmin, jonka seuraksena Enon Osuuspankki pysyy kilpailukykyisenä. Digitalisaatio myös monipuolistaa työnkuvaa sekä luo turvallisuuden tunnetta. Selkeät ja kehittyneet sovellukset ovat myös asiakaspalvelun kannalta tärkeitä. Tämä vaihtoehto on myös saanut kannatusta kyselyssäni.

Digitalisaation suurimmiksi haasteiksi asiakaskohtaamisissa valikoitui sovellusten toimimattomuus, laitteiden toimimattomuus ja digitaalisen osaamisen puute (kuvio 4). Nämä olivat kaikkien vastaajien mielestä haasteita, joita ilmenee usein asiakaskohtaamisissa. Näihin haasteisiin kehittelemällä ratkaisut, asiakaskohtaamisista saataisiin entistä tehokkaampia ja toimivampia. Sovellusten toimimattomuus oli kaikkien vastaajien mielestä ensimmäinen suuri haaste asiakaskohtaamisissa, jonka digitalisaatio on tuonut tullessaan. Olisi tärkeää, että sovellukset olisivat täysin toimivia ja testattuja ennekuin niitä alettaisiin käyttää laajemmin pankkitoiminnassa.



Kuvio 3. Digitalisaation hyödyt asiakaskohtaamisessa



Kuvio 4. Digitalisaation haasteet asiakaskohtaamisessa

Digitalisaation muutokset tapahtuvat nopealla vauhdilla, joten työntekijöiden koulutus on erittäin tärkeää osaamisen säilymisen kannalta. Noin 70 prosenttia vastaajista on sitä mieltä etteivät he saa riittävästi koulutusta digitalisaation muutokseen, vaan kaikki opiskelu on omalla vastuulla. Esimerkiksi uusiin sovelluksiin kouluttaminen on heikkoa ja se tapahtuu liian myöhään sekä kouluttamiseen ei ole riittävästi aikaa. Koulutukset ovat lyhyitä Lync-koulutuksia ja ne tehdään itsenäisesti. Suurimmaksi ongelmaksi koulutuksessa ilmeni aikapula, joka ilmenee työntekijöiden arjessa. Resurssit tulee käytettyä työntekoon ja näin koulutus jää vähemmälle.

Verratessa verkko-opiskelua ja etäopiskelupäiviä, verkko-opiskelussa ongelmaksi muodostuivat toimimattomat yhteydet ja muiden toimihenkilöiden kokemukset ja neuvot, jotka jäävät saamatta verkkokursseilla. Noin puolet vastaajista

kannatti etäopiskelupäiviä ja noin puolet verkko-opiskelua. Verkko-opiskelun hyödyiksi nousivat asiat, kuten materiaalin saatavuus koulutuksen jälkeen, opiskelun rytmittäminen omaan tahtiin sopivaksi ja verkko-opiskelu ei tuo matkakuluja. Kuitenkin etäpäiviä toivottaisiin esimerkiksi sähköisten palvelukanavien käytöstä, jotta kaikki oppisivat käyttämään niitä oikeaoppisesti.

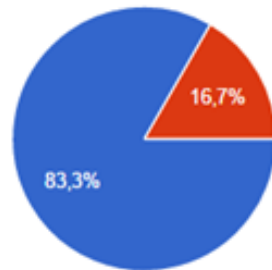
Kyselyn pääteemassa sähköisten palvelukanavien opastuksesta asiakkaille noin 65 prosenttia vastaajista vastasi joskus opastaneensa asiakkaita sähköisten palvelukanavien käytössä (kuvio 5). Sähköisten palvelukanavien käytössä asiakkailla on ollut ongelmia esimerkiksi verkkopankin käytössä eri laitteilla, Op-mobiilin käytössä, verkkopankkitunnuksia on kalasteltu ja verkkoneuvottelu ei ole toiminut oikein. Kuitenkin 80 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että asiakkaat tarvitsevat enemmän opastusta sähköisten palvelukanavien käytössä. Monella asiakkaasta on erilaisia sovelluksia pankkipalveluista, mutta he eivät osaa käyttää niitä riittävän monipuolisesti.



Kuvio 5. Sähköisten palvelukanavien opastus

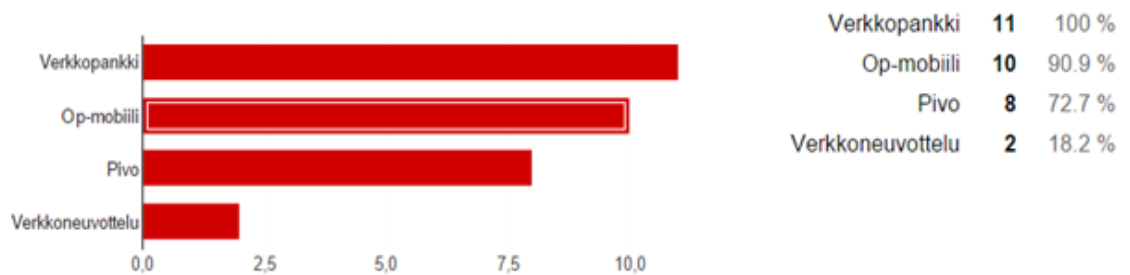
Sähköisten palvelukanavien käyttö työntekijöiden henkilökohtaisessa pankkiasioinnissa on hyvällä tasolla. Kaikki vastaajat käyttävät verkkopankkia ja 90 prosenttia vastaajista käyttää myös OP-mobiilia. Pivon suosio on hieman alhaisempi ja verkkoneuvottelua käyttää vain yksi vastaajista (kuvio 7), kun taas työntekijöiden mielestä asiakkaat käyttävät vain pääsääntöisesti verkkopankkia ja OP-mobiilia. Asiakkaille Pivo ja verkkoneuvottelu on tuntemattomampi asia tai he ei-

vät koe sitä hyödylliseksi (kuvio 8). Kaikki vastaajat ovat kuitenkin valmiita suosittelemaan sähköisiä palvelukanavia asiakkaille, koska ne helpottavat pankkiasioiden hoitoa arjessa (kuvio 9).



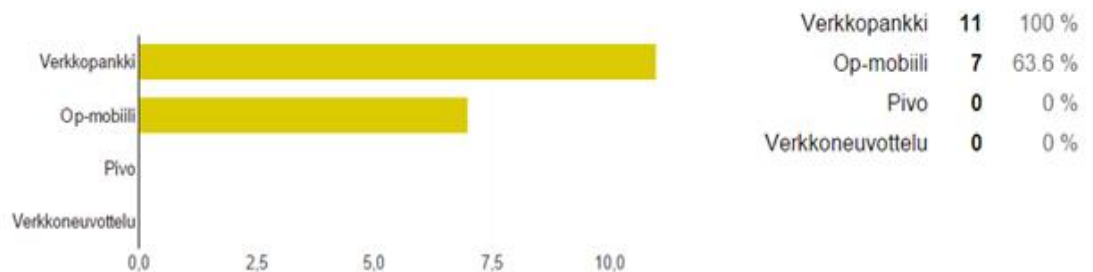
Kyllä	10	83,3 %
Ei	2	16,7 %

Kuvio 6. Sähköisten palvelukanavien opastuksen tarve



Verkkopankki	11	100 %
Op-mobiili	10	90,9 %
Pivo	8	72,7 %
Verkkoneuvottelu	2	18,2 %

Kuvio 7. Digitaaliset palvelut henkilökohtaisessa pankkiasioinnissa



Verkkopankki	11	100 %
Op-mobiili	7	63,6 %
Pivo	0	0 %
Verkkoneuvottelu	0	0 %

Kuvio 8. Asiakkaiden käyttämät digitaaliset palvelut



Kuvio 9. Asiakkaille suosittelu

Vastaajien mielestä digitaalisten palveluiden opastuksessa olisi kehittämistä. Esimerkiksi erilaiset tutustumistilaisuudet sähköisten palvelukanavien käytössä olisivat tarpeellisia. Tutustumistilaisuuksia voisi olla esimerkiksi palaveriajalla ja toiminta voisi tapahtua pienryhmissä, jolloin kaikki pääsisivät testaamaan laitteita. Toimiva älypuhelin ja tabletti helpottaisivat asiakkaille opastusta, jolloin työntekijän ei tarvitsisi opastaa omalta päätteeltä tai älypuhelimelta.

Vastaajista noin puolet on kokeillut verkkoneuvottelua, mutta ongelmia on ilmennyt paljon (kuvio 10). Laitteet ja sovellukset ovat epävarmoja toimimaan ja sovellusten asentaminen niin työntekijälle, kuin asiakkaallekin on hankalaa ja sovellus ei yleensä toimi ensimmäisellä asennuskerralla. Verkkoneuvottelussa joutuu keskittymään liikaa teknisiin asioihin, jolloin asiakas jää huomioimatta.



Kuvio 10. Verkkoneuvottelun suosio

Vastaajien mielestä digitalisaatio muokkaa pankkityöskentelyä nopealla vauhdilla ja muutoksia tulee olemaan paljon. Esimerkiksi konttoriasiointi tulee vähenemään reilusti ja asiakaskohtaukset tehdään verkkoneuvottelun välityksellä. Tämän seurauksena työntekijän on välillä hyvä levähtää ja huolehtia terveydestään, jos

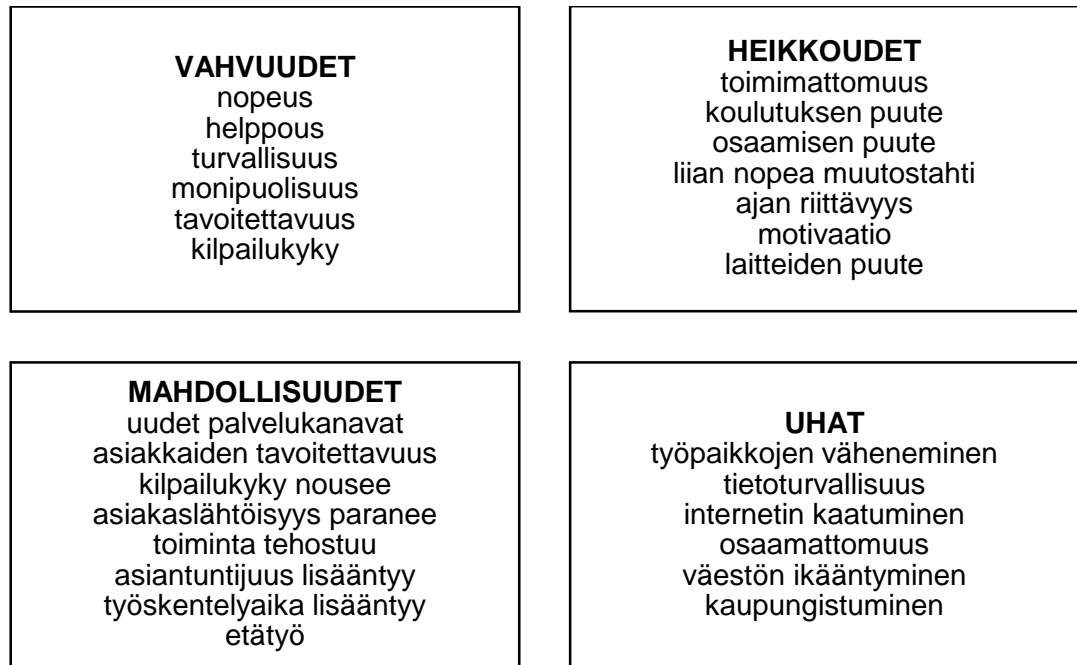
hän joutuu istumaan koko päivän päättellä neuvotteluissa. Työntekijöiden rooli muuttuu vähitellen neuvonantajiksi ja asiakas tekee asioille avauksen internetissä, jolloin työntekijä vaan jatkaa asian käsittelyä konttorista käsin. Digitalisaation myötä myös työpaikat tulevat vähenemään, koska asiakkaat eivät tarvitse enää kassapalveluita ja asiantuntijoita konttoreilla. Tietotekniikan osaamista täytyy kehittää entistä enemmän, joten tietotekniikan osa-alueella on tarjolla työpaikkoja tulevaisuudessa.

Digitalisaatiossa on monia hyviä asioita, mutta myös huonoa. Digitalisaatio helpottaa työskentelyä, mutta liian nopea muutos rasittaa työntekijöitä. Työntekijät eivät ehdi oppimaan kaikkea, joten sovelluksia ja laitteita ei osata käyttää oikein. Vanhemmalle väestölle digitalisaatio tuo hieman vaikeuksia pysyä uudistuksien mukana, mutta nuorempi väestö oppii elämään digitalisaation rinnalla.

6 Johtopäätökset

6.1 SWOT-analyysi digitalisaatiosta Enon Osuuspankissa

Tutkimusmenetelmien analysoinnissa tärkeimmät tulokset on koottu SWOT-analyysiin, joka kertoo digitalisaation vahvuudet, heikkoudet, uhat ja mahdollisuudet. SWOT-analyysi on väline, jolla analysoidaan esimerkiksi toimintaympäristöä ja työskentelytapaa. SWOT-analyysissä tulevat esiin kaikki tärkeimmät pääpiirteet, joita voidaan käyttää suuntaa antavina ehdotuksina. Ehdotukset eivät ole niinkään välttämättömiä ja pakollisia muutoksia. (Opetushallitus 2015.)



Kuvio 11. SWOT- analyysi digitalisaatiosta Enon Osuuspankissa

SWOT-analyysissä esitellään kyselystä keskeisimmät asiat, jotka on hyvä ottaa huomioon digitalisaation tuomissa muutoksissa. Enon Osuuspankissa vahvuuksiksi osoittautuvat asiakkaiden tavoitettavuus ja digitaalisten palveluiden nopeus ja helppous. On tärkeää huomata, että digitalisaation tuomat uudistukset ovat tuoneet uusia vahvuuksia työntekijöiden käyttöön asiakaskohtaamisissa.

Kyselyn perusteella erilaisia heikkouksia on myös ilmennyt digitalisaation myötä. Esimerkiksi ajan-, koulutuksen ja osaamisen puute ovat työntehoa laskevia tekijöitä, jonka seurauksena myös työntekijän työmotivaatio voi laskea. Digitalisaation uudistuksien myötä on tärkeää kiinnittää huomiota työntekijöiden osaamiseen ja työhyvinvointiin, jotta kaikki saisivat riittävän koulutuksen ja tuen uudistuksiin.

Digitalisaatio mahdollistaa kuitenkin kilpailukykyyn nousun, toiminnan tehostumisen ja uusia palvelukanavia Enon Osuuspankille. Esimerkiksi verkkoneuvottelun tehokas käyttöönotto lisääsi asiakaskohtaamisia, jolloin tavoitettaisiin helpommin myös kaukana asuvia asiakkaita. Digitalisaation tuomilla mahdollisuuksilla on tärkeää vastata asiakkaiden lisääntyneisiin odotuksiin.

Digitalisaatio voi tuoda erilaisia uhkia tulevaisuudessa esimerkiksi tietoturvallisuuden vaarantumisen ja työpaikkojen vähenemisen. Enon Osuuspankilla selkeä

uhka digitalisaation tehokkaaseen toimintaan on väestön ikääntyminen. Olisi tärkeää, että vanhuksille annettaisiin mahdollisuus oppia pankki- ja vakuutusasioiden hoitoa myös sähköisissä palvelukanavissa. Mahdollisuus oppimiseen toteutettaisiin erilaisilla koulutuksilla. Näin ollen osuuspankki voisi tehostaa digitaalisten palvelukanavien käyttöä, koska käyttäjiä olisi myös enemmän.

6.2 Tutkimustulosten analysointi

Digitalisaatio vaikuttaa Enon Osuuspankkiin paljon ja työntekijöiden työskentelyssä se on koko ajan läsnä. Digitalisaatio on muokannut työkuva viime aikoina niin paljon, että työntekijät eivät ehdi pysyä muutoksen mukana. Tämä tulee myös ilmi OP Ryhmän kehityspäällikön tuottamassa kirjoituksessa. Kirjoituksessa kerrotaan, että digitalisaation tuomiin muutoksiin liittyvät muutospainet ja kasvukivut heijastuvat myös työntekijöihin. (Opinet 2015b.) Työntekijöillä suurena ongelmana onkin ajan puute riittävään koulutukseen, jotta pysyttäisiin muutoksen mukana. On tärkeää, että aikaa löytyy myös uuden oppimiseen, jotta voidaan turvata osaaminen ja mahdollisimman tehokas työskentely.

Digitalisaation kehityksen myötä laitteistojen ja sovelluksien toiminta on erittäin tärkeässä osassa, jotta niiden käyttöä voidaan opetella oikein ja niitä osataan käyttää riittävän hyvin. Tämän tarkoituksena on nopeuttaa työskentelyä ja ottaa kaikki hyöty irti digitalisaation tuomista muutoksista. Digitaalisten muutosten oppimiseen vaikuttaa työntekijöiden ikä, jota on tutkittu Jyväskylän yliopiston tietojenkäsittelytieteiden laitoksella. Tutkimuksessa todetaan, että iällä on merkitystä tietotekniikan oppimiseen niin motorisissa toiminnoissa, sekä muistamiseen liittyvissä asioissa. (Tanskanen 2011.) Mitä enemmän on ikää, sen heikompi on motivaatio, halu ja kyky oppia tietotekniikan uusia asioita. Muutoksien kouluttaminen pitäisi olla innostavaa ja kuulua työnkuvaan, jotta siitä saisi enemmän hyötyä. Vanhemmat työntekijät tuntevat olonsa stressaantuneimmiksi, kuin nuoremmat, joiden on helpompi sopeutua muutoksiin.

Suurimmat haasteet digitalisaatiossa asiakaskohtaamisissa ovat sovellusten ja laitteiden toimimattomuus. Tämä aiheuttaa ylimääräistä stressiä ja hidastaa työntekoa, jos laitteet ja sovellukset eivät toimi kunnolla. On tärkeää pitää laitteet nykyaikaisina, jotta niihin saadaan riittävät päivitykset. Toisaalta kyselyssä ilmeni,

että Enon Osuuspankin olisi hyvä panostaa asiakkaiden opastamiseen erilaisilla päätteillä, kuten tabletilla ja älypuhelimella, joten uusien laitteiden hankinta vaikuttaisi olevan tarpeellinen investointi työtehon ylläpitämiseksi. Sovellukset pitäisi kehittää täysin toimiviksi, ennen kuin ne julkistetaan työntekijöiden käyttöön. Sovellusten keskeneräisyys vaikeuttaa niiden opiskelua ja sovellus ei välttämättä ole täysin toimiva.

Kyselystä ilmeni myös se, että työntekijät toivovat täysin uusissa asioissa yhteisiä opetushetkiä ja koulutuspäiviä. On tärkeää päästä yhdessä keskustelemaan uudistuksista ja oppimaan ryhmässä. Esimerkiksi palaveriaikaa voisi käyttää välillä yhdessä oppimiseen ja koulutus- ja tutustumistilaisuuksia voisi järjestää myös asiakkaille sähköisten palvelukanavien käytöstä. On tärkeää, että jokainen voi löytää sen mieluisimman opiskelutavan ja verkko-opiskelun rinnalla olisi muitakin vaihtoehtoja.

Sähköisten palvelukanavien opastus asiakkaille olisi hyvä saada jokaisen työntekijän päivittäiseen työskentelyyn mukaan. Opastus olisi myös osa ylivertaista asiakaskokemusta. Esimerkiksi asiakkaalle kerrotaan sanallisesti mitä verkkopalvelussa voi tehdä, mutta parhaimman käsityksen asiakas saa näkemällä sen käytännössä. Finanssialan keskusliiton teettämän tutkimuksen mukaan noin 70 prosenttia asiakkaista olettaa, että pankista opastetaan sähköisten palveluiden käyttöön. (Finanssialan keskusliitto 2015g.) Ilman opastusta asiakkaat eivät saa kaikkea hyötyä sähköisistä palvelukanavista ja asiakkaat voivat epäröidä käyttää uusia palveluita. On tärkeää opastaa asiakkaita myös sähköisten palveluiden käytön riskeistä ja erilaisista haittatekijöistä, joita voisi saada myös karsittua riittävällä koulutuksella. Näin ollen myös asiakkaat tarvitsevat koulutusta työntekijöiden rinnalla, jotta digitaalisen muutoksen mukana pysyisi koko väestö.

Verkkoneuvottelun ollessa uusi menetelmä asiakaskohtaamisissa sen pitäisi toimia moitteettomasti sekä asiakkaalla, että työntekijällä. Kyselyn mukaan verkkoneuvottelu ei ole tällä hetkellä toimiva sovellus ja sitä pitäisi vielä kehittää paljon, jotta sitä voisi alkaa käyttämään asiakaskohtaamisissa. Verkkoneuvottelu mahdollistaa helpon ja nopean tavan asiakaskohtaamisiin oman tietokoneen tai tabletin välityksellä. Näin ollen on helpompaa tavata esimerkiksi niitä asiakkaita, jotka ovat kiireisiä tai asuvat kauempana.

Melkein kaikki työntekijöistä käyttävät itse digitaalisia palveluita, joka on hyvä asia asiakkaille opastuksen ja suosittelun kannalta. Olisi hyvä, jos mobiilipalveluita opastettaisiin vielä enemmän työntekijöille ja verkkoneuvottelun mahdollisuus tulisi kaikille työntekijöille tutuksi myös käytännössä.

Yhtenä kehitysehdotuksena olisi myös Facebook sivujen luominen ja päivittäminen Enon Osuuspankille. Olisi tärkeää, että pankki voisi näkyä myös sosiaalisessa mediassa ja jakaa asiakkailleen tärkeitä pankkitoimintaan ja talouteen liittyviä julkaisuja. Näin ollen asiakkaille mahdollistettaisiin uusi tapa olla yhteydessä Enon Osuuspankkiin ja lukea pankin ajankohtaisia uutisia sosiaalisesta mediasta.

Vastauksista päätellen työntekijät kokevat digitalisaation mahdollisuudeksi, mutta myös uhkaksi finanssialalla. Muutosvauhti on liian nopeaa, etteivät työntekijät pysy sen mukana. Palveluiden digitalisaatio voi vaikuttaa myös työntekijöiden määrään finanssialalla. Digitalisaatio tulee vähentämään konttoriasiointia ja asiakaskohtaukset tapahtuvat yhä enemmän puhelimen ja internetin välityksellä. Palveluiden on hyvä olla saatavilla koko vuorokauden ajan, jokaisena päivänä viikossa. Näin ollen asiakkaiden tarpeet saadaan tyydytettyä mahdollisimman tehokkaasti.

Yhteenvetona voi sanoa, että digitalisaatio on tällä hetkellä suurin finanssialaa muokkavaa megatrendi, jonka muutoksiin on sopeuduttava pysyäkseen kehityksen huipulla. On tärkeää, ettei digitalisaation muutoksia vastusta ja epäröi, jotta Enon Osuuspankki pysyisi kilpailukykyisenä ja asiakkaiden suosiossa. Pankki-palveluiden täytyy olla ajasta ja paikasta riippumatta aina asiakkaiden saatavilla helposti ja nopeasti. Työntekijöiden ja esimiesten työpanos on tärkeää, jotta digitalisaatio saadaan toimivaksi osaksi pankkityöskentelyä. Koulutusta täytyy tapahtua niin töissä, kuin töiden ulkopuolella, jotta varmistetaan riittävä osaaminen. Henkilöstön osaaminen vaikuttaa myös asiakkaiden asenteeseen opetella uusia palveluita.

Lähteet

- Brennen, S. & Kreiss, D. 2014. Digitalization and digitization. Culture digitally. <http://culturedigitally.org/2014/09/digitalization-and-digitization>. 25.1.2016.
- Bryman, A. & Bell, E. 2011. Business research methods. Fourth edition. Oxford University.
- Digitaalinen polku. 2015. Digitaalinen murros. <http://digitaalinenpolku.fi/ohjelma/mita-digitaalinen-murros/>. 1.10.2015.
- Euro ja talous. 2015. Suomen pankin ajankohtaisia artikkeleita. https://helda.helsinki.fi/bof/bitstream/handle/123456789/13928/eurotalous_analyysi_3.pdf?sequence=1. 20.1.2016.
- Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus: menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo Oy.
- Finanssialan keskusliitto. 2015a. Digitalisaatio ja tuottavuus finanssialalla. http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Digitalisaatio_ja_tuottavuus_finanssialalla.pdf#search=digitalisaatio%20ja%20tuottavuus%20finanssialalla. 2.10.2015
- Finanssialan keskusliitto. 2015b. Digiajan finanssipalvelut – takaisin perusasioihin. http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Digiajan_finanssipalvelut_takaisin_perusasioihin.aspx. 3.10.2015.
- Finanssialan keskusliitto. 2015c. Digitalisaatio tuo tuottavuutta Finanssialalle http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Digitalisaatio_tuo_finanssialalle_tuottavuutta.aspx. 2.10.2015.
- Finanssialan keskusliitto. 2015d. Hyvinvoiva Finanssiala. https://www.fkl.fi/materiaalipankki/tutkimukset/Dokumentit/Hyvinvoiva_finanssiala_loppuraportti.pdf. 3.10.2015.
- Finanssialan keskusliitto. 2015e. Rutiinihommien digitalisoituminen mahdollisuus – miksi edes epäillä? https://www.fkl.fi/ajankohtaista/tiedotteet/Sivut/Rutiinihommien_digitalisoituminen.aspx. 3.10.2015.
- Finanssialan keskusliitto. 2015f. Finanssiala tutki: Asiakaspalvelu ja digitalisaatio muokkaa työtä. 5.10.2015.
- Finanssialan keskusliitto. 2015g. Muuttuva työ finanssialalla. https://www.fkl.fi/materiaalipankki/tutkimukset/Dokumentit/Muuttuva_tyo_finanssialalla.pdf. 19.1.2016.
- Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. Tutki ja kirjoita. 2003. Helsinki: Tammi.
- Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio. Yritysjohdon käsikirja. Helsinki: Talentum.
- Kainulainen, J. 2016. Asiakaspalvelu siirtyy verkkoon. Karjalainen. 11.2.2016.
- Kontkanen, E. 2011. Pankkitoiminnan käsikirja. 3. uud. p. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus Finva.
- Liikenteen tutkimuskeskus Verne. 2015. Tampereen teknillinen yliopisto. <https://www.tut.fi/verne/tutkimusmenetelmat/kysely-ja-haastattelumenetelmat/>. 11.12.2015.
- Mattila, R. 2015. Robotiikka- ja automaatioteollisuus kasvaa maailmalla – Suomi jarruttaa. Yleisradio. http://yle.fi/uutiset/robotiikka-ja_automatioteollisuus_kasvaa_maailmalla__suomi_jarruttaa/7912148. 19.1.2016.

- Metropolia. 2015. Tutkimusmenetelmät ja metodit. Metropolia ammattikorkeakoulu. 1.10.2015.
- Ojanperä, T. 2012. Digitalisaatio luo kasvua ja työpaikkoja. Helsingin sanomat. 11.11.2015.
- Opetushallitus. 2015. SWOT-analyysi. http://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/swot-analyysi. 1.12.2015.
- Opinet. 2015a. Digitalisoituva OP. Intranetaineisto. 2.11.2015.
- Opinet. 2015b. Mitä digitalisaatio tarkoittaa, lyhyt oppimäärä. Intranetaineisto. 3.11.2015.
- Opinet. 2015c. Sosiaalisen median kanavat OP Ryhmässä. Intranetaineisto. 3.11.2015.
- OP Ryhmä. 2014. Toimintakertomus vuodelta 2014. OP Ryhmä. <https://www.op.fi/media/liitteet?cid=151863662&srcpl=3>. 3.11.2015.
- OP Ryhmä. 2015. OP Ryhmän rakenne ja liiketoiminta-alueet. OP Ryhmä. <https://www.op.fi/op/op-ryhma/op-ryhma?id=80100&srcpl=1>. 3.11.2015.
- Räty, T. 1982. Kyläkassoista Enon Osuuspankiksi. Enon Osuuspankki.
- Savolainen, J. 2015. Suomalaiset sijoittavat OP Ryhmään. Osuustoiminta lehti 23.9.2015.
- Tanskanen, M. 2011. Ikääntyminen ja tietotekniikan oppiminen: 'Kaikki uutta'. Jyväskylän yliopisto. Tietojenkäsittelylaitos. Pro gradu-tutkielma. <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/37168/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201201051012.pdf?sequence=1>. 19.1.2016.
- Turkki, T. 2009. Nykyaikaa etsimässä, Suomen digitalisaation tulevaisuus. Taloustieto Oy. http://www.eva.fi/wp-content/uploads/files/2573_nykyaikaa_etsimassa.pdf. 19.1.2016.
- Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu. 2015a. Palvelutalouden murros ja digitalisaatio. https://www.tem.fi/files/42534/TEM-jul_12_2015_web_30032015. 23.9.2015.
- Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu. 2015b. Yrityskatsaus 2015. https://www.tem.fi/files/43806/TEMjul_55_2015_web_01102015.pdf 28.9.2015.
- Willberg, E. 2009. Laadullisen aineiston luottavuus. Jyväskylän yliopisto. <https://www.jyu.fi/edu/laitokset/eri/opiskelu/opiskelu-info/prosem/laadullinen>. 23.9.2015.

Saatesanat
Laatija
Niina Lehikoinen 15.10.2015

Kysely Enon Osuuspankin digitalisaatiosta

Arvoisa Enon Osuuspankin työntekijä!

Olen Liiketalouden opiskelija Karelia Ammattikorkeakoulusta ja teen opinnäytetyönä kyselyn Enon Osuuspankin työntekijöille Digitalisaatiosta. Linkkinä tässä olisi kyselylomake, ja toivoisin että käytätte muutaman minuutin ajastanne kyselyyn vastaamiseen. Vastauksenne on erittäin tärkeä tutkimukseni ja opinnäytetyöni kannalta.

Tutkimustulosten avulla voimme huomata erilaisia kehittämiskohteita digitalisaatiossa juuri Enon Osuuspankissa ja samalla kartoittaa sitä, kuinka esimerkiksi henkilökunnan koulutus ja asiakkaiden opastus tapahtuu sähköisten palvelujen käytössä. Tarkoitukseni on saada työskentelystä entistä tehokkaampaa ja digitalisaation ongelmakohtiin Enon Osuuspankissa on tarkoitus saada ratkaisuja.

Vastaukset käsitellään opinnäytetyössäni nimettömänä ja luottamuksellisesti. Linkki kyselyyn on avoinna 16.11.2015 saakka.

Kiitos tärkeistä vastauksista!

Ystävällisin terveisin
Niina Lehikoinen
Karelia ammattikorkeakoulu

Kysely

1. Ikäsi?
 - 20- 30 v.
 - 31- 40 v.
 - 41- 50 v.
 - 51- 60 v.
 - yli 61 v.

2. Kuinka kauan olet työskennellyt finanssialalla?
Valitse sopivin vaihtoehto.
 - 0- 5 v.
 - 5- 10 v.
 - 10- 15 v.
 - yli 15 v.

3. Digitalisaation hyödyt asiakaskohtaamisessa.
Valitse 2- 3 hyötyä, jotka koet saavasi digitalisaatiosta asiakaskohtaamisissa.
 - Nopeus
 - Turvallisuus
 - Helppous
 - Selkeät sovellukset
 - Toimivat laitteet
 - Minimaaliset virhemahdollisuudet
 - Muu:

4. Digitalisaation haasteet asiakaskohtaamisissa.
Valitse 1- 2 asiaa, jotka koet haasteeksi digitalisaatiossa asiakaskohtaamisissa.
 - Sovellusten epätoimivuus
 - Laitteiden epätoimivuus
 - Tietoturvan puute
 - Digitaalisen osaamisen puute
 - Muu:

5. Digitaaliset muutokset
Koetko saavasi riittävästi opastusta ja tietoa digitalisaation tuomista muutoksista ja uutuuksista? Perustele vastauksesi.

6. Verkko-opiskelu
Koetko verkko-opiskelun hyödyllisemmäksi ja mielekkäämmäksi, kuin koulutuspäivät? Perustele vastauksesi.

7. Sähköisten palvelukanavien opastus
Onko asiakkailla ilmennyt tarvetta sähköisten palvelukanavien opastukseen?
 - Kyllä
 - Ei

8. Sähköisten palveluiden ongelmat
Millaisissa sähköisten palveluiden käytössä on ilmennyt ongelmia asiakkailla?
9. Sähköisten palvelukanavien opastuksen tarve
Koetko asiakkaiden tarvitsevan lisää opastusta sähköisten palvelukanavien käytössä?
Kyllä
Ei
10. Verkkoneuvottelu
Oletko kokeillut verkkoneuvottelua? (Jos vastaat ei, voit jättää vastamatta seuraavan kysymyksen.)
Kyllä
Ei
11. Verkkoneuvottelu kokemus
Kerro verkkoneuvottelu kokemuksesi hyvistä ja huonoista puolista. Mitä kehitettävää esimerkiksi olisi?
12. Vapaita sanoja digitalisaatiosta.
13. Risuja/ruusuja kyselystä.