

Osuuspankkien uuden ajan konttori -asiakkaiden näkökulma

Nina Salenius

Merilin Vaab



Liiketalouden koulutusohjelma

<p>Tekijät Nina Salenius, Merilin Vaab</p>	<p>Ryhmä BUFFE 06</p>
<p>Opinnäytetyön nimi Osuuspankkien uuden ajan konttori – asiakkaiden näkökulma</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 104 + 19</p>
<p>Ohjaajat Marina Karlqvist, Johanna Heinonen-Salakka</p>	
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää asiakkaiden mielipiteet osuuspankeissa muutama vuosi sitten käyttöönotetusta uuden ajan pankkikonttorimallista ja sen toimivuudesta, ja tarkastella minkälaisena asiakkaat ovat uuden toimintamallin kokeneet. Tarkoituksena oli myös selvittää mahdollisia kehittämiskohteita uuden ajan pankkikonttorissa, jotta asiakaspalvelu ja asiakastytyväisyys olisivat parasta mahdollista. Tavoitteena oli löytää keinoja siihen, miten toimivuutta ja asiakasystävällisyyttä voitaisiin kehittää ja parantaa entisestään, jotta asiakkaiden olisi mahdollisimman helppoa ja vaivatonta asioida konttorissa ja saada tarvitsemansa palvelut käyttöönsä.</p> <p>Teoreettinen viitekehys pohjautui kirjallisuuteen palvelun käsitteestä, palvelun laadusta ja asiakastytyväisyydestä. Tiedonlähteenä käytettiin myös osuuspankkien sisäistä intranetiä Opinetiä ja OP-Pohjola – ryhmän internetsivuja.</p> <p>Tutkielma toteutettiin kyselylomakkeiden avulla. Tiedot kerättiin tutkimuskohteina olevien pankkien konttoreissa. Kyselylomakkeet jaettiin kaikille pääasiassa infossa ja pikapalvelupaikeilla asioineille, mutta myös asiantuntijapalveluissa asioineille asiakkaille. Tutkimusmenetelmä oli kvantitatiivinen.</p> <p>Tulokset osoittivat, että asiakkaat olivat kaiken kaikkiaan erittäin tyytyväisiä osuuspankin palveluun sekä uuden ajan pankkikonttorimalliin. Uuden ajan pankkikonttori oli otettu hyvin vastaan. Ne asiakkaat, joille ei ollut ollenkaan kerrottu uuden konttorimallin toiminnasta, olivat vastanneet kyselyyn negatiivisemmin kuin ne joille oli kerrottu asiasta. Eniten hankaluuksia asiakkaille tuotti ajan varaaminen pidempiä neuvotteluja varten. Suurin syy jättää aika varaimatta oli tiedon puute sekä ilman ajanvarausta asioimisen helppous.</p> <p>Voitiin tehdä se johtopäätös, että aina kun otetaan käyttöön jonkinlainen uusi toimintatapa tai – malli, niin siitä olisi tärkeää informoida myös asiakkaita. Tämä helpottaa asiakkaiden orientoitumista uudessa konttorissa ja he myös sisäistävät uuden toimintatavan paljon helpommin ja nopeammin. Näin toimimalla pystytään minimoimaan asiakkaiden negatiiviset mielenilmaukset uuteen toimintatapaan ja sen mukana tuomiin muutoksiin liittyen.</p>	
<p>Asiasanat Uuden ajan pankkikonttori, palvelun laatu, asiakastytyväisyys</p>	

Degree programme in Business Management

<p>Authors Nina Salenius, Merilin Vaab</p>	<p>Group BUFFE 06</p>
<p>The title of your thesis Osuspankki's Modern Bank Office Model – Customers' Viewpoint</p>	<p>Number of pages and appendices 104 + 19</p>
<p>Supervisors Marina Karlqvist, Johanna Heinonen-Salakka</p>	
<p>The objective of the thesis was to find out customers' opinions concerning osuspankki's new modern bank office model, which was introduced a few years ago. The purpose was to study how the customers experienced the new operations model and its functionality. The intention was also to find out possible objects for development in the modern bank office and operations model, in order to make customer service and satisfaction the best of its kind. In addition the intention was to come up with means to improve and develop functionality and customer friendliness, so that it would be as easy as possible to deal with bank office and to use all the services needed.</p> <p>The theoretical framework was based on literature about service, service quality and customer satisfaction. Opinet, i.e. osuspankki's inner intranet together with OP-Pohjola group's Internet pages were also used as an information source.</p> <p>The study was conducted in the form of a printed questionnaire. Data were gathered in the bank offices involved in the study. The questionnaires were distributed to every customer who visited the information and express service point but also to every customer who used expert services. The research methodology was quantitative.</p> <p>The results indicated that the customers are, all in all, satisfied with osuspankki's service and the new modern bank office and operations model. The new modern bank office appears to be well accepted and customers have experienced it as pleasant. Those customers who were not been told about the new modern bank office and operations model had a more negative attitude than those who were told about the matter. The results also indicate that the most difficult issue was to make an appointment for long meetings. The main reason for not making an appointment was the lack of knowledge and the easiness to deal without having an appointment.</p> <p>In conclusion, when a new operations model is taken into use, it is very important to introduce the model also to customers. This approach makes customer orientation in the new bank office much easier and also helps customers internalize the new operations model more easily and quickly. Thereby it is possible to minimize customer's negative opinions regarding the new operations model and the changes it brings.</p>	
<p>Key words Modern bank office, service quality, customer satisfaction</p>	

Utbildningsprogrammet i företagsekonomi

Skribenter Nina Salenius, Merilin Vaab	Grupp BUFFE 06
Rubriken på lärdomsprovet Andelsbankernas moderna kontorsmodell – kundernas synvinkel	Antal sidor och bilagor 104 + 19
Handledare Marina Karlqvist, Johanna Heinonen-Salakka	
<p>Syftet med lärdomsprovet var att undersöka hurdana åsikter kunderna har angående andelsbankernas moderna bankkontorsmodell, hur de upplevt dess funktionalitet samt hur kunderna har upplevt den nya verksamhetsmodellen. Modellen har tagits i bruk för några år sedan. Avsikten var att utreda eventuella utvecklingsobjekt i den nya verksamhetsmodellen, för att kundtjänst och kundtillfredsställelse skulle vara den bästa möjliga. Syftet var också att hitta olika medel för att ytterligare utveckla och förbättra modellens funktionalitet och kundvänlighet. Kunderna skall kunna sköta sina ärenden och få ta i bruk de tjänster de behöver så lätt som möjligt när de besöker kontoren.</p> <p>Den teoretiska referensramen baserade sig på litteratur om tjänstebegrepp, tjänstekvalitet och kundtillfredsställelse. Som informationskälla användes också andelsbankernas interna intranät Opinet och OP-Pohjola – gruppens Internetsidor.</p> <p>Undersökningen genomfördes med hjälp av ett frågeformulär, vilket delades ut i de kontor undersökningen gällde. Frågeformulären delades huvudsakligen ut åt alla kunder som besökte infoställen och snabbtjäningsplatserna, men också åt de kunder som besökte experttjänsterna. Undersökningsmetoden var kvantitativ.</p> <p>Resultaten visade att kunderna i allmänhet var mycket nöjda med andelsbankernas tjänstekvalitet, samt med den nya verksamhetsmodellen. Den moderna bankkontor hade blivit bra bemött. De kunder som inte blivit informerade om hur den nya kontorsmodellen fungerar, svarade mera negativt till enkäten, än de kunder som hade blivit informerad om saken. Mest problem har tidsbokningen för längre kundmöten vållat. Största orsaken att kunderna lämnade tidsbokningen ogjord, var att de inte känner till den, eller att de anser det enkelt att besöka banken utan tidsbokning.</p> <p>Slutsatsen var att då man tar ett nytt tillvägagångssätt eller en ny modell i bruk, är det viktigt att informera kunder om det. Detta underlättar kundernas orientering i det nya bankkontoret, samt hjälper dem att internalisera det nya tillvägagångssättet mycket lättare och snabbare. På så sätt är det möjligt att minimera kundernas negativa opinionsyttringar till det nya tillvägagångssättet och till förändringarna.</p>	
Nyckelord Den moderna bankkontor, tjänstekvalitet, kundtillfredsställelse	

Sisälllys

1	Johdanto.....	1
1.1	Tutkimusongelma.....	1
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaukset	2
1.3	Tutkimusmenetelmä.....	3
1.4	Opinnäytetyön rakenne	3
2	OP-Pohjola-ryhmä.....	4
2.1	OP-Pohjola-ryhmän rakenne.....	5
2.2	OP-Pohjola-ryhmän arvot ja aatteellinen pohja.....	6
2.3	Henkilöstö ja johtamisen periaatteet	8
2.4	Omistajajäsenyys ja edut.....	9
2.5	Kilpailija-analyysi	10
2.6	Kilpailuetu ja strategia.....	11
2.7	Tutkimuskohteena olevat osuuspankit.....	11
2.7.1	Pääkonttori	12
2.7.2	Sivukonttori.....	13
3	Uuden ajan pankkikonttori.....	15
3.1	Toiminnalliset tavoitteet.....	16
3.2	Toimintatavat eri palvelualueilla.....	17
3.2.1	Nopeat palvelut.....	18
3.2.2	Puolinopeat palvelut.....	20
3.2.3	Asiantuntijapalvelut.....	20
3.2.4	Taustatyötilat.....	20
3.3	Uuden ja vanhan konttorimallin eroja.....	21
4	Palvelu ja asiakastyytyväisyys.....	22
4.1	Palvelun käsite.....	22
4.2	Palvelupaketti ja laajennettu palvelutarjonta.....	23
4.2.1	Palvelun tuotantoprosessi	27
4.2.2	Palveluympäristö.....	29
4.3	Palvelun laatu	29
4.4	Asiakastyytyväisyys.....	31
4.4.1	Asiakassuhteiden käsittely	32
4.4.2	Asiakaspalvelun haasteet	33
5	Menetelmä.....	34
5.1	Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä.....	34

5.2	Kyselyn laatiminen ja toteutus.....	35
5.3	Tutkimuksen luotettavuus.....	37
6	Tulokset ja analyysi	39
6.1	Pääkonttorin tulokset.....	39
6.1.1	Taustatiedot.....	39
6.1.2	Odotusaika.....	46
6.1.3	Kassapalvelut.....	48
6.1.4	Asiointirauha ja viihtyvyys.....	50
6.1.5	Palvelu.....	51
6.1.6	Yhteydenotto ja ajanvaraus.....	53
6.1.7	Opasteet ja opastus	55
6.1.8	Avoimet kysymykset	56
6.2	Sivukonttorin tulokset	57
6.2.1	Taustatiedot.....	57
6.2.2	Odotusaika.....	63
6.2.3	Kassapalvelut.....	65
6.2.4	Asiointirauha ja viihtyvyys.....	66
6.2.5	Palvelu.....	67
6.2.6	Yhteydenotto ja ajanvaraus.....	68
6.2.7	Opasteet ja opastus	69
6.2.8	Avoimet kysymykset	70
6.3	Konttoreiden väliset erot	72
6.3.1	Taustatiedot.....	72
6.3.2	Odotusaika.....	79
6.3.3	Kassapalvelut.....	81
6.3.4	Asiointirauha ja viihtyvyys.....	86
6.3.5	Palvelu.....	89
6.3.6	Yhteydenotto ja ajanvaraus.....	94
6.3.7	Opasteet ja opastus	97
7	Johtopäätökset ja kehittämissuhteet	100
	Lähteet	103
	Liitteet	
	Liite 1. Pääkonttorin kyselylomake.....	105
	Liite 2. Pääkonttorin kyselylomake (ruotsi).....	109
	Liite 3. Sivukonttorin kyselylomake.....	113
	Liite 4. Pääkonttorin avoimen kysymyksen vastaukset.....	117

Liite 5. Sivukonttorin avoimen kysymyksen vastaukset.....	119
Liite 6. Haastattelu uuden ajan konttorimallista.....	123

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö tehdään kahtena erillisenä toimeksiantona kahdelle eri osuuspankille. Opinnäytetyö tehdään asiakastyytyväisyystutkimuksena kvantitatiivista tutkimusmenetelmää käyttäen. Tutkimuksen kohteena on osuuspankeissa muutama vuosi sitten käyttöön otettu uuden ajan pankkikonttorimalli. Tarkoituksena on selvittää asiakkaiden yleinen mielipide uudesta konttorimallista ja sen toimivuudesta, ja selvittää minkälaisena asiakkaat ovat uuden toimintamallin kokeneet.

Uuden ajan pankkikonttori eroaa vanhasta mallista siten, että info ja pikakassapalvelut sekä Pohjolan palvelupaikat ovat näkyvillä pankkisalissa, eivätkä kaikki pankkitoimihenkilöt istuvissa asiakkaan tullessa ovesta sisään. Pidempiä neuvotteluajoja vaativat asiat hoidetaan pääasiassa ajanvarauksella erillisissä neuvotteluhuoneissa asiointirauhan parantamiseksi. Asiointi infopisteessä ja pikakassoilla hoituu edelleen ilman ajanvarausta.

Pankkialin reunoissa sijaitseviin niin sanottuihin asiantuntijapalveluihin asiakas ohjataan aina infon kautta. Asiantuntijapalveluja tarjoava toimihenkilö hakee asiakkaan odotustilasta, niin kutsutusta keitaasta, ja vie tämän neuvotteluhuoneeseen. Kaikki pidemmät neuvottelut pyritään pääasiassa hoitamaan ajanvarauksella, jotta sekä pankkitoimihenkilö että asiakas voivat valmistautua tapaamiseen etukäteen.

1.1 Tutkimusongelma

Tutkimuksen pääongelmana on tuoda esiin asiakkaiden mielipide uuden ajan pankkikonttorista ja sen toimivuudesta. Tutkimuksella halutaan tuoda esiin mahdollisia kehittämiskohteita uudessa toimintamallissa, jotta asiakaspalvelu ja asiakastyytyväisyys olisivat parasta mahdollista.

Muutama vuosi sitten käyttöön otettu uuden ajan pankkikonttorimalli voi vaikeuttaa monen asiakkaan orientointumista. Asiakas voi kokea vaikeaksi tietää minne hänen tulisi mennä, koska kaikkia pankista saatavia palveluja ei ole näkyvillä. Voi myös olla, että asiakas on joskus poikkeuksellisesti saanut hoitaa jotain asiaa niin sanotusti väärässä paikassa, ja hämmästelee kun ei seuraavalla kerralla pystykään hoitamaan asiaa oikeaksi luulemallaan paikalla.

Infon rooli ja toimihenkilöiden yhdenmukaisesti toimiminen on tässä asiassa todella tärkeää. Jotta asiakas löytäisi konttoriin tullessaan oikean paikan jossa hoitaa asioitaan, tulee asiakas aina ohjata oikeaan palvelupaikkaan. Toimihenkilöiden tulee tässä asiassa toimia yhdenmukai-

sesti ja noudattaa sovittuja toimintaohjeita, koska erilaiset toimintatavat johtavat myös siihen, ettei asiakkaalle annettu palvelulupaus siitä missä hoidetaan mitään toteudu. Yhdenmukaiset toimintatavat edistävät myös pankkilaisten omien työtehtävien hahmottamista.

Jotta uudesta toimintamallista saataisiin entistä selkeämpi ja tehokkaampi, tulisi opinnäytetyön vastata seuraaviin kysymyksiin: Millä keinoilla uutta toimintatapaa voitaisiin vielä parantaa? Miksi yhtenäiset toimintatavat ovat myös asiakkaille tärkeitä? Miten yhtenäisiä toimitapoja voitaisiin tukea? Miten uuden ajan pankkikonttorista saataisiin vielä asiakasystävällisempi? Mitä asiakkaat toivovat ja odottavat uuden ajan pankkikonttorista? Mitkä asiat eivät vielä toimi riittävän hyvin uudenajan pankkikonttorissa?

1.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia osuuspankeissa muutama vuosi sitten käyttöönotetun uuden ajan pankkikonttorimallin toimivuutta asiakkaiden näkökulmasta, ja saada vastauksien avulla esiin asiakkaiden kokemukset ja mielipiteet uudesta konttorimallista.

Tavoitteena on löytää keinoja siihen, miten toimivuutta ja asiakasystävällisyyttä voitaisiin kehittää ja parantaa entisestään, jotta asiakkaiden olisi mahdollisimman helppoa toimia konttorissa siellä käydessään ja saada tarvitsemansa palvelut käyttöönsä mahdollisimman nopeasti ja vaivattomasti.

Kahden eri konttorin tutkimisen päätarkoituksena on selvittää konttoreiden välisiä toiminnallisia eroja. Esille tulleiden erojen perusteella esitetään parannusehdotuksia ja yhtenäisempiä toimintatapoja, joita molemmat konttorit voivat vastavuoroisesti hyödyntää.

Opinnäytetyön aihe rajautuu uuden ajan pankkikonttorin päivittäispuolelle, johon kuuluu info ja pikapalvelupaikat. Asiantuntijapalvelut, puolinopeat palvelut, itsepalvelupaikat, ja taustatyötilat eivät kuulu tutkimukseen, koska kaikki uuden ajan pankkikonttorin palvelut kulkevat infon ja pikapalveluiden kautta. Rajauksen myötä saadaan tarkempia vastauksia asioihin, joihin asiakkaat ensimmäisenä kiinnittävät huomionsa asioidessaan uuden ajan pankkikonttorissa.

Tutkimus rajoittuu ainoastaan tutkimuksen kohteena olevien kahden eri osuuspankin konttorin asiakkaisiin, ei siis tutkimuskohteena olevien osuuspankkien kaikkien konttoreiden asiakkaisiin. Tämä rajaus tuo luotettavampia vastauksia, koska nämä asiakkaat ovat melko varmasti asioineet tutkimuskohteena olevassa konttorissa, ja luoneet mielipiteitä uuden ajan pankkikont-

torista. Tutkimuksessa ei oteta erikseen esiin mitkä osuuspankkien konttorit ovat kyseessä, jotta molempien osuuspankkien toiminta anonyymiteetti säilyy.

1.3 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyö perustuu kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmään, jossa tutkimus tehdään käyttämällä kyselylomakkeita. Molemmissa osuuspankeissa tiedot kerätään paikan päällä eli konttorissa Kyselyt pyritään jakamaan pääasiassa kaikille pikapalvelupisteissä ja infossa asioineille asiakkailta, mutta niitä tullaan jakamaan myös asiantuntijapalveluissa asioineille. Jotta asiakaskyselystä saataisiin mahdollisimman paljon hyötyä, pyritään vastaajiksi valitsemaan sellaisia henkilöitä jotka ovat asioineet konttorissa myös ennen uuden ajan konttorimallin käyttöönottoa.

1.4 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö alkaa tiivistelmällä ja sisällysluettelolla, jonka jälkeen siirrytään johdantoon. Johdannossa esitellään lyhyesti työn tutkimusongelma, aihe, tavoitteet, tutkimusmenetelmä ja rajaukset.

Tämän jälkeen kerrotaan lyhyesti työssä käytetystä niin kutsutusta teoreettisesta viitekehuksesta, joka esittelee työssä käytetyn teorian. Teoriaosuus rajoittuu palvelun käsitteeseen, palvelun laatuun ja asiakastytyväisyyteen. Osuudessa kerrotaan myös OP-Pohjola-ryhmästä sekä uuden ajan pankkikonttorin toimintamallista ja sen toiminnallisista eroista vanhaan konttorimalliin verrattuna.

Teoriaosuuden jälkeen siirrytään niin kutsuttuun empiiriseen osaan, jossa käydään tarkemmin läpi tutkimuksessa käytettyä tutkimusmenetelmää sekä asiakaskyselyn laatimista ja toteutusta. Tässä osuudessa esitellään myös tutkimuksen tulokset ja käydään läpi mahdolliset konttoreiden väliset toiminnalliset erot.

2 OP-Pohjola-ryhmä

OP-Pohjola-ryhmä on Suomen suurin johtava finanssiryhmä, joka tarjoaa kattavan valikoiman pankki-, sijoitus- ja vakuutuspalveluja sekä henkilö- että yritys- ja yhteisöasiakkaille. Johtavalla finanssiryhmällä tarkoitetaan paitsi johtavaa markkina-asemaa, myös toimialan parasta yrityskuvaa, työnantajakuvaa ja kokonaisuosaamista sekä maan kattavinta palveluverkkoa. OP-Pohjola-ryhmän muodostavat 221 itsenäistä osuuspankkia sekä ryhmän keskusyhteisö OP-Keskus osk (osuuskunta, lyhenne OPK) tytär- ja lähiyhteisöineen. Näistä suurin on Pohjola Pankki Oyj, joka on ryhmän pörssinoteerattu liikepankki. (OP-Pohjola-ryhmä 2009c.)

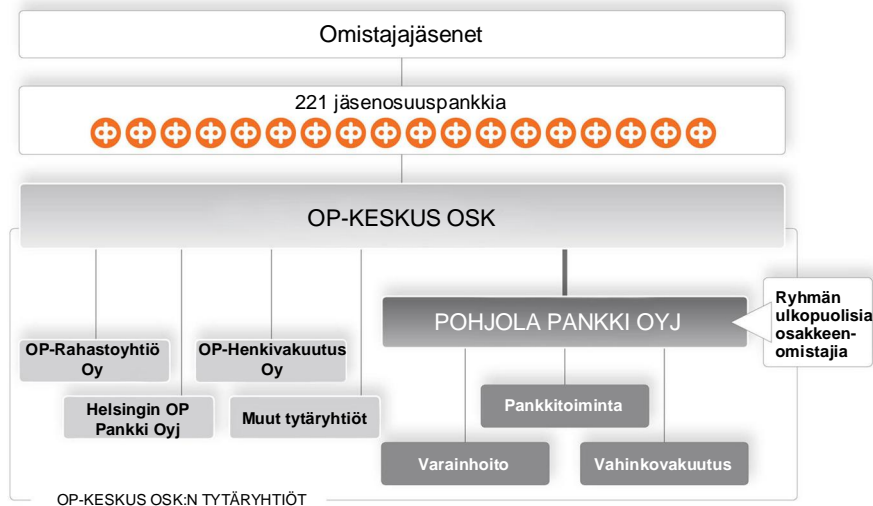
Osuuspankkitoiminnan historia alkaa vuodesta 1902, jolloin Osuuskassojen Keskuslainarahas-to Osakeyhtiö ja ensimmäiset paikalliset osuuskassat perustettiin. Osuuskassat muuttuivat osuuspankeiksi vuonna 1970. OKOn A-osake listattiin Helsingin Pörssiin vuonna 1989. OP-Pohjola-ryhmän nykyinen yhteistoimintamalli ja silloinen Osuuspankkikeskus tehtävineen saivat muotonsa vuonna 1997. Vahinkovakuutuksesta tuli uusi liiketoiminta-alue pörssinoteeratun vakuutusyhtiö Pohjolan oston myötä vuonna 2005. (OP-Pohjola-ryhmä 2009c.)

OP-Pohjola-ryhmän liiketoimintasegmentit ovat pankki- ja sijoituspalvelut, henkivakuutus ja vahinkovakuutus. Pankki- ja sijoituspalvelut on OP-Pohjola-ryhmän liiketoimintasegmenteistä suurin. Se kattaa sekä henkilö- että yritys- ja yhteisöasiakkaiden varallisuudenhoidon, rahoituksen ja maksuliikkeen. Pankki- ja sijoituspalvelujen lähtökohtana ovat laadultaan ja hinnoiltaan kilpailukykyiset tuotteet ja palvelut. Markkina-asema on vahva lähes kaikilla toiminnan osalualueilla, vahvin rahoituksessa ja talletuksissa. Kovimmat kasvutavoitteet ovat varallisuudenhoidossa, kuluttaja-, yritys- ja yhteisörahoituksessa sekä maksuliikkeessä. (OP-Pohjola-ryhmä 2009c.)

Koko finanssiryhmän nettotulos oli vuonna 2008 372 miljoonaa euroa ja tase 75,7 miljardia euroa. Ryhmällä on Suomessa yli 4,1 miljoonaa asiakasta, joista lähes kolmannes eli 1 255 000 on samalla osuuspankkien omistajajäseniä. Pankkiasiakkaiden määrä kasvoi yli 3,3 miljoonaan ja Pohjolan vakuutusasiakkaiden määrä kasvoi yli 1,8 miljoonaan. Pankki- ja vahinkovakuutus-toiminnan yhteisiä asiakkaita oli vuoden 2009 alussa yli miljoona. Lisäksi ryhmällä on Baltiassa yhteensä noin 200 000 vahinkovakuutusasiakasta. Toimipaikkoja on Suomessa yhteensä 604 ja näistä 297 tarjoaa sekä pankki- että vahinkovakuutuspalveluja. OP-Kiinteistökeskuksilla on yhteensä 174 toimipistettä. (OP-Pohjola-ryhmä 2009d.)

2.1 OP-Pohjola-ryhmän rakenne

Kuviosta 1 näkyy OP-Pohjola – ryhmän rakenne. OP-Pohjola – ryhmään kuuluu 221 itsenäistä jäsenosuuspankkia. OP-Keskus osk (OPK) on koko ryhmän kehittämiskeskus, jonka kaikki osuuspankit yhdessä omistavat. OPK:lla on monia tytäryhtiöitä, joista suurin on pörssinoteerattu Pohjola Pankki Oyj.



Kuvio 1. OP-Pohjola -ryhmän rakenne (OP-Pohjola – ryhmä 2009a)

Osuuspankit ovat itsenäisiä, paikallista vähittäispankkitoimintaa harjoittavia talletuspankkeja. Ne tarjoavat nykyaikaisia ja kilpailukykyisiä pankkipalveluita toiminta-alueensa kotitalous- ja pk-yrityksasiakkaille, maa- ja metsätalousasiakkaille sekä julkiselle sektorille. OP-Keskuksen tytäryhtiö Helsingin OP Pankki Oyj harjoittaa vastaavaa vähittäispankkitoimintaa pääkaupunkiseudulla. (OP-Pohjola-ryhmä 2009c.)

OP-Keskus osk (OPK) on OP-Pohjola-ryhmän kehittämis- ja palvelukeskus sekä strateginen omistusyhteisö, joka vastaa myös ryhmän ohjauksesta ja valvonnasta, ja jonka kaikki osuuspankit yhdessä omistavat. OPK:n tytäryhtiöitä ovat Pohjola Pankki Oyj:n lisäksi myös esimerkiksi Helsingin OP Pankki Oyj, OP-Henkivakuutus Oy ja OP-Rahastoyhtiö Oy. Osuuskunnan toiminimi oli huhtikuuhun 2008 saakka Osuuspankkikeskus Osk. (OP-Pohjola-ryhmä 2009c.)

Pohjola Pankki Oyj on OPK:n merkittävin tytäryhtiö. Se on finanssipalvelukonserni, joka tarjoaa pankki-, varainhoito- ja vahinkovakuutuspalveluja asiakkailleen. Pohjola toimii OP-Pohjola-ryhmän keskuspankkina ja vastaa ryhmän maksuvalmiudesta sekä hoitaa ryhmän kan-

sainvälistä liiketoimintaa. Pohjolan A-osake on noteerattu Helsingin Pörssissä. Osakkeenomistaja-yhtiöllä on noin 30 000. Yhtiön toiminimi oli helmikuuhun 2008 saakka OKO Pankki Oyj. (OP-Pohjola-ryhmä 2009c.)

Pohjola Vakuutus Oy on Pohjola Pankki Oyj:n tytäryhtiö, joka tarjoaa kattavaa vakuutusturvaa sekä henkilö- että yritys- ja yhteisöasiakkaille. Merkittävimmät henkilöasiakkaan vakuutukset ovat kodin ja moottoriajoneuvojen vakuutukset sekä tapaturma-, hoitokulu- ja matkavakuutukset. Yrityksille ja yhteisöille on tarjolla kaikki lakisääteiset ja vapaaehtoiset vakuutukset sekä laajat riskienhallintapalvelut. (OP-Pohjola-ryhmä 2009e.)

OP-Pohjola-ryhmässä on kolme eri vahinkovakuutustoimintaa Suomessa harjoittavaa yhtiötä: yleisvahinkoyhtiö Pohjola Vakuutus Oy, ammattiliikenteen vakuuttamiseen keskittynyt A-Vakuutus Oy ja matkavakuuttamiseen keskittynyt Vakuutusosakeyhtiö Eurooppalainen. Pohjola-konsernin vahinkovakuutustoimintaa harjoittaviin yhtiöihin kuuluvat myös Baltiassa toimivat Seesam-yhtiöt. (OP-Pohjola-ryhmä 2009c; OP-Pohjola-ryhmä 2009e.)

OP-Pohjola ryhmään kuuluvat myös OP-Kiinteistökeskukset, jotka ovat paikallisten osuuspankkien omistamia. Kiinteistönvälityspalveluja tarjoavista OP-Kiinteistökeskuksista asiakkaat saavat vahvan paikallisen ja ihmisläheisen osaamisen lisäksi myös valtakunnallisen ketjun osaamisen. OP-Kiinteistökeskus on Suomen vanhin kiinteistönvälitysketju. (OP-Kiinteistökeskus 2009.)




2.2 OP-Pohjola-ryhmän arvot ja aatteellinen pohja

OP-Pohjola-ryhmän aatteellinen pohja ja strategisten tavoitteiden lähtökohta on osuustoiminnallisuus. Osuuskunnan keskeisiä periaatteita ovat omistajajäsenyys sekä etujen tuottaminen jäsenille. OP-Pohjola-ryhmän perusajatuksena on edistää omistajajäsenten, asiakkaiden ja toimintaympäristön kestävästä taloudellisesta menestystä ja hyvinvointia sekä turvallisuutta (OP-Pohjola-ryhmä 2009c.)

Osuuspankin omistajajäsenet ovat pankin palveluja käyttäviä asiakkaita. Pankin liiketoiminnan hyöty ja lisäarvo kanavoituvat siis asiakassuhteen kautta jäsenille ja asiakkaille. Perustaltaan osuustoiminnan päätavoitteena ei siis ole voiton maksimointi omistajille, vaan osuuskunnan jäsenten ja asiakkaiden tarvitsemien palvelujen tuottaminen mahdollisimman kilpailukykyisesti. (OP-Pohjola-ryhmä 2009f.)

Osuustoiminnallisuus velvoittaa asiakkaiden palkitsemiseen ja keskittämisedut ovatkin keskeinen osa tuloksenjakoa. Keskittämisestä palkitsevasta bonusjärjestelmästä sai OP-bonusta vuonna 2008 jo yli 1,1 miljoona asiakasta (OP-Pohjola – ryhmä 2009d.) OP-Pohjola-ryhmän tavoitteena on markkinoiden paras ja monipuolisin keskittämisetujen kokonaisuus, joka tarjoaa asiakkaalle taloudellista hyötyä ja vaivattomuutta. Yhtenä asiakaslupauksena onkin parhaiden keskittämisetujen tarjoaminen. Asiakaslupaus kiteytyy sloganiin "Etua elämään. OP-Pohjolasta.". (OP-Pohjola – ryhmä 2009d.)

Kuviosta 2 selviää OP-Pohjola-ryhmän toiminnan perusta. Ihmisläheisyys, vastuullisuus ja yhdessä menestyminen ovat OP-Pohjola-ryhmän arvot. Ne ohjaavat asiakaspalvelua, johtamista ja henkilöstön keskinäistä kanssakäymistä. OP-Pohjola-ryhmä on ihmistä varten ja aito välittäminen ihmisistä - niin asiakkaista kuin työyhteisön jäsenistäkin - on lähtökohta toiminnalle. Asiakassuhteista rakennetaan pitkäjänteisiä ja keskinäiseen luottamukseen perustuvia. Tavoitteena ovat pitkäaikaiset kokonaisasiakkuudet, jolloin asiakas keskittää sekä pankki- että vakuutuspalvelunsa ryhmään. (OP-Pohjola-ryhmä 2009g.)

TOIMINNAN PERUSTA		
	 OP-Pohjola	
	 Osuuspankki	 Pohjola
Perustehtävä	Edistämme omistajajäsentemme, asiakkaidemme ja toimintaympäristömme kestäväää taloudellista menestystä ja hyvinvointia sekä turvallisuutta.	Luomme taloudellista lisäarvoa asiakkaillemme ja osakkeenomistajillemme.
Arvot	Ihmisläheisyys, vastuullisuus, yhdessä menestyminen	
Päämäärä	Olemme markkinajohtaja kaikilla ydinliiketoimintalueillamme ja johtava finanssiryhmä Suomessa.	
Erottumistekijä Asiakaslupaus	Lähellä asiakasta Parhaat keskittämisedut	

Kuvio 2. Toiminnan perusta (Opinet 2009)

Vahvan ammattitaidon pohjalta ryhmä vastaa toimintansa laadukkuudesta, asiantuntemuksesta ja luotettavuudesta. Menestyminen yhdessä asiakkaiden kanssa antaa suunnan sekä vauhdin toiminnan ja palvelujen kehittämiseksi. Toiminta yhtenäisenä ryhmänä lisää turvaa asiakkaalle ja parantaa palvelukykyä. Päätökset tehdään nopeasti, joustavasti ja paikallisesti ja vastuullisuus ja

yhteisöllisyys näkyvät toiminnassa. Ryhmä sitoutuu niin asiakassuhteiden aktiiviseen kuin oman toimialueen vastuulliseen kehittämiseen. (OP-Pohjola-ryhmä 2009g.)

Epävakaassa markkinatilanteessa ja varainhankinnan kallistuttua, vakavaraisuuden ja kannattavuuden hyvän tason säilyttäminen ovat toiminnan lähtökohtia. Kustannustehokkuudessa OP-Pohjola-ryhmän ja sen jäsenpankkien tavoitteena on olla vähintään samalla tasolla pääkilpailijoidensa kanssa. Kehittyneen riskienhallinnan sekä tiiviin sisäisen valvonnan ja ohjauksen avulla varmistetaan, että kasvu on hallittua ja pitkäjänteistä. Riskinottoon suhtaudutaan maltillisesti. (OP-Pohjola-ryhmä 2009h.)

2.3 Henkilöstö ja johtamisen periaatteet

OP-Pohjola-ryhmän henkilöstöön kuului vuonna 2008 yhteensä 12 752 henkilöä. Naisten osuus tästä luvusta oli 75 prosenttia ja miesten osuus 25 prosenttia. Taulukosta 1 näkyy koko OP-Pohjola – ryhmän henkilöstörakenne.

Taulukko 1. OP-Pohjola-ryhmän henkilöstörakenne (OP-Pohjola – ryhmä 2009b)

OP-Pohjola-ryhmän henkilöstö	2008	2007
Koko ryhmä	12 752	12 471
Osuuspankit	7 025	6 732
OPK-konserni (sis. Pohjola-konserni)	5 709	5 721
Pohjola-konserni	2 913	3 058
Vakinaiset	92 %	92 %
Kokoaikaiset	90 %	90 %
Keski-ikä	43,7	44,1
Naisten/miesten osuus	75/25%	76/24 %
Vuoden aikana päättyneet työsuhteet	776	897
Uudet vakinaiset työsuhteet	710	694

OP-Pohjola-ryhmässä noudatetaan vastuullisen henkilöstöpolitiikan ja -johtamisen periaatteita. Henkilöstöjohtamiseen kuuluu viisi aluetta: henkilöstösuunnittelu, työhyvinvoinnin kehittäminen, henkilöstön kehittäminen, palkkaus ja palkitseminen sekä sisäinen viestintä. Periaatteiden

soveltamista tuetaan johdon ja esimiesten koulutuksella sekä kehityshankkeilla ja ajanmukaisilla työkaluilla. (OP-Pohjola – ryhmä 2009i.)

Johtamiskulttuuri on perinteisesti eettistä, vastuuntuntoista ja ihmistä arvostavaa. Henkilöstöjohtamisen periaatteilla selkiytetään ja tehostetaan johtamista sekä ylläpidetään ja vahvistetaan hyvää yritys- ja työnantajakuvaa. Vastuullinen henkilöstöjohtaminen on panostamista pitkäjänteiseen ja kestäväan tuloksellisuuteen, mikä merkitsee vastuun kantamista henkilöstöstä niin hyvinä kuin vaikeampinakin aikoina. Henkilöstölle tämä merkitsee ennakoitavuutta, luotettavuutta ja avoimuutta. (OP-Pohjola – ryhmä 2009i.)

Tasa-arvon toteutumista seurataan vuosittain. Tavoitteena ovat henkilöstön yhdenvertaiset edellytykset muun muassa ammatilliseen kehittymiseen, työuralla menestymiseen, oikeudenmukaiseen palkitsemiseen sekä työn ja erilaisten elämäntilanteiden yhteensovittamiseen. (OP-Pohjola – ryhmä 2009i.)

2.4 Omistajajäsenyys ja edut

Osuuspankin omistajajäsenyys antaa myös mahdollisuuden osallistua pankin hallintoon ja päätöksentekoon. Osuuskunnissa päätöksenteon perusarvoihin kuuluu jäsen ja ääni -periaate. Jäsenkunta valitsee keskuudestaan oman pankkinsa hallintohenkilöt. Osuuspankeissa ylintä päätösvaltaa käyttää osuuskunnan kokous tai edustajisto. Pääkaupunkiseudulla toimivalla OP-Keskuksen tytäryhtiöllä Helsingin OP Pankki Oyj:llä ei yhtiömuotonsa vuoksi ole omistajajäseniä. (OP-Pohjola-ryhmä 2009f.) Taulukosta 2 nähdään muun muassa omistajajäsenten ja OP-bonusasiakkaiden määrä sekä kertyneiden ja rahana maksettujen bonusten arvo.

Taulukko 2. Omistajajäsenyys ja bonukset (OP-Pohjola – ryhmä 2009b)

Omistajajäsenyys (12/2008)	
Omistajajäsenet yhteensä	yli 1,2 miljoonaa
OP-bonusasiakkaita	yli 1,1 miljoonaa
Kertyneiden bonusten arvo	132 miljoonaa euroa
Palveluihin käytettyjen bonusten arvo	72,3 miljoonaa euroa
Rahana maksetut bonukset	1 miljoonaa euroa
Omistajajäsenten osuus- ja lisäosuuspääomasijoitukset	695 miljoonaa euroa
OP-Pohjola-lehden lukijat	1,4 miljoonaa

Osuuspankin omistajajäseneksi liittyessään asiakas maksaa pankin sääntöjen mukaisen osuusmaksun, joka yleisimmin on 100 euroa. Merkittävä taloudellinen etu omistajajäsenille ja Helsingin OP Pankki Oyj:n etuasiakkaille ovat pankkiasioinnin keskittämisestä kertyvät OP-bonukset. Bonuksia kertyy automaattisesti joka kuukausi, kun henkilökohtainen tai perheen yhteinen pankkiasiointi on vähintään 5 000 euroa. Kertyneillä OP-bonuksilla voi maksaa pankkipalveluja, Pohjolan vakuutusmaksuja sekä OP-Kiinteistökeskusten palveluja. (OP-Pohjola-ryhmä 2009f.)

OP-bonusasiakkaat ja omistajajäsenet saavat myös neljä kertaa vuodessa ilmestyvän OP-Pohjola-lehden. Lehden levikki on noin 900 000 ja lukijoita on noin 1,4 miljoonaa. OP-Pohjola-lehteä täydentää OP-kanava. Se on OP-Pohjola-ryhmän asiakkaiden verkkopalvelu, joka tarjoaa tietoa muun muassa asumiseen ja omaan talouteen liittyvistä asioista sekä yhteistyöyritysten tarjoamista eduista. (OP-Pohjola-ryhmä 2009f.)

2.5 Kilpailija-analyysi

OP-Pohjola-ryhmän kuuluvien osuuspankkien kilpailijoita ovat kaikki Suomessa toimivat vähittäispankkipalveluja tarjoavat pankit ja pankkiryhvät. Kilpailijoihin kuuluvat Nordea Pankki Suomi Oyj, Sampo Pankki Oyj, Säästöpankkiryhmä (johon Uudenmaan alueella kuuluvat Lammin, Nooan, Länsi-Uudenmaan, Myrskylän ja Tammisaaren Säästöpankit), S-Pankki, Aktia Säästöpankki Oyj, Tapiola Pankki (joka kuuluu Tapiola ryhmään), Paikallisosuuspankit (Uudellamaalla Lappajärven ja Suupohjan Osuuspankit), Svenska Handelsbanken, Ålandsbanken ja Suomen AsuntoHypoPankki Oy.

Muut pankit ja pankkiryhvät eivät kuitenkaan pysty tarjoamaan yhtä hyviä keskittämisetuja kuin osuuspankit. Keskittämisedut ja osuustoiminnallisuus ovat osuuspankkien suurimpia kilpailuetuja muihin pankkeihin verrattuna. Entistä suurempi osa osuuspankkien tekemästä tuloksesta palautetaan rahanarvoisina bonuksina omistajajäsenille ja Helsingin OP Pankki Oyj:ssä etuasiakkaille. OP-bonuksilla voi maksaa pankkipalveluja ja Pohjolan vakuutusmaksuja ja niitä voi käyttää myös OP-Kiinteistökeskusten palveluihin. OP-bonusasiakkaat ovat saaneet bonuksia pankkipalveluiden lisäksi myös kaikista Visa-ominaisuudella maksetuista korttiostoksista 0,25 %. (OP-Pohjola-ryhmä 2009f.)

Osuuspankit ovat vakavaraisia, paikallisia ja kotimaisia pankkeja. Suurin osa muista pankeista ja pankkiryhmistä ovat ulkomaisessa omistuksessa. Kotimaisuus ja paikallisuus ovatkin hyvin

merkittäviä kilpailuetuja. Asiakkaille kotimaisuus ja paikallinen päätöksenteko ovat tärkeitä tekijöitä ja monet valitsevatkin juuri näistä syistä osuuspankin asiakkuuden.

2.6 Kilpailuetu ja strategia

Tärkeimpiin kilpailuetuihin kuuluvat vakavaraisuus, paikallisuus, kotimaisuus sekä osuustoiminnallisuus, johon kuuluu parhaiden keskittämisetujen tarjoaminen ja bonusten jakaminen asiakkaille. OP-Pohjola-ryhmän yksi merkittävimmistä kilpailueduista onkin pankkiasioinnin keskittämisestä kertyvät OP-bonukset. Eniten OP-Pohjola-ryhmän keskittämiseduista hyötyvät ne asiakkaat, jotka ovat sekä OP-bonusasiakkaita että Pohjolan etuasiakkaita ja ovat näin keskittäneet pankki- ja vakuutusasiansa OP-Pohjola-ryhmään. Parhaiden keskittämisetujen tarjoaminen on myös OP-Pohjola-ryhmän asiakaslupaus. (OP-Pohjola-ryhmä 2009f.)

Ihmisläheisyys on myös yksi tärkeä erottumistekijä muihin pankkiryhmiin verrattuna. Päätökset tehdään nopeasti, joustavasti ja paikallisesti. Tavoitteena on yhdistää parhaalla mahdollisella tavalla paikallinen päätöksenteko ja asiakastuntemus, sekä suuremman yksikön tehokkuushyödyt ja mahdollisuudet entistä laajempaan palvelutarjontaan.

Yhtenä kilpailuetuna on myös OP-Pohjola-ryhmän tarjoama monikanavainen palveluverkko, joka mahdollistaa henkilökohtaisen asiakaspalvelun puhelimesta ja verkossa sekä keskitettyjen yksiköiden että osuuspankkien toimesta. Palveluverkko koostuu toimipaikoista, verkkopalvelusta ja puhelinpalvelusta. Tavoitteena on laadukas, asiantunteva ja kustannustehokas palvelu, joka on helposti saatavissa ajasta ja paikasta riippumatta. Monikanavaisen palveluverkon kehittäminen on myös yksi ryhmän strategian keskeisistä painopistealueista. Kehitystyöllä vastataan asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin ja varmistetaan laadukas palvelu kaikissa kanavissa myös silloin, kun se edellyttää usean kanavan yhteistyötä. (OP-Pohjola-ryhmä 2009d.)

2.7 Tutkimuskohteena olevat osuuspankit

Tutkimuskohteeksi on valittu kahden eri osuuspankin konttorit, joista toinen on pääkonttori ja toinen sivukonttori. Tutkimuksessa mukana olevien osuuspankkien ja konttoreiden nimiä ei paljasteta vaan ne käsitellään nimettöminä. Molemmat tutkimuskohteena olevien osuuspankkien konttorit sijaitsevat Etelä-Suomessa.

2.7.1 Pääkonttori

Pääkonttorissa uuden ajan pankkikonttori on otettu käyttöön syksyllä 2008. Pankkisalissa on kaksi pikakassapaikkaa. Ensimmäinen paikka on koko ajan miehitetty ja toinen otetaan käyttöön ruuhkien ajoiksi. Pikakassalla on tarkoitus hoitaa ainoastaan nostot, panot, valuutanvaihdot, laskunmaksut, suoraveloitukset ja päiväkassojen vastaanotto.

Pankkisalissa toisessa päässä sijaitsee infopiste, jossa hoituu muun muassa ajanvaraus, ulkomaan toimeksiannot, päiväkassojen vastaanotto, korttiasiat, tallelokerokäynnit ja ilmoittautuminen asiantuntijapalveluihin. Infon tehtäviin kuuluu myös pankkiin saapuvien puheluiden vastaanottaminen sekä pankin työlistan että sähköpostin läpikäyminen. Infoon ja pikakassoille jonottaminen sujuu ilman vuoronumerojärjestelmää.

Pankkisalissa on myös Pohjolan asiamiesten käytössä oleva neuvotteluhuone sekä niin kutsuttu keidas, jossa asiakkaat voivat odottaa vuoroaan. Pankin eteistilassa on osa itsepalvelupaikkoihin kuuluvista palveluista, jonne asiakkaat pääsevät myös pankin aukiolon jälkeen käyttämään laskunmaksuautomaattia ja verkkomaksupäätettä. Pankkisalissa sijaitsevat loput itsepalvelupaikat kuten kolikkopiste. Pankkisalissa oleva itsepalvelupaikka sijaitsee infon ja pikakassojen välillä, ja siinä asiakas voi myös kirjoittaa nosto/pano -tositteen valmiiksi nopeuttaakseen pikakassalla asiointia. Tältä itsepalvelupaikalta löytyy myös maksupalvelulaatikko ja maksupalvelukuoria. Pääkonttorissa ei ole varsinaisesti puolinopeita palvelupaikkoja, mutta pankkivirkailijat pyrkivät ottamaan vastaan myös ilman ajanvarausta saapuvia asiakkaita.

Pääkonttorin uuden pankkikonttorimallin myötä sisustus on vaihtunut vaaleammaksi ja avarammaksi. Materiaalina on pääsääntöisesti käytetty massiivitammea. Lattiassa on käytetty hiekkakiveä. Sekä Pohjolan käytössä olevan neuvotteluhuoneen että asiantuntijapalveluita varten olevien neuvotteluhuoneiden seinät ovat lasia. Ikkunoissa ei ole verhoja, ainoastaan sälekaihtimet. Matoissa ja tuolin päällyskankaissa on käytetty tummanvihreää tekstiiliä.

Pääkonttorissa työskentelee vakituisesti noin 25 henkilöä eri tehtävissä. Kaksi Pohjolan asiameistä työskentelee vuoroittain pääkonttorissa; yksi maanantaista keskiviikkoon ja toinen torstaista perjantaihin. Lakimiehiä pääkonttorissa on paikalla joka päivä kaksi, mutta tarvittaessa he käyvät myös pankin muissa konttoreissa asiakastapaamisissa. Pääkonttorissa työskentelee vakituisesti myös yksi kirjanpitäjä ja yksi sisäinen tarkastaja.

2.7.2 Sivukonttori

Tutkimuksen kohteena olevassa sivukonttorissa uuden ajan konttorimalli on otettu käyttöön helmikuun 2009 alusta lähtien. Pankkikonttorin rakenne on sisällöltään melko samanlainen kuin pääkonttorinkin. Eteistilassa on laskunmaksuautomaatti ja verkkomaksupääte, jossa asiakkaat voivat muun muassa maksaa laskunsa. Asiakkaat pääsevät myös pankin aukiolon jälkeen käyttämään näitä itsepalvelulaitteita.

Astuessaan ovesta sisään asiakas näkee edessään infopisteen sekä pikapalvelupaikat. Kassa- ja vakuutuspalveluita varten on käytössä vuoronumerojärjestelmä jota pääkonttorilla ei ole. Infossa asiointi tapahtuu ilman vuoronumeroa. Pikapalvelupaikkoja on kaksi, joista ensimmäinen on koko ajan miehitetty. Toinen otetaan käyttöön aina tarvittaessa. Niin sanotussa pikakassassa on tarkoitus hoitaa ainoastaan nopeat päivittäiset asiat. Palvelutilanteen nopeuttamiseksi asiakas asioi palvelupaikalla seisoen.

Sisäänkäynnin vieressä on kolikkopiste, johon asiakkaat voivat jättää kolikkonsa laskettavaksi ja tilitettäväksi laittamalla kolikkonsa niille tarkoitettuun tilityspussiin ja täyttämällä tilisiirto -lomakkeen. Kolikkopisteeltä löytyy myös avainlukulistoja, maksupalvelukuoria, tyhjiä nosto/pano -tositteita sekä tilisiirto -lomakkeita. Tällä itsepalvelupisteellä asiakas voi odotellessaan täyttää tositteet valmiiksi asioinnin nopeuttamiseksi.

Pankkisalin keskellä sijaitsevassa odotustilassa, niin kutsutussa keitaassa, asiakkaat voivat istua ja odottaa vuoroaan. Niin sanotut puolinopeat palvelupaikat, joita pääkonttorissa ei ole, sijaitsevat odotustilan reunalla. Nämä paikat pyritään pitämään jatkuvasti miehitettyinä myös ilman aikavarausta asioivia asiakkaita varten. Näihin palvelupaikkoihin asiakas ohjataan aina infon kautta.

Sivukonttorin sisustus on edelleen pysynyt vaaleana. Infopiste ja pikapalvelupaikat ovat puuta. Pohjolan palvelupaikat sekä niin sanotut puolinopeat palvelupaikat ovat lasiovisissa huonekkeissa ja asiantuntijapalvelut ovat neuvotteluhuoneissa, joissa on myös samanlainen värimaailma. Kaikissa huoneissa ja huonekkeissa on harmaat verhot, jotka voi tarvittaessa vetää sivuun ja joista näkee läpi.

Konttorissa työskentelee tällä hetkellä vakituisesti noin 25 henkilöä. Tiistaisin konttorissa on myös lakimies, joka tulee tarvittaessa konttorille myös muina päivinä. Konttorissa työskentelee

myös kaksi osa-aikaista työntekijää, jotka tuuraavat kassalla muutaman kerran viikossa ja mahdollisuuksien mukaan myös muina päivinä ja loma-aikoina.

Tutkimuksen kohteena olevassa sivukonttorissa on yhteensä 10 777 asiakasta (tilanne 30.9.2009). Tämä sivukonttori on yksi ko. osuuspankin yhdeksästä muusta konttorista. Näistä kaikista konttoreista yksi toimii koko pankin pääkonttorina.

3 Uuden ajan pankkikonttori

Osuuspankeissa on muutama vuosi sitten otettu käyttöön niin sanottu uuden ajan pankkikonttori- ja toimintamalli. Toimintamalli otettiin tarkalleen käyttöön vuoden 2001 lopussa, jolloin pilottipankit (ensimmäiset uuden ajan pankkikonttorit) valmistuivat. Tällä hetkellä uuden ajan toimintamalli on käytössä noin 200 konttorissa ja 110 eri osuuspankissa. (Roslund, E. 16.11.2009.) (Liite 6)

Uuden ajan konttori- ja toimintamalli kehitettiin yhteistyössä OP-Keskuksen, pilottipankkien ja yhteistyökumppani Taivas Designin kanssa. Toiminta- ja tilamallia testattiin kahdessa eri pilottikonttorissa. Kyseisten konttoreiden tilat uudistettiin täysin ja henkilökunta koulutettiin. Kalusteista rakennettiin ensin prototyyppejä, joita testattiin sekä henkilökunnalla että asiakkaila. (Roslund, E. 16.11.2009.) (Liite 6)

Uusi malli tukee asiakassuuntautunutta ja monikanavaista toimintatapaa, mikä on yksi keskeisistä painopisteistä OP-Pohjola-ryhmässä. Koko OP-Pohjola-ryhmän yrityskuva nykyaikaistuu, vahvistuu ja yhtenäistyy myös sisätilojen osalta. Uuden ajan konttorimalli tehostaa toimintaa ja parantaa tuottavuutta, koska asiakastapaamisiin pystyy etukäteen valmistautumaan, ja se mahdollistaa myös keskitetyn tuotekehityksen. Uuden ajan konttorimalli on huolella suunniteltu ja testattu, joten pankin aikaa ja resursseja säästyy ydinliiketoimintaan ja itse toiminnan kehittämiseen. (Opinet 2009.)

Uudessa konttorimallissa OP:n ja Pohjolan brändit tulevat vahvasti mutta tyylikkäästi esiin ja tilaratkaisut ja opasteet ovat selkeät - asiakkaiden tulisi löytää helposti tarvitsemansa palvelut. Malli antaa toimipaikan roolia tukevat puitteet sekä parhaat mahdolliset edellytykset tiiviille yhteistyölle asiakaspalvelussa ja myynnissä. Toiminnan ja tilan käyttö on joustavaa ja tehokasta palvelumallin asiakaslähtöisyyden vuoksi. (Opinet 2009.)

Uuden ajan konttorimallin tavoitteena on asiakastyytyväisyyden parantaminen sekä konttoreiden monikanavaisen roolin terävöittäminen ja toiminnan tehostaminen. Uusi konttorimalli tekee konttoreista asiantuntijayksiköitä perinteistä tiskipalvelua arvostavia asiakkaita unohtamatta. (Opinet 2009.)

Myös kahdella kilpailijalla on käytössään vastaavanlainen toiminta- ja tilamalli. Sampo Pankilla tilamalli on ollut käytössä muutaman vuoden ajan. Todennäköisesti myös sen pohjana on jonkinlainen toiminta- ja palvelumalli. Nordea Pankki on viime vuonna rakentanut Keski-

Uudellamaalla sijaitsevaan konttoriinsa pilottikonttorin, jossa on myös vastaavanlainen tilamalli. Todennäköisesti tämänkin mallin pohjana on jonkinlainen toiminta- ja palvelumalli. Tämä kyseinen Nordea Pankin malli on käytössä esimerkiksi Ruotsissa Tukholmassa sijaitsevilla Nordea Pankin konttoreilla. (Roslund, E. 16.11.2009.) (Liite 6)

3.1 Toiminnalliset tavoitteet

Uuden ajan konttorimallia kehitettäessä toiminnallisina tavoitteina ovat olleet:

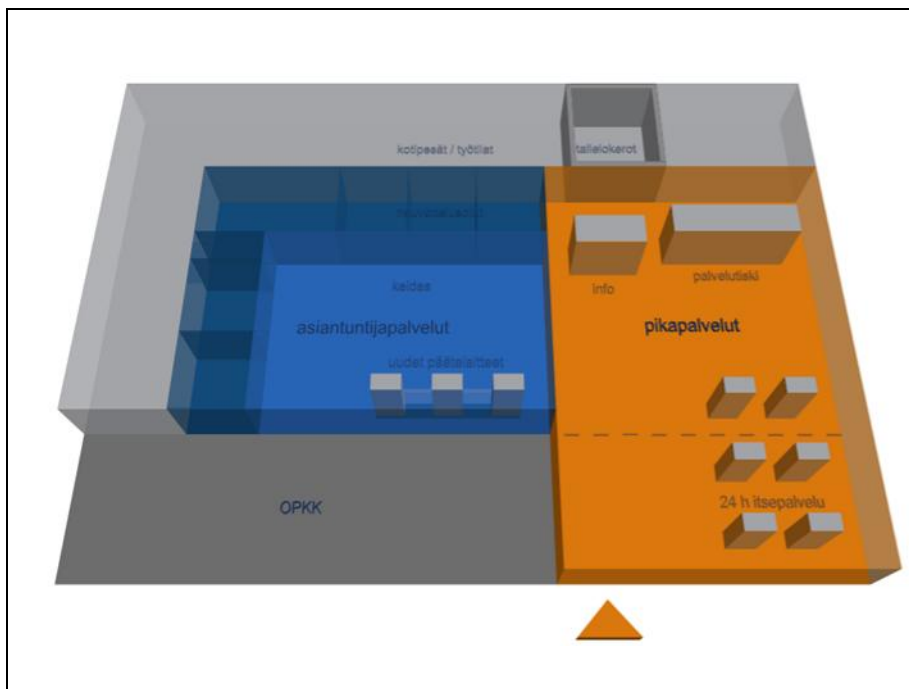
- Asiakkaan ihmisläheinen kohtaaminen
- Yksilöllisten palvelutarpeiden kokonaisvaltainen huomiointi sekä asiointirauhan parantaminen pidempää neuvotteluaikaa vaativissa palveluissa
- Päivittäispalvelujen nopeus ja sujuvuus – jonotusaikojen lyhentäminen
- Panostus itsepalvelujen opastukseen
- Uusin tekniikka sekä asiakkaiden että pankkilaisten käyttöön
- Panostus puhelin- ja verkkopalveluun
- Tehokkuutta rutiinitehtäviin
- Tiimimäisen työskentelyn edistäminen

Asiakkaan kohtaaminen ihmisläheisesti merkitsee sitä, että saapuessaan pankkiin asiakas kohtaa ensimmäiseksi aina pankkilaisen. Pitkäkestoiset asiakaskohtaukset tapahtuvat rauhallisissa neuvottelutiloissa, jotka henkivät asiakkaan ja pankkilaisen tasavertaisuutta. Tavoitteena on, että asiakasneuvottelut tapahtuvat aina aikavarauksella, jolloin molemmat osapuolet voivat etukäteen valmistautua tapaamiseen.

Niin sanotuilla nopeilla palveluilla tarkoitetaan päivittäisasiointiin liittyviä palveluita, jotka asiakkaalla on mahdollisuus saada sujuvasti ja nopeasti. Asiakas voi hoitaa päivittäisasiointinsa joko itsepalveluna tai toimihenkilöpalveluna pikapalvelupaikoilla. Sujuvalla palvelulla pikapalveluissa sekä ajanvarausten käytöllä asiantuntijapalveluissa varmistetaan se, ettei pankkisaliin muodostu turhia jonoja. (Opinet 2009.)

Taustatyötilat mahdollistavat laadukkaan asiakkuuksien hoidon sekä puhelimesta että verkossa. Näiden toimintojen keskittäminen tuo työskentelyyn tehokkuutta ja vapauttaa resursseja asiakkuuksien aktiiviseen hoitoon. (Opinet 2009.)

Kuviosta 3 nähdään uuden ajan konttorin pohjaratkaisumalli. Tullessaan sisään konttoriin, asiakkaan oikealla puolella ovat itsepalvelulaitteet. Asiakasta vastapäätä sijaitsee infopiste, jonka vieressä ovat pikapalvelupaikat. Asiantuntijapalvelut ja neuvotteluhuoneet ovat infopisteestä katsottuna vasemmalla. Samalla puolella sijaitsee myös odotustila, niin kutsuttu keidas, jossa asiakkaat voivat rauhassa odottaa vuoroaan.

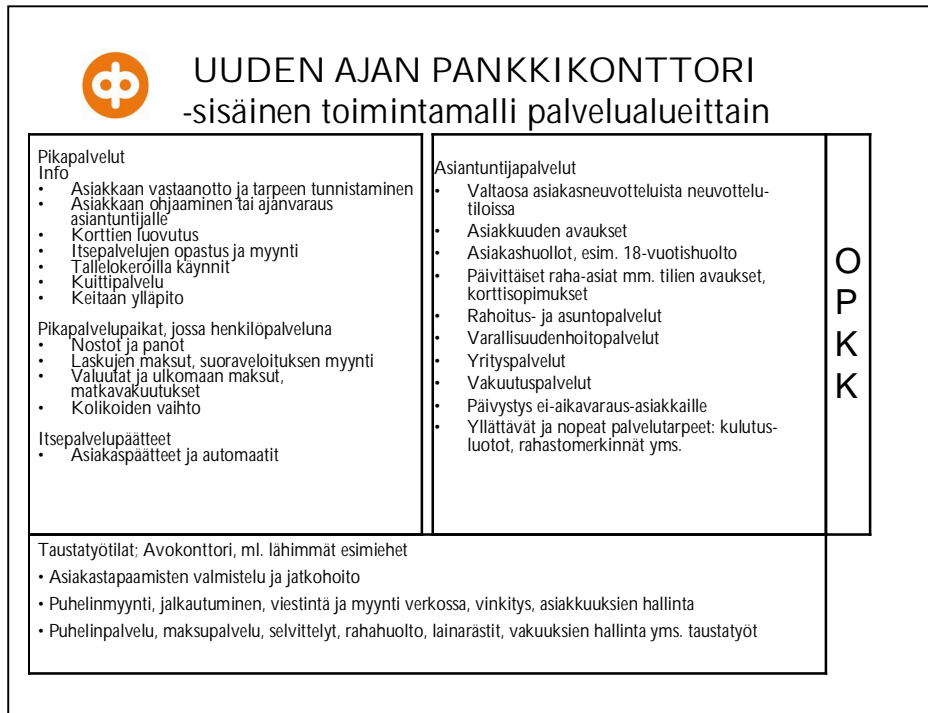


Kuvio 3. Uuden ajan konttorin pohjaratkaisumalli (Opinet 2009)

Uuden ajan konttorimallin ulkonäkö (materiaalivalinnat) ja palvelupaikkojen sijainti voi vaihdella eri konttoreissa, mutta rakenne pysyy kuitenkin aina samana ja yhtenäisenä konttorista riippumatta.

3.2 Toimintatavat eri palvelualueilla

Uuden ajan konttorimalliin kuuluvia palvelualueita ovat niin sanotut nopeat palvelut, puolinopeat palvelut, asiantuntijapalvelut sekä taustatyötillat. Nopeat palvelut muodostuvat asiakkaan vastaanottavasta infopisteestä, nopeita päivittäispalveluja tarjoavista pikapalvelupaikoista sekä asiakkaan käytössä olevista itsepalvelulaitteista – ja pisteistä. Kuviosta 4 näkyy uuden ajan pankkikonttorin sisäinen toimintamalli palvelualueittain, eli mitä missäkin palvelupisteessä on tarkoitus tehdä.



Kuvio 4. Sisäinen toimintamalli palvelualueittain (Opinet 2009)

Näistä palvelualueista vain info sekä pikapalvelupaikat ovat opinnäytetyön tutkimuskohteena, koska kaikki uuden ajan pankkikonttorin palvelut kulkevat infon ja pikapalveluiden kautta. Itsepalvelupaikat, puolinopeat palvelut, asiantuntijapalvelut ja taustatyötilat eivät siis kuulu tutkimukseen. Koska kaikki eri alueet ovat kuitenkin osa uuden ajan konttorimallia, ja jotta uuteen konttorimalliin kuuluvat palvelualueet ja niiden sisältö olisi helpompi hahmottaa, tullaan myös tutkimuksen ulkopuolelle jäävät alueet esittelemään lyhyesti.

3.2.1 Nopeat palvelut

Nopeat palvelut -alueella asiakas saa nopeasti ja sujuvasti päivittäisasiointiin liittyvät palvelut. Asiakas voi hoitaa päivittäisasiointinsa joko itsepalveluna tai toimihenkilöpalveluna pikapalvelupaikoilla.

Info

Infon rooli on uuden ajan pankkikonttorin sujuvan toiminnan kannalta erittäin keskeinen. Infopiste sijaitsee keskeisellä paikalla pankkialissa, jotta asiakas löytää sen vaivattomasti, ja jotta info pystyy huolehtimaan koko pankkialin palvelun sujuvuudesta. Infon tehtävänä on asiakkaan vastaanottaminen ja tarpeen tunnistaminen sekä asiakkaan ohjaaminen oikealle palvelupaikalle.

Info huolehtii myös aikavarausten tekemisestä. Rooliin kuuluu lisäksi myös itsepalvelujen myynti ja käytön opastus sekä nopeiden asiakastarpeiden hoitaminen. Infossa hoidettavia nopeita palveluita ovat mm. kortin luovutus, kuittipalvelu ja tallelokeroilla käynnit. Info huolehtii myös itsepalvelupisteiden ja keitaan (odotustilan) siisteydestä sekä niille sijoitettujen laitteiden toimivuudesta, opastaa tarvittaessa kolikkopisteen käytössä sekä hoitaa postituksen.

Koska infon tehtävänä on asiakkaan vastaanottaminen, tulee infopaikan olla aina miehitetty. Asiakasohjaukseen panostamalla varmistetaan ihmisläheinen ja sujuva palvelu kaikkina aikoina.

Pikapalvelupaikat

Asiakkaat tulevat yhden jonon kautta pikapalvelupaikoille. Palvelutilanteen nopeuttamiseksi asiakas asioi seisoen. Näin ollen asiakas ja pankkilainen ovat samalla tasolla toisiinsa nähden, mikä viestii osapuolten tasavertaisuutta. Pikapalvelupaikoilla hoidetaan nopeat päivittäiset asiat joihin kuuluvat käteisen rahan nostot ja panot, laskujen maksu, lahjashekit, suoraveloitussopimukset, valuutat, ulkomaanmaksujen vastaanotto sekä tarvittaessa matkavakuutukset. Pikapalvelupaikoilla hoidetaan myös yritysten päivittäiset asiat kuten kassatilitysten vastaanotto, laskujen maksu sekä kolikoiden vaihto. Yksi keskeinen tehtävä pikapalvelupaikoilla on myös asiakkaan erilaisten tarpeiden tunnistaminen ja niiden pohjalta vihjaaminen asiantuntijoille. Palvelupaikoilla työskentelevät toimihenkilöt keskittyvät täysipainoisesti asiakkaiden laadukkaaseen palveluun, eivätkä näin ollen hoida selvittelyjä ym. taustatöitä. (Opinet 2009.)

Pikapalvelupaikoilla hoidetaan vain nopeita asiakaskohtaamisia ja paikkojen miehitys vaihtelee asiakasvirran mukaan – kiireisinä hetkinä pikapalvelupaikoilla työskentelee useampi pankkilainen kuin hiljaisena aikana. Molemmilla tutkimuksen kohteena olevilla konttoreilla on käytössä kaksi niin sanottua pikakassaa, joista toinen on koko ajan käytössä ja toinen aina tarvittaessa.

Itsepalvelut

Asiakas voi hoitaa päivittäisasiointinsa myös itsepalveluna. Itsepalvelupisteestä löytyy uusia avainlukulistoja, maksupalvelukuoria, nosto/pano -tositteita sekä tilisiirto -lomakkeita. Itsepalvelupisteessä on myös kolikkopiste kolikoiden tilitystä varten, laskunmaksuautomaatti sekä verkkomaksupääte mm. laskujen maksamista varten. Itsepalvelupiste sijaitsee palvelupaikkojen läheisyydessä, jotta infon ja muiden pankkilaisten on helppo tarvittaessa opastaa asiakasta esim. itsepalvelulaitteiden käytössä.

3.2.2 Puolinopeat palvelut

Jotkut neuvotteluhuonekkeista pidetään jatkuvasti miehitettyinä ilman aikavarausta asioivia asiakkaita varten. Näin asiakkaiden yllättävät ja nopeat palvelutarpeet, mm. rahastomerkinnot ja kulutusluotot, saadaan hoidettua sujuvasti. Myös näihin palvelutilanteisiin asiakas saapuu aina infon kautta. (Opinet 2009.)

3.2.3 Asiantuntijapalvelut

Pitkäkestoiset neuvottelu- ja neuvontatilanteet hoidetaan asiantuntijapalvelut -alueella neuvottelutiloissa. Neuvottelutiloissa ei ole rahakassaa, mikä varmistaa sen, että päivittäisasiointi todella hoidetaan pikapalvelupaikoilla. Asiantuntijapalveluihin kuuluvat:

- Asiakkuuden avaukset
- "Asiakashuollot" ja tarvekartoitukset
- Tilien avaukset, verkkopalvelu- ja korttisopimukset ym. päivittäiset raha-asiat
- Rahoitus- ja asuntopalvelut
- Varallisuudenhoito- ja notariaattipalvelut
- Yrityspalvelut
- Vakuutuspalvelut

Infopisteessä työskentelevä toimihenkilö ottaa asiakkaan vastaan ja ohjaa hänet joko odotustilaan tai suoraan häntä palvelevan asiantuntijan luo. Jos asiakas on odottamassa niin kutsutulla keitaalla neuvottelun alkamista, noutaa asiantuntija hänet sieltä. Asiantuntijapalveluihin tullaan pääsääntöisesti ajanvarauksella. Ajanvarauksen käyttö mahdollistaa molemminpuolisen valmistautumisen tapaamista varten. Uuden ajan pankkikonttoriin kuuluu myös tilavampi neuvotteluhuone jota käytetään mm. kaupantekotilaisuuksissa. (Opinet 2009.)

3.2.4 Taustatyötilat


Uuden ajan pankkikonttorissa kaikki muu toiminta, asiakaskohtaukset pois lukien, tapahtuu taustalla. Taustatehtäviin kuuluvat asiakastapaamisten valmistelu ja jatkohoito, puhelinmyynti, viestintä ja myynti verkossa, konttorin puhelinpalvelu (saapuvat puhelut), maksupalvelu ja selvittelyt, rahahuolto, lainarästit sekä vakuuksien hallinta yms. taustatyöt. (Opinet 2009.)

3.3 Uuden ja vanhan konttorimallin eroja

Uusi konttorimalli poikkeaa paljonkin vanhasta aikaisemmin käytössä olleesta konttori- ja toimintamallista. Tutkimuskohteena olevassa sivukonttorissa oli aikaisemmin pitkä rivi avoimia ns. tiskipaikkoja ja vain muutama neuvotteluhuone. Tämän takia monet asiakkaat luulivat, että kaikki salissa näkyvillä olleet avoimet tiskipaikat olivat kassapalvelupaikkoja. Päivittäisasiointiin tarkoitettuja kassapaikkoja oli kolme, joista kaksi toimivat sekä niin sanottuina pikakassoina että puolinopeina palvelupaikkoina ja yksi infopisteenä. Infon asiakasneuvojalla on aikaisemmin ollut myös rahakassa.

Asiakkaan näkökulmasta vanha konttorimalli on ollut hyvin sekava ja opastekyltit ovat olleet huonosti esillä. Usein onkin käynyt niin, että asiakas ei ole huomannut infopistettä ja on kävellyt kysymään neuvoa asiantuntijapalveluista. Uudessa konttorimallissa asiakas näkee heti infopisteen ja sen vieressä olevat pikapalvelupaikat. Muille palvelualueille asiakas pääsee vain infon kautta.

Sivukonttorissa vuoronumerojärjestelmä on ollut käytössä myös vanhassa konttorimallissa ja se on edelleen säilytetty myös uuden ajan pankkikonttorissa. Ydinajatuksen uudessa konttorimallissa on se, että asiakas kokee olevansa lämpimästi tervetullut pankkiin, ja saa palvelua mahdollisimman nopeasti ja sujuvasti. Kuvioista 5 nähdään keskeisimmät toiminnalliset muutokset verrattaessa perinteistä pankkikonttoria ja uuden ajan pankkikonttoria toisiinsa.

 UUDEN AJAN PANKKIKONTTORI - keskeiset muutokset toiminnassa	
Perinteinen pankkikonttori	Uuden ajan pankkikonttori
<ul style="list-style-type: none">• Asiakas ohjaa palvelutilanteita• Pankkisali asiakkaalle sekava• Vuoronumerojärjestelmä ohjaa asiakasta• Myös pitkät asiakaskohtaukset avoimissa tiloissa• Vain pieni osa asiakastapaamisista sovittu ennakkoon• Asiakaspalvelupaikoilla usein saapuvat puhelut ja muita taustatöitä• Osa pankkilaisista "omissa huoneissa"• Peruspalvelut laajasti kassapalveluissa => usein jonoja• Rahakassat kaikilla palvelupaikoilla• Itsepalvelulaitteet tuulikaapissa• Miehitys eri toiminnoissa ei juurikaan vaihtelee työmäärien mukaan	<ul style="list-style-type: none">• Pankki ohjaa resurssien kohdentamista asiakasvirran ja työmäärien mukaan• Asiakkaan silmin selkeästi 2 vyöhykettä• Pankkilainen vastaanottaa asiakkaan ja ohjaa tämän palvelupaikalle• Pitkät asiakaskohtaukset rauhallisissa neuvottelusoluissa• Asiantuntijapalveluissa asiointi pääsääntöisesti aikavarauksella• Palvelupaikat asiakaskohtauksien varten, muu tekeminen taustalla• Taustalla työskennellään avokonttorissa, ml. lähimmät esimiehet• Pikapalveluissa vain kaikkein nopeimmat palvelut => nopea kohtaaminen• Rahakassat vain pikapalvelupaikoilla => vapauttaa resursseja• Itsepalvelulaitteet pikapalveluvyöhykkeellä -aktiivinen asiakkaan opastus

Kuvio 5. Uuden ajan pankkikonttorin keskeisimmät muutokset toiminnassa verrattuna perinteiseen pankkikonttoriin (Opinet 2009)

4 Palvelu ja asiakastyytyväisyys

Opinnäytetyön tutkimuksen aiheena on asiakastyytyväisyys eli se, miten asiakkaat kokevat palvelun laadun ja toimivuuden uudessa konttorimallissa. On siis hyvä määritellä mitä palvelu ja asiakastyytyväisyys ovat ja miten niitä mitataan. Näin saadaan mahdollisimman paljon irti vastauksista ja myös niiden analysointi on helpompaa.

4.1 Palvelun käsite

Palvelua voidaan kuvailla aineettoman hyödykkeen tarjoamisena asiakkaalle. Asiakkaalle ei näin siirry omistusoikeutta, vaan palvelu kulutetaan samaan aikaan kuin se tuotetaan. Palvelussa voi myös olla kyse tuotteen ja palvelun yhdistelmästä. (Kannisto & Kannisto 2008, 6.)

Pankkitoiminnassa palvelu voi olla esimerkiksi neuvottelu, johon ei kuulu varsinaista tuotetta. Pankkivirkailija kertoo miten asiakkaan tulee toimia vaikka nostaessa lainaa, mutta asiakkaalle ei siirry minkäänlaista omistusoikeutta palvelun kuluttamisen jälkeen. Jos taas lainaneuvottelussa asiakkaalle myönnetään itse laina, voi sitä tarkastella palveluun yhdisteltynä tuotteena, joka siirtyy asiakkaan omistukseen neuvottelun loputtua.

Palvelua voidaan tarkastella sekä tuottajan että kuluttajan näkökulmasta. Tuottajan kannalta palvelu on tapahtumien ja prosessien summa. Asiakas taas on osa palvelun tuotantoprosessia ja järjestelmää joka saa aikaan palvelun. Palvelu voi olla joko immateriaalinen tai siihen voi kuulua jokin konkreettinen fyysinen tuotos. Yleensä palvelu on kuitenkin immateriaalinen, eli asiakkaalle jonkinlaisen hyödyn tuottava toimenpiteiden sarja. (Kinnunen 2003, 7.)

Palvelu koostuu monesta eri tekijästä joiden tavoitteena on loppua myyntiin. Pankkitoiminnassa asiakas on välttämätön osa, jotta palvelu saisi edes alkunsa. Pankin palvelut ovat enimmäkseen immateriaalisia, jotka tuottavat asiakkaalle hyötyä esimerkiksi sijoitusten ja vakuutusten myötä.

Asiakkaan osallistuminen palvelun tuottamiseen vaihtelee. Asiakas voi joskus osallistua enemmän ja joskus vähemmän, ja tähän vaikuttavat monet tekijät. Asiakas voi olla huonolla tuulella tai sitten asiakkaan ja toimihenkilön kemiat eivät vain kohtaa. Osallistumisellaan asiakas tuo mukanaan palvelun tuottajalle hallitsemattoman osuuden. Palvelun ostaminen ja käyttäminen voi olla asiakkaalle joko ainutlaatuinen ja ikimuistoinen tapahtuma, tai sitten täysin rutiinomainen ja jokapäiväinen välttämätön toimenpide. Se voi myös olla huomaamaton tapahtuma

arjen keskellä. Se miten helppoa, sujuvaa ja miellyttävää omien tarkoitusperien toteuttaminen on, muodostaa käyttäjän kannalta olennaisen osan palvelusta. Palvelun hyöty on yleensä sitä suurempi, mitä pienimmin uhrauksin asiakas palvelunsa saa. (Kinnunen 2003, 7.) Koettuun palveluun vaikuttaa olennaisesti myös se, mitä asiakkaan ja palvelun tarjoajan vuorovaikutuksessa tapahtuu (Grönroos 2000, 64).

Pankin asiakkaalle ikimuistoinen tapahtuma on yleensä lainan saaminen, henkivakuutuksen ottaminen tai eläkesäästämisen aloittaminen, kun taas laskun maksaminen maksupäätteellä on yleensä rutiininomainen ja välttämätön toimenpide, joka ei ole niinkään mieleenpainuva. Jotta pankki saisi palveluista mahdollisimman suuren hyödyn, tulisi pankkipalveluiden olla asiakkaille miellyttäviä kokemuksia ja helposti saatavilla. Olisi siis tärkeää, että asiakkaan tuloa pankkiin hän löytää tarvitsemansa palvelun helposti ja vaivattomasti, ilman isompia uhrauksia.

4.2 Palvelupaketti ja laajennettu palvelutarjonta

Palvelu saa alkunsa palveluideasta, joka on palvelua tarjoavan yrityksen liikeidea tai yksittäisen palvelun syntymiseen johtava idea. Liikeidea viestii mitä palveluja yritys asiakkailleen tarjoaa, ketkä kuuluvat yrityksen kohderyhmään, miten yrityksen palveluja tuotetaan sekä minkälaisen yrityskuvan yritys haluaa itsestään antaa. Yksittäisen palvelun idea sen sijaan on jotain ennen kokematon ja jota ei ole aikaisemmin toteutettu. (Kinnunen 2003, 9.)

Osuuspankin liikeideaan perustuu ihmisläheisyys, vastuullisuus ja yhdessä menestyminen, joka myös näkyy pankin sloganissa "Etua elämään OP-Pohjolasta". Ideana on siis tuntea asiakkaat paremmin kuin muut vastaavat palveluntarjoajat. Tämä osuuspankin liikeidea tulisi myös näkyä uudessa pankkikonttorimallissa ja sen toimivuudessa.

Uusien palveluideoiden syntymiseen yritys tarvitsee luovuutta, kykyä ajatella asioita uudesta näkökulmasta, vanhojen toimintatapojen kriittistä tarkastelua sekä mahdollista hylkäämistä. Lisäksi yritys tarvitsee innovatiivisuutta, eli kykyä saada jotain uutta ja hyödyllistä luovuuden aikaansaamasta kaaoksesta. (Kinnunen 2003, 10.)

Uusia palveluideoita voi myös syntyä vanhan olemassa olevan palvelun uudelleen suunnittelusta. Tällöin yritys rekonstruoii palveluprosessin uudelleen ja tekee palvelusta toimivamman, nopeamman, helppokäyttöisemmän sekä taloudellisemmän. (Kinnunen 2003, 10). Uuden ajan pankkikonttori on juuri saanut alkunsa vanhasta mallista jota rekonstruoimalla eli uudelleen suunnittelemalla on saatu uusi versio, jonka tarkoituksena on nopeuttaa ja selkeyttää palvelu-

prosessia ja tehdä siitä myös taloudellisempi. Uusi palveluidea on myös tuonut mukanaan asioiden hylkäämistä, kuten esimerkiksi sen, että kaikki palvelut olisivat avoimilla tiskipaikoilla ja että kaikki pankkivirkailijat istuisivat rivissä näkyvillä asiakkaan tullessa pankkisaliin.

Palvelua voi myös tarkastella palvelupakettina. Palvelupaketti kostuu ydinpalvelusta jota tuetaan toissijaisilla lisä- ja tukipalveluilla. Ydinpalvelu on määritelty palvelun ominaisuudeksi, joka vastaa asiakkaan keskeiseen ostotarpeeseen (Kinnunen 2003, 10.), ja joka on välttämättömyys yrityksen olemassaololle (Grönroos 2008, 181). Lisäpalvelut ovat ydinpalvelulle lähes välttämättömiä palveluja ja tukipalvelut tekevät palvelun käyttämisestä miellyttävämmän kokemuksen (Kinnunen 2003, 10).

Uuden ajan pankkikonttorissa ydinpalvelu on itse pankkipalvelut, kuten tilin avaaminen, lainan saaminen tai sijoituksen tallettaminen. Lisäpalveluja taas ovat esimerkiksi pikakassapaikalla ja infossa hoidettavat pienemmät laskunmaksut tai käteisnostot tililtä, jotka ovat välttämättömyksiä pankkipalveluja tarjottaessa. Maksuautomaatti, verkkopalvelu tai vuoronumerojärjestelmä taas ovat tukipalveluja, jotka tekevät pankkipalvelujen hoitamisen helpommaksi ja miellyttävämmäksi asiakkaalle.

Palvelupakettia voi laajentaa palvelun saatavuuteen, vuorovaikutukseen palveluorganisaation kanssa ja asiakkaan osallistumiseen. Nämä kolme osatekijää muodostavat peruspaketin käsitteiden kanssa niin sanotun laajennetun palvelutarjonnan. (Grönroos 2008, 183.)

Palvelun saatavuuteen vaikuttaa muun muassa henkilökunnan määrä ja osaaminen, aukioloajat, konttoreiden sijainti sekä ulkonäkö ja työkalut. Näiden tekijöiden mukaan asiakas kokee palvelun saatavuuden, kuluttamisen ja ostamisen joko helpoksi tai vaikeaksi (Grönroos 2000, 121).

Uuden ajan pankkikonttorin myötä palvelun saatavuutta on yritetty parantaa enimmäkseen konttoreiden ja palvelupaikkojen sijainnilla sekä ulkonäköä ja työkaluja parantamalla. Pankki-toimihenkilöillä on uudessa konttorimallissa oma kannettava tietokone, joka edesauttaa työpisteen siirtämistä paikasta toiseen. Pankkisalia taas on yritetty muuttaa viihtyisämmäksi ja avarammaksi, jotta asiakkailla olisi mukavampi odottaa vuoroaan pankkineuvottelijalle, ja jotta he haluaisivat palata pankkiin uudestaan. Palvelupaikkojen sijainnilla on tavoiteltu selkeyttä, jotta asiakas löytäisi helposti haluamansa palvelun, ja jotta itse palvelu sujuisi joustavammin.

Vuorovaikutuksen palveluorganisaation kanssa voi jakaa seuraaviin luokkiin:

- Vuorovaikutusviestintä työntekijöiden ja asiakkaiden kesken
- Vuorovaikutus erilaisten fyysisten ja teknisten resurssien kanssa
- Vuorovaikutus järjestelmien kanssa
- Vuorovaikutus prosessien samaan aikaan mukana olevien muiden asiakkaiden kanssa

Nämä ylläluetut vuorovaikutukset ovat osa palvelun kokemista. Jos niitä pidetään liian monimutkaisina, vaikeina tai epämiellyttävinä, erinomaisenkin palvelupaketin koettu laatu saattaa jäädä alhaiseksi. (Grönroos 2000, 123.)

Osuuspankissa toimihenkilöitä koulutetaan jatkuvasti, jotta vuorovaikutus asiakkaiden kanssa sujuisi mutkattomasti. Myös erilaisia uusia ohjelmia on otettu käyttöön, jotta pankkivirkailijan olisi mahdollisimman helppo palvella asiakasta. Tällaisia ohjelmia ovat esimerkiksi uusi ajanvarausjärjestelmä sekä asiakkaan tarvekartoitus -ohjelma. Uuden konttorimallin myötä on myös otettu käyttöön uusi turvakassajärjestelmä, joka nopeuttaa merkittävästi pankkivirkailijan työtä käteisnostoissa ja -panoissa. Uudessa konttorimallissa on myös erityisesti otettu huomioon asiakkaiden vuorovaikutus toisten asiakkaiden kanssa. Odotustila on pyritty tekemään viihtyisäksi keitaaksi, jossa on helppo rupatella muiden kanssa tai vaikkapa lukea lehteä. Asiakkaan yksityisyyttä on kuitenkin vaalittu tekemällä pankkisalista erillään olevat neuvottelutilat.

Asiakkaan osallistuminen merkitsee sitä, että asiakkaalla on vaikutus samaansa palveluun. Sen mukaan kuinka hyvin asiakas on valmistautunut ja halukas vaikuttamaan palveluun joko parantaa tai heikentää palvelua. (Grönroos 2000, 124.)

Uudella mallilla on voitu parantaa asiakkaan osallistumista palvelutilanteeseen ajanvarausjärjestelmän myötä. Ajan varaaminen tuo asiakkaalle enemmän aikaa miettiä mitä hyötyä hän itselleen tapaamisesta saa, ja näin hän on myös itse innokkaampi osallistumaan palvelutilanteeseen.

Palvelutarjous on palvelupaketin kuvaus, jonka pohjalta asiakas tekee päätöksensä palvelun ostamisesta. Palvelutarjouksessa palvelun tarjoaja ilmaisee asiakkaalle, mitä hyötyä tämä tulee saamaan hyväksymällä tarjouksen ja ryhtymällä käyttämään palvelua. Hyväksytyt palvelutarjous on tarjoajaa sitova juridinen toimenpide ja pohja sopimukselle. Palvelutarjouksen tulee välittää asiakkaalle riittävän konkreettinen kuva kokonaispalvelusta, jotta asiakas pystyy luottavin mielin tekemään ostopäätöksensä. Tarjoajan tulee myös määritellä asiakkaan toiminnalle asettavat vaatimukset, kuten osaamistaso ja mahdolliset tarvittavat laitteet. Lisäksi tarjouksessa tulee

mainita siitä jos asiakas joutuu tekemään uhrauksia, sekä taloudellisia että toiminnallisia, saadakseen itselleen palvelun tuottaman hyödyn. (Kinnunen 2003, 11.)

Osuuspankin palveluja miettiessä voi palvelutarjous olla talletustilin korkotarjouksen antaminen asiakkaalle. Jos asiakas mieltyy saamiinsa korkoihin, hän voi harkita hyväksyvänsä palvelun käyttöönoton. Tällöin pankkivirkailijan on muistettava käydä tarkoin tiliin liittyvät ehdot läpi, jotta asiakas voi olla varma tekemästään päätöksestä.

Palveluiden suunnittelu

Palveluiden suunnitteluprosessi alkaa ideasta ja loppuu uuteen tuotteeseen tai palveluun. Usein palveluja suunnitellaan tekemällä muutoksia jo olemassa oleviin palveluihin. Tällöin on tärkeää arvioida olemassa oleva palvelu ja tarkistaa vastaako palvelu asiakkaiden tarpeita, onko palveluprosessi asiakkaan odotusten mukainen ja onko kyetty saavuttamaan toivottu palvelun laadun taso. Myös asiakkaalta vaadittu tietotaso sekä asiakkaalta edellytetyt toimenpiteet palvelun tuottamiseen on hyvä arvioida. Analysoinnin avulla yritys voi saada selville tuottaako palvelu asiakkaalle jotain arvoa. (Kinnunen 2003, 52.)

Ajatellen uuden ajan pankkikonttorin palvelua, on se saanut alkunsa jo olemassa olevasta palvelusta. Pankkipalvelut ovat periaatteessa samoja, mutta niiden tuottaminen on vaihtunut. Pankkipalveluja ei ole pääsääntöisesti lähdetty muuttamaan, koska asiakkaiden tarpeet ovat pysyneet samana. Palvelun saatavuuteen ja nopeuteen on pyritty vaikuttamaan muokkaamalla itse konttorin ulkonäköä asiakkaiden nykyisten tarpeiden mukaisesti.

Palveluideoinnin määrittelyn jälkeen ideoita ryhdytään kehittämään konkreettisempaan muotoon. Ideoinnin avulla palveluista on mahdollista laatia tuotantokonsepteja, joiden avulla palveluja voi testata etukäteen. Palvelun tuotantokonsepti kertoo mitä asiakkaalle tarjotaan ja kuinka tekee mitäkin tuotantoprosessin aikana. Konseptin testaamisen päätavoite on saada vastaus siihen, onko uusi palvelu markkinoille sopiva ja vastaako se johonkin asiakkaan ongelmaan tuottaen tälle hyötyä. Yrityksellä on konseptin avulla myös se etu, että se on oiva tuki päätöksenteon pohjalle myöhemmässä vaiheessa. Ongelmana palvelujen testaamisessa kuitenkin on, että uusi palvelu halutaan pitää kilpailusyistä salassa niin pitkään kuin mahdollista, jotta kopiointilta välttyttäisiin. (Kinnunen 2003, 64.)

Uuden ajan pankkikonttoria ei ole varsinaisesti pystytty testaamaan käytännössä, ennen kuin se on otettu kokonaan käyttöön. Tämä johtuu osittain siitä, että palvelukokonaisuus on niin laaja,

ettei sen toimivuutta pysty määrittelemään pelkästään osia tarkastamalla. Ongelmana ei ole ollut salassa pitäminen, koska samankaltaisia toimintamalleja on käytössä myös muissa pankeissa kuten Sampo Pankissa ja Nordea Pankissa.

Tuotantokonseptin testaamisen jälkeen alkaa palvelumallin laatiminen. Laatiminen kannattaa kuitenkin aloittaa vasta sitten, kun tuotantokonseptin testaamisesta on saatu riittävän myönteisiä tuloksia. Palvelumalli on palvelun tuottajan näkökulmasta esitetty palvelun tuotantokaavio, jonka lähtökohtana ovat asiakkaan kulkema reitti ja asiakkaan päätökset palvelun käyttäjänä. Palvelumallin hyötynä on itse toimintojen kuvaamisen lisäksi se, että näiden kuvausten avulla yritys voi kouluttaa työntekijöitään paremmin palvelun tuottajiksi. Työntekijöillä on myös täten helpompi hahmottaa oman työnsä merkitys kokonaisuuden kannalta. (Kinnunen 2003, 77.)

Palvelumallin suunnitteluprosessissa tulisi myös huomioida palvelun normalisointijärjestelmä. Järjestelmän tulee taata asiakkaalle mieluiten jo epäonnistuneen palvelun aikana hyvitys, jotta asiakas kokee tulleen oikeudenmukaisesti kohdelluksi ja saaneensa rahoillensa vastinetta kaikesta huolimatta. Normalisointia varten tulisi henkilökunnalla olla selvät ohjeet ja riittävät valtuudet korvata huonon palvelun aiheuttamat vahingot ripeästi. Jos epäonnistumiset korvataan välittömästi, asiakkaiden tyytyväisyys kasvaa. (Kinnunen 2003, 78.)

Palvelumallin valmistuttua vaatii se käyttöön otettaessa testaamista, palvelun tuottajien koulutusta ja motivoimista uuden palvelun tuotantoon sekä mahdollisuuksien mukaan uuden palvelun käyttäjien, eli asiakkaiden, koulutusta palvelun käyttäjiksi. (Kinnunen 2003, 80.)

4.2.1 Palvelun tuotantoprosessi

Palvelu tuotetaan prosessina palvelutarjousten mukaisesti. Asiakkaalle luvattu palvelu toteutetaan tarjoajan ja asiakkaan yhteisten toimenpiteiden avulla molempien henkisiä ja fyysisiä resursseja hyväksikäyttäen. Palvelun tuotantoprosessit muodostuvat palvelutapahtumista ja toimenpiteistä, jotka ajan myötä muodostavat asiakassuhteen. Itse palvelutapahtumalla on selkeä alku ja loppu, kun taas asiakassuhde muodostuu vasta monista palvelutapahtumista. (Kinnunen 2003, 12.)

Tuotantoprosessia voidaan tarkastella myös yhdistettäessä asiakkaan kulutusprosessi palvelupakettiin. Kulutusprosessi voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: liittymisvaihe, intensiivinen vaihe ja eroamisvaihe. (Grönroos 2008, 347.)

Liittymisvaihe on kulutusprosessin ensimmäinen vaihe, jolloin asiakas tulee kosketuksiin palvelun tarjoajan kanssa ostaakseen ja kuluttaakseen ydinpalvelun. Tässä vaiheessa tarvitaan lähinnä avustavia palveluja, kuten esimerkiksi puhelinsoitto. (Grönroos 2008, 347.)

Intensiivinen vaihe tai kulutusvaihe on palvelun kulutuksen päävaihe. Tässä vaiheessa asiakkaan tarpeet on täytettävä tai hänen ongelmansa ratkaistava. Tässä kohdassa myös ydinpalvelu kulutetaan tai käytetään. (Grönroos 2000, 265.)

Eroamisvaiheessa asiakas lähtee palvelun tuotantojärjestelmästä. Tämä edellyttää usein joitakin avustavia palveluja. (Grönroos 2000, 265.)

Pankkipalvelujen liittymisvaihe alkaa yleensä siitä, että joko asiakas oma-aloitteisesti ottaa yhteyttä pankkiin, tai sitten pankkivirkailija ottaa yhteyttä asiakkaaseen. Uuden ajan konttorimallissa pankkiin voi olla yhteydessä verkkopalvelun kautta, puhelimitse, kirjeitse, sähköpostitse tai tulemalla konttoriin. Intensiivinen vaihe alkaa kun asiakas tulee konttoriin. Asiakas voi valita haluamansa palvelun perusteella meneekö hän pikakassapaikoille, infopisteelle vai itsepalvelupaikoille. Itsepalvelupaikoilla asioivat kuluttavat nopeasti palvelunsa ja poistuvat useimmiten tämän jälkeen pankista. Kassapalveluja tarvitsevien asiakkaiden palvelutapahtumat loppuvat yleensä tiskillä asioimiseen, kun taas infoon saapuvat asiakkaat yleensä ohjataan eteenpäin asiantuntijapalveluja tarjoaville toimihenkilöille. Eroamisvaihe on useimmiten lyhyempi itsepalvelupaikoilla ja kassapalvelupaikoilla kuin infoon saapuvien asiakkaiden kohdalla.

Palvelun tuotantoprosessin päätyttyä asiakas muodostaa käsityksensä palvelun tuottamasta lopputuloksesta. Lopputulos voi olla asiakkaalle positiivinen tai negatiivinen. Positiivinen lopputulos voi olla esimerkiksi taloudellinen hyöty tai luottamuksen kasvu. Negatiivinen lopputulos on tuottanut asiakkaalle haittaa. Haitan on voinut luoda esimerkiksi virheellinen tuote. Halutun lopputuloksen voi saada ainoastaan silloin, jos molemmat osapuolet toimivat sopimuksen mukaisesti. (Kinnunen 2003, 15.)

Jos esimerkiksi Osuuspankin verkkopalvelu toimii yhtä moitteettomasti kuin pankkivirkailija on asiakkaalleen kertonut, ja asiakas pystyy helposti hoitamaan haluamansa asian vieläpä taloudellisesti, on tuotantoprosessin lopputulos varmasti positiivinen. Jos taas palvelun tarjoaja on luvannut liikoja ja asiakas kokee verkkopalvelussa vikoja ja puutteita, on lopputulos melko varmasti negatiivinen.

Oli asiakkaan tarvitsema pankkipalvelu sitten mikä tahansa, on päätavoitteena kuitenkin se, että asiakas palaa yhä uudestaan, jotta asiakkaan ja pankin välille muodostuisi asiakassuhde. Asiakassuhteen muodostamista helpottaakseen pankki voi tarjota asiakkaalle jonkin palvelun, jota asiakas voi hyödyntää ja joka sitoo asiakkaan pankkiin. Tällainen palvelu voi olla esimerkiksi verkkopalvelusopimus, jonka avulla molemmat osapuolet voivat olla helposti yhteydessä toisiinsa. Palvelun on oltava positiivinen kokemus asiakassuhteen muodostamisessa. Uuden ajan pankkikonttorimallilla yritetään palvelun nopeuden ja helppouden ansiosta saada asiakas palaamaan uudestaan.

4.2.2 Palveluympäristö

Palveluympäristöllä voi olla keskeinen vaikutus siihen, miten asiakas kokee palvelun. Palveluympäristön kulissit ovat ääripäissään joko puoleensavetäviä tai luotaantyöntäviä. Asiakas viihtyy useimmiten ympäristössä joka on siisti, rakennelmat ja kalusteet ovat toiminnan kannalta järkeviä ja mukavia, ilmanvaihto ja valaistus ovat kunnossa ja äänimaailma on tilanteeseen so-piva. Ympäristö mahdollistaa sosiaalisen kanssakäymisen asiakkaiden kesken tai tarvittaessa asiakkaat voidaan pitää erillään toisistaan. (Kinnunen 2003, 84–85.)

Palveluympäristö muodostuu kaikesta fyysisestä ympäristöstä, joka ohjaa asiakkaiden käyttäytymistä. Näitä ympäristötekijöitä voivat olla rakennukset, valaistus, värit, kyltit, materiaalit, kalusteet, kalusteiden ja muiden liikkumista ohjaavien esteiden, kuten kukkien ja seinien sijain-ti, koristeet, lämpötila, ilmanvaihto, tuoksut, äänet, musiikki jne. Ympäristö muokkaa asiak-kaan odotuksia tulevasta palvelusta ja sen laadusta. (Kinnunen 2003, 85.)

Uudessa konttorimallissa palveluympäristö on otettu erityisen tarkasti huomioon jo suunnitte-luvaiheessa. Itse konttorin ajatuksena on, että sisustus on pelkistetty ja avaran valoisa, jotta asiakkaat kokevat ympäristön siistiksi ja selkeäksi. Myös ilmanvaihtoon ja kalusteisiin panoste-taan, jotta asiakkailta on mukavaa odotella asiakasneuvottelijaa tai rupertella muiden pankissa olevien kanssa. Neuvotteluhuoneet taas takaavat asiakkaille yksityisyyttä ja asiointirauhaa eri palvelutilanteissa.

4.3 Palvelun laatu

Palvelun laadulla on monta erilaista tulkintaa, mutta useimmiten sillä tarkoitetaan asiakkaan tarpeiden täyttämistä yrityksen kannalta mahdollisimman tehokkaalla ja kannattavalla tavalla.

Asiakastyytyväisyys ei siis ole päätarkoitus johon täytyy pyrkiä keinolla millä hyvänsä. Asiakkaat ovat varmasti tyytyväisiä saadessaan lainaa todella alhaisella korolla ja marginaalilla, mutta tämä ei kuitenkaan ole pankin näkökulmasta järkevää, koska pankin oma kannattavuus kärsisi. (Lecklin 2006, 18.)

Laatuun liittyy myös suoritustason jatkuva parantaminen niin nopeasti kuin kehitys sen sallii. Impulsseja tähän yritys voi saada niin omasta systemaattisesta laatutyöstä kuin muutoksista ulkomaailmasta innovaatioiden, kilpailijoiden toimien, markkinoinnin ja yhteiskunnan myötä. Määritelmään on jo alusta alkaen sisältynyt se, ettei virheitä tehdä. Asiat tehdään oikein heti ensimmäisellä kerralla ja aina. Oikeiden asioiden tekeminen on kuitenkin kokonaislaadun kannalta tärkeämpää kuin virheettömyys. Yrityksen mielestä tuote voi olla täydellinen, kun taas asiakas pitää sitä ylilaatuna josta ei ole valmis maksamaan. Ylilaatua ei kuitenkaan ole asiakkaan odotukset ylittävä palvelun laatu, joka on yritykselle se asia jolla se saavuttaa kilpailuedun. (Lecklin 2006, 18–19.)

Pankissa ylilaatu voi olla sitä, että asiakkaalle tarjotaan osuuspankin verkkopalvelua johon liitetään eri lisäominaisuuksia joita asiakas ei tarvitse, ja jotka tekevät verkkopalvelun käyttämisen vaikeaksi. Ylilaatua ei tässä tapauksessa kuitenkaan ole esimerkiksi osuuspankin verkkopalveluun liitettävä Oma talous -palvelu, jonka avulla asiakas voi pitää kirjanpitoa taloudestaan. Kyseinen palvelu on myös kilpailuetu verrattaessa muiden pankkien tarjoamia verkkopalveluun liitettäviä lisäpalveluja.

Palvelun laatua voi tutkia monella tapaa. Tunnetuimpia malleja ovat kuiluanalyysimalli ja Grönroos-Gummessonin laatumalli. Molemmat tutkimusmenetelmät ovat kuitenkin tulleet siihen lopputulokseen, että palvelun laadun tärkeimmät alueet ovat seuraavat:

- Laatu on sitä, mitä asiakkaat kokevat
- Laatua ei voi erottaa tuotanto- ja toimitusprosessista
- Laatu tuotetaan paikallisesti ostajan ja myyjän välisissä totuuden hetkissä
- Jokainen vaikuttaa osaltaan asiakkaan kokemaan laatuun
- Jokaisen on seurattava laatua koko organisaatiossa
- Ulkoinen markkinointi on luotava laadun johtamisen kanssa yhdenmukaiseksi

(Grönroos 2000, 111–112.)

Koetun palvelun voi jakaa kahteen ulottuvuuteen: tekniseen eli lopputulosulottuvuuteen ja toiminnalliseen eli prosessitulottuvuuteen (Grönroos 2000, 62).

Palvelun arvo voidaan määritellä palvelun tuottamien hyötyjen ja palvelun aikaansaamiseksi tarvittavien uhrausten erotuksena. Sekä asiakkaan että palvelun tuottajan uhraukset voivat olla toiminnallisia tai taloudellisia. Toiminnalliset uhraukset ovat asiakkaan ja tuottajan tekemät toimenpiteet palvelun aikaansaamiseksi. Taloudelliset uhraukset taas ovat palvelumaksujen tai palvelun edellyttävien investointien sitomaa rahaa. (Kinnunen 2003, 21.)

Nykyään päämääränä on tuottaa hyötyä sekä asiakkaalle että palvelun tuottajalle. Tällainen on tilanne silloin, kun asiakas kokee palvelun positiiviseksi, eli uhraukset ovat pienemmät kuin palvelun tuottama hyöty. Asiakkaan kannalta palvelutapahtuman arvoon voi vaikuttaa myös asiakassuhde, jota asiakas voi muokata palvelun aikana ja sen jälkeen. Asiakas voi myös itse vaikuttaa palvelutapahtuman arvoon riippuen siitä, miten valmistautunut hän on tapaamiseen ja miten hän jakaa informaatiota palvelun tarjoajan kanssa. (Kinnunen 2003, 21.)

4.4 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys on laadun kehittämislle ehdottoman tärkeä painopiste, koska asiakas on laadun lopullinen arvioija. Yrityksen toiminta voi jatkua vain jos asiakkaat ovat valmiita maksamaan riittävän hinnan yrityksen tuotteista. (Lecklin 2006, 105.)

Asiakkaan tarpeet ovat perustekijä, joka ainakin ohjaa odotuksia kohti tietyn tyyppistä ratkaisua. Nämä tarpeet sanelevat mitä potentiaalinen asiakas haluaa, ja moni palvelun tarjoaja voi jo tässä vaiheessa tarjota hyväksyttävän ratkaisun. (Grönroos 2000, 263.)

Tarpeiden lisäksi asiakkaalla on tiettyjä toiveita siitä, kuinka hän haluaa palvelun tarjoajan häntä kohtelevan. Tämä rajaa usein valittavissa olevien vaihtoehtojen määrää. Mikä tahansa pankki voi tarjota asiakkaalle tämän tarvitseman palvelun, mutta kaikki pankit eivät välttämättä kohtele asiakasta juuri sillä tavalla joka miellyttää tätä. Eli sekä tarpeet että toiveet ovat ratkaisevan tärkeitä asiakkaan odotusten muodostumisessa. (Grönroos 2000, 263–264.)

Asiakkaan odotukset muodostuvat lisäksi ulkoisista tekijöistä kuten esimerkiksi kuulopuheista tai siitä, mitä perhetuttava tai liikeyumppani sanoo palvelun tarjoajasta. Myös markkinaviestinnälliset toimet, kuten henkilökohtainen myyntityö ja mainoskampanjat, vaikuttavat odotuksiin samoin kuin yrityksen imago. (Grönroos 2000, 264.)

Yrityksen toiminnan kehittämistä varten kannattaa asiakastyytyväisyys selvittää monipuolisesti. Tuotteen ominaisuuksien lisäksi on hyvä selvittää asiakkaan näkemys ja tyytyväisyys yrityksen

eri toimintoihin, kuten asiakaspalveluun, myyntiin, laskutukseen, jälkipalveluihin, myynnin edistämiseen, sopimus- ja maksuehtoihin sekä henkilökunnan ammattitaitoon. Normaalia asiakaspalautteesta saadaan jo paljon tietoa, mutta on myös tarpeellista suorittaa erilaisia asiakastytyväisyystutkimuksia, joissa keskitytään menestyksen kannalta olennaisiin kysymyksiin. (Lecklin 2006, 105.)

4.4.1 Asiakassuhteiden käsittely

Asiakkuutta voi tarkastella kolmiona, jonka kulmina ovat asiakas, yritys ja tuote. Yleensä näkökulmana on joku kolmion kulmista. (Storbacka & Lehtinen 2005, 23.)

Asiakaslähtöinen organisaatio tarkastelee toimintaa asiakasnäkökulmasta, jossa kullakin asiakkaalla on oma vastuhenkilö joka vastaa asiakkaan ja yrityksen yhteistyöstä, kun taas tuotelähtöisessä organisaatiossa osaaminen kulminoituu itse tuotteeseen ja myös toimintamalli on rakennettu sen ympärille. Tuotantoläheinen organisaatio panostaa tuotantoprosessin kehittymiseen ja usein erityisesti sen tehokkuuden parantamiseen. (Storbacka & Lehtinen 2005, 23.)

Pankki tarkastelee toimintaa enimmäkseen asiakasnäkökulmasta, koska osalla pankin asiakkaita on oma vastuhenkilö. Voi kuitenkin myös sanoa, että pankki painottaa tuotantoprosessin kehittämistä erilaisilla keinoilla kuten esimerkiksi uuden ajan konttorimallilla, ja jonka osaaminen myös kulminoituu itse tuotteeseen

Asiakaspalvelun parantamiseen voidaan käyttää segmentointia ja erilaisia tietojärjestelmiä. Segmentoinnissa asiakkaat jaetaan erilaisiin kohderyhmiin. Jokaiselle luodaan profiili, joka kertoo kyseisen kohderyhmän mieltymyksistä, tarpeista sekä ostokäyttäytymisestä. Asiakaspalvelijat voivat nähdä mihin kohderyhmään kyseinen asiakas kuuluu ja miten häntä tulee palvella. Kohderyhmillä on jokaisella oma palvelumalli, joka kertoo miten ja mitä asiakkaalle pitäisi myydä. (Kannisto & Kannisto 2008, 25–26.)

Vanhemman näkemyksen mukaan segmentointi ja asiakkuudenhallinnan järjestelmät auttavat asiakaspalvelijaa keskittymään palvelutilanteeseen. Asiakaspalvelija säästää aikaa eikä hänen tarvitse miettiä mitä asiakkaan kanssa on tehty aikaisemmin ja miten asiakkaaseen tulisi suhtautua. Segmentoinnin vaarana piilee se, että yritys luulee tuntevansa asiakkaansa niin hyvin, ettei vaivaudu kuuntelemaan tätä. (Kannisto & Kannisto 2008, 26.)

Osuuspankeissa käytetään segmentointia palvelun laadun parantamiseksi. Asiakas kuuluu eri ryhmiin riippuen siitä, mitä pankkipalveluja hän käyttää ja paljonko volyyymiä hänellä on. Segmentointi näkyy pankkivirkailijoiden käyttämässä tietojärjestelmässä ja ohjelmasta pystyy näkemään mihin ryhmään asiakas kuuluu ja miten asiakasta sen perusteella palvellaan. Ohjelmasta näkee myös muun muassa asiakkaan perustiedot, asiointikielen, mitkä pankkipalvelut asiakkaalla on jo käytössä sekä mitä asiakkaan kanssa viimeksi on keskusteltu tai sovittu. Tämä segmentointi nopeuttaa palvelutapahtumia, koska palveluntarjoaja pystyy nopeasti näkemään mitä asiakkaalle on viimeksi tarjottu ja tämän perusteella päättämään mitä asiakkaalle voi myydä.

Nykypäivänä teesit kertovat siitä, että segmentointi ja tietojärjestelmät eivät välttämättä auta palvelemaan tai tuntemaan asiakkaita paremmin. Yksi syy siihen voi olla se, että järjestelmien valmistajat eivät ole asiakaspalvelun tai liiketoiminnan vaan ohjelmoinnin ammattilaisia. Toinen syy voi olla se, että ohjelmat alkavat elää omaa elämäänsä ja korvaavat asiakaskohtaukset. Yritysten kannattaa siis tarkistaa, että käytössä olevat asiakasjärjestelmät ottavat ensisijaisesti huomioon asiakkaat ja heidän tarpeensa, ja sitten vasta järjestelmän tarpeet. (Kannisto & Kannisto 2008, 32.)

4.4.2 Asiakaspalvelun haasteet

Asiakaspalvelussa voi olla erilaisia haasteita kuten oletukset, pelot, palvelukulttuuri sekä yritys tai asiakaspalvelija itse. Useimmiten nämä haasteet ovat yrityksen tai asiakaspalvelijan itsensä luomia, ja niihin voidaan siksi helposti vaikuttaa omalla toiminnalla. (Kannisto & Kannisto 2008, 56.)

Haasteena olevat oletukset voivat koskea liiketoimintaa, asiakkaita, kilpailijoita tai yritystä itseään. Nämä haasteet voivat muodostua hyvän palvelu esteiksi, ja johtua esimerkiksi tietojärjestelmän käytöstä. Pelot taas voivat olla sitä, että asiakaspalvelija voi pelätä esimiestään, myyntitilannetta, epäonnistumista tai tekevänsä virheitä. Palvelukulttuuri voi olla kehittymättömyytensä vuoksi palvelun esteenä. Kehittymättömyys voi johtua korkeasta verotuksesta ja lisääntyvästä itsepalvelusta. (Kannisto & Kannisto 2008, 56.)

Hyvä asiakaspalvelu täyttää tai ylittää asiakkaan odotukset. Valtaosa asiakkaan pettymyksistä johtuu siitä, että yritys on luvannut markkinoinnissaan jotain mitä se ei pystykään asiakkailleensa tarjoamaan. Myynnissä lähestymistapa on tärkein ratkaisua ajatellen, eli kannattaa aina aloittaa asiakkaan haluamasta lopputuloksesta. (Kannisto & Kannisto 2008, 104.)

5 Menetelmä

Tutkimuksen onnistuminen edellyttää parhaiten soveltuvan tutkimusmenetelmän valintaa. Oikea menetelmä ja myös tutkimuksen laajuus ratkaistaan tutkimusongelman, tavoitteen, budjetin sekä aikataulun perusteella. Valitulla tutkimusmenetelmällä täytyy saada halutut tiedot luotettavasti, tarkoituksenmukaisesti ja taloudellisesti. Kohderyhmä täytyy valita oikein, jotta tutkimuksesta saadaan mahdollisimman paljon hyötyä ja parhaimmat tulokset. (Lahtinen & Isoviita 1998, 62.)

Osana opinnäytetyötä tehty tutkimus seuraa kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmän rakennetta. Menetelmä on valittu tutkimuksen laajuutta ajatellen ja myös sen analysoinnin selkeyttämiseksi. Kaikki tutkimuksen osa-alueet noudattavat kvantitatiivista menetelmää aina kyselylomakkeesta tuloksiin saakka, jotta itse tutkimus olisi luotettava ja täsmällinen.

Tutkimusmenetelmät jaetaan kahteen eri ryhmään: kirjoituspöytä tutkimuksiin ja kenttätutkimuksiin. Kirjoituspöytä tutkimuksessa tutkimus tehdään valmista tietomateriaalia käyttäen kun taas kenttätutkimuksessa tarvittavat tiedot hankitaan itse. Myös kenttätutkimukset jaetaan kahteen eri ryhmään: kvantitatiivisiin ja kvalitatiivisiin tutkimuksiin. Kvantitatiivisia tutkimuksia ovat erilaiset kysely-, haastattelu- ja havainnointitutkimukset sekä kokeelliset tutkimukset. Kvalitatiivisiin tutkimuksiin taas kuuluvat syvä- tai teemahaastattelut, ryhmäkeskustelut ja projektiiviset menetelmät. (Lahtinen&Isoviita 1998, 48-49.)

Markkinointitutkimuksia tehtäessä käytetään joko kvantitatiivista tai kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Tämä opinnäytetyö on tehty kvantitatiivista tutkimusmenetelmää käyttäen, joten kvalitatiivista tutkimusmenetelmää ei tulla tarkemmin esittelemään.

5.1 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä sopii suuria ihmisryhmiä kartoittaviin tutkimuksiin. Sen avulla selvitetään muun muassa ihmisten asenteita, mielipiteitä ja käyttäytymistä (Lahtinen & Isoviita 1998, 48-49). Menetelmän avulla ei saada yksittäistapauksista kattavaa tietoa vaan kokonaisuuksia.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valittiin kyselytutkimus, joka kuuluu kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmään. Kyselytutkimuksen etuja ovat:

- Kyselijä ei voi vaikuttaa vastauksiin
- Kysymyksiä voi olla paljon
- Kysymykset esitetään kaikille vastaajille samassa muodossa ja kirjallisesti
- Vastaaja voi valita itselleen sopivimman vastaamisajankohdan

Tämän tutkimusmenetelmän käyttämisen haittapuolia ovat usein alhainen vastausprosentti. Tästä johtuen voidaan joutua tekemään uusintakyselyjä, jotka pidentävät vastausaikaa ja lisäävät työtä sekä kustannuksia. Kyselyn palautusprosenttiin vaikuttavat tutkimuksen kohderyhmä, aihe, kysymysten määrä ja muoto, lomakkeen ulkoasu sekä vastaamisesta luvatut palkkiot. Jos kyselyt postitetaan kotiin tai asiakkaalle annetaan mahdollisuus täyttää kysely kotona ja palauttaa myöhemmin, voi ongelmana olla se, että joku muu henkilö kuin kyselyn saaja voi vaikuttaa vastauksiin. Kysymys voidaan myös ymmärtää väärin, koska täsmentämismahdollisuutta ei ole, eikä voida myöskään varmasti tietää kuka kyselyyn on vastannut. Joskus vastaukset voivat olla epätarkkoja tai kyselylomakkeet täytetään väärin ja avoimiin kysymyksiin jätetään kokonaan vastaamatta. (Lahtinen & Isoviita 1998, 67-68.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tulosten laskemisessa käytetään apuna täsmällisiä ja laskennallisia, usein tilastotieteellisiä menetelmiä sekä erilaisia tietokoneohjelmia, jotka tekevät tietojen syöttämisen ja tulosten laskemisen yksinkertaiseksi. Kvantitatiivisen menetelmän vahvuutena onkin yksinkertaisuus ja sanallisten arvioiden ymmärrettävyys sekä esitettävien tulosten täsmällisyys, jolloin eri tapahtumat on helppo asettaa järjestykseen.

Tulosten analysointi perustuu tarkkoihin numeerisiin arvoihin ja tulosten laskenta perustuu joko tilastomatematiikkaan tai todennäköisyyslaskentaan. Tutkimustulosta arvioidaan tarkoilla lukuarvoilla, esimerkiksi prosenttiluvuilla.

5.2 Kyselyn laatiminen ja toteutus

Kyselylomakkeet (Liite 1,2 ja 3) laadittiin kvantitatiivisen menetelmän mukaan, jotta vastauksista saataisiin kattavia kokonaistuloksia. Molemmissa pankeissa tavoitteena oli saada 100 vastausta eli yhteensä 200. Tutkimus toteutettiin syksyllä 2009, elokuun puolestavälistä syyskuun loppuun saakka. Kyselylomakkeet jaettiin molemmissa konttoreissa pääosin infossa ja kassalla asioiville, mutta myös asiantuntijapalveluja käyttäneille asiakkaille. Asiakkaat ottivat kyselyn positiivisesti vastaan, joten vastausten kerääminen sujui melko vaivattomasti. Vastauksia saatiin yhteensä 196 kappaletta. Pääkonttorissa kyselyyn oli vastannut 95 henkilöä ja sivukonttorissa vastaajien määrä oli 101.

Kyselyssä selvitettiin ensin taustatiedot, kuten vastaajan sukupuoli, ikä, elämänvaihe ja koulustausta. Taustatiedoissa kysyttiin myös oliko vastaaja asioinut konttorilla ennen uudistusta, oliko hänelle kerrottu miten uusi konttorimalli toimii, kuinka usein hän oli asioinut pankissa, millaisissa asioissa hän useimmiten oli asioinut, miten hän oli kokenut lisämyynnin pikapalvelupaikoilla, miten hän yleensä oli ottanut yhteyttä pankkiin, miten hän oli varannut ajan pankkiin ja mistä syystä aika oli saattanut jäädä varaamatta.

Taustatietojen jälkeen kysyttiin odotusajasta, jotta saataisiin esille palvelun nopeus ja myös tietoa siitä, miten asiakkaiden odotukset vastasivat koettuun palveluun. Kysymyksenä oli, kauanko keskimäärin oli odottanut vuoroaan kassalle ja kauanko oli valmis odottamaan vuoroaan.

Loput kysymyksistä olivat niin sanottuja mielipidekysymyksiä jotka esitettiin erilaisina väittäminä. Väittämät jaettiin aihepiireittäin eri ryhmiin, jotka eroteltiin aiheesta kuvaavilla otsikoilla.

Kassapalvelut -otsikon alla oli ensimmäisenä väittämä vuoronumerojärjestelmästä. Pääkonttorissa väittämä oli muodossa; vuoronumerojärjestelmä olisi hyvä, kun taas sivukonttorissa väittämä oli muodossa; vuoronumerojärjestelmä on hyvä. Lisäksi kassapalvelut -otsikon alla oli väittämiä jonon sujuvuudesta, jonotusaikojen lyhentymisestä uuden konttorimallin myötä, kassapaikkojen riittävydestä, kassalla hoidettavista käteisasioista ja muista palveluista kassapaikoilla. Tätä aihealuetta koskevien väittämien tarkoituksena oli tarkentaa ydinpalvelun, lisäpalvelun ja tukipalvelun merkitystä asiakkaille ja selvittää olisiko näissä palveluissa parantamisen tarvetta.

Asiointirauhaa ja viihtyvyyttä koskevat väittämät olivat asiointirauhasta, asiointirauhan ja viihtyvyyden parantumisesta uuden konttorimallin myötä ja myös palvelupaikkojen mukavuudesta. Aihealueen väittämien tarkoitus oli selvittää palveluympäristön vaikutus asiakkaaseen palvelutilanteessa.

Palvelu -otsikon alla oli väittämiä osuuspankin palvelusta, palvelun joustavuudesta, palvelun sujuvuudesta, palvelun laadusta ja asiantuntemuksesta, palvelun laadun ja sujuvuuden parantumisesta uuden konttorimallin myötä ja OP-Pohjola - ryhmän mainoslauseesta. Palvelua koskevien väittämien päätarkoitus oli selvittää asiakkaan kokema laatu ja siinä olevat mahdolliset puutteet sekä tarkastella uuden ajan konttorimallin vaikutusta laadun parantumiseen.

Yhteydenottoa ja ajanvarausta koskevia väittämiä olivat; yhteydenotto pankkiin on helppoa, yhteydenottomahdollisuuksia on tarpeeksi, ajan varaaminen neuvottelijalle on helppoa ja että asiat saa hoidettua myös ilman ajanvarausta. Näiden kysymysten avulla tarkoituksena oli saada selville kuinka hyvin asiakas itse on halukas osallistumaan ja vaikuttamaan saamaansa palveluun.

Opasteista ja opastuksesta oli väittäminä infon asiantuntemus, opastuksen saaminen, kaikkien palvelujen löytäminen uudessa konttorissa ja opasteiden riittävyys. Aihepiirin päätarkoitus oli selventää palvelun saatavuuden helppoutta.

Vastausvaihtoehtoja oli useita mutta niistä tuli valita vain sopivin vaihtoehto. Kuitenkin moni vastaajista oli valinnut kysymykseen kuinka useimmiten ottaa yhteyttä pankkiin monta eri vastausvaihtoehtoa. Myös kysymykseen kuinka useimmiten varaa ajan pankkiin oli moni valinnut kaksi tai jopa useamman vaihtoehdon. Kysymyksen miksi aika saattaa jäädä varaamatta oli moni jättänyt kokonaan tyhjäksi. Monelta oli myös jäänyt huomamaatta odotusaikaa koskevat kysymykset.

5.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta mitataan reliabiliteetin ja validiteetin avulla.

Tutkimuksen reliabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta, eli tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Tutkimuksen reliabiliteetti voidaan todeta monella eri tavalla. Esimerkiksi silloin, kun kaksi arvioijaa päätyy samanlaiseen tulokseen, voidaan tulosta pitää reliabelina. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 226.)

Reliabiliteetti on ehdoton edellytys tutkimuksen validiteetille, joka määrittelee mitataanko sitä mitä on tarkoituskin mitata. Mittarit ja menetelmät eivät aina vastaa todellisuutta jota tutkija kuvittelee tutkivansa. Esimerkiksi, jos kyselyyn vastaaja ymmärtää kysymykset aivan toisin kuin tutkija on ajatellut, ja tutkija kuitenkin käsittelee saatuja tuloksia edelleen alkuperäisen oman ajattelumaailmansa mukaisesti, ei tuloksia voida pitää tosina ja pätevinä. Mittari on siis aiheuttanut tuloksiin virheitä. (Hirsjärvi ym. 2007, 227.)

Tämän opinnäytetyön reliabiliteetti perustuu siihen, että tutkimukseen osallistuvat asiakkaat valitaan satunnaisesti, jotta kaikilla olisi yhtä suuri mahdollisuus osallistua. Kaikki kyselylomakkeessa esitetyt kysymykset ovat etukäteen tarkasti harkittuja, jotta vastaukset tukisivat tutki-

muskohdetta ja pysyisivät tutkimusaiheen rajoissa. Laskuvirheiden välttämiseksi kyselyn vastauksien analysoimiseen käytetään SPSS tietokoneohjelmaa.

Tutkimuksen validiteetti perustuu molempien tutkijoiden omaan kokemukseen. Tutkijat ovat työskennelleet uuden ajan pankkikonttorissa, sekä infopisteessä että pikakassalla. Heillä on myös kokemusta asiantuntijapalveluista. Tämä kokemus tutkimusaiheesta varmistaa, ettei tutkimus mittaa väriä asioita, eikä kyselylomakkeessa ajauduta väärille teille.

6 Tulokset ja analyysi

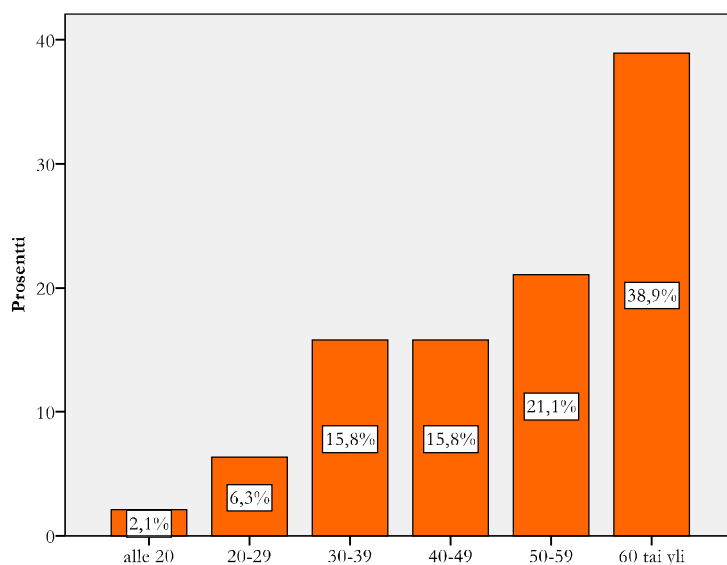
Tutkimuksen tulokset on jaettu kolmeen osaan. Ensinnäkin tarkastellaan pääkonttorin tulokset ja sen jälkeen sivukonttorin tulokset. Lopuksi on vertailtu molempien konttoreiden välisiä eroja. Seuraamisen helpottamiseksi tulokset on lisäksi jaettu kyselyn rakennetta seuraaviin kappaleisiin.

6.1 Pääkonttorin tulokset

Pääkonttorin kyselyyn vastasi yhteensä 95 henkilöä, joista miehiä oli 48 ja naisia 49.

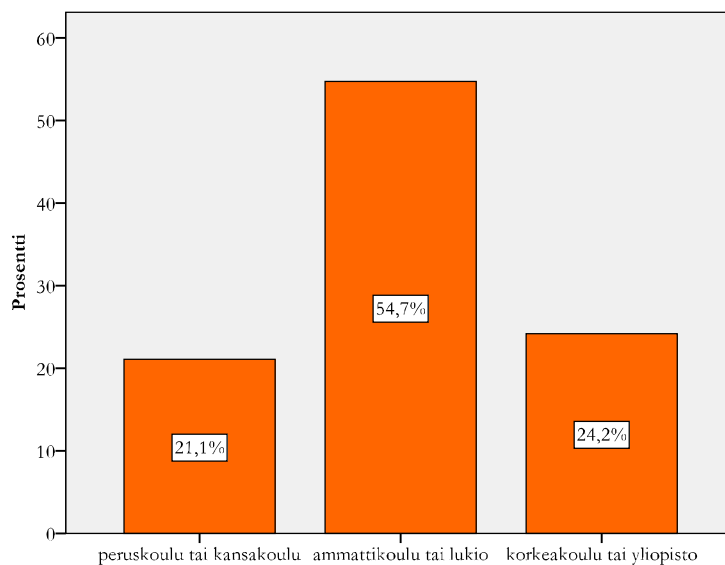
6.1.1 Taustatiedot

Kuviosta 6 käy ilmi pääkonttorin kyselyyn vastanneiden ikäjakauma. Huomattavasti suurin ikäluokka vastanneiden kesken oli yli 60 vuotta täyttäneet henkilöt. Naisia oli tässä ikäryhmässä hieman enemmän kuin miehiä, yhteensä yli 60-vuotiaita oli 38,9 % kaikista vastanneista. Toiseksi suurin ikäluokka oli 50–59-vuotiaat henkilöt, joita oli 21,1 % kaikista vastanneista. Ikäryhmissä 40–49 ja 30–39 oli vastanneita yhtä paljon, 15,8 %, mutta ryhmässä 40–49 oli hieman enemmän miehiä, kun taas ryhmässä 30–39 oli enemmän naisia. Ikäluokassa 20–29 oli myös enemmän miehiä kuin naisia. Yhteensä tässä ikäluokassa oli 6,3 % kaikista vastanneista. Pienin ikäluokka oli alle 20-vuotiaat vastaajat, joista miehiä ja naisia oli yhtä monta. Yhteensä alle 20-vuotiaita vastanneita oli 2,1 %.



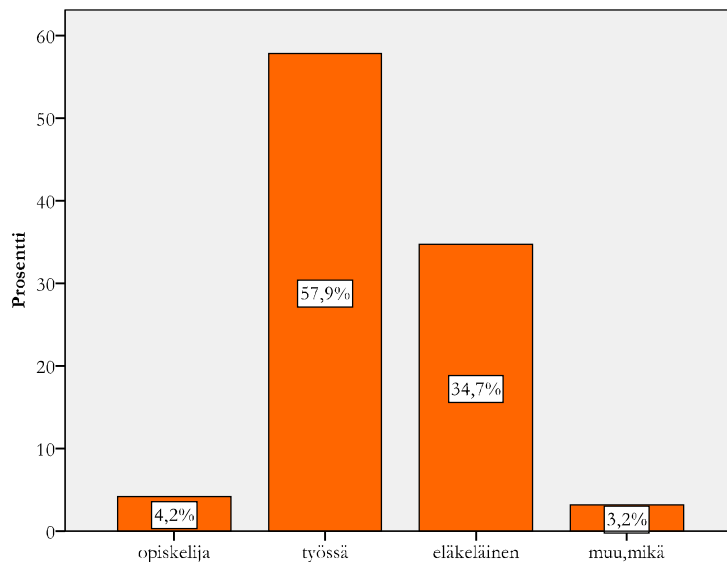
Kuvio 6. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden ikäjakauma (n=95)

Kuvio 7 osoittaa pääkonttorin kyselyyn vastanneiden koulutustaustan. Suurin osa, yhteensä 54,7 % vastanneista oli käynyt joko lukion tai ammattikoulun. Naisista lukion tai ammattikoulun oli käynyt 52,1 % ja miehistä hieman enemmän eli 57,4 %. Peruskoulun tai kansakoulun oli käynyt melkein yhtä monta vastaajaa kuin ammattikorkeakoulun tai yliopiston. Peruskoulun tai kansakoulun oli käynyt yhteensä 21,1 %, joista miehiä oli yhtä paljon kuin naisia. Naisista 20,8 % oli käynyt peruskoulun tai kansakoulun ja miehistä 21,3 %. Ammattikorkeakoulun tai yliopiston oli käynyt yhteensä 24,2 % vastanneista. Miehistä yhtä moni eli 21,3 % oli käynyt ammattikorkeakoulun tai yliopiston kuin peruskoulun tai kansakoulun. Naisista 27,1 % oli käynyt ammattikorkeakoulun tai yliopiston.



Kuvio 7. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden koulutustausta (n=95)

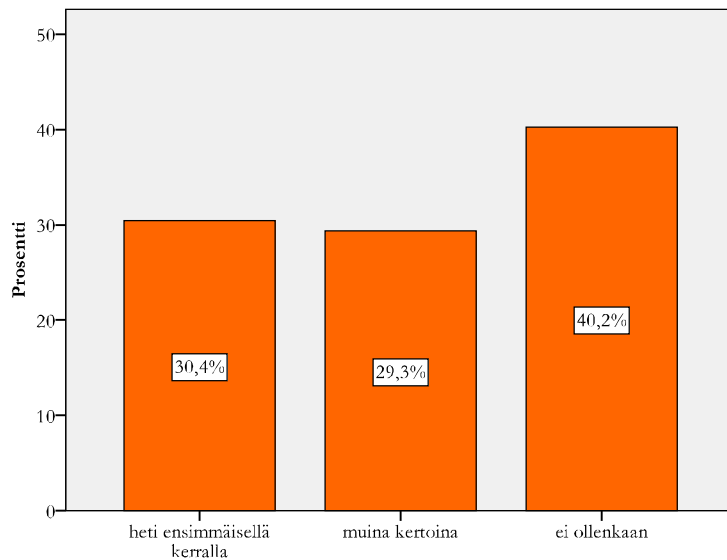
Kuviosta 8 käy ilmi pääkonttorin kyselyyn vastanneiden elämänvaihe. Yli puolet, 57,9 % vastaajista oli työssäkävijöitä, joista naisia oli hieman enemmän kuin miehiä. Toiseksi suurin osa, yhteensä 34,7 % vastanneista kuului ryhmään eläkeläiset. Myös tässä ryhmässä oli enemmän naisia. Ryhmät opiskelijat ja muut olivat huomattavasti pienempiä kuin työssäkävijöiden ja eläkeläisten ryhmät. Opiskelijoita oli 4,2 %, joista suurin osa oli miehiä. Ryhmään muu kuului 3,2 % vastanneista. He olivat maanviljelijöitä, työttömiä, sairauslomalla olevia, yrittäjiä ja kotiäitejä. (Liite 4)



Kuvio 8. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden elämänvaihe (n=95)

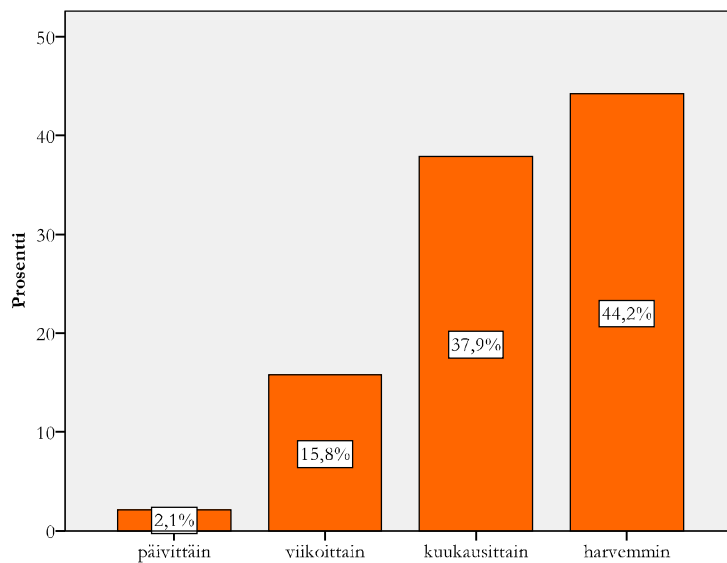
Kyselyyn vastanneista 94,7 % oli asioinut pääkonttorilla ennen uudistusta. Ainoastaan 5,3 % ei ollut asioinut. Yhtä moni mies kun nainen oli asioinut konttorilla ennen uudistusta, kun taas naisia, jotka eivät olleet käyneet ennen uudistusta, oli enemmän kuin miehiä. He, jotka eivät olleet asioineet konttorilla ennen uudistusta, olivat joko eläkkeellä olevia tai työssäkäyjiä

Kuviosta 9 käy ilmi oliko pääkonttorin kyselyyn vastanneille kerrottu uudesta toimintamallista. Vastanneista 40,2 % oli sitä mieltä, että heille ei ollut kerrottu miten uusi konttorimalli toimii. 30,4 % oli sitä mieltä, että heille oli kerrottu jopa heti ensimmäisellä asiointikerralla. 29,3 % oli vastannut kysymykseen, että heille oli kerrottu muina kertoina. Yhtä monelle miehelle kuin naiselle oli kerrottu heti ensimmäisellä kerralla miten uusi konttorimalli toimii. Miehet olivat huomattavasti enemmän vastanneet että heille oli kerrottu muina kertoina kuin naiset. Suuri ero oli myös vastauksessa, ettei ollenkaan ole kerrottu. Tätä mieltä oli naisista melkein puolet enemmän kuin miehistä. Ikäryhmä 50–59 oli suurin ryhmä joille ei ollut kerrottu miten uusi konttorimalli toimii ja 30–39 toiseksi suurin. 20–29-vuotiaille oli yhtä monelle kerrottu heti ensimmäisellä kerralla kun oli jätetty kertomatta. Yksi vastaajista oli kommentoinut kysymykseen niin, että pankissa ei ollut niin hyvin kerrottu uudesta toimintamallista mutta paikallislehdessä oli ollut kirjoitus aiheesta.



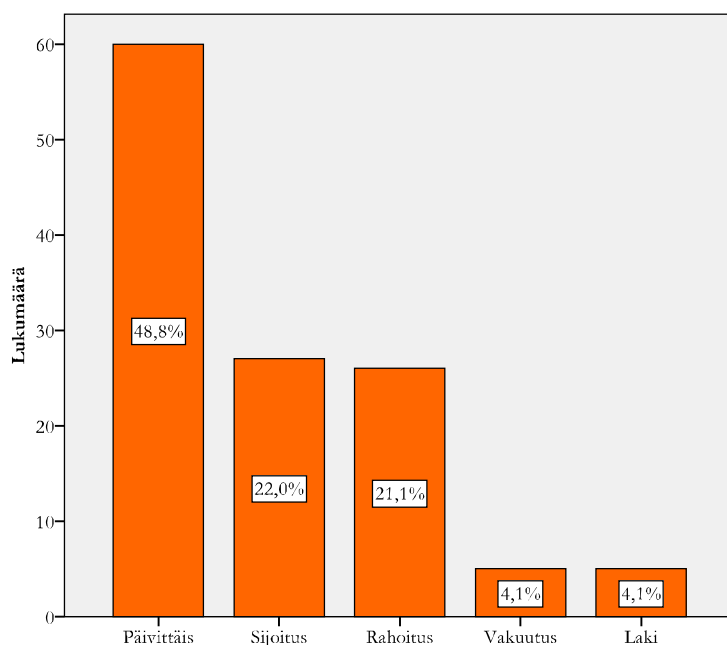
Kuvio 9. Uuden konttorimallin toiminnasta kertominen pääkonttorin kyselyyn vastanneille (n=92)

Kuvio 10 kertoo kuinka usein pääkonttorin kyselyyn vastanneet ovat asioineet pankissa keskimäärin. Pienin osa kävi pankissa asioilla päivittäin, kun taas suurin osa kävi harvemmin. Miesten ja naisten välinen ero vastauksissa oli hyvin pieni. Suurin osa työssäkävijöistä kävi pankissa harvemmin. Eläkeläisten jakauma oli melko tasainen; lähes yhtä moni kävi asioilla viikoittain kuin kuukausittain tai harvemmin. Ryhmä muu ja opiskelijat kävivät suurin osa harvemmin pankissa.



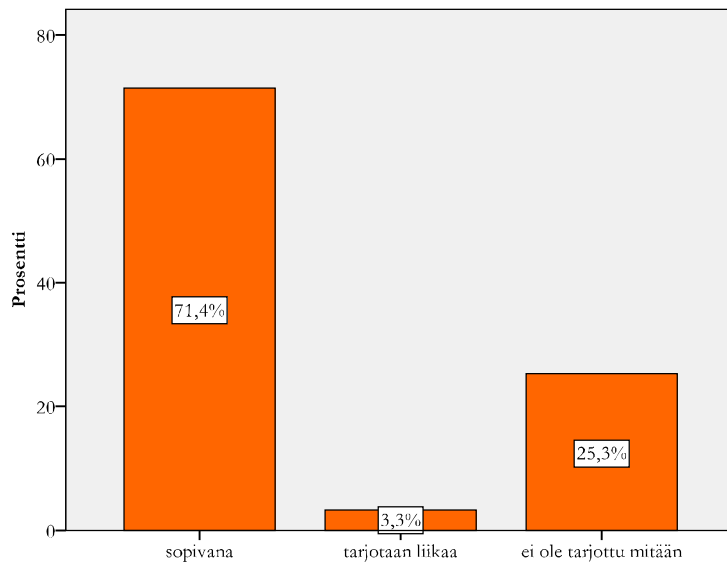
Kuvio 10. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden asiointikerrat (n=95)

Kuviosta 11 käy ilmi millaisissa asioissa pääkonttorin kyselyyn vastanneet useimmiten asioivat konttorissa.. Tähän kysymykseen oli pääkonttorissa moni valinnut montakin vastausvaihtoehtoa. Suosituin syy oli päivittäisasiointi, jopa 48,8 % kertoi käyneensä sen vuoksi asioilla. Sijoitus- ja rahoitusasiat olivat myös suosittuja syitä käydä pankissa. 22,0 % vastanneista kävi sijoitusneuvojalla ja 21,1 % kävi rahoitusneuvottelijalla. Laki- ja vakuutusasioilla kävi yhtä suuri määrä, 4,1 %. Naiset kävivät miehiä enemmän pankissa päivittäis-, sijoitus- ja rahoitusasioissa, kun taas miehet kävivät huomattavasti enemmän laki- ja vakuutusasioissa. Päivittäis- ja sijoitusasioissa kävivät eniten yli 60-vuotiaat, rahoitusasioissa kävivät eniten 40–49-vuotiaat ja vakuutusasioissa kävivät eniten 30–39-vuotiaat. Suurimmat ikäluokat, jotka kävivät pankissa laki- asioissa, olivat yli 60-vuotiaat ja 40–49-vuotiaat. Jakauma näissä ikäryhmissä oli yhtä suuri.



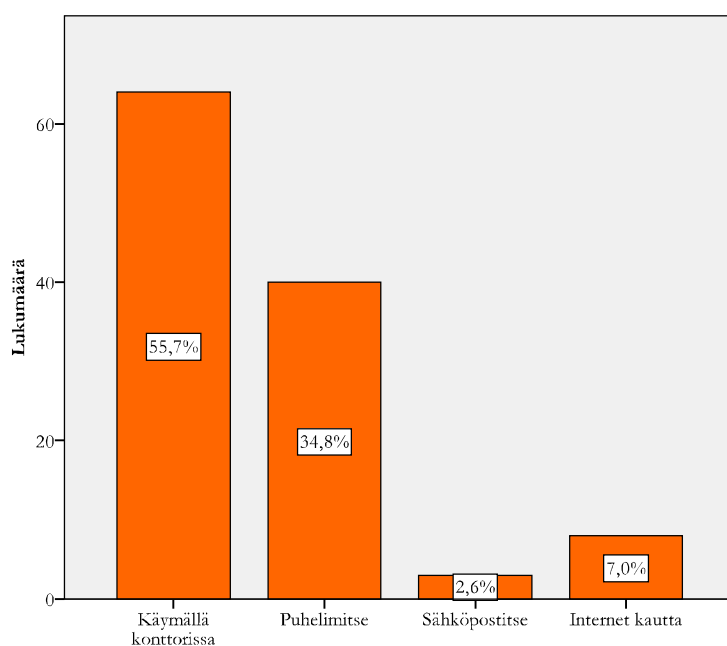
Kuvio 11. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden yleisin syy asioida pankissa (n=123)

Kuvio 12 osoittaa miten pääkonttorin asiakkaat ovat kokeneet lisämyynnin pikapalvelupaikoilla. Vastaajista 71,4 % piti lisämyyntiä sopivana ja 25,3 % oli sitä mieltä, ettei heille ollut tarjottu mitään. Ainoastaan 3,3 % vastanneista oli sitä mieltä, että lisämyyntiä tarjotaan liikaa. Sukupuolten välinen ero oli tässä kohtaa pieni. Ainoastaan ikäryhmissä 40–49 ja 50–59 esiintyi mielipide, että lisämyyntiä tarjotaan liikaa.



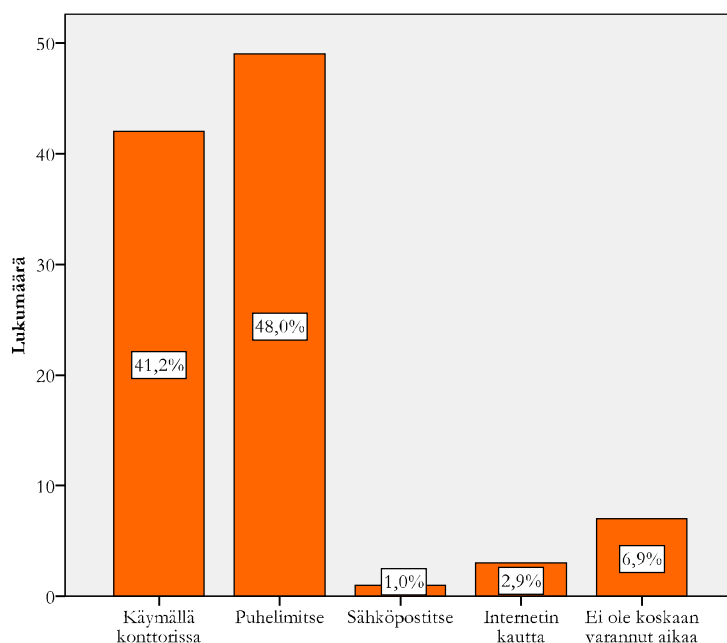
Kuvio 12. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden mielipide lisämyynnin tarjoamisesta pikapalvelupaikoilla (n=91)

Kuviosta 13 voi tarkastella pääkonttorin kyselyyn vastanneiden suosituimmat yhteydenottotavat pankkiin. Myös tähän kysymykseen oli moni valinnut monta vastausvaihtoehtoa. Eniten suosiota saivat vaihtoehdot käymällä konttorissa ja puhelimitse. 55,7 % vastaajista valitsi käynnin konttorilla ja 34,8 % puhelimen. Vähiten suosiota saavutti yhteydenotto sähköpostitse tai internetin kautta. 26,1 % otti yhteyttä sähköpostitse ja vain 7 % internetin kautta. Miesten ja naisten yhteydenottotavoissa löytyi ainoastaan internetin ja sähköpostin käytössä eroja. Naisista suurin osa otti yhteyttä internetin kautta, kun taas miehistä suurin osa otti yhteyttä sähköpostitse.



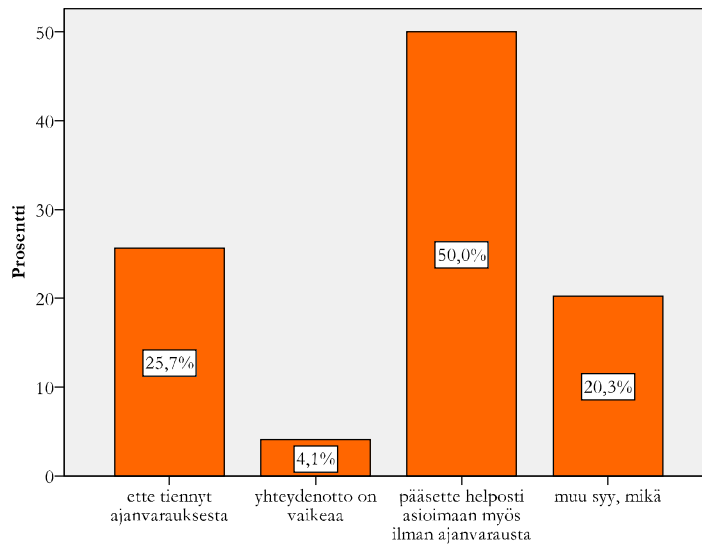
Kuvio 13. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden yleisin yhteydenottotapa pankkiin (n=115)

Kuviosta 14 käy ilmi pääkonttorin kyselyyn vastanneiden suosituimmat ajanvaraustavat pankkiin. Tähän kysymykseen oli pieni osa vastaajista valinnut enemmän kuin yhden vastausvaihtoehdon. Myös tässä kysymyksessä suosituimmat yhteystavat olivat yhteydenotto puhelimitse ja käymällä konttorissa, tällä kertaa puhelin vei suosion. 48,0 % varasi aikaa mieluiten puhelimitse ja 42,2 % käymällä konttorilla. 6,9 % vastaajista ei ollut koskaan varannut aikaa, 2,9 % oli varannut ajan internetin kautta ja 1,0 % sähköpostitse. Myös ajanvarauksessa suurin ero naisten ja miesten välillä oli varatessa aikaa internetin ja sähköpostin kautta. Ainoastaan yksi mies varasi aikaa sähköpostin kautta. Naiset varasivat miehiä enemmän ajan internetin kautta.



Kuvio 14. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden yleisin ajanvaraustapa (n=102)

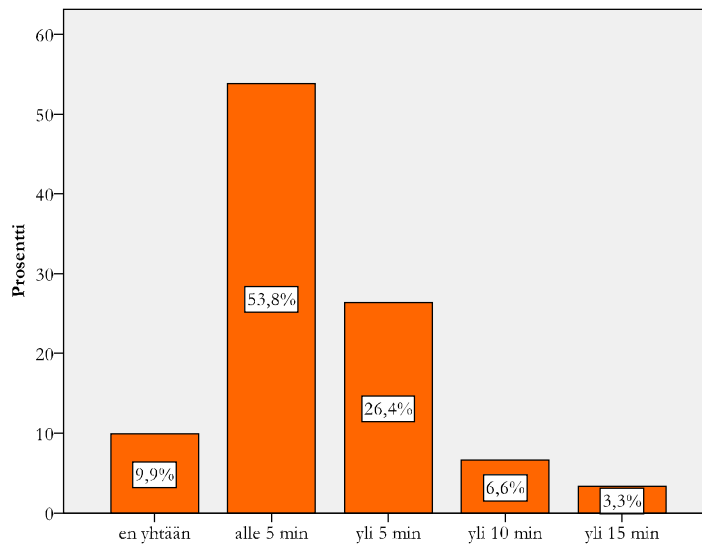
Kuvio 15 osoittaa pääkonttorin kyselyyn vastanneiden yleisimmät syyt ajan varaamatta jättämiseen. Vastaajien mielestä yleisin syy oli se, että neuvottelijalle pääsee helposti ilman ajanvaraus-ta. Puolet vastaajista oli tätä mieltä kun taas 12,2 % oli sitä mieltä, että syy on se, ettei ajanva-rauksesta tiedetä. 20,3 % vastaajista valitsi vaihtoehdon muu syy ja 4,1 % mielestä yhteydenot-to pankkiin oli vaikeaa ja siksi ajanvaraus voisi jäädä tekemättä. He, jotka pitivät yhteydenoton vaikeutta syynä, olivat kaikki yli 60-vuotiaita. Kohtaan muu syy olivat useimmat maininneet, ettei heillä jää ajanvaraus tekemättä. Muita kommentteja olivat, ettei aina tule ajatelleeksi, että nykyään pankissakin tarvitsee varata aika, on työkiireitä, aukioloajat, ettei ole tarvinnut kyseistä palvelua, äkillinen tarve saada tavata pankkitoimihenkilö ja unohtaminen. (Liite 4)



Kuvio 15. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden yleisin syy siihen, miksi aika saattaa jäädä varamatta (n=89)

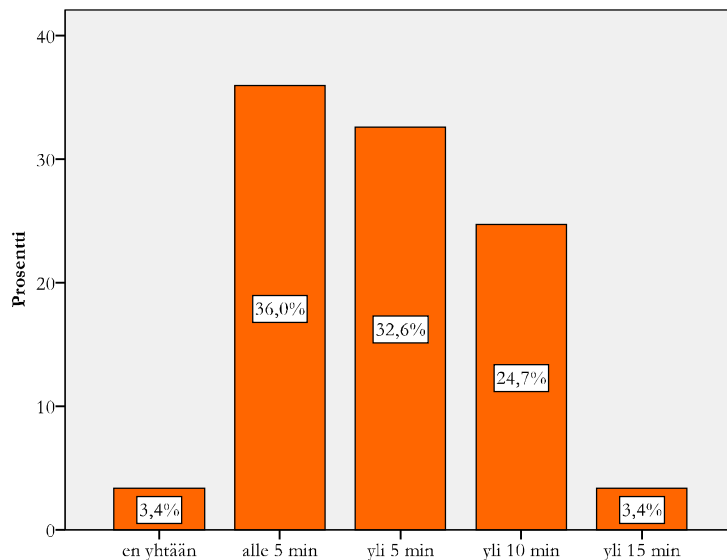
6.1.2 Odotusaika

Kuvio 16 osoittaa pääkonttorin kyselyyn vastanneiden keskimääräistä odotusaikaa pikakassoil-
le. Vastanneista 53,8 % on odottanut vuoroaan alle 5 minuuttia päästääkseen asioimaan pika-
kassapaikoilla. 9,9 % ei ole ollenkaan jonottanut, 26,4 % on odottanut vuoroaan yli 5 minuut-
tia, 6,6 % yli 10 minuuttia ja 3,3 % yli 15 minuuttia. Miehet olivat vastanneet naisia enemmän
vastausvaihtoehtoihin, että he eivät ole joutuneet jonottamaan ollenkaan päästääkseen asioi-
maan kassalle, ja että he ovat jonottaneet alle 5 minuuttia. Naiset olivat taas vastanneet ahke-
rammin vastausvaihtoehtoihin, että on jonottanut yli 5 minuuttia vuoroaan, ja että on jonotta-
nut yli 10 minuuttia. Miesten ja naisten ero vastausvaihtoehdossa, että on joutunut odottamaan
yli 15 minuuttia, oli pieni. Ainoastaan ikäluokat 30–39, 50–59 ja yli 60-vuotiaat olivat vastan-
neet, että he ovat odottaneet vuoroaan yli 10 minuuttia ja yli 15 minuuttia. Ikäluokka 20–29 oli
valinnut vain vastausvaihtoehdot, että ei ole ollenkaan odottanut vuoroaan, ja että on odotta-
nut alle 5 minuuttia. Ne kyselyyn vastanneet, jotka olivat keskimäärin jonottaneet yli 15 mi-
nuuttia, olivat asioineet konttorilla viikoittain ja kuukausittain. Ne, jotka olivat jonottaneet yli
10 minuuttia, olivat asioineet konttorilla kuukausittain ja harvemmin.



Kuvio 16. Pääkyselyyn vastanneiden keskimääräinen odotusaika kassalle (n=91)

Kuviosta 17 käy ilmi kauanko pääkonttorin kyselyyn vastanneet voivat ajatella odottavansa keskimäärin vuoroaan pikakassoille. Vastaajista 3,4 % ei ole valmis odottamaan vuoroaan ollenkaan kun taas 36 % on valmis jonottamaan alle 5 minuuttia. 32,6 % voisi ajatella odottavansa yli 5 minuuttia ja 24,7 % yli 10 minuuttia. Yhtä moni eli 3,4 % vastaajista voisi ajatella odottavansa jopa yli 15 minuuttia kuin ei ollenkaan. Tässä kysymyksessä naisten ja miesten välinen ero oli pienempi kuin edellisessä kysymyksessä. Yhtä moni mies kuin nainen olisi valmis odottamaan alle 5 minuuttia. Ainoastaan ikäryhmä yli 60-vuotiaat, jotka kävivät kuukausittain ja harvemmin, eivät olleet valmiita odottamaan lainkaan vuoroaan. Ikäryhmät 20–29, 50–59 ja yli 60-vuotiaat ovat taas valmiita odottamaan yli 15 minuuttia. Kaikki ikäryhmät olivat valmiita odottamaan yli 10 minuuttia. Ne, jotka olivat vastanneet voivansa odottaa yli 15 minuuttia, olivat asioineet konttorilla viikoittain tai harvemmin.



Kuvio 17. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden arvio siitä, kauanko on valmis odottamaan vuoroaan kassalle (n=89)

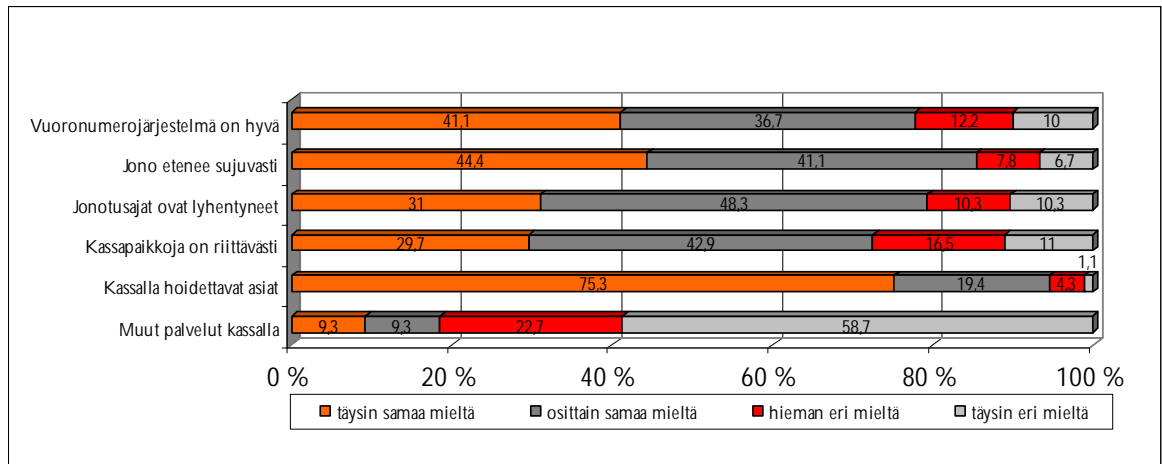
6.1.3 Kassapalvelut

Kuviosta 18 selviää pääkonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet kassapalveluja koskeviin väittämiin. Väittämään, että kassa- ja vakuutuspalveluita varten oleva vuoronumerojärjestelmä olisi hyvä, oli vastannut 90 henkilöä. Heistä 41,1 % oli täysin samaa mieltä asiasta, 36,7 % oli osittain samaa mieltä, 12,2 % oli hieman eri mieltä ja 10,0 % oli täysin eri mieltä. Naisten ja miesten välinen ero vastauksissa oli pieni. Ainoastaan ikäryhmät 40–49, 50–59 ja yli 60-vuotiaat olivat täysin eri mieltä siitä, että vuoronumerojärjestelmä olisi hyvä. Eläkeläisistä suurin osa oli täysin samaa mieltä siitä, että vuoronumerojärjestelmä olisi hyvä. Työssäkävijöistä suurin osa oli väittämästä osittain samaa mieltä. Opiskelijat olivat vastanneet olevansa samaa mieltä tai osittain samaa mieltä väittämästä. Yhtä monta opiskelijaa oli asiasta täysin samaa mieltä kuin osittain samaa mieltä.

Vastaajista 44,4 % oli täysin samaa mieltä siitä, että jono etenee sujuvasti. 41,1 % oli osittain samaa mieltä, 7,8 % hieman eri mieltä ja 6,7 % täysin eri mieltä. Väittämään oli vastannut yhteensä 90 henkilöä. Eroa miesten ja naisten vastauksissa ei juuri ollut. Ainoastaan työssäkävijät ja eläkeläiset olivat vastanneet olevansa väittämästä hieman eri mieltä tai täysin eri mieltä. Täysin eri mieltä olevat kävivät pankissa asioilla kuukausittain tai harvemmin ja he olivat kaikista eri ikäryhmistä.

Pääkonttorin kyselyyn vastanneista 86 henkilöä oli vastannut väittämään jonotusaikojen lyhentymisestä uuden konttorimallin myötä. Suurin osa heistä eli 48,3 % oli osittain samaa mieltä

asiasta ja 31,0 % oli täysin samaa mieltä. Yhtä moni eli 10,3 % oli hieman eri mieltä kuin täysin eri mieltä asiasta. Miehiä oli hieman naisia enemmän täysin samaa mieltä, kun taas naisia oli miehiä enemmän osittain samaa mieltä. Hieman eri mieltä ja täysin eri mieltä olevien naisten ja miesten ero oli vähäinen. Ikäryhmät olivat tasaisesti jakautuneet kaikkiin mielipiteisiin, ainoastaan hieman eri mieltä olevasta ryhmästä puuttui ikäryhmät alle 20, 20–29 ja 40–49. Täysin eri mieltä olevat kävivät pankissa asioilla kuukausittain tai harvemmin.



Kuvio 18. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet kassapalveluita koskeviin väittämiin (%)

Vastaajista 42,9 % oli osittain samaa mieltä siitä, että kassapaikkoja on riittävästi. 29,7 % oli täysin samaa mieltä, 16,5 % hieman eri mieltä ja 11,0 % täysin eri mieltä. Yhteensä 91 henkilöä oli ilmaissut mielipiteensä väittämään. Miehet olivat naisia enemmän täysin samaa mieltä kassapaikkojen riittävydestä. Naiset taas olivat asiasta enemmän osittain samaa mieltä ja hieman eri mieltä kuin miehet. Yhtä monta naista kuin miestä oli valinnut vaihtoehdon täysin eri mieltä. Ikäryhmät olivat tasaisesti jakautuneet eri mielipiteisiin. Ainoa poikkeus oli alle 20-vuotiaat ja 20–29-vuotiaat, jotka eivät olleet lainkaan vastanneet olevansa täysin eri mieltä asiasta. Kaikki täysin eri mieltä olevat olivat asioineet konttorilla kuukausittain tai harvemmin.

Väittämään, on hyvä että kassalla hoidetaan ainoastaan käteiseen liittyvät asiat, oli vastannut 93 henkilöä. Jopa 75,3 % heistä oli väittämästä täysin samaa mieltä. 19,4 % oli osittain samaa mieltä, 4,3 % oli hieman eri mieltä ja 1,1 % täysin eri mieltä. Miesten ja naisten välinen ero oli todella pieni. Yhtä monta naista kuin miestä oli vastannut olevansa täysin samaa mieltä ja osittain samaa mieltä. Miesten osuus vastausvaihtoehdossa hieman eri mieltä oli suurempi kuin naisten. Yksikään mies ei ollut täysin eri mieltä. Yksi nainen, joka kuului ikäryhmään 20–29-vuotiaat ja kävi harvemmin pankissa asioilla, oli vastannut olevansa täysin eri mieltä. Kaikki yli 60-vuotiaat olivat täysin samaa mieltä ja osittain samaa mieltä asiasta. Täysin eri mieltä ja hie-

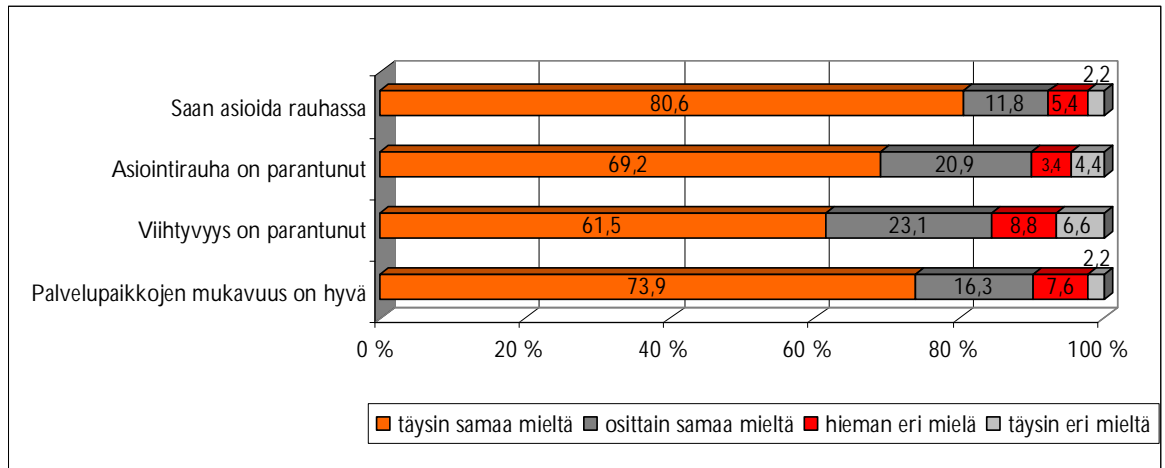
man eri mieltä olevat olivat kaikki työssäkävijöitä. Hieman eri mieltä vastanneet kävivät pankissa asioilla viikoittain, kuukausittain ja harvemmin.

Vastaajista 75 henkilöä oli ilmaissut mielipiteensä väittämään, että haluaisi jonkin muun asian hoidettavan kassalla. Yhtä moni vastaajista eli 9,3 % oli täysin samaa mieltä ja osittain samaa mieltä asiasta. Vastaajista 22,7 % oli hieman eri mieltä ja jopa 58,7 % oli täysin eri mieltä. Naiset olivat miehiä enemmän täysin eri mieltä, kun taas miehet olivat enemmän hieman eri mieltä. Kaikki 30–39-vuotiaat olivat täysin eri mieltä kun taas muut ikäryhmät olivat jakautuneet kaikkiin mielipiteisiin. Kaksi ihmistä oli vastannut avoimeen kysymykseen koskien sitä, minkä asian he haluaisivat vielä hoidettavan kassalla. Vastaukset olivat lyhyet kysymykset sekä korttiasiat. (Liite 4)

6.1.4 Asiointirauha ja viihtyvyys

Kuviosta 19 selviää pääkonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet asiointirauhaa ja viihtyvyyttä koskeviin väittämiin. Vastaajista suurin osa oli täysin samaa mieltä siitä, että saa asioida rauhassa ja heitä oli 80, 6 %. Vastanneista 11,8 % oli osittain samaa mieltä, 35,4 % oli hieman eri mieltä ja 2,2 % täysin eri mieltä. Yhteensä vastauksia oli 93 kappaletta. Naiset olivat hieman miehiä negatiivisemmin suuntautuneita asiointirauhaan. Ainoastaan 20–29-vuotiaat ja 40–49-vuotiaat naiset, jotka olivat asioineet konttorilla kuukausittain ja harvemmin, olivat täysin eri mieltä asiasta. Kaikki vastanneet, jotka olivat asioineet konttorilla päivittäin ja viikoittain, olivat täysin samaa mieltä asiasta. He, jotka kävivät useimmiten laki- tai vakuutusasioilla pankissa, olivat täysin samaa mieltä tai osittain samaa mieltä asiasta. Niiden vastanneiden mielipiteet, jotka kävivät päivittäis-, sijoitus- tai rahoitusasioissa, olivat jakautuneet kaikkiin vastausvaihtoehtoihin. Sijoitusasioissa käyneet eivät olleet ollenkaan valinneet vaihtoehtoa täysin eri mieltä.

Pääkonttorin kyselyyn osallistuneista 69, 2 % oli täysin samaa mieltä siitä, että asiointirauha on parantunut uuden konttorimallin myötä. Vastaajista 20,9 % oli osittain samaa mieltä, 5,5 % hieman eri mieltä ja 4,4 % täysin eri mieltä. Yhteensä vastaajia oli 91 henkilöä. Naisten ja miesten mielipide-erot eivät olleet huomattavia. Yli 60-vuotiaat ja 40–49-vuotiaat, jotka kävivät kuukausittain pankissa, olivat ainoita jotka olivat väittämästä täysin eri mieltä. Ikäryhmät 40–49, 50–59 ja yli 60, jotka kävivät konttorilla kuukausittain ja harvemmin, olivat hieman eri mieltä asiasta. Mielipiteissä täysin samaa mieltä ja osittain samaa mieltä olivat kaikki ikäryhmät edustettuna.



Kuvio 19. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet asiointirauhaa ja viihtyvyyttä koskeviin väittämiin (%)

Väittämään, että viihtyvyys on parantunut uuden konttorimallin myötä, oli vastannut 91 henkilöä. Heistä 61,5 % oli täysin samaa mieltä, 23,1 % oli osittain samaa mieltä, 8,8 % hieman eri mieltä ja 6,6 % täysin eri mieltä asiasta. Naiset olivat miehiä enemmän hieman eri mieltä ja täysin eri mieltä, muuten jakauma oli melko tasainen. Alle 20-vuotiaat ja 20–29-vuotiaat olivat joko täysin samaa mieltä tai hieman eri mieltä asiasta. Ainoastaan ikäryhmät 40–49, 50–59 ja yli 60-vuotiaat, jotka kävivät pankissa kuukausittain tai harvemmin, olivat täysin eri mieltä asiasta.

Yhteensä 92 henkilöä oli vastannut väittämään, että palvelupaikkojen mukavuus on hyvä. Heistä 73,9 % oli täysin samaa mieltä, 16,3 % oli osittain samaa mieltä, 7,6 % hieman eri mieltä ja 2,2 % täysin eri mieltä. Naiset ja miehet olivat melko samaa mieltä. Ainoa poikkeus oli täysin eri mieltä olevat, jotka olivat kaikki pankissa harvemmin käyviä 20–29 ja 30–39-vuotiaita naisia. Hieman eri mieltä olevat kävivät pankissa asioilla kuukausittain tai harvemmin ja kuuluivat ikäryhmiin 40–49, 50–59 ja yli 60. Yksi vastaajista oli toivonut lisää tuoleja.

6.1.5 Palvelu

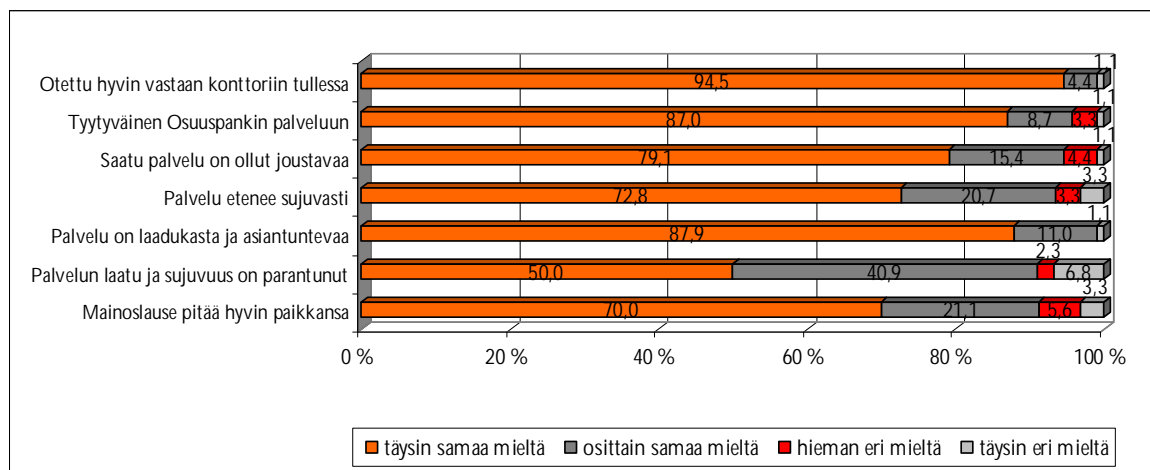
Kuvio 20 osoittaa pääkonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet palvelua koskeviin väittämiin. Väittämään, että vastaaja on otettu hyvin vastaan saavuttuaan konttoriin, oli vastannut 91 henkilöä. Heistä 94,5 % oli täysin samaa mieltä asiasta, 4,4 % oli osittain samaa mieltä ja 1,1 % oli täysin eri mieltä. Kukaan vastaajista ei ollut hieman eri mieltä. Täysin eri mieltä oleva 20–29-vuotias nainen kävi pankissa asioilla harvemmin. Osittain samaa mieltä olevat vastaajat olivat kaikki miehiä ikäryhmistä 20–29, 30–39, 40–49 ja yli 60, jotka kävivät pankissa kuukausittain tai harvemmin. Ikäryhmät alle 20 ja 50–59 sekä kaikki päivittäin tai viikoittain käyvät asi-

akkaat olivat väittämästä täysin samaa mieltä. Myös kaikki peruskoulun tai kansakoulun käyneet olivat asiasta täysin samaa mieltä.

Väittämään, että on tyytyväinen osuuspankin palveluun, oli vastannut 92 henkilöä. Näistä vastanneista 87,0 % oli täysin samaa mieltä, 8,7 % oli osittain samaa mieltä, 3,3 % hieman eri mieltä ja 1,1 % täysin eri mieltä. Täysin eri mieltä oleva 20–29-vuotias nainen kävi pankissa asioilla harvemmin ja oli käynyt lukion tai ammattikoulun. Täysin ja osittain samaa mieltä oli yhtä moni mies- kun naisvastaaja. Miehet olivat enemmän hieman eri mieltä kuin naiset ja kaikki vastanneet olivat ikäryhmistä 40–49, 50–59 ja yli 60. Kaikki viikoittain asioivat asiakkaat olivat täysin samaa mieltä asiasta.

Väittämään palvelun joustavuudesta oli vastannut 91 henkilöä. Heistä 79,1 % oli täysin samaa mieltä, 15,4 % oli osittain samaa mieltä, 4,4 % hieman eri mieltä ja 1,1 % täysin eri mieltä. Heille, jotka olivat täysin eri mieltä tai hieman eri mieltä, ei ollut kerrottu miten uusi konttorimalli toimii. Hieman eri mieltä olevat naiset ja miehet kävivät asioilla pankissa kuukausittain tai harvemmin ja kuuluivat ikäryhmiin 40–49 ja yli 60. Peruskoulun tai kansakoulun käyneet olivat asiasta joko täysin samaa mieltä tai osittain samaa mieltä.

Vastaajista 72,8 % oli täysin samaa mieltä siitä, että palvelu etenee sujuvasti. 20,7 % oli osittain samaa mieltä ja yhtä moni, 3,3 %, oli hieman eri mieltä ja täysin eri mieltä. Kaiken kaikkiaan vastanneita oli 92. Täysin eri mieltä olevat olivat kaikki harvemmin tai kuukausittain pankissa käyviä naisia ikäryhmistä 20–29, 40–49 ja 50–59, joille ei ollut laisinkaan kerrottu miten uusi konttorimalli toimii tai siitä oli kerrottu muina kertoina. Hieman eri mieltä olevista suurin osa oli miehiä ja vastanneet kuuluivat ikäryhmiin 40–49 ja yli 60, joille ei ollut ollenkaan kerrottu miten uusi konttorimalli toimii. Peruskoulun tai kansakoulun käyneet vastaajat olivat joko täysin samaa mieltä tai osittain samaa mieltä asiasta.



Kuvio 20. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet palvelua koskeviin väittämiin (%)

Reilusti suurin osa vastaajista eli 87,9 % oli täysin samaa mieltä siitä, että palvelu on laadukasta ja asiantuntevaa. Vastaajista 87,9 % oli täysin samaa mieltä, 11,0 % oli osittain samaa mieltä ja 1,1 % täysin eri mieltä. Kukaan ei ollut hieman eri mieltä. Miehet olivat naisia enemmän tyytyväisiä laatuun. Osittain ja täysin samaa mieltä olevien ikä oli vaihteleva. Täysin eri mieltä oleva työssäkäyvä nainen kuului ikäryhmään 20–29. Kaikki peruskoulun tai kansakoulun käyneet olivat väittämästä täysin samaa mieltä. Yhteensä 91 henkilöä oli kertonut mielipiteensä asiasta.

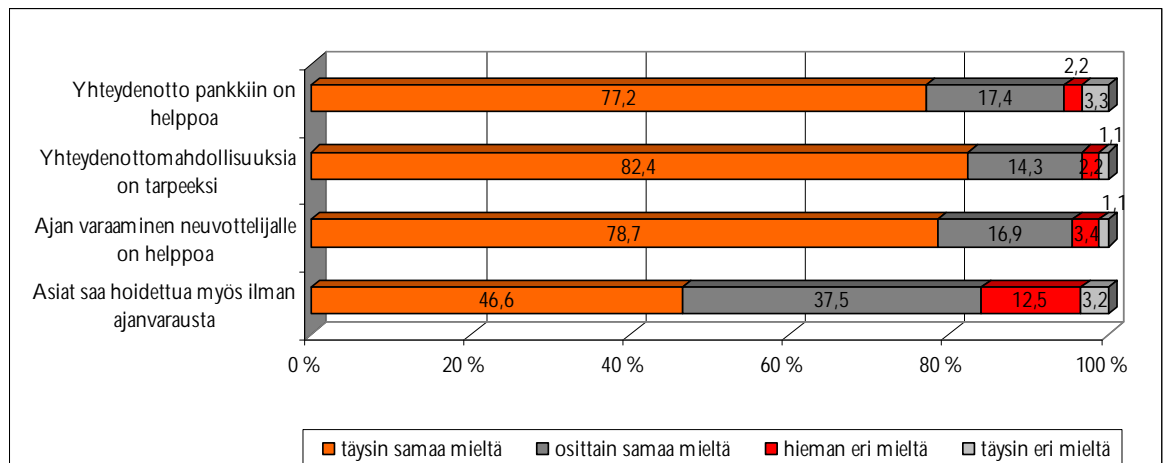
Tasan puolet eli 50,0 % oli täysin samaa mieltä siitä, että uusi konttorimalli on parantanut palvelun laatua ja sujuvuutta. Vähän alle puolet eli 40,9 % oli osittain samaa mieltä, 2,3 % hieman eri mieltä ja 6,8 % oli täysin eri mieltä. Yhteensä vastanneita oli 88 henkilöä. Miesten ja naisten välinen ero ei ollut huomattava. Täysin eri mieltä oleville 40–49, 50–59 ja 60-vuotiaille, jotka kävivät pankissa kuukausittain tai harvemmin, ei ollut kerrottu uudesta toimintamallista lainkaan tai siitä oli kerrottu muina kertoina. Hieman eri mieltä olevat olivat kaikki yli 60-vuotiaita eläkeläisiä, jotka kävivät pankissa kuukausittain. He, joille oli kerrottu heti ensimmäisellä kerralla uudesta toimintamallista, olivat täysin samaa mieltä tai osittain samaa mieltä asiasta.

Vastaajista suurin osa eli 70,0 % oli täysin samaa mieltä siitä, että mainoslause ”kaikki palvelut saman katon alta” pitää hyvin paikkansa. Vastanneista 21,1 % oli osittain samaa mieltä, 5,6 % hieman eri mieltä ja 3,3 % täysin eri mieltä. Miehet olivat naisia enemmän väittämästä täysin samaa mieltä. Kysymykseen vastaajia oli yhteensä 90. Hieman eri mieltä olevat ja täysin eri mieltä olevat olivat asioineet konttorilla kuukausittain tai harvemmin. Täysin eri mieltä olevat kuuluivat ikäryhmiin 20–29, 40–49 ja 50–59. Hieman eri mieltä olevat kuuluivat ikäryhmiin 40–49 ja yli 60.

6.1.6 Yhteydenotto ja ajanvaraus

Kuvio 21 osoittaa pääkonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet yhteydenottoa ja ajanvaraus-ta koskeviin väittämiin. Väittämään, että yhteydenotto pankkiin on helppoa, oli vastannut 92 henkilöä. Näistä vastanneista 77,2 % oli täysin samaa mieltä, 17,4 % oli osittain samaa mieltä, 2,2 % hieman eri mieltä ja 3,3 % täysin eri mieltä. Miesten ja naisten välinen mielipide-ero oli pieni. Täysin eri mieltä olevat 20–29, 40–49 ja 50–59-vuotiaat kävivät pankissa harvemmin tai kuukausittain. Osalle ei ollut kerrottu uudesta toimintamallista ja muille oli kerrottu muina kertoina. Hieman eri mieltä oleville 40–49-vuotiaille ja yli 60-vuotiaille ei ollut kerrottu uudesta toimintamallista ja he asioivat pankissa kuukausittain tai harvemmin. Päivittäin ja viikoittain asioivat asiakkaat olivat väittämästä täysin samaa mieltä.

Yhteensä 91 henkilöä oli kertonut mielipiteensä siitä, onko yhteydenottomahdollisuuksia tarpeeksi. Heistä 82,4 % oli asiasta täysin samaa mieltä, 14,3 % oli osittain samaa mieltä, 2,2 % oli hieman eri mieltä ja 1,1 % täysin eri mieltä. Miesten ja naisten jakauma vastausvaihtoehtojen täysin ja osittain samaa mieltä ja hieman eri mieltä välillä oli tasainen. Hieman eri mieltä olevat kävivät kaikki kuukausittain pankissa ja kuuluivat ikäluokkaan yli 60-vuotiaat. Täysin eri mieltä oleva 20–29-vuotias nainen kävi pankissa harvemmin.



Kuvio 21. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet yhteydenottoa ja ajanvarausta koskeviin väittämiin (%)

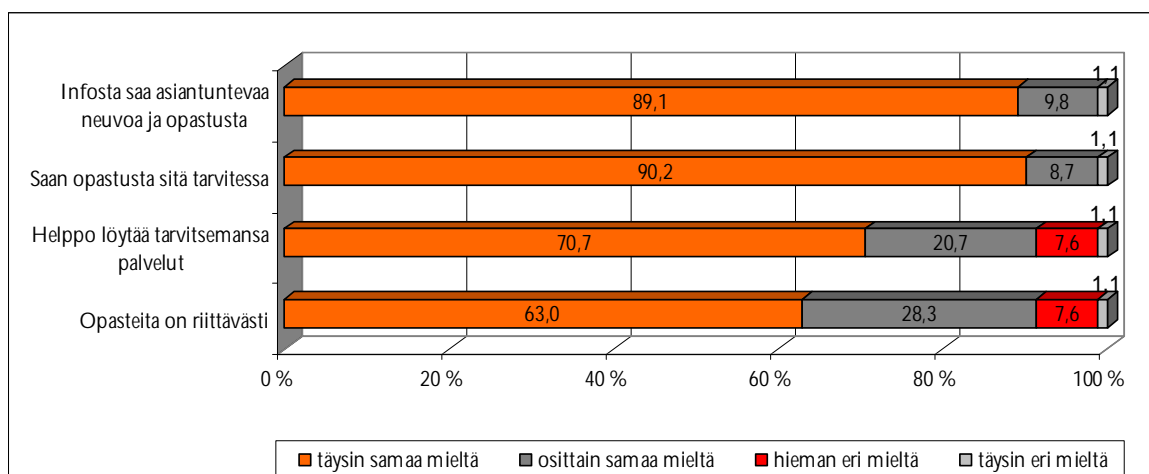
Vastaajista 78,7 % oli täysin samaa mieltä siitä, että ajan varaaminen neuvottelijalle on helppoa. 16,9 % oli asiasta osittain samaa mieltä, 3,4 % hieman eri mieltä ja 1,1 % täysin eri mieltä. Yhteensä vastauksia oli 89 kappaletta. Myös tässä väittämässä miesten ja naisten jakauma mielipiteiden täysin ja osittain samaa mieltä ja hieman eri mieltä välillä oli tasainen. Täysin eri mieltä oleva 20–29-vuotias nainen kävi pankissa harvemmin ja oli aiemmin valinnut kysymykseen miksi ajanvaraus saattaa jäädä tekemättä vaihtoehdon muu. Hieman eri mieltä olevat, olivat kaikki vastanneet kysymykseen miksi ajan varaus saattaa jäädä tekemättä, että he eivät tieneet ajanvarauksesta. Hieman eri mieltä vastanneet kuuluivat ikäryhmiin 40–49, 50–59 ja yli 60 ja kävivät pankissa kuukausittain tai harvemmin.

Hieman alle puolet eli 46,6 % vastanneista oli täysin samaa mieltä siitä, että asian saa hoidettua myös ilman ajanvarausta. Vastaajista 37,5 % oli osittain samaa mieltä, 12,5 % hieman eri mieltä ja 3,4 % täysin eri mieltä. Yhteensä 88 oli vastannut tähän kysymykseen. Miehet olivat vastanneet naisia enemmän olevansa täysin samaa mieltä, osittain samaa mieltä ja hieman eri mieltä. Yksikään mies ei ollut väittämstä täysin eri mieltä. Täysin eri mieltä olevat naiset kuuluivat ikäryhmiin 20–29, 50–59 ja yli 60 ja kävivät pankissa kuukausittain tai harvemmin. Myös hieman eri mieltä olevat kävivät pankissa kuukausittain tai harvemmin. Ikäryhmä alle 20-vuotiaat olivat kaikki osittain samaa mieltä asiasta.

6.1.7 Opasteet ja opastus

Kuvio 22 kertoo pääkonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet opasteita ja opastusta koskeviin väittämiin. Jokaiseen väittämään oli vastannut 92 henkilöä. Vastanneista jopa 89,1 % oli täysin samaa mieltä siitä, että infosta saa asiantuntevaa neuvoa ja opastusta. Ainoastaan 9,8 % oli osittain samaa mieltä ja 1,1 % täysin eri mieltä asiasta. Kukaan vastanneista ei ollut hieman eri mieltä. Yhtä moni mies kuin nainen oli asiasta täysin samaa mieltä. Miehet olivat hieman naisia enemmän osittain samaa mieltä asiasta. Vastanneet olivat ikäryhmistä 30–39, 40–49, 50–59 ja yli 60 ja olivat joko työssäkävijöitä tai eläkeläisiä. Täysin eri mieltä oli työssäkäyvä nainen ikäryhmästä 20–29.

Suurin osa vastaajista eli 90,2 % oli täysin samaa mieltä siitä, että on saanut opastusta sitä tarvittaessa. 8,7 % oli osittain samaa mieltä ja 1,1 % täysin eri mieltä asiasta. Kukaan ei ollut hieman eri mieltä. Miehet olivat naisia enemmän täysin samaa mieltä. Osittain samaa mieltä olevat olivat ikäryhmistä 30–39, 40–49 ja yli 60 ja kävivät pankissa viikoittain, kuukausittain tai harvemmin. Täysin eri mieltä oleva 20–29-vuotias nainen kävi pankissa harvemmin.



Kuvio 22. Pääkonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet opasteita ja opastusta koskeviin väittämiin (%)

Vastanneista 70,7 % oli täysin samaa mieltä siitä, että uudessa pankkikonttorissa löytää helposti kaikki tarvitsemansa palvelut. 20,7 % oli osittain samaa mieltä, 7,6 % hieman eri mieltä ja 1,1 % täysin eri mieltä. Miehet ja naiset olivat melko samaa mieltä. Ainoa poikkeus oli mielipiteessä täysin eri mieltä, jonka oli valinnut 30–39-vuotias työssäkäyvä nainen. Muissa mielipiteissä oli jokainen ikäryhmä edustettuna. Viikoittain pankissa asioivat olivat väittämästä täysin samaa mieltä tai osittain samaa mieltä. Päivittäin käyvät olivat osittain samaa mieltä asiasta.

Väittämään, että opasteita on riittävästi, oli 63,0 % vastannut olevansa täysin samaa mieltä. Vastanneista 28,3 % oli osittain samaa mieltä, 7,6 % hieman eri mieltä ja 1,1 % täysin eri mieltä. Miehet olivat naisia hieman enemmän täysin samaa mieltä asiasta. Yhtä moni mies kuin nainen oli väittämästä osittain samaa mieltä. Hieman eri mieltä olevia naisia oli enemmän kuin miehiä. Täysin eri mieltä oli ammattikoulun tai lukion käynyt yli 60-vuotias mies, joka kävi pankissa kuukausittain. Viikoittain käyvät asiakkaat olivat joko täysin samaa mieltä tai osittain samaa mieltä. Päivittäin käyvät olivat osittain samaa mieltä. Peruskoulun tai kansakoulun käyneet olivat myös vastanneet olevansa täysin samaa mieltä tai osittain samaa mieltä. Kaikki ikäryhmät olivat muissa mielipiteissä edustettuna, poisluettuna täysin eri mieltä oleva vaihtoehto.

6.1.8 Avoimet kysymykset

Pääkonttorin kyselyyn vastanneista vain pieni osa oli kirjoittanut kyselyn loppuun mielipiteensä tai kehitysehdotuksensa. Kiitoksia pääkonttorille oli tullut neljä kappaletta. Hieman enemmän oli tullut kritiikkiä ja kehitysehdotuksia. Kiitoksissa mainittiin, että kaikki on hyvin ja kiitettiin pankkia olemassaolostaan. Kehitysehdotuksena oli muun muassa; että pankkisali tarvitsee akustiikkalevyjä, tuoleja, sohvia ja yhden kassapaikan lisää, paremman ilmaston, vuoronumerojärjestelmän ja lisäksi pankki voisi vuokrata neuvottelutilansa asiakkaidensa käyttöön. Kritiikkiä oli tullut siitä, että muut pankkisalissa olevat kuulevat mitä infossa asioivat puhuvat, sisääntulon vastapuoleinen seinä on turhan kylmän tuntuinen ja konttorimalli on hieman epäonnistunut. (Liite 4)

Avointen kysymysten ja kokonaistuloksien välillä löytyi pieniä eroja esimerkiksi siinä, että kassapaikkoja toivottiin lisää. Kuitenkin reilusti yli puolet kyselyyn vastanneista oli täysin tai osittain samaa mieltä siitä, että kassapaikkoja on jo riittävästi. Myös konttorimallin epäonnistumisesta ja sisutuksesta oli maininta, vaikka tuloksien mukaan suurin osa oli tyytyväinen uuden konttorin viihtyvyyteen, asiointirauhaan ja palvelupaikkojen mukavuuteen.

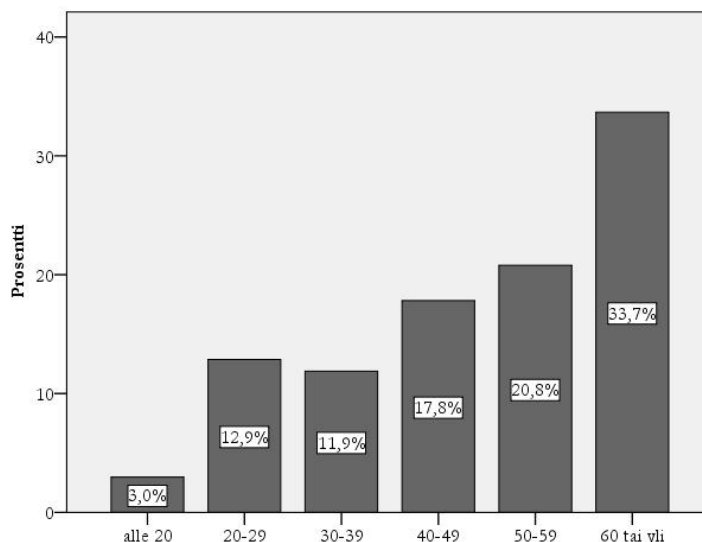
Toivomus vuoronumeron käyttöönotosta piti taas hyvin paikkansa tutkimustulosten kanssa, koska huomattavasti suurin osa kyselyn vastanneista oli täysin tai osittain samaa mieltä siitä, että vuoronumerojärjestelmä olisi hyvä.

6.2 Sivukonttorin tulokset

Sivukonttorissa kyselyyn vastasi yhteensä 101 henkilöä. Kyselyyn vastanneista 38,4 % oli miehiä ja 61,6 % oli naisia. Kaksi vastaajaa oli jättänyt vastaamatta sukupuolta koskevaan kysymykseen.

6.2.1 Taustatiedot

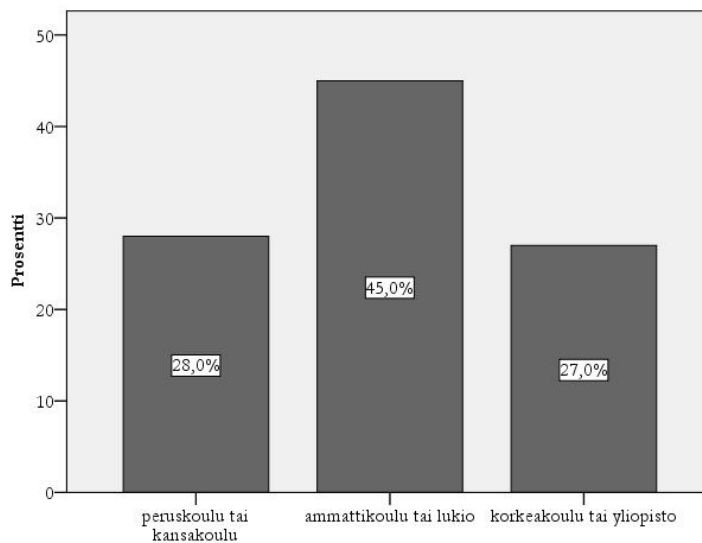
Kuvio 23 kertoo sivukonttorin kyselyyn vastanneiden ikäjakauman. Suurin vastaajaryhmä muodostui ikäryhmästä 60 tai yli, jossa vastaajia oli yhteensä 33,7 %. Toiseksi eniten kyselyyn vastasivat 50–59 -vuotiaat joita oli 20,8 %. Tässä ikäryhmässä naisten osuus oli huomattavasti suurempi miehiä suurempi. Kolmanneksi suurin vastaajaryhmä oli 40–49 vuotiaat, joita oli yhteensä 17,8 %. Ero miesten ja naisten välillä ei ollut tässä ikäryhmässä suuri. 20–29 ja 30–39 -vuotiaita vastaajia oli melkein yhtä paljon, ero oli todella pieni. Miesten ja naisten välinen ero 20–29 -vuotiaiden ikäryhmässä oli vain 3 %. 30–39 vuotiaita miehiä oli puolet vähemmän kuin samassa ikäryhmässä olevia naisia. Alle 20-vuotiaita vastaajia oli vain 3,0 % ja he olivat kaikki naisia.



Kuvio 23. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden ikäjakauma (n=101)

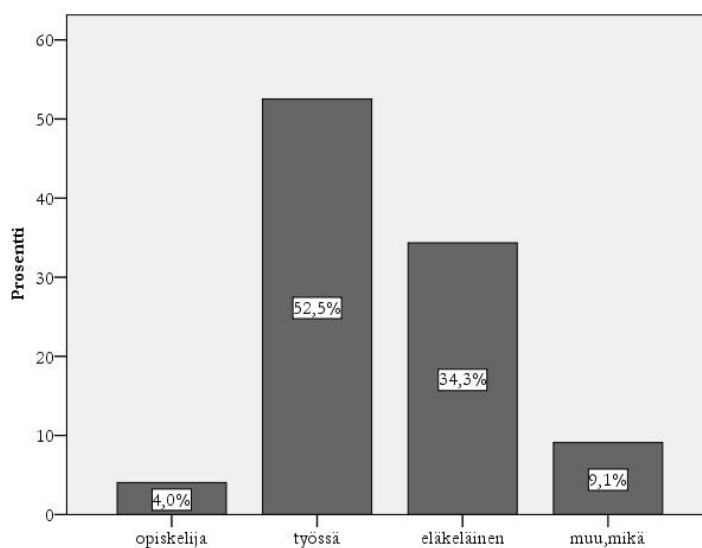
Kuvio 24 kertoo sivukonttorin kyselyyn vastanneiden koulutustaustan. Koulutustaustaa kysyttäessä oli enemmistö eli 45 % vastaajista käynyt ammattikoulun tai lukion. Miesten ja naisten välinen ero tässä oli suuri; miesten osuus oli 14,3 % ja naisten 29,6 %. Peruskoulun tai kansakoulun käyneitä ja korkeakoulun tai yliopiston käyneitä oli melkein yhtä paljon. Eroa oli vain 1 %. Miesten ja naisten väliset erot olivat tässä melko tasaisia. Naisista melkein yhtä moni oli

käynyt peruskoulun tai kansakoulun kuin oli käynyt korkeakoulun tai yliopiston. Eroa tässä oli myös vain 1 %:n verran. Vastanneista naisista suurin osa oli käynyt ammattikoulun tai lukion, kun taas miesten erot eri koulutustaustojen välillä olivat suhteellisen tasaiset.



Kuvio 24. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden koulutustausta (n=100)

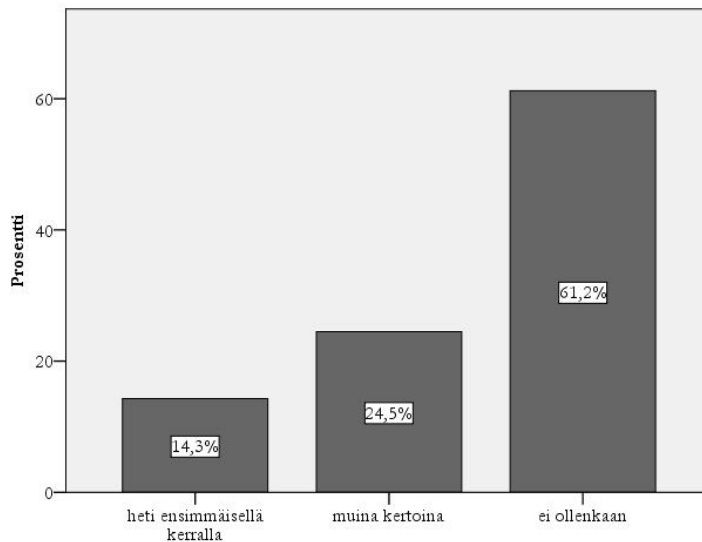
Kuviosta 25 käy ilmi sivukonttorin kyselyyn vastanneiden elämänvaihe. Vastaajista vähän yli puolet eli 52,5 % oli työssäkäyviä. Toiseksi suurin vastaajaryhmä olivat eläkeläiset, joita oli 34,3 %. Miehistä eläkkeellä oli 13,4 % ja naisista 20,6 %. Opiskelijoita oli vain 4,0 %. 9,1 % vastaajista kuului muu -ryhmään. Tässä ryhmässä oli kolme yrittäjää, yksi työtön, osatyökyvyttömyyseläkkeellä oleva ja sairauslomalla/ sairaspäivärahalta kotona oleva. Kaksi oli äitiyslomalla ja joukkoon mahtui myös yksi taivaanrannanmaalari. (Liite 5)



Kuvio 25. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden elämänvaihe (n=99)

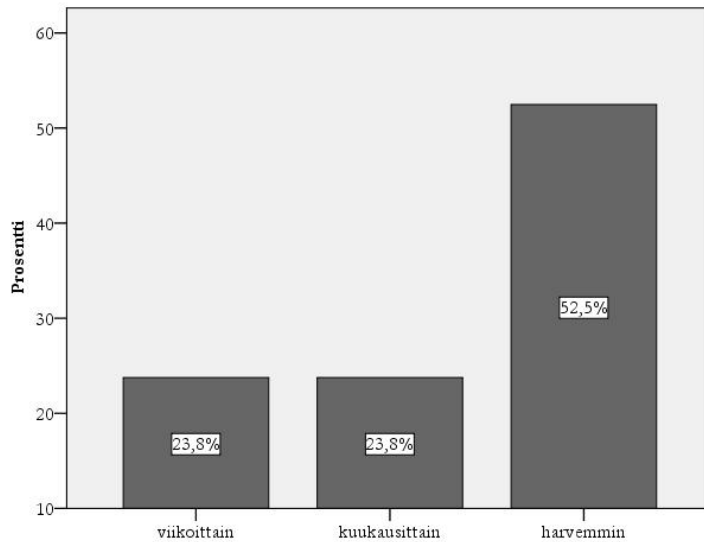
Kaikista vastanneista 93 % oli asioinut konttorilla ennen uudistusta. Heistä miehiä oli 34,7 % ja naisia 58,2 %. Vain 7,0 % ei ollut asioinut konttorilla ennen uudistusta ja miesten ja naisten välinen ero tässä oli hyvin pieni. (n=100)

Kuvio 26 osoittaa onko sivukonttorin kyselyyn vastanneille kerrottu miten uusi konttorimalli toimii. Vain 14,3 %:lle vastaajista oli kerrottu asiasta heti ensimmäisellä kerralla heidän asioidessaan uudessa konttorissa. 24,5 %:lle oli kerrottu muina kertoina ja suurimmalle osalle vastaajista eli 61,2 %:lle ei ollut kerrottu ollenkaan uuden konttorimallin toiminnasta.



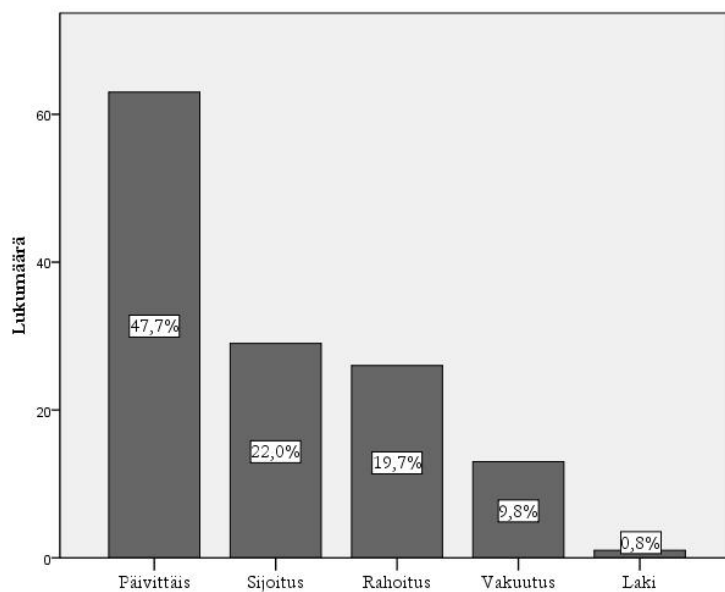
Kuvio 26. Uuden konttorimallin toiminnasta kertominen sivukonttorin kyselyyn vastanneille (n=98)

Kuvio 27 kertoo kuinka usein sivukonttorin kyselyyn vastanneet asioivat pankissa. Kaikista vastanneista 52,5 % asioi konttorilla harvemmin ja 23,8 % käy konttorilla viikoittain ja kuukausittain. Kyselyyn vastanneista kukaan ei asioi konttorilla päivittäin. Eniten konttorilla viikoittain asioivat olivat eläkeläisiä. Työssäkävivistä vastaajista 11,1 % asioi konttorilla kuukausittain ja heistä suurin osa eli 35,4 % asioi konttorilla harvemmin. Myös kaikki alle 20-vuotiaat vastaajat asioivat konttorilla harvemmin. Tämä voi johtua siitä, että nuoret asiakkaat hoitavat pankkiasiansa verkkopalvelun kautta, jolloin heidän ei tarvitse asioida konttorilla kovinkaan usein.



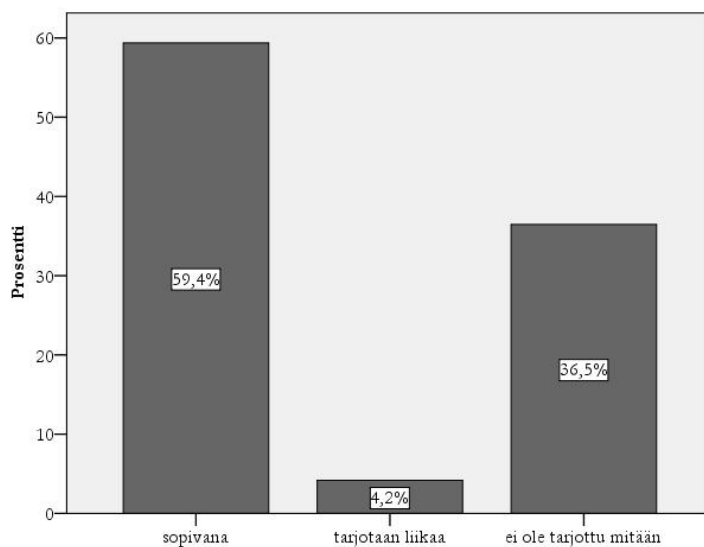
Kuvio 27. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden asiointikerrat (n=101)

Kuvio 28 osoittaa millaisissa asioissa sivukonttorin kyselyyn vastanneet useimmiten asioivat konttorissa. Vastaajista melkein puolet eli 47,7 % asioi konttorilla päivittäisasiossa. Sijoitusasioissa käydään konttorilla hieman enemmän kuin rahoitusasioissa mutta ero ei ole suuri: vastaajista 22,0 % käy konttorilla sijoitusasioissa ja 19,7 % rahoitusasioissa. 9,8 % vastaajista asioi konttorilla vakuutusasioissa ja ainoastaan 0,8 % lakiasioissa. Miesten ja naisten välillä ei ole tässä eroja. Eläkeläiset ja työssäkäyvät asioivat konttorilla enimmäkseen päivittäis- ja sijoitusasioissa. 40 – 49 – vuotiaat ja työssäkäyvät vastaajat asioivat konttorilla enimmäkseen rahoitusasioissa. Toisena ovat päivittäisasiat ja kolmantena sijoitus- ja vakuutusasiat.



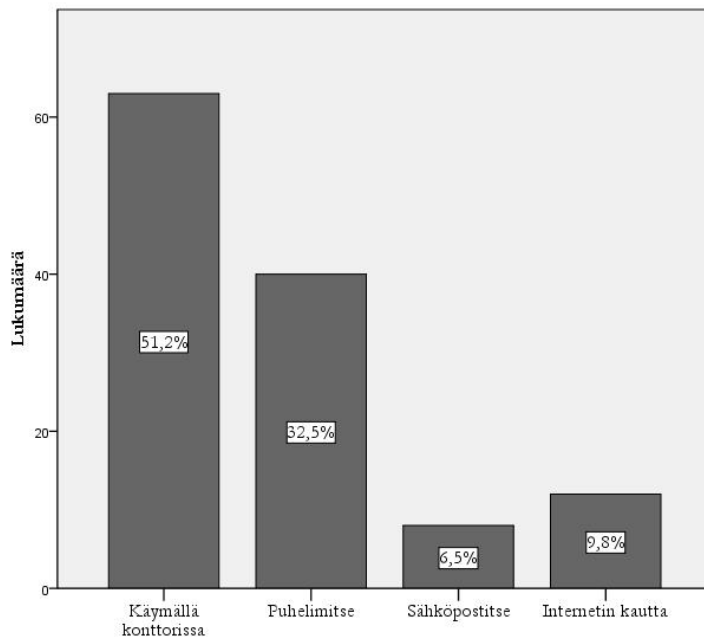
Kuvio 29. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden yleisin syy asioida pankissa (n=101)

Kuvio 30 kertoo sivukonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteen lisämyynnin tarjoamisesta pikapalvelupaikoilla. Vastanneista 59,4 % kokee lisämyynnin sopivana pikapalvelupaikoilla asioidessaan. 36,5 % vastaajista oli sitä mieltä, että heille ei ole tarjottu mitään. Vain 4,2 % oli sitä mieltä, että lisäpalveluita tarjotaan liikaa. Näiden vastausten perusteella myyntiä pikapalvelupaikoilla voisi kehittää ja myös näillä palvelupaikoilla asiakkaille voisi tarjota entistä enemmän lisäpalveluita.



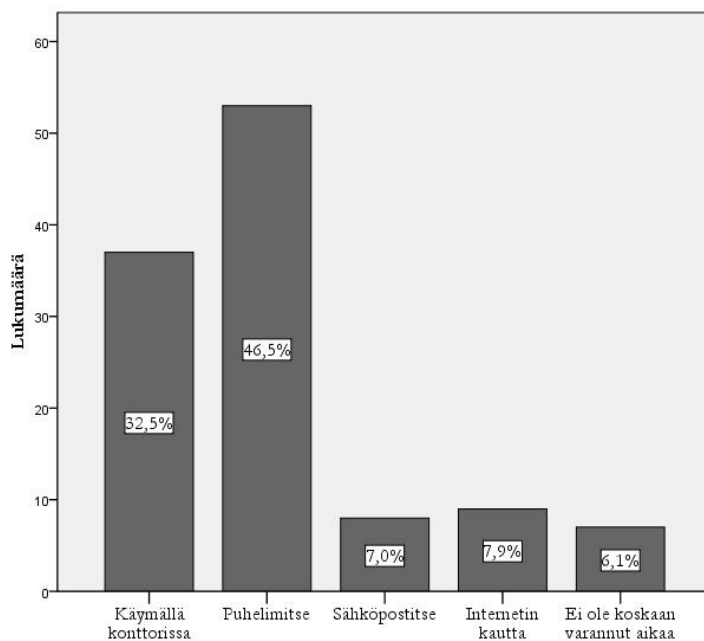
Kuvio 30. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden mielipide lisämyynnin tarjoamisesta pikapalvelupaikoilla (n=96)

Kuvio 31 osoittaa mikä on sivukonttorin kyselyyn vastanneiden yleisin yhteydenottotapa pankkiin. Kysyttäessä sitä, miten vastaajat yleensä ottavat yhteyttä pankkiin tarvitessaan neuvoa, sanoo 51,2 % käyvänsä konttorissa ja 32,5 % ottaa yhteyttä puhelimitse. 9,8 % vastaajista ottaa yhteyttä internetin kautta ja 6,5 % sähköpostitse. Kyselyyn vastanneista eniten internetiä käyttävät 20 – 29 -vuotiaat ja 30 – 39 -vuotiaat. Sähköpostia käyttävät eniten 40 – 49 -vuotiaat ja 50 – 59 -vuotiaat. Eläkeläiset ottavat pääasiassa yhteyttä pankkiin käymällä konttorissa. Konttorissa käymisen jälkeen suosituin yhteydenottotapa pankkiin on puhelimitse.



Kuvio 31. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden yleisin yhteydenottotapa pankkiin (n=101)

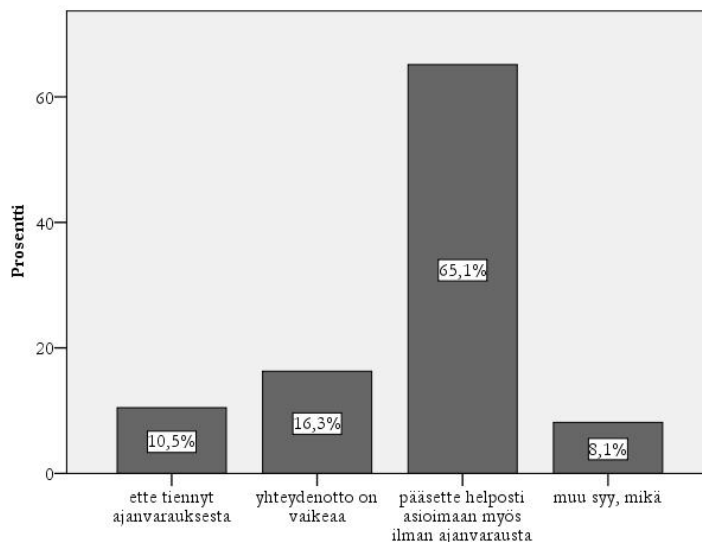
Kuviosta 32 selviää sivukonttorin kyselyyn vastanneiden yleisin ajanvaraustapa pankkiin. Vastanneista 32,5 % varaa ajan pankkiin käymällä konttorissa ja 46,5 % varaa ajan puhelimitse. Ajan varaamisessa sähköpostitse ja internetin kautta ei ollut paljon prosentuaalisia eroja: 7,0 % varaa ajan sähköpostitse ja 7,9 % internetin kautta. 6,1 % kaikista vastanneista ei ollut koskaan varannut aikaa. Eläkeläiset varaavat ajan enimmäkseen käymällä konttorissa mutta myös puhelimitse. Heistä 3,6 % ei ole koskaan varannut aikaa. Työssäkäyvät vastaajat käyttävät näiden lisäksi myös internetiä ajan varaamiseen. Opiskelijoista suurin osa varaa ajan puhelimitse.



Kuvio 32. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden yleisin ajanvaraustapa (n=101)

Kuvio 33 osoittaa sivukonttorin kyselyyn vastanneiden yleisimmät syyt ajan varaamatta jättämiseen. Kysyttäessä syitä siihen, miksi aika saattaa jäädä varaamatta oli 65,1 % vastaajista sitä mieltä, että pankkiin pääsee helposti asioimaan myös ilman ajanvarausta. 16,3 % sanoi, että yhteydenotto on vaikeaa ja 10,5 % ei tiennyt ajanvarauksesta. Eläkeikäiset ovat vastaajista eniten sitä mieltä, että asioimaan pääsee ilman ajanvaraustakin. Miesten ja naisten vastauksissa ei ollut paljoa eroavaisuuksia. Ainoa suurempi ero oli siinä, että naisten mielestä yhteydenotto on vaikeampaa kuin miesten mielestä.

8,1 % vastaajista oli valinnut vaihtoehdon muu syy. Muita syitä olivat se, että on kiire ja pieni asia, harvemmin tarvitsee sellaista palvelua onneksi, ei ehdi tulemaan pankin aukioloaikana, oma tiukka aikataulu ei sovellu saatavilla oleviin aikoihin (esimerkiksi kesällä ajan saaminen on liian pitkällä odotusajalla), pyynnöstä huolimatta ei aina ole otettu yhteyttä ja se, että aina on saanut asiat hoidettua ilman ajanvaraustakin. (Liite 5)

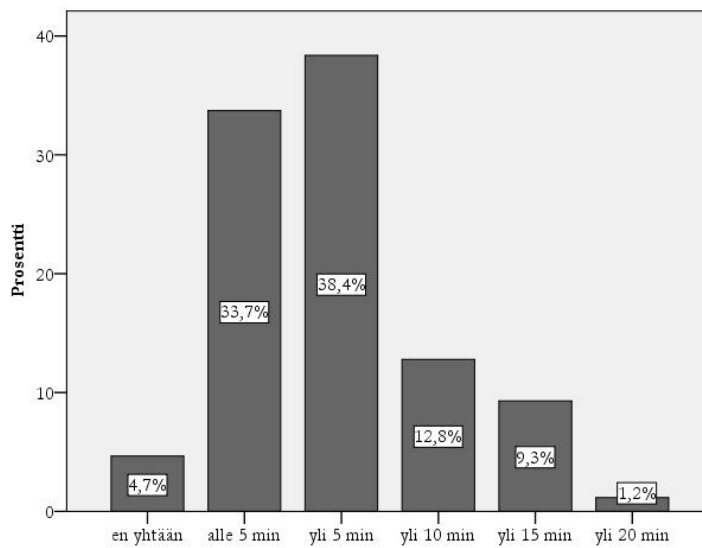


Kuvio 33. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden yleisimmät syyt siihen, miksi aika saattaa jäädä varaamatta (n=86)

6.2.2 Odotusaika

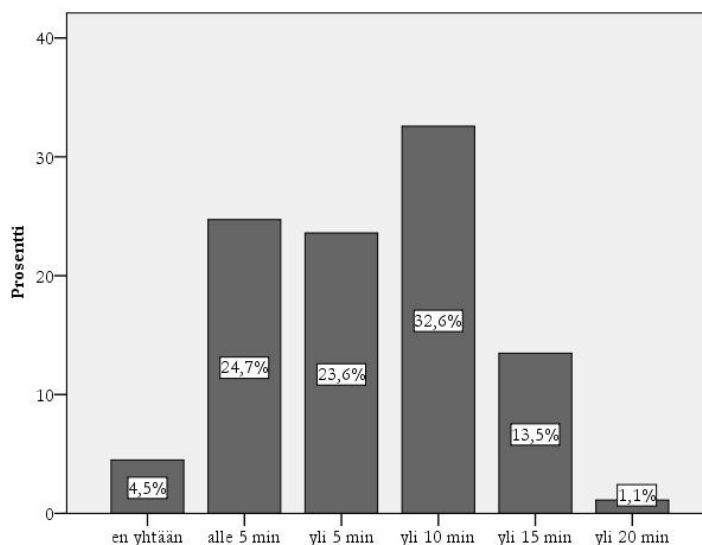
Kuvio 34 kertoo kuinka kauan sivukonttorin kyselyyn vastanneet olivat keskimäärin joutuneet odottamaan vuoroaan kassalle. Vastaajista 33,7 % oli odottanut vuoroaan alle 5 minuuttia ja 38,4 % oli joutunut odottamaan yli 5 minuuttia. 12,8 % vastaajista oli joutunut odottamaan vuoroaan yli 10 minuuttia ja 9,3 % oli odottanut yli 15 minuuttia. Vastaajista 4,7 % sanoo, ettei ole joutunut odottamaan yhtään ja 1,2 % oli sitä mieltä, että on joutunut odottamaan vuoroaan yli 20 minuuttia. Tulosten perusteella vuoroaan kassalle on joutunut odottamaan keskimäärin

melko vähän aikaa. Odotusajat ovat olleet suhteellisen lyhyet ja suurin osa vastaajista eli yhteensä 72,1 % oli joutunut odottamaan alle 5 minuuttia yli 5 minuuttiin.



Kuvio 34. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden keskimääräinen odotusaika kassalle (n=86)

Kuvio 35 kertoo kuinka kauan sivukonttorin kyselyyn vastanneet olivat keskimäärin valmiita odottamaan vuoroaan kassalle. Vastanneista 32,6 % oli valmis odottamaan vuoroaan yli 10 minuuttia, 24,7 % oli valmis odottamaan alle 5 minuuttia ja 23,6 % yli 5 minuuttia. 13,5 % vastaajista oli valmis odottamaan jopa yli 15 minuuttia. Vain 1,1 % vastanneista oli valmis odottamaan yli 20 minuuttia. 4,5 % oli sitä mieltä, ettei ole valmis odottamaan yhtään. Suurin osa eläkeläisistä ja työssäkäyvistä sekä mies- että naisvastaajista oli valmis odottamaan yli 10 minuuttia. Eläkeläiset olivat hieman enemmän valmiita odottamaan yli 15 minuuttia kuin työssäkäyvät. Naiset olivat paljon miehiä enemmän valmiita odottamaan vuoroaan pidempään.



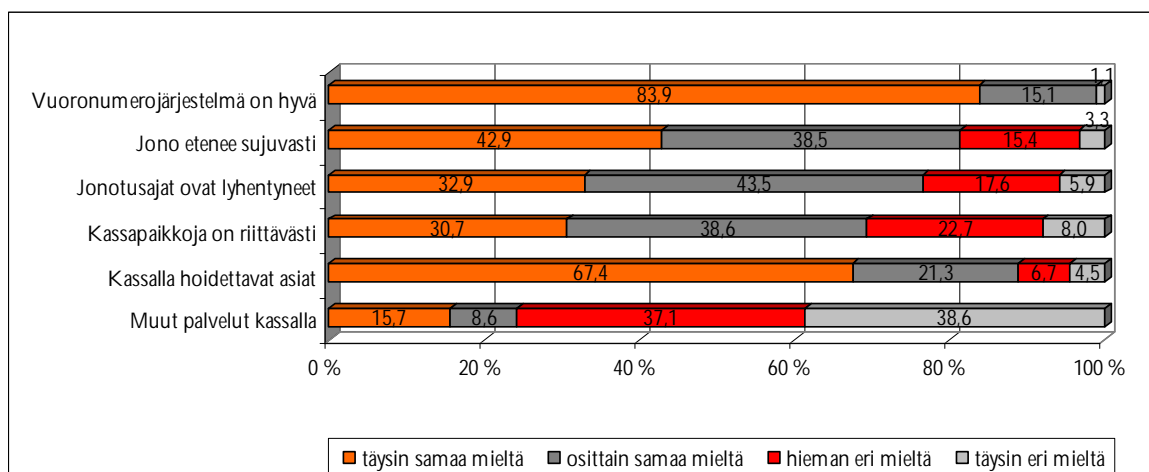
Kuvio 35. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden arvio siitä, kauanko on valmis odottamaan vuoroaan kassalle (n=89)

6.2.3 Kassapalvelut

Kuviosta 36 selviää sivukonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet kassapalveluja koskeviin väittämiin. Vastanneista 83,9 % oli täysin samaa mieltä siitä, että kassa- ja vakuutuspalveluita varten oleva vuoronumerojärjestelmä on hyvä. 15,1 % sanoi olevansa osittain samaa mieltä ja 1,1 % oli täysin eri mieltä. Kukaan vastanneista ei ollut hieman eri mieltä asiasta. Mies- ja naisvastaajien välillä ei ollut eroja.

Kysyttäessä jonon sujuvuutta, oli vastaajista 42,9 % täysin samaa mieltä siitä, että jono etenee sujuvasti. 38,5 % oli asiasta osittain samaa mieltä ja 15,4 % oli hieman eri mieltä. Vain 3,3 % vastaajista oli täysin eri mieltä asiasta.

Vastanneista 32,9 % oli täysin samaa mieltä siitä, että jonotusajat ovat lyhentyneet uuden konttorimallin myötä. 43,5 % vastanneista oli osittain samaa mieltä ja 17,6 % hieman eri mieltä. 5,9 % vastanneista oli täysin eri mieltä asiasta.



Kuvio 36. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet kassapalveluita koskeviin väittämiin (%)

Suurin osa vastaajista eli 38,6 % oli osittain samaa mieltä siitä, että kassapaikkoja on riittävästi. 30,7 % oli asiasta täysin samaa mieltä. Vastaajista 22,7 % oli hieman eri mieltä ja 8,0 % oli täysin eri mieltä asiasta.

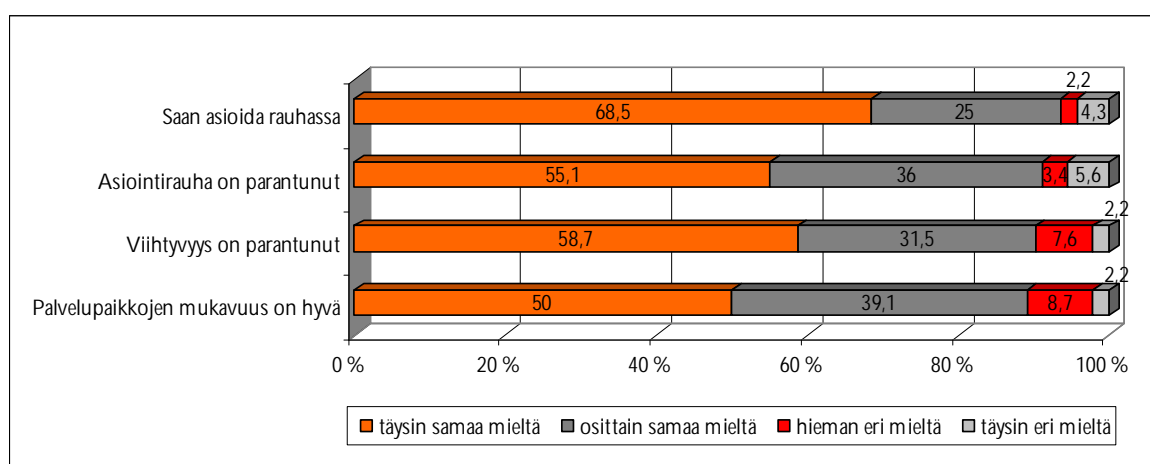
Vastaajista 67,4 % oli täysin samaa mieltä siitä, että on hyvä, että kassalla hoidetaan vain käteiseen rahaan liittyvät asiat. 21,3 % vastaajista oli asiasta osittain samaa mieltä. 6,7 % oli hieman eri mieltä ja 4,5 % oli täysin eri mieltä. Muutama vastaaja oli lisännyt vastaukseensa sellaisen mielipiteen, että on monesti kuullut kassalla hoidettavan myös aikaa vieviä asioita, jotka kuuluisi hoitaa muualla.

Kysyttäessä sitä, haluaisivatko vastaajat vielä jonkin muun palvelun hoidettavan kassalla, oli 38,6 % vastaajista täysin eri mieltä asiasta ja 37,1 % hieman eri mieltä asiasta. 15,7 % vastaajista oli asiasta täysin samaa mieltä ja loput 8,6 % oli osittain samaa mieltä. Jos tähän kysymykseen vastasi haluavansa vielä jonkun muun palvelun hoidettavan kassalla, kysyttiin lisäkysymyksenä mistä palvelusta oli kyse. Lisäkysymykseen vastanneista kassalla haluttiin hoidettavan vielä (edelleen) valuutanvaihto, suoraveloitukset ja lasten possurahojen laskeminen ja tallettaminen. Sivukonttorilla valuutanvaihto hoidetaan kassalla mutta suoraveloitukset olisi tarkoitus hoitaa pääasiassa infopisteessä. Säästölippaiden tyhjennys tapahtuu erillisellä kolikkopisteellä itsepalveluna. Kolikkopisteeltä löytyy erilaisia avaimia säästölippaiden avaamiseksi. Kolikot tyhjenetään tilityspussiin ja täytetään tilisiirto -lomake, johon laitetaan tilinumero ja saajan nimi. Kolikoita ei tarvitse itse laskea. Tilityspussit tiputetaan säilöön, josta ne lähetetään kerran viikossa laskentakeskukseen laskettaviksi. Summa on asiakkaan tilillä noin viikon kuluttua.

6.2.4 Asiointirauha ja viihtyvyys

Kuviosta 37 selviää sivukonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet asiointirauhaa ja viihtyvyyttä koskeviin väittämiin. Vastaajista 68,5 % vastasi, että saa asioida rauhassa ja 25,0 % oli osittain samaa mieltä asiasta. 2,2 % oli hieman eri mieltä ja 4,3 % oli täysin eri mieltä asiasta.

Vastanneista 55,1 % oli täysin samaa mieltä siitä, että asiointirauha on parantunut uuden konttorimallin myötä ja 36,0 % oli osittain samaa mieltä asiasta. 3,4 % oli hieman eri mieltä ja 5,6 % oli täysin eri mieltä asiasta.



Kuvio 37. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet asiointirauhaa ja viihtyvyyttä koskeviin väittämiin (%)

Vastanneista 58,7 % oli täysin samaa mieltä siitä, että konttorin viihtyvyys on parantunut uuden konttorimallin myötä ja 31,5 % oli osittain samaa mieltä asiasta. 7,6 % oli hieman eri mieltä ja 2,2 % oli täysin eri mieltä asiasta.

Tasan puolet kaikista vastanneista oli palvelupaikkojen mukavuudesta täysin samaa mieltä ja 39,1 % oli asiasta osittain samaa mieltä. Vastaajista 8,7 % oli asiasta hieman eri mieltä ja 2,2 % oli täysin eri mieltä.

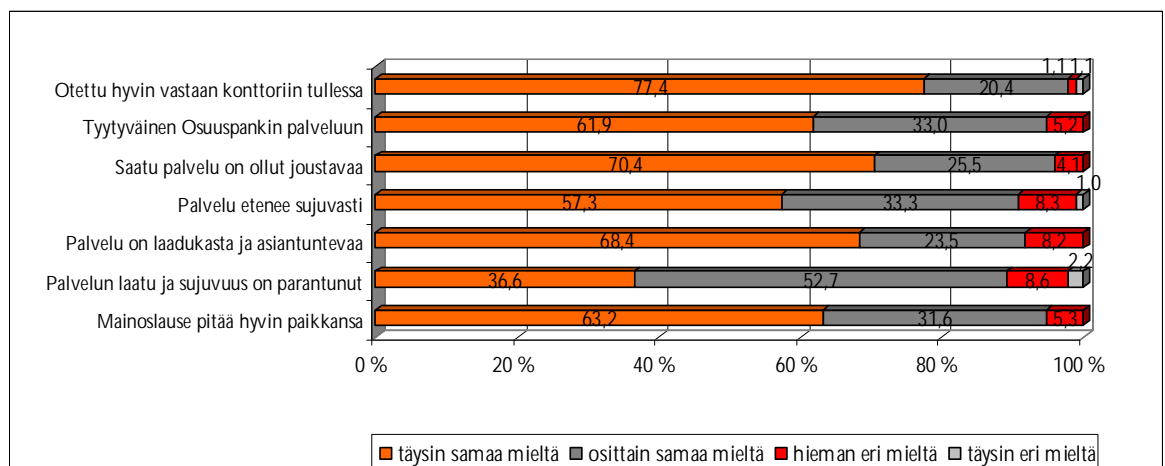
6.2.5 Palvelu

Kuvio 38 osoittaa sivukonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet palvelua koskeviin väittämiin. Vastaajista 77,4 % oli täysin samaa mieltä siitä, että heidät on otettu hyvin vastaan pankin konttoriin tullessa. 20,4 % oli asiasta osittain samaa mieltä. 1,1 % oli hieman eri mieltä ja sama prosenttimäärä oli myös täysin eri mieltä asiasta.

Sivukonttorin vastaajista 61,9 % oli täysin tyytyväinen osuuspankin palveluun. 33,0 % oli osittain samaa mieltä asiasta ja 5,2 % oli hieman eri mieltä. Kukaan vastanneista ei ollut täysin eri mieltä asiasta.

Vastanneista 70,4 % oli täysin samaa mieltä siitä, että saatu palvelu on ollut joustavaa. 25,5 % oli asiasta osittain samaa mieltä ja 4,1 % oli hieman eri mieltä. Kukaan vastanneista ei tässä kysymyksessä ollut täysin eri mieltä asiasta.

Vastaajista 57,3 % oli täysin samaa mieltä siitä, että palvelu etenee sujuvasti. 33,3 % vastaajista oli asiasta osittain samaa mieltä ja 8,3 % oli hieman eri mieltä. Vain 1,0 % oli asiasta täysin eri mieltä.



Kuvio 38. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet palvelua koskeviin väittämiin (%)

Vastanneista 68,4 % oli täysin samaa mieltä siitä, että osuuspankin palvelu on laadukasta ja asiantuntevaa. 23,5 % oli osittain samaa mieltä ja 8,2 % oli hieman eri mieltä asiasta. Kukaan vastanneista ei ollut täysin eri mieltä asiasta.

36,6 % vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että uusi konttorimalli on parantanut palvelun laatua ja sujuvuutta. Yli puolet eli 52,7 % oli osittain samaa mieltä asiasta, 8,6 % oli hieman eri mieltä ja 2,2 % oli täysin eri mieltä asiasta.

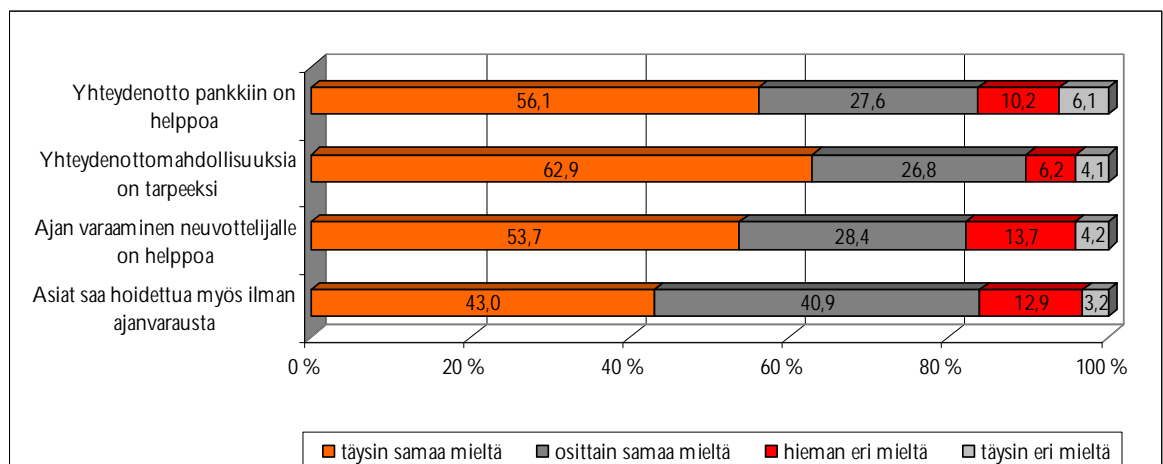
Vastanneista 63,2 % oli täysin samaa mieltä siitä, että mainoslause ”kaikki palvelut saman katon alta” pitää hyvin paikkansa. 31,6 % vastanneista sanoi olevansa osittain samaa mieltä ja 5,3 % oli hieman eri mieltä. Kukaan vastanneista ei ollut täysin eri mieltä asiasta.

6.2.6 Yhteydenotto ja ajanvaraus

Kuviosta 39 selviää sivukonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet yhteydenottoa ja ajanvarausta koskeviin väittämiin.

Vastaajista 56,1 % oli täysin samaa mieltä siitä, että yhteydenotto pankkiin on helppoa. 27,6 % oli osittain samaa mieltä asiasta ja 10,2 % oli hieman eri mieltä asiasta. 6,1 % vastaajista oli täysin eri mieltä asiasta.

62,9 % vastanneista oli täysin samaa mieltä siitä, että yhteydenottomahdollisuuksia pankkiin on tarpeeksi. 26,8 % oli asiasta osittain samaa mieltä ja 6,2 % oli hieman eri mieltä. Vastanneista 4,1 % oli asiasta täysin eri mieltä.



Kuvio 39. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet yhteydenottoa ja ajanvarausta koskeviin väittämiin (%)

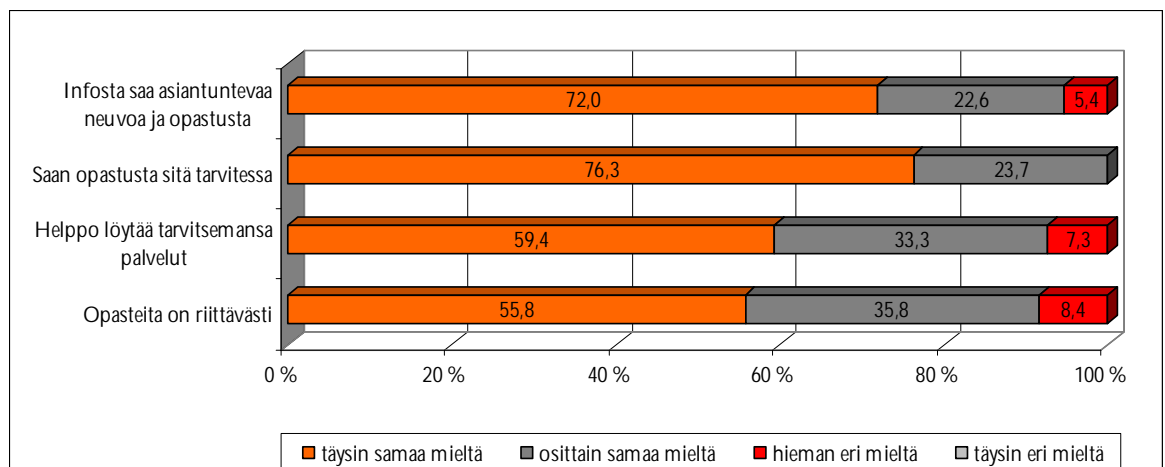
53,7 % vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että ajan varaaminen neuvottelijalle on helppoa. 28,4 % oli asiasta osittain samaa mieltä ja 13,7 % oli asiasta hieman eri mieltä. Vain 4,2 % vastaajista oli asiasta täysin eri mieltä.

Melkein yhtä suuri osa vastaajista oli täysin samaa mieltä ja osittain samaa mieltä siitä, että asiat saa hoidettua myös ilman ajanvarausta. Vastaajista 12,9 % oli asiasta hieman eri mieltä ja vain 3,2 % oli asiasta täysin eri mieltä.

6.2.7 Opasteet ja opastus

Kuviosta 40 selviää sivukonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet opasteita ja opastusta koskeviin väittämiin. 72,0 % vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että infopisteestä saa asiantuntevaa neuvoa ja opastusta. 22,6 % oli asiasta osittain samaa mieltä ja vain 5,4 % oli hieman eri mieltä asiasta. Kukaan vastaajista ei ollut täysin eri mieltä asiasta.

Vastaajista 76,3 % oli täysin samaa mieltä siitä, että on saanut opastusta aina sitä tarvitessa. Loput 23,7 % vastaajista oli asiasta osittain samaa mieltä. Kukaan vastaajista ei ollut asiasta hieman eri mieltä eikä myöskään täysin eri mieltä.



Kuvio 40. Sivukonttorin kyselyyn vastanneiden mielipiteet opasteita ja opastusta koskeviin väittämiin (%)

Vastaajista reilusti yli puolet eli 59,4 % on täysin samaa mieltä siitä, että löytää uudessa pankki-konttorissa helposti kaikki tarvitsemansa palvelut. 33,3 % vastaajista oli asiasta osittain samaa mieltä ja loput 7,3 % vastaajista oli hieman eri mieltä. Kukaan vastaajista ei ollut asiasta täysin eri mieltä.

Vähän yli puolet vastaajista eli 55,8 % oli täysin samaa mieltä siitä, että opasteita on riittävästi. 35,8 % vastaajista oli asiasta osittain samaa mieltä ja vain 8,4 % oli hieman eri mieltä. Kukaan vastanneista ei ollut täysin eri mieltä.

6.2.8 Avoimet kysymykset

Kyselylomakkeen viimeisessä kysymyksessä vastaajat saivat avoimesti ja vapaamuotoisesti esittää kehittämisehdotuksia ja mielipiteitään. Kaikki vastaajat eivät olleet ollenkaan vastanneet kyseiseen kysymykseen. Avoimen kysymyksen vastaukset (Liite 5) olivat suurimmaksi osaksi negatiivisia, mutta joukossa oli muutamia positiivisiakin kommentteja ja kehitysehdotuksia. Vastauksissa esille tulleet mielipiteet olivat melko ristiriitaisia muihin tutkimustuloksiin nähden, koska tulokset olivat muuten erittäin positiivisia ja suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä.

Positiivisia kommentteja olivat muun muassa, että uusi malli on toimiva ja se on parantanut asiointin helppoutta, että on tyytyväinen ja saanut asiat hyvin hoidettua, kaikki on ok ja jatkaa samaan malliin. Palveluun liittyvä positiivinen mielipide oli se, että palvelut saa saman katon alta: pankin puolella selvitettiin laina-asiat ja OP-Kiinteistökeskuksen puolella tehtiin asuntokaupat. Myös tutkimuksen tulokset osoittivat että mainoslause "Kaikki palvelut saman katon alta" pitää täysin paikkansa.

Kassapalveluihin liittyvät mielipiteet olivat negatiivisia ja niitä oli toiseksi eniten. Mielipiteet koskivat kassojen vähyyttä ja sitä, että kassalle joutuu aina jonottamaan. Toivomus oli, että molemmat kassapaikat olisivat ainakin aina ruuhka-aikana käytössä. Joku vastaajista toivoi, että kassoja olisi ehdottomasti vähintään kolme. Tutkimustulokset kuitenkin osoittivat, että keskimääräinen odotusaika oli melko lyhyt (yli viisi minuuttia). Näistä vapaamuotoisista mielipiteistä huolimatta kyselyyn vastanneet olivat valmiita odottamaan vuoroaan pidempäänkin, suurin osa jopa yli 10 minuuttia.

Yksi mielipide kassapalveluihin liittyen oli myös se, että yksi vastaajista oli kuullut pikakassoilla selvitettävän aikaa vieviä asioita, vaikka pikakassalla on tarkoitus hoitaa vain käteiseen rahaan liittyviä asioita kuten käteisen nosto ja pano sekä laskunmaksu. Jos pikakassalla hoidetaan muita asioita kuin mitä ohjeistuksessa on sovittu, rikkoutuu pikakassan asiakaslupaus siitä, että kyseisellä palvelupaikalla hoidetaan vain nopeat käteisasiat. Tämä tietysti hermostuttaa myös asiakkaita, jos he huomaavat, että toimihenkilöt eivät itse toimi ohjeistuksen mukaisesti.

Asiointirauhaan ja viihtyvyyteen liittyvä mielipide oli, että asiointi kassoilla on vailla yksityis-suojaa ja kassalla asioidessaan kuulee myös muiden asiat. Kuitenkin tutkimustulosten mukaan reilusti yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että saa asioida rauhassa ja asiointirauhakin on uuden konttorimallin myötä parantunut.

Yhden vastaajan mielestä odotustilaan pitäisi saada muutama korkeampi tuoli vanhuksille koska vanhusten on hankala nousta tuoleilta ylös. Pari vastaajaa toivoi pankkisaliin vesiautomaattia ja yleisövesiä.

Muutama mielipide liittyi myös tervehtimiseen. Mielipiteet olivat, että tuntuu oudolta kun kaikki virkailijat "viuhahtavat" näkemättä asiakasta: tervehtiminen kunniaan ja tervehtimistä odotetaan myös johdolta sekä se, että kaikki neuvottelijat ovat nyt piilossa. Olisi kiva nähdä ja tervehtiä tuttuja virkailijoita. Näistä mielipiteistä huolimatta kuitenkin hieman yli 77 % vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että on hänet otettu hyvin vastaan pankin konttoriin tullessa.

Yhteydenottoon ja ajanvaraukseen liittyviä mielipiteitä oli reilusti eniten ja ne olivat kaikki negatiivisia. Ajanvaraus on monen mielestä hankalaa. Ei saa yhteyttä suoraan omaan konttoriin, eikä haluamaansa virkailijaan vaikka sitä pyytäisi. Numerot ovat aina suoraan keskuksen ja yhteys otetaan aina pääkonttorista. Silti tästä huolimatta suurin osa vastaajista varaa ajan puhelimitse. Hieman yli puolet vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että yhteydenotto pankkiin on helppoa. Suurin osa on ollut täysin samaa mieltä myös siitä, että yhteydenottomahdollisuuksia on tarpeeksi ja ajan varaaminen neuvottelijalle on helppoa.

Muita mielipiteitä oli myös se, että pienten asioiden takia täytyy nyt tehdä ajanvaraus; ennen pankkiasiat sujuivat jouhevammin ja asiat tulivat selväksi tiskillä. Kuitenkin 43 % vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että asiat saa hoidettua myös ilman ajanvarausta.

Opasteita koskevia mielipiteitä oli myös muutama. Konttorissa käydessä ei ole hahmotettu miten voisi hoitaa Pohjolan vakuutusasioita. Vakuutuspuolen opasteita ei siis ole riittävästi tai sitten ne ovat liian huomaamattomia. Infopiste oli yhdelle vastaajalle täysin tuntematon. Infon merkitystä ei ole ymmärretty, eli sen roolia ei ilmeisesti ole korostettu tarpeeksi selkeästi. Silti melkein 60 % vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että löytää uuden ajan pankkikonttorissa helposti kaikki tarvitsemansa palvelut. Hieman yli puolet oli täysin samaa mieltä myös siitä, että opasteita on riittävästi.

Myös henkilökohtaisesta toimihenkilöpalvelusta oli monta mielipidettä. Sitä ei saa lopettaa tai asiointi käy iäkkäille vaikeaksi. Pitää olla aina mahdollisuus kassapalveluihin. Nämä asiakkaat ovat valmiita maksamaan henkilökohtaisesta palvelusta. Automaateilla seisoskelu on ikävää ja kaikilla ei ole mahdollisuutta käyttää verkkopäätteitä tai muita itsepalvelulaitteita. Tämän lisäksi itsepalvelulaitteet ovat vanhanaikaisia. Laskunmaksuautomaatista ei saa kuittia, eikä ole talletuskonetta. Kuitin saaminen oli monelle vastaajista erittäin tärkeää. Itsepalvelulaitteisiin pitäisi panostaa enemmän. Näistä laitteista ei ollut erikseen kysymyksiä kyselyssä. Tästä johtuen vapaamuotoisia mielipiteitä itsepalvelulaitteisiin liittyen oli monta.

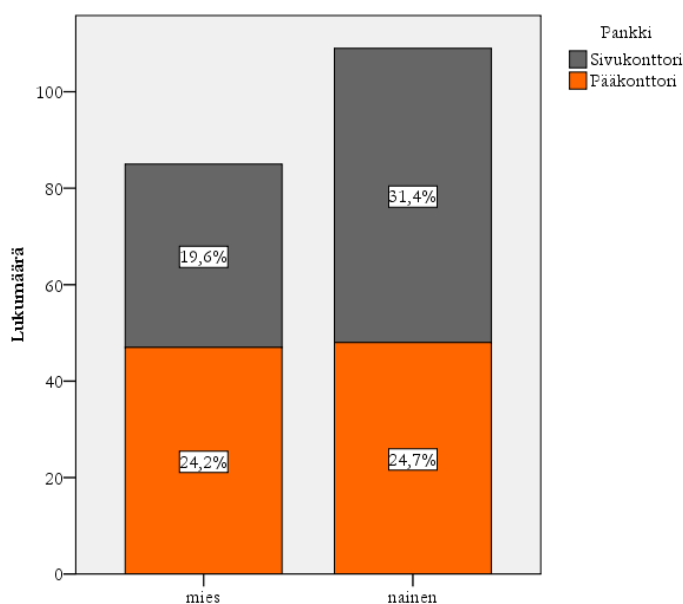
Kehittämisehdotuksia oli nuorten rahankäytön opastaminen ja sijoitusneuvonnan kehittäminen. Toivottiin erilaisten tapahtumien ja tilaisuuksien järjestämistä nuorille.

6.3 Konttoreiden väliset erot

Molempien pankkien kyselyyn vastanneiden yhteenlaskettu määrä oli 196 henkilöä. Pääkonttorissa vastaajia oli yhteensä 95 ja sivukonttorissa yhteensä 101 henkilöä.

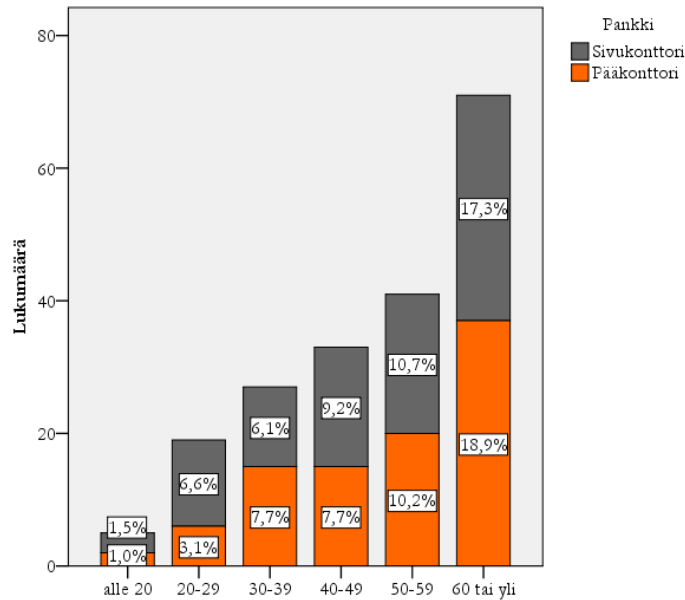
6.3.1 Taustatiedot

Kuviosta 41 nähdään molempien pankkien kyselyyn vastanneiden väliset erot sukupuolijakoumassa. Kaikista vastanneista 85 oli miehiä ja 109 naisia. Kaksi vastaajaa oli jättänyt kokonaan vastaamatta kysymykseen. Pääkonttorin sukupuolijakauma oli melko tasainen, kun taas sivukonttorissa oli enemmän nais- kuin miesvastaajia.



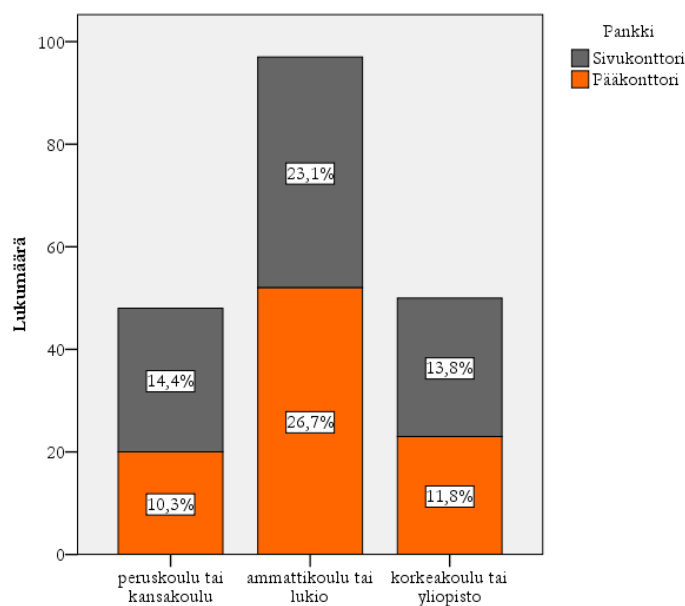
Kuvio 41. Pankkien välinen ero vastaajien sukupuolijakaumassa (n=194)

Kuvio 42 osoittaa molempien pankkien kyselyyn vastanneiden ikäjakauman. Molemmissa pankeissa oli selkeästi eniten vastaajia ikäryhmästä 60 tai yli. Alle 20 – vuotiaita oli molemmissa pankeissa vähiten. Suurin pankkien välinen ero oli ikäryhmässä 20 – 29 -vuotiaat, joita sivukonttorissa oli selkeästi enemmän. Muuten ikäryhmät olivat suhteellisen tasaiset.



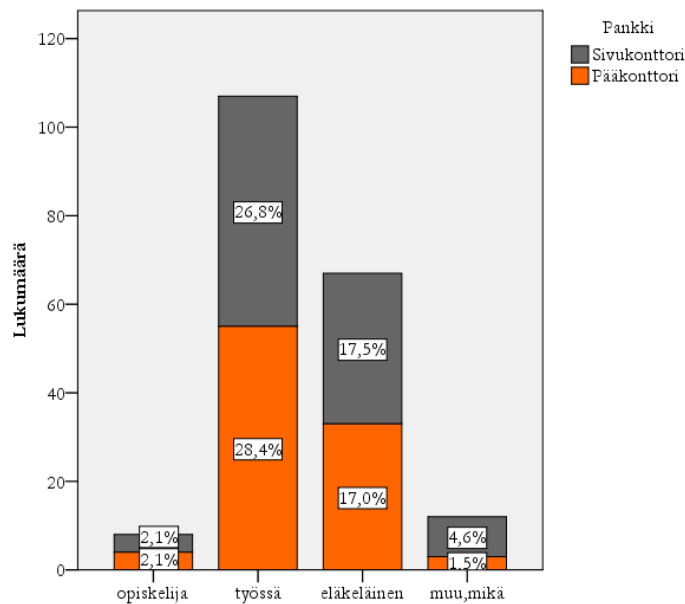
Kuvio 42. Pankkien välinen ero vastaajien ikäjakaumassa (n=196)

Kuvio 43 kertoo molempien pankkien kyselyyn vastanneiden väliset erot koulutustaustassa. Molemmissa pankeissa oli selkeästi eniten ammattikoulun tai lukion käyneitä vastaajia. Pääkonttorissa oli hieman enemmän korkeakoulun tai yliopiston kuin peruskoulun tai kansakoulun käyneitä. Sivukonttorissa tulos oli päinvastainen.



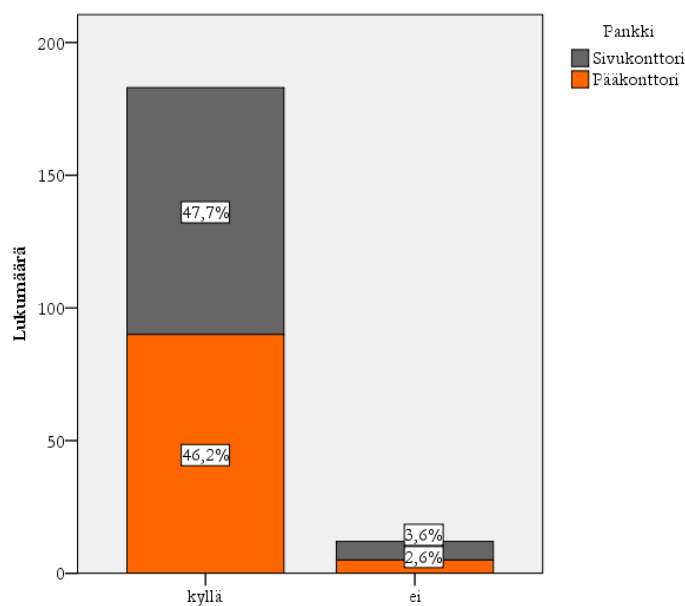
Kuvio 43. Pankkien välinen ero vastaajien koulutustaustassa (n=195)

Kuvio 44 osoittaa molempien pankkien kyselyyn vastanneiden elämänvaiheen. Selkeästi yli puolet molempien pankkien vastaajista olivat työssäkäyviä ja toiseksi eniten kyselyyn vastasivat eläkeläiset. Opiskelijoita kaikista vastanneista oli molemmissa pankeissa yhtä monta. Sivukonttorissa oli hieman pääkonttoria enemmän valittu vastausvaihtoehto muu.



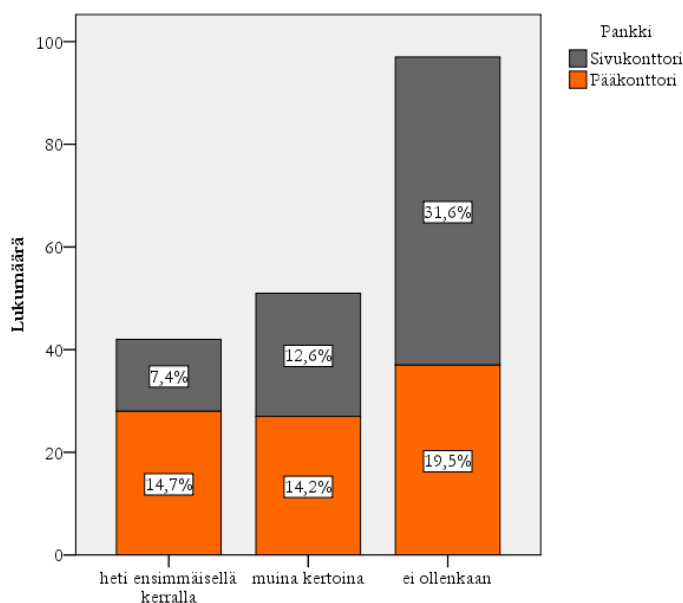
Kuvio 44. Pankkien välinen ero vastaajien elämänvaiheessa (n=194)

Kuvio 45 osoittaa pankkien väliset erot siihen, onko asiainut konttorilla ennen uudistusta. Molemmissa pankeissa oli melkein saman verran vastaajia, jotka olivat asioineet konttorilla ennen uudistusta. Pääkonttorissa luku oli 46,2 % ja sivukonttorissa 47,7 %. Molemmissa pankeissa oli melkein saman verran myös niitä, jotka eivät olleet käyneet konttorilla ennen uudistusta. Pääkonttorissa määrä oli melkein yhtä suuri kuin sivukonttorissa. Eroa oli vain 1 %.



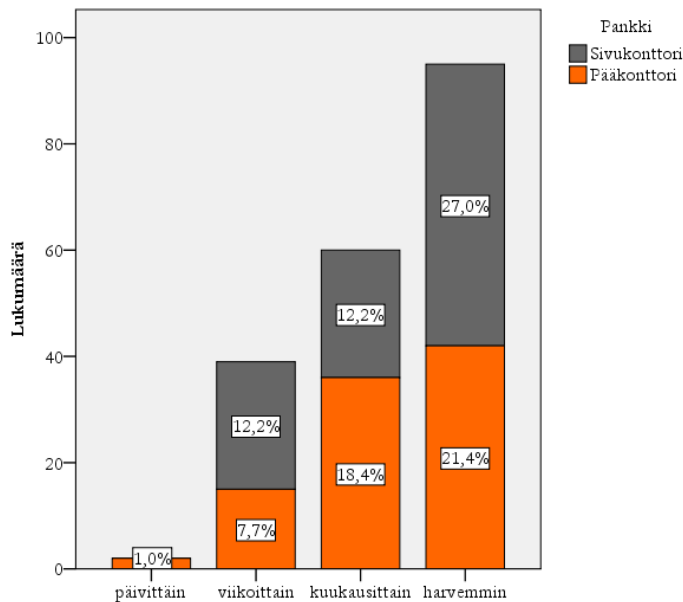
Kuvio 45. Pankkien välinen ero siihen, onko asiainut konttorissa ennen uudistusta (n=195)

Kuviosta 46 näkyy pankkien väliset erot siihen, onko uuden konttorimallin toiminnasta kerrottu asiakkaalle. Molemmissa pankeissa suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että heille ei ollut ollenkaan kerrottu miten uusi konttorimalli toimii. Konttoreiden välinen ero tässä oli hyvin pieni. Pääkonttorissa tätä mieltä oli 29,5 % ja sivukonttorissa luku oli 31,6 %. Pääkonttorissa 14,7 % vastaajista oli sitä mieltä, että heille oli heti ensimmäisellä kerralla kerrottu miten uusi konttorimalli toimii. Sivukonttorissa tätä mieltä oli 7,4 % vastaajista. Molemmissa pankeissa melkein yhtä monta vastaajaa oli sitä mieltä, että heille oli kerrottu asiasta muina kertoina. Eroa tässä oli vain 1,6 %.



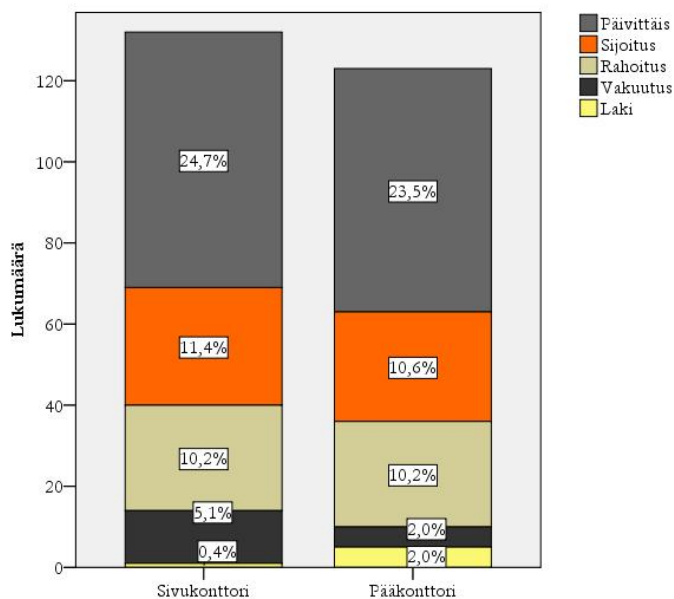
Kuvio 46. Pankkien välinen ero uudesta konttorimallista kertomisessa (n=190)

Kuviosta 47 näkyy pankkien väliset erot siihen, kuinka usein vastaajat asioivat pankissa. Suurin osa molempien pankkien vastaajista asioi pankissa harvemmin. Sivukonttorin vastaajat asioivat pankissa yhtä paljon viikoittain kuin kuukausittain. Kukaan vastanneista ei käy sivukonttorissa päivittäin. Pääkonttorissa 1,0 % vastaajista asioi konttorilla päivittäin, 7,7 % asioi konttorilla viikoittain ja 18,4 % vastaajista asioi konttorilla kuukausittain.



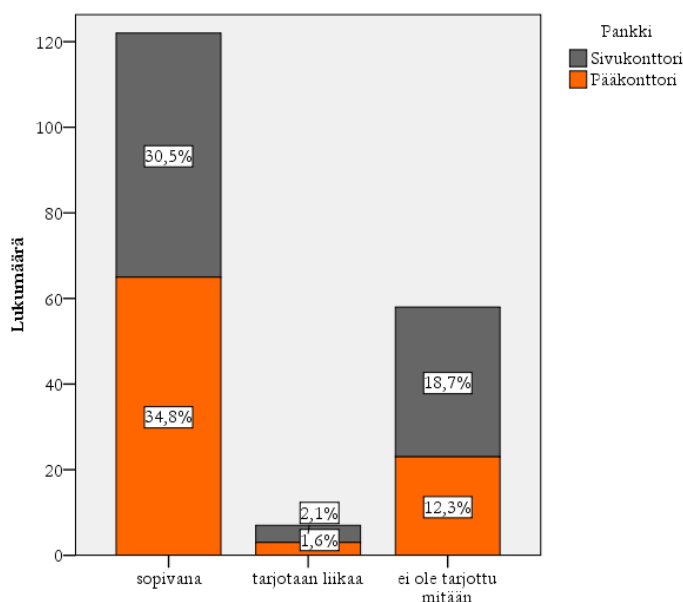
Kuvio 47. Pankkien välinen ero siihen, kuinka usein pankissa asioidaan (n=196)

Kuviosta 48 näkyy pankkien väliset erot siihen, millaisissa asioissa vastaajat useimmiten asioivat käydessään konttorissa. Molempien pankkien vastaajat asioivat konttorissa useimmiten päivittäisasiossa ja toiseksi eniten sijoitusasioissa. Pankkien väliset erot ovat hyvin pieniä. Rahoitusasioissa käyneiden lukumäärä on molemmissa pankeissa sama. Sivukonttorissa käydään pääkonttoria enemmän vakuutusasioissa, kun taas pääkonttorissa käydään yhtä paljon sekä vakuutus- että lakiasioissa.



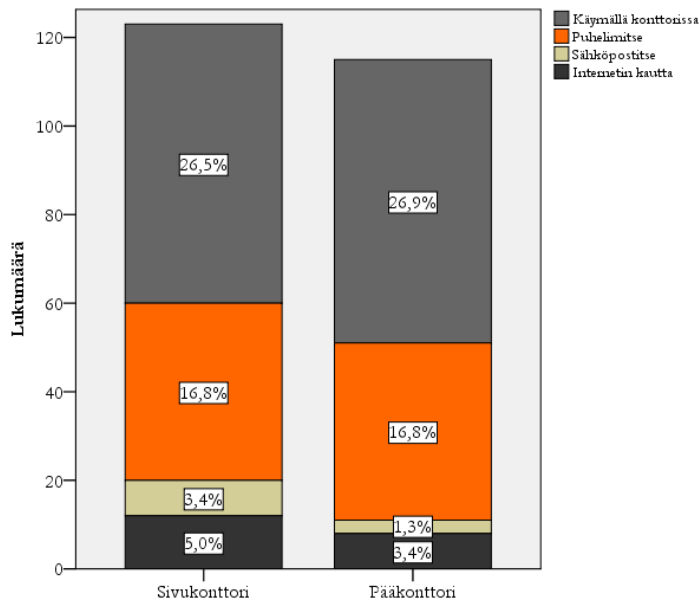
Kuvio 48. Pankkien välinen ero siihen, millaisissa asioissa useimmiten asioidaan konttorilla (n=196)

Kuvio 49 osoittaa pankkien väliset erot lisämyynnin kokemisessa pikapalvelupaikoilla. Suurin osa asiakkaista on kokenut lisämyynnin sopivana pikapalvelupaikoilla asioidessaan. Toiseksi suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että heille ei ole tarjottu mitään. Vain muutama vastaaja oli sitä mieltä, että heille tarjotaan liikaa lisäpalveluita. Tulokset ovat tämän kysymyksen kohdalla melko yhtäläiset molemmissa pankeissa. Vastauksissa on vain muutamia pieniä prosentuaalisia eroja.



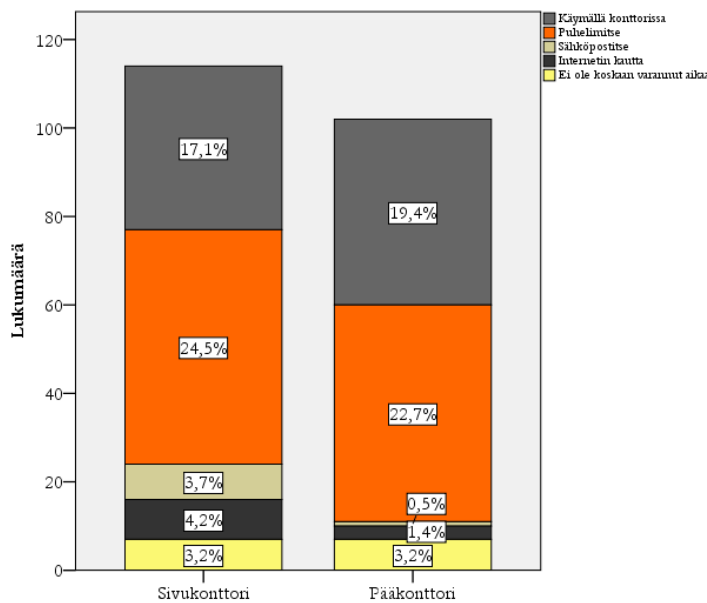
Kuvio 49. Pankkien välinen ero lisämyynnin kokemisessa (n=187)

Kuvio 50 osoittaa pankkien väliset erot siinä, miten vastaajat yleensä ottavat yhteyttä pankkiin. Molempien pankkien tulokset ovat melko yhtäläiset kysyttäessä sitä, miten vastaaja ottaa yhteyttä pankkiin tarvitessaan neuvoa. Molemmissa pankeissa yhteyttä otetaan ensisijaisesti käymälä konttorissa. Toiseksi eniten yhteyttä otetaan puhelimitse. Sähköpostin ja internetin osuus on selkeästi näitä muita vaihtoehtoja pienempi. Pääkonttorissa ainoastaan 4,7 % vastaajista varaa ajan sähköpostitse tai internetin kautta. Sivukonttorissa vastaava luku on 8,4 %. Sivukonttorissa käytetään siis melkein tuplasti enemmän sähköisiä yhteydenottokanavia kuin pääkonttorissa.



Kuvio 50. Pankkien välinen ero yhteydenotossa pankkiin (n=196)

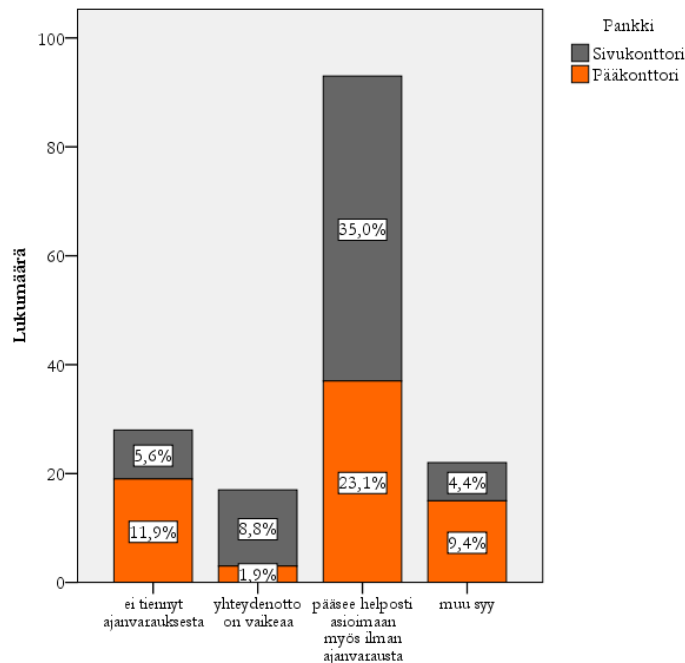
Kuvio 51 osoittaa pankkien väliset erot ajan varaamisessa pankkiin. Suurin osa molempien pankkien vastaajista varaa ajan puhelimitse. Toiseksi suurin osa vastaajista käy konttorissa varaamassa ajan. Sivukonttorissa aika varataan pääkonttoria enemmän myös sähköpostitse ja internetin kautta. Molemmissa pankeissa 3,2 % vastaajista oli vastannut, ettei ole koskaan varannut aikaa.



Kuvio 51. Pankkien välinen ero ajan varaamisessa pankkiin (n=196)

Kuviosta 52 näkyy pankkien välinen ero siihen, miksi aika saattaa jäädä varaamatta. Molemmissa pankeissa syy siihen on se, että pankkiin pääsee helposti asioimaan myös ilman ajanvarausta. Sivukonttorin vastaajista 5,6 % ei tiennyt ollenkaan ajanvarauksesta. Pääkonttorissa luku

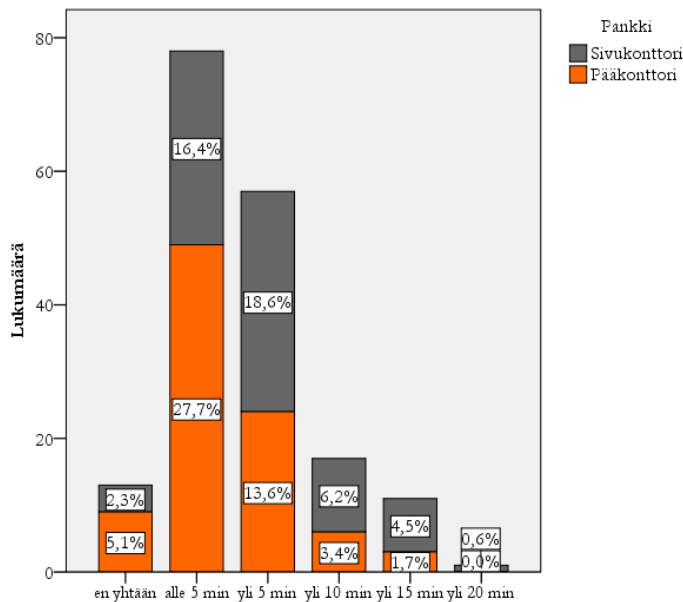
oli 11,9 %. Sivukonttorin vastaajista 8,8 % oli sitä mieltä, että yhteydenotto on vaikeaa. Pääkonttorissa vain 1,9 % vastaajista oli tätä mieltä. Sivukonttorissa 4,4 % vastaajista valitsi vastausvaihtoehdon muu syy, kun taas pääkonttorin vastaajista kyseisen vaihtoehdon valitsi 9,4 %.



Kuvio 52. Pankkien välinen ero siihen, miksi aika saattaa jäädä varaamatta. (n=160)

6.3.2 Odotusaika

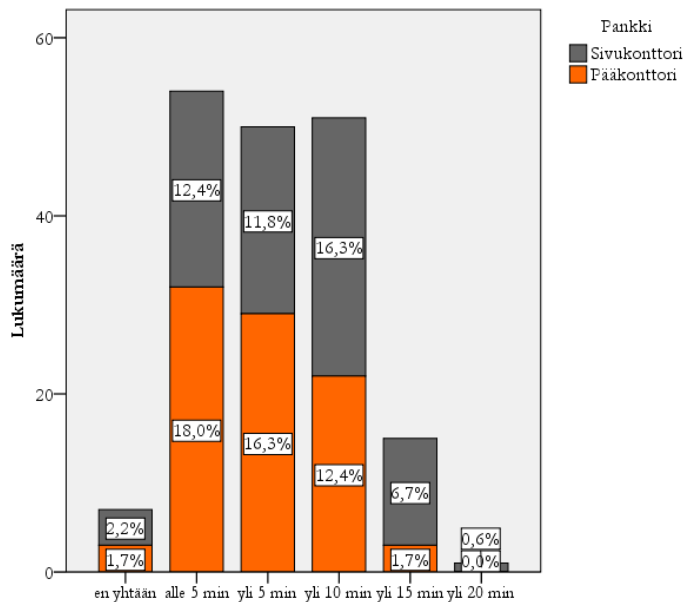
Kuviosta 53 näkyy pankkien välinen ero siihen, kuinka kauan vastaajat ovat keskimäärin joutuneet odottamaan vuoroaan kassalle. Suurin osa molempien pankkien vastaajista oli joutunut odottamaan vuoroaan kassalle alle 5 minuuttia. Toiseksi eniten vastaajat olivat joutuneet odottamaan vuoroaan yli 5 minuuttia. Nämä vastausvaihtoehdot olivat selkeästi suosituimmat molemmissa pankeissa. Muissa vastausvaihtoehdoissa oli eroa pankkien välillä. Sivukonttorissa 6,2 % vastaajista oli joutunut odottamaan vuoroaan yli 10 minuuttia, kun taas pääkonttorilla luku oli vain 3,4 %. Yli 15 minuuttia odottaneita oli sivukonttorissa 4,5 % ja pääkonttorissa vain 1,7 %. Pääkonttorissa kukaan vastanneista ei ollut joutunut odottamaan vuoroaan yli 20 minuuttia, sivukonttorissa luku oli 0,6 %. Sivukonttorissa vain 2,3 % vastaajista oli sitä mieltä, ettei ole yhtään joutunut odottamaan vuoroaan kassalle. Pääkonttorissa luku oli 5,1 %. Näiden tulosten perusteella sivukonttorissa on joutunut odottamaan vuoroaan pidempään kuin pääkonttorissa.



Kuvio 53. Pankkien välinen ero siihen, kuinka kauan on joutunut odottamaan vuoroaan kassalle (n=177)

Kuviosta 54 näkyy pankkien välinen ero siihen, kuinka kauan vastaajat ovat valmiita odottamaan vuoroaan kassalle. Pääkonttorin vastaajista suurin osa eli 18,0 % vastaajista oli valmis odottamaan vuoroaan kassalle vain alle 5 minuuttia, kun taas sivukonttorin vastaajista suurin osa eli 16,3 % oli valmis odottamaan vuoroaan yli 10 minuuttia. Toiseksi suurin osa sivukonttorin vastaajista oli valmis odottamaan alle 5 minuuttia ja yli 5 minuuttia. Ero näiden kahden vastausvaihtoehdon välillä oli todella pieni.

Pääkonttorilla erot eri vastausvaihtoehtojen välillä eivät olleet näin tasaisia. 16,3 % vastaajista oli valmis odottamaan yli 5 minuuttia ja 12,4 % vastaajista oli valmis odottamaan yli 10 minuuttia. Sivukonttorissa 0,6 % vastaajista oli valmis odottamaan jopa yli 20 minuuttia vuoroaan kassalle. Pääkonttorissa yksikään vastaajista ei ollut valinnut tätä vastausvaihtoehtoa. Vastaajia, jotka eivät olleet yhtään valmiita odottamaan vuoroaan kassalle, oli molemmissa konttoreissa melkein yhtä monta. Pankkien välinen ero tässä oli 0,5 %.

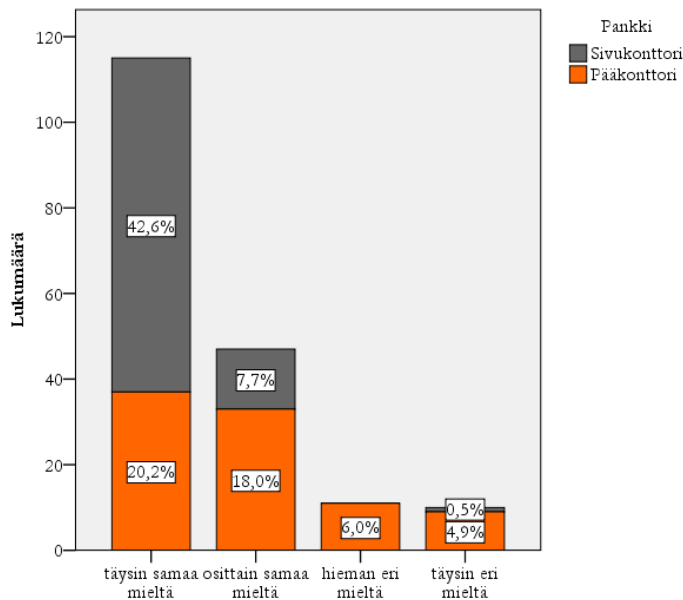


Kuvio 54. Pankkien välinen ero siihen, kuinka kauan on valmis odottamaan vuoroaan kassalle (n=178)

6.3.3 Kassapalvelut

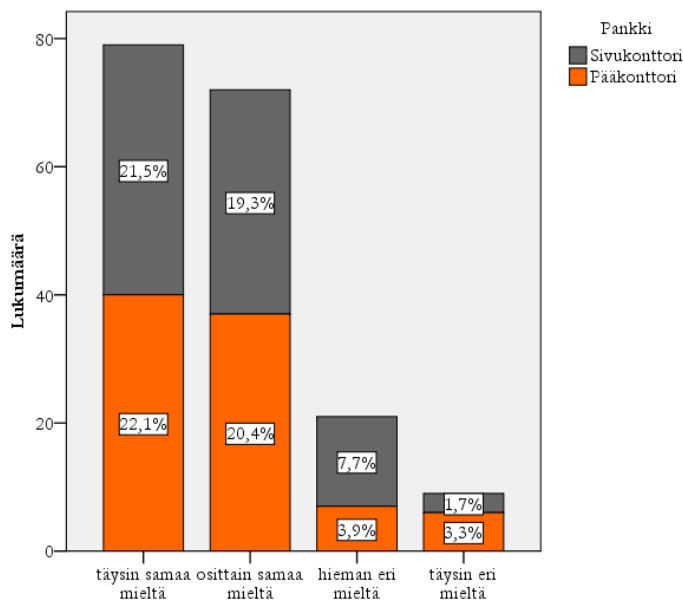
Kuvio 55 kertoo molempien pankkien kyselyyn vastanneiden mielipiteet vuoronumerojärjestelmästä. Kysymys vuoronumerojärjestelmästä oli pääkonttorissa erilainen kuin sivukonttorissa. Syy tähän oli se, että pääkonttorissa ei ole ollenkaan käytössä vuoronumerojärjestelmää. Tämän vuoksi väittämä olikin pääkonttorin kyselyssä muodossa kassa- ja vakuutuspalveluita varten oleva vuoronumerojärjestelmä olisi hyvä. Sivukonttorin kyselyssä väittämä esitettiin muodossa kassa- ja vakuutuspalveluita varten oleva vuoronumerojärjestelmä on hyvä.

Sivukonttorin vastaajista 42,6 % eli selkeästi suurin osa oli täysin samaa mieltä siitä, että vuoronumerojärjestelmä on hyvä. Vain 7,7 % vastaajista oli osittain samaa mieltä ja ainoastaan 0,5 % vastaajista oli täysin eri mieltä asiasta. Kukaan ei vastannut olevansa hieman eri mieltä asiasta. Pääkonttorin vastaajista 20,2 % oli täysin samaa mieltä ja 18,0 % osittain samaa mieltä siitä, että vuoronumerojärjestelmä olisi hyvä. 6,0 % vastaajista oli hieman eri mieltä ja 4,9 % vastaajista oli täysin eri mieltä asiasta. Pääkonttorissa erot eri vastausvaihtoehtojen välillä olivat huomattavasti tasaisemmat kuin sivukonttorissa.



Kuvio 55. Pankkien välinen ero vuoronumerojärjestelmää koskevaan väittämään (n=183)

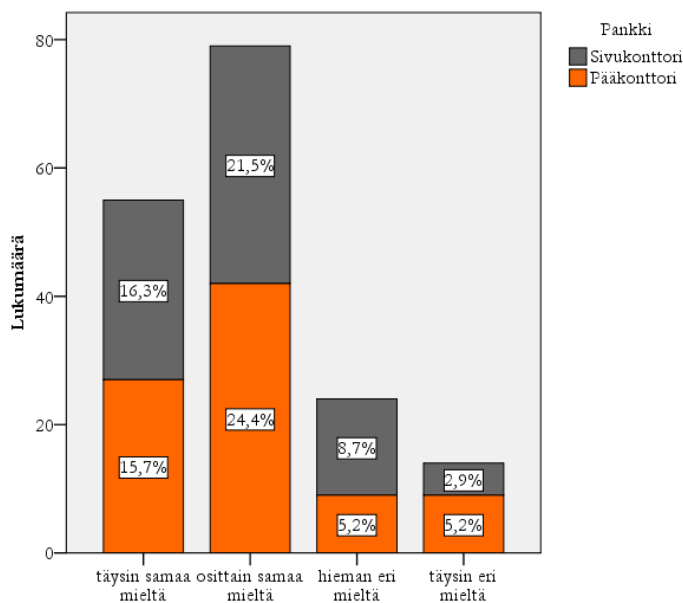
Kuvio 56 kertoo molempien pankkien kyselyyn vastanneiden väliset mielipide-erot jonon sujuvuudesta. Molemmissa pankeissa vastaajat olivat enimmäkseen täysin samaa mieltä ja osittain samaa mieltä siitä, että jono etenee sujuvasti. Pankkien välinen ero ei ollut tässä suuri eikä myöskään eri vastausvaihtoehtojen välinen ero. Sivukonttorissa oli puolet pääkonttoria enemmän vastaajia, jotka olivat hieman eri mieltä asiasta. Pääkonttorissa taas oli puolet enemmän vastaajia, jotka olivat täysin eri mieltä asiasta.



Kuvio 56. Pankkien välinen ero jonon sujuvuutta koskevaan väittämään (n=181)

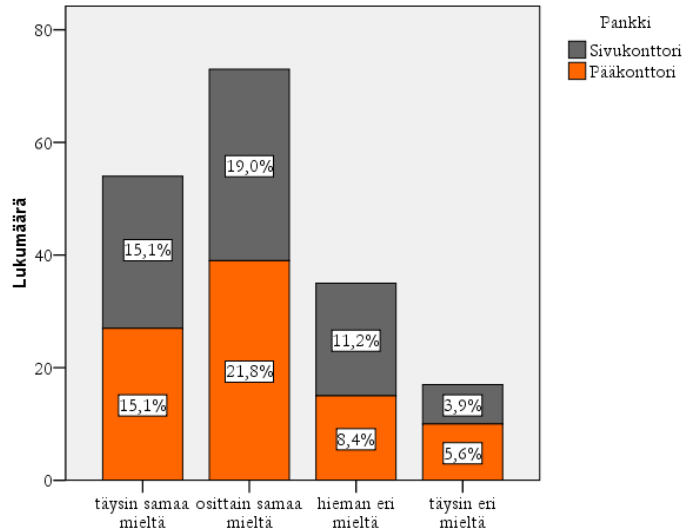
Kuvio 57 osoittaa pankkien väliset mielipide-erot jonotusaikojen lyhentymisestä. Sekä sivu- että pääkonttorissa suurin osa vastaajista oli osittain samaa mieltä siitä, että jonotusajat ovat

lyhentyneet uuden konttorimallin myötä. Toiseksi suurin osa molempien pankkien vastaajista oli asiasta täysin samaa mieltä. Sivukonttorissa vain 7,7 % vastaajista oli asiasta hieman eri mieltä ja 1,7 % vastaajista oli täysin eri mieltä. Pääkonttorissa yhtä monta vastaajaa oli asiasta hieman eri mieltä kuin täysin eri mieltä.



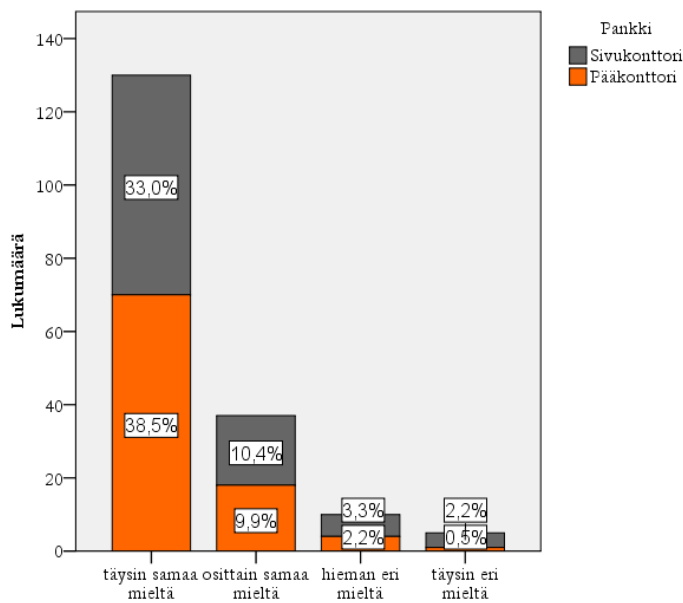
Kuvio 57. Pankkien välinen ero jonotusaikojen lyhentymistä koskevaan väittämään (n=172)

Kuvio 58 osoittaa pankkien väliset erot kassapaikkojen riittävyyttä koskevaan väittämään. Enemmistö vastaajista sanoi olevansa asiasta osittain samaa mieltä. Asiasta täysin samaa mieltä olevia oli molemmissa pankeissa yhtä monta, luku oli 15,1 %. Molemmissa pankeissa oltiin myös enemmän hieman eri mieltä kuin täysin eri mieltä asiasta. Sivukonttorissa oltiin selkeästi enemmän hieman eri mieltä asiasta. Pääkonttorissa ero oli selkeästi tasaisempi näiden kahden vastausvaihtoehdon välillä.



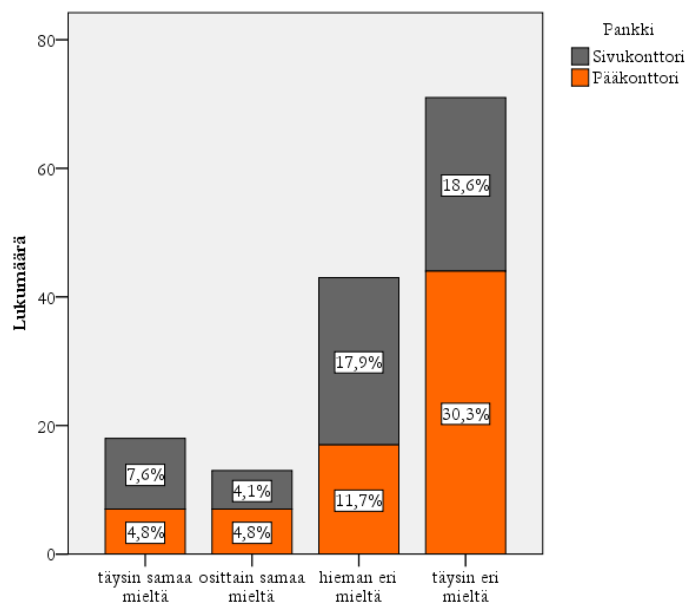
Kuvio 58. Pankkien välinen ero kassapaikkojen riittävyyttä koskevaan väittämään (n=179)

Kuviosta 59 näkyy pankkien väliset mielipide-erot siihen, että kassalla hoidetaan vain käteisasiat. Molempien pankkien vastaajat olivat hyvin selkeästi täysin samaa mieltä siitä, että on hyvä että kassalla hoidetaan vain käteiseen rahaan liittyvät asiat. Kaikista 196 vastaajasta yhteensä 71,5 % oli tätä mieltä. Molemmissa pankeissa yhteensä 20,3 % vastaajista oli osittain samaa mieltä asiasta. Sivukonttorin vastaajista 3,3 % oli asiasta hieman eri mieltä ja 2,2 % oli täysin eri mieltä. Pääkonttorissa hieman eri mieltä olleita oli 2,2 % ja vain 0,5 % vastaajista oli asiasta täysin eri mieltä.



Kuvio 59. Pankkien välinen ero kassalla hoidettaviin asioihin liittyvään väittämään (n=182)

Kuvio 60 osoittaa pankkien väliset erot siihen, haluaisiko vastaaja että kassalla hoidettaisiin vielä jokin muu palvelu. Pääkonttorin vastaajista 30,3 % oli täysin eri mieltä siitä, että haluaisi vielä jonkun muun palvelun hoidettavan kassalla. Vastaajista 11,7 % oli asiasta hieman eri mieltä. Sivukonttorin vastaajista melkein yhtä moni oli vastannut olevansa täysin eri mieltä kuin hieman eri mieltä. Eroa oli vain 0,7 % verran. Pääkonttorin vastaajista yhtä moni oli asiasta täysin samaa mieltä kuin osittain samaa mieltä. Sivukonttorissa 7,6 % vastaajista oli täysin samaa mieltä ja 4,1 % vastaajista oli osittain eri mieltä asiasta.



Kuvio 60. Pankkien välinen ero väittämään, että haluaisiko vielä jonkun muun palvelun hoidettavan kassalla (n=145)

Taulukko 3. Kyselyn keskiarvot kassapalveluita koskeviin väittämiin

Kysymys	Keskiarvo
Vuoronumerojärjestelmä	1,54
Jonon sujuvuus	1,78
Jonotusaikojen lyhentäminen	1,98
Kassapaikkojen riittävyys	2,08
Käteiseen liittyvät asiat	1,40
Muut palvelut kassalla	3,15

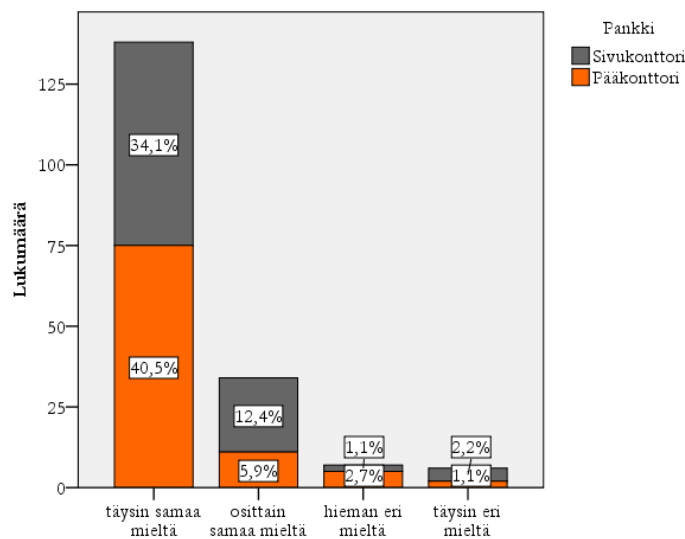
1=täysin samaa mieltä, 2=osittain samaa mieltä, 3=hieman eri mieltä, 4=täysin eri mieltä.

Taulukosta 3 näkee kassapalveluita koskevien väittämien keskiarvot. Vain väittämässä on hyvä, että kassalla hoidetaan vain käteiseen liittyvät asiat, oli keskiarvo lähimpänä täysin samaa mieltä

olevaa vastausvaihtoehtoa. Väittämä, että haluaisi vielä jonkun muun palvelun hoidettavan kassalla, oli ainut jolla keskiarvo taas oli lähimpänä hieman eri mieltä olevaa vastausvaihtoehtoa. Muiden väittämien keskiarvo oli lähimpänä osittain samaa mieltä olevaa vastausvaihtoehtoa.

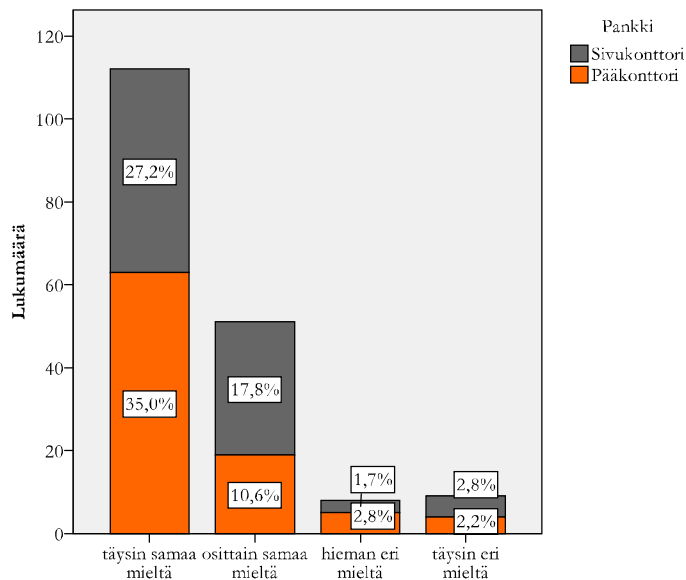
6.3.4 Asiointirauha ja viihtyvyys

Kuvio 61 osoittaa molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että saa asioida rauhassa. Molempien pankkien suosituin vastausvaihtoehto väittämään oli täysin samaa mieltä. Pääkonttoriin osuus kaikista vastanneista oli 40,5 % ja sivukonttorin 34,1 %. Pääkonttorin osuus vastausvaihtoehtoon osittain samaa mieltä oli 5,9 % ja sivukonttorin 12,4 %. Hieman eri mieltä vastanneiden osuus oli pääkonttorissa 2,7 % ja sivukonttorissa ainoastaan 1,1 %. Täysin eri mieltä olevien pääkonttorin vastaajien osuus oli ainoastaan 1,1 % kun taas sivukonttorissa luku oli 2,2 %.



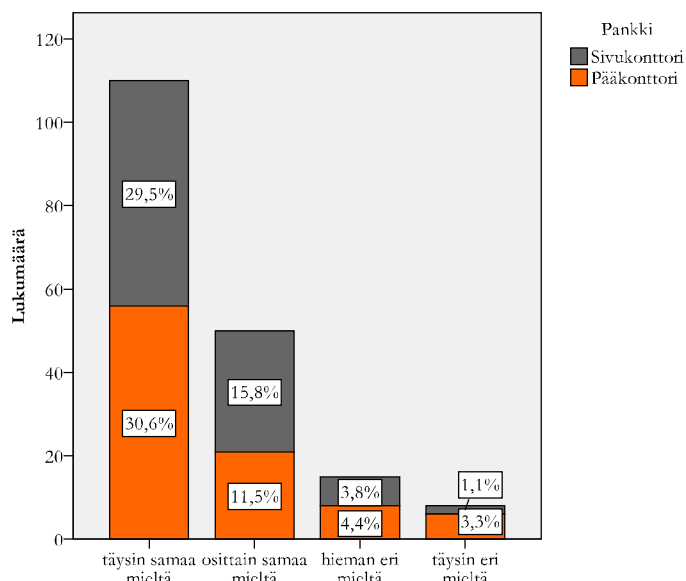
Kuvio 61. Pankkien välinen ero väittämään, että saa asioida rauhassa (n=185)

Kuviosta 62 näkee molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väitteeseen, että asiointirauha on parantunut uuden konttorimallin myötä. 62,2 % kaikista vastanneista oli täysin samaa mieltä asiasta, osittain samaa mieltä oli 28,4 %, hieman eri mieltä oli 4,5 % ja täysin eri mieltä oli 5,0 %. Pääkonttorissa oli enemmän täysin samaa mieltä olevia ja hieman eri mieltä olevia, kuin sivukonttorissa. Osittain samaa mieltä olevia ja täysin eri mieltä olevia löytyi taas sivukonttorista enemmän.



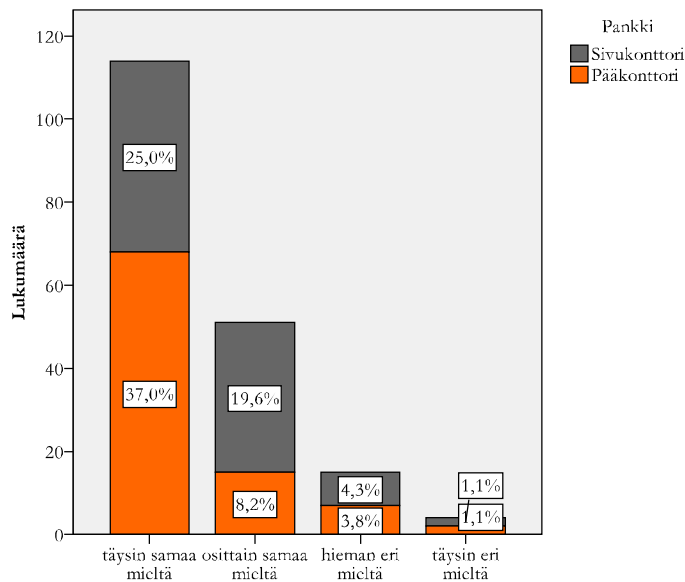
Kuvio 62. Pankkien välinen ero väittämään, että asiointirauha on parantunut uuden konttorimallin myötä(n=180)

Kuvio 63 osoittaa molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väitteeseen, että konttorin viihtyvyys on parantunut uuden konttorimallin myötä. Kaikista vastanneista 60,1 % oli asiasta täysin samaa mieltä. Osittain samaa mieltä oli 27,3 %, hieman eri mieltä 8,2 % ja täysin eri mieltä 4,4 %. Sekä pää- että sivukonttorissa oli melkein yhtä moni vastaajista täysin samaa mieltä ja hieman eri mieltä. Suurin ero oli osittain samaa mieltä olevien ja täysin eri mieltä olevien välillä. Sivukonttorissa oli enemmän osittain samaa mieltä olevia, kun taas pääkonttorissa oli enemmän täysin eri mieltä olevia.



Kuvio 63. Pankkien välinen ero väittämään, että viihtyvyys on parantunut uuden konttorimallin myötä (n=183)

Kuvio 64 osoittaa molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väitteeseen, että palvelupaikkojen mukavuus on hyvä. Jopa 62,0 % kaikista vastanneista oli sanonut olevansa täysin samaa mieltä asiasta. Vastanneista 27,8 % oli osittain samaa mieltä, 8,1 % hieman eri mieltä ja 2,2 % täysin eri mieltä. Pääkonttorissa oli huomattavasti enemmän täysin samaa mieltä olevia kuin sivukonttorissa. Tulos oli päinvastainen osittain samaa mieltä olevien kanssa. Lähes yhtä monta vastaajaa oli hieman eri mieltä ja täysin eri mieltä oli kaksi henkilöä kummastakin pankista.



Kuvio 64. Pankkien välinen ero väittämään, että palvelupaikkojen mukavuus on hyvä (n=184)

Taulukko 4. Kyselyn keskiarvot asiointirauhaa ja viihtyvyyttä koskeviin väittämiin

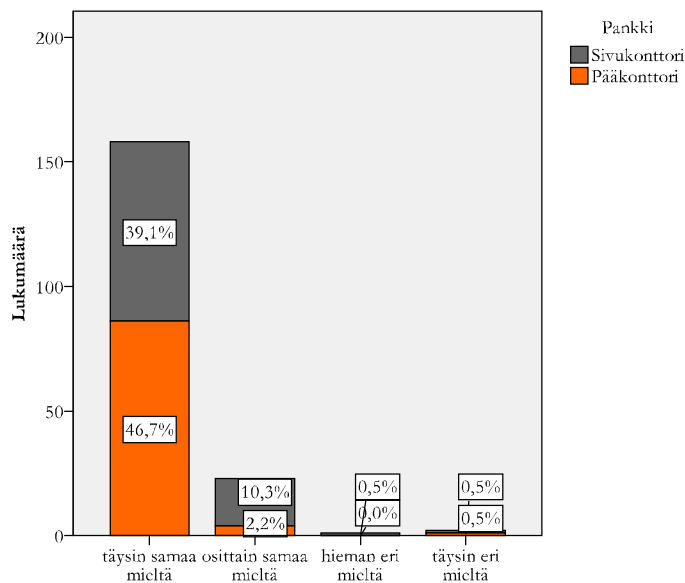
Kysymys	Keskiarvo
Asiointirauha	1,36
Asiointirauhan parantuminen	1,52
Konttorin viihtyvyyden parantuminen	1,57
Palvelupaikkojen mukavuus	1,51

1=täysin samaa mieltä, 2=osittain samaa mieltä, 3=hieman eri mieltä, 4=täysin eri mieltä.

Taulukko 4 osoittaa vastauksien keskiarvot asiointirauhaa ja viihtyvyyttä koskeviin väittämiin. Ainoastaan asiointirauhasta olevan väittämän keskiarvo oli lähempänä täysin samaa mieltä olevaa vastausvaihtoehtoa. Keskiarvot muista väitteistä olivat lähempänä osittain samaa mieltä olevaa mielipidettä.

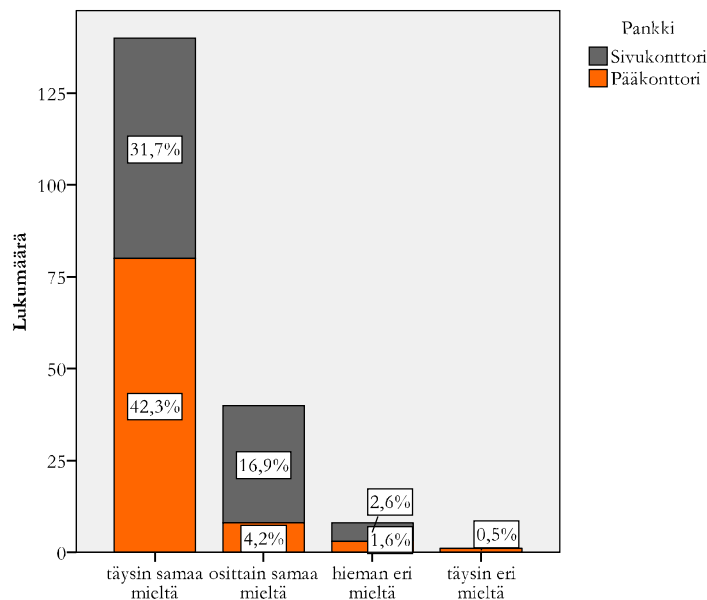
6.3.5 Palvelu

Kuvio 65 osoittaa molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että vastaaja on otettu hyvin vastaan savuttua konttoriin. Kaikista vastanneista jopa 85,8 % oli täysin samaa mieltä asiasta. Pääkonttorissa oli hieman enemmän esiintynyt tätä mielipidettä. Osittain samaa mieltä väittämästä oli 12,5 %, joista suurin osa oli sivukonttorin asiakkaita. Hieman eri mieltä oli ainoastaan yksi henkilö (0,5 %), joka oli osallistunut sivukonttorin kyselyyn. Täysin eri mieltä oli kaksi henkilöä (1,0 %), yksi molemmista konttoreista.



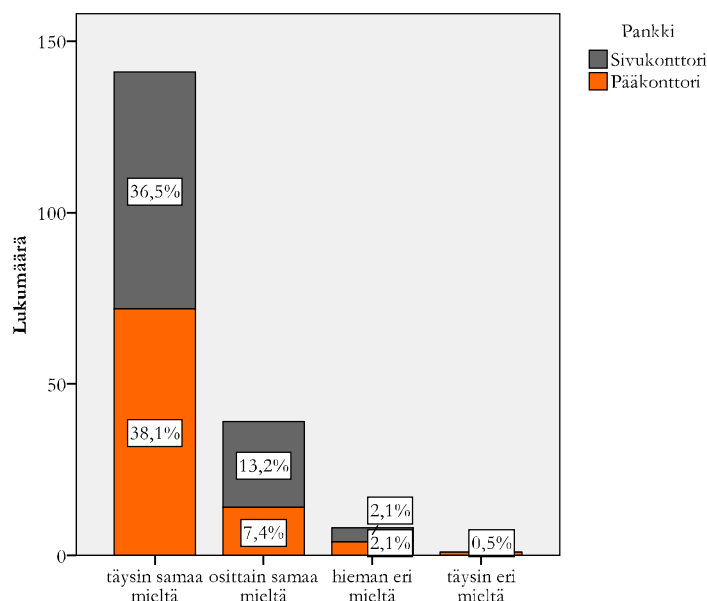
Kuvio 65. Pankkien välinen ero väittämään, että on otettu hyvin vastaan tultuaan pankin konttoriin (n=184)

Kuviosta 66 voi tarkastella molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väitteeseen, että vastaaja on tyytyväinen osuuspankin palveluun. Vastanneista yhteensä 74,0 % oli väittämästä täysin samaa mieltä. Osittain samaa mieltä oli 21,1 %, hieman eri mieltä oli 4,2 % ja täysin eri mieltä 0,5 %. Pääkonttorissa oli 20 henkilöä sivukonttoria enemmän kertonut olevansa täysin samaa mieltä väittämästä. Sivukonttorissa jopa 32 henkilöä oli osittain samaa mieltä kun pääkonttorissa luku oli 8 henkilöä. Myös mielipidettä hieman eri mieltä esiintyi sivukonttorissa enemmän kuin pääkonttorissa. Täysin eri mieltä oli vain yksi henkilö, joka oli pääkonttorin asiakas.



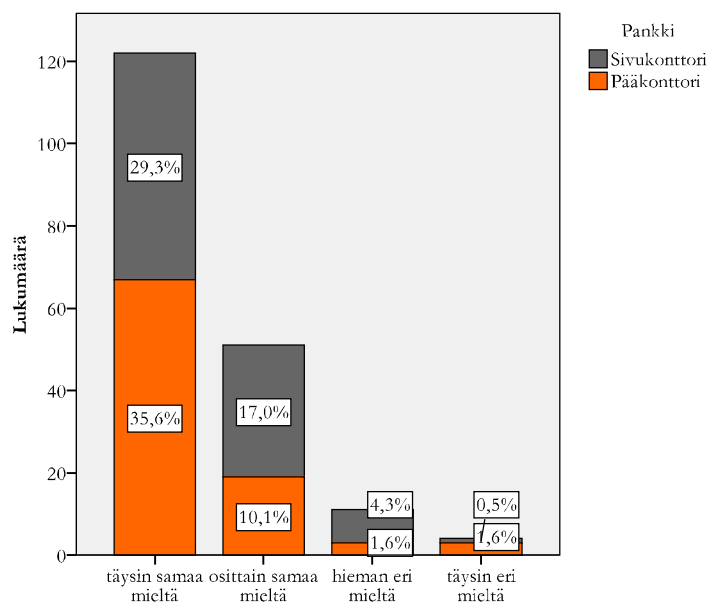
Kuvio 66. Pankkien välinen ero väittämään, että on tyytyväinen osuuspankin palveluun (n=189)

Kuviosta 67 voi tarkastella molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että saatu palvelu on ollut joustavaa. Molemmista pankeista oli yhteensä 74,6 % täysin samaa mieltä olevaa. Ero pankkien välillä oli melko vähäinen. Osittain samaa mieltä vastanneista oli 20,6 %, joista suurin osa oli sivukonttorin asiakkaita. Hieman eri mieltä olevia oli molemmista pankeista yhtä monta, yhteensä 4,2 %. Täysin eri mieltä oli vain yksi vastaaja, joka oli vastannut pääkonttorin kyselyyn.



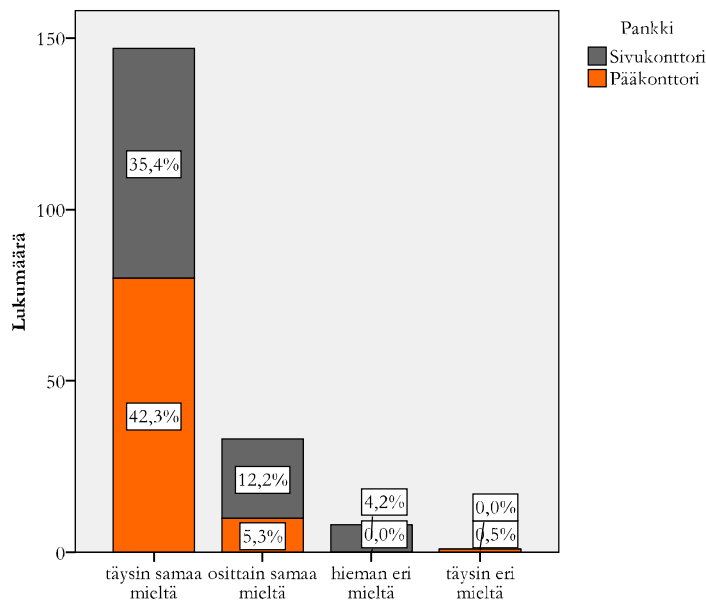
Kuvio 67. Pankkien välinen ero väittämään, että saatu palvelu on joustavaa (n=189)

Kuviosta 68 näkee molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että palvelu on laadukasta ja asiantuntevaa. Molemmista pankeista suurin osa oli väittämästä täysin samaa mieltä. Tätä mielipidettä esiintyi yhteensä 64,9 %:lla kaikista vastanneista, ja heistä suurin osa oli pääkonttorin vastaajia. Osittain samaa mieltä oli 27,1 %, joista enemmistö oli sivukonttorin kyselyyn osallistuneita. Myös hieman eri mieltä olevia oli eniten sivukonttorissa ja yhteensä molemmista pankeista heitä oli 5,9 % vastanneista. 16,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä, ja heistä kolme oli pääkonttorin asiakkaita ja yksi oli sivukonttorin asiakas.



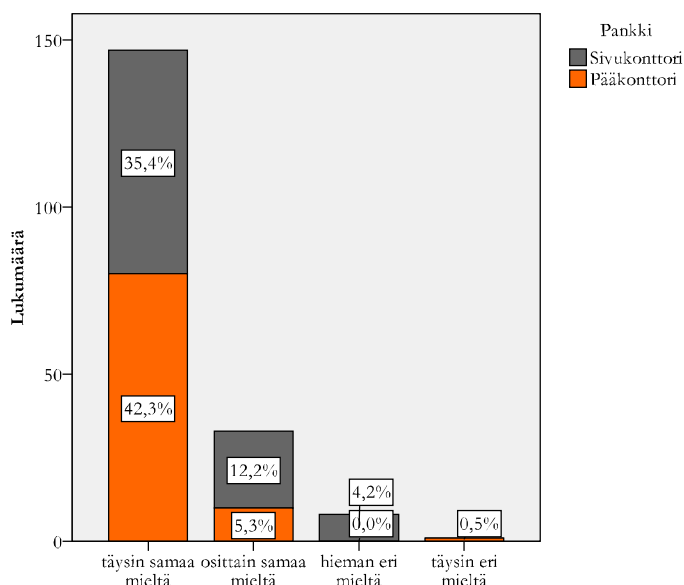
Kuvio 68. Pankkien välinen ero väittämään, että palvelu etenee sujuvasti (n=188)

Kuvio 69 osoittaa molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että palvelu on laadukasta ja asiantuntevaa. Vastanneista 77,7 % oli kertonut olevansa täysin samaa mieltä, 17,5 % oli osittain samaa mieltä, 4,2 % hieman eri mieltä ja 0,5 % täysin eri mieltä asiasta. Pääkonttorin kyselyyn oli enemmän valittu vaihtoehto täysin samaa mieltä, kun taas sivukonttorissa oli vastattu enemmän vaihtoehtoon osittain samaa mieltä. Ainoastaan sivukonttorissa esiintyi mielipide hieman eri mieltä, kun taas ainoastaan pääkonttorissa esiintyi mielipide täysin eri mieltä.



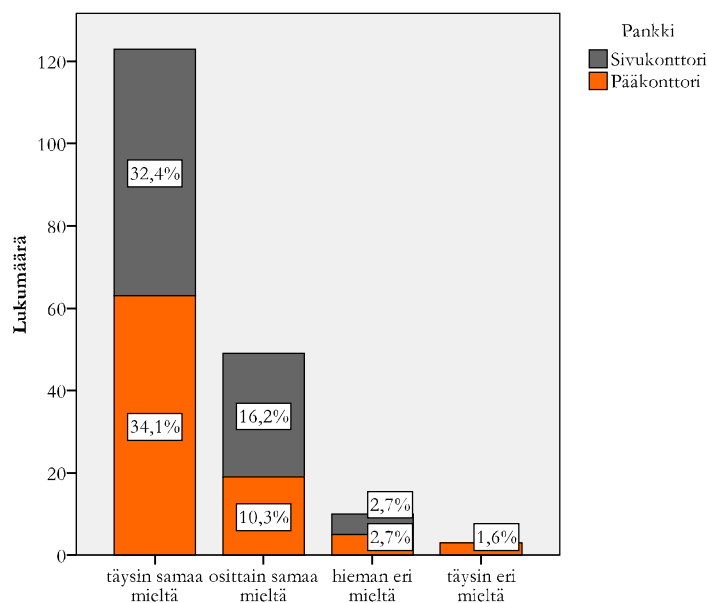
Kuvio 69. Pankkien välinen ero väittämään, että palvelu on laadukasta ja asiantuntevaa (n=189)

Kuvio 70 osoittaa molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että uusi konttorimalli on parantanut palvelun laatua ja sujuvuutta. Pääkonttorissa 42,3 % oli asiasta täysin samaa mieltä ja sivukonttorissa luku oli 35,4 %. Pääkonttorissa kukaan vastaajista ei ollut asiasta hieman eri mieltä, kun taas sivukonttorissa luku oli 4,2 %. Sivukonttorin vastaajista kukaan ei ollut asiasta täysin eri mieltä, kun taas pääkonttorissa luku oli 0,5 %. Sivukonttorissa oli siis enemmän hieman eri mieltä olevia ja pääkonttorissa enemmän täysin eri mieltä olevia.



Kuvio 70. Pankkien välinen ero väittämään, että uusi konttorimalli on parantanut palvelun laatua ja sujuvuutta (n=181)

Kuvio 71 osoittaa molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että mainoslause ”kaikki palvelut saman katon alta” pitää hyvin paikkansa. Kaikista vastanneista yli puolet eli 66,5 % oli täysin samaa mieltä. 26,5 % oli osittain samaa mieltä, 5,4 % hieman eri mieltä ja ainoastaan 1,6 % täysin eri mieltä. Pääkonttorissa oli sivukonttoria enemmän täysin samaa mieltä olevia, kun taas sivukonttorissa oli enemmän osittain samaa mieltä olevia. Molemmista konttoreista yhtä moni vastaaja oli hieman eri mieltä. Täysin eri mieltä olevat olivat kaikki pääkonttorin asiakkaita.



Kuvio 71. Pankkien välinen ero väittämään, että mainoslause ”kaikki palvelut saman katon alta” pitää hyvin paikkansa (n=185)

Taulukko 5. Kyselyn keskiarvot palvelua koskeviin väittämiin

Kysymys	Keskiarvo
Vastaanottaminen	1,17
Tyytyväisyys osuuspankin palveluun	1,31
Palvelun joustavuus	1,31
Palvelun sujuvuus	1,45
Palvelun laatu ja asiantuntevuus	1,28
Palvelun laadun ja sujuvuuden parantuminen	1,71
Mainoslauseen paikkansapitävyys	1,42

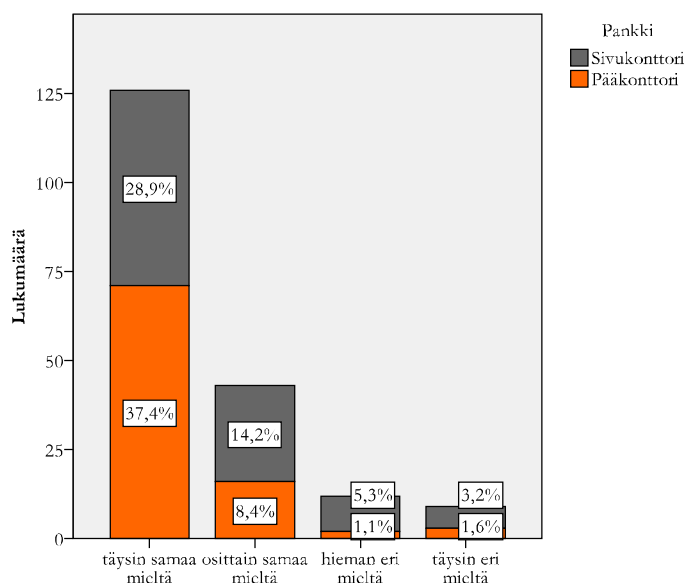
1=täysin samaa mieltä, 2=osittain samaa mieltä, 3=hieman eri mieltä, 4=täysin eri mieltä.

Taulukosta 5 selviää palvelua koskevien kysymysten keskiarvot. Väittäjä, että uusi konttormalli on parantanut palvelun laatua, oli ainut jonka keskiarvo oli lähempänä vastausvaihtoehtoa

toa osittain samaa mieltä. Muut väittämät olivat selkeästi lähempänä täysin samaa mieltä olevaa mielipidettä.

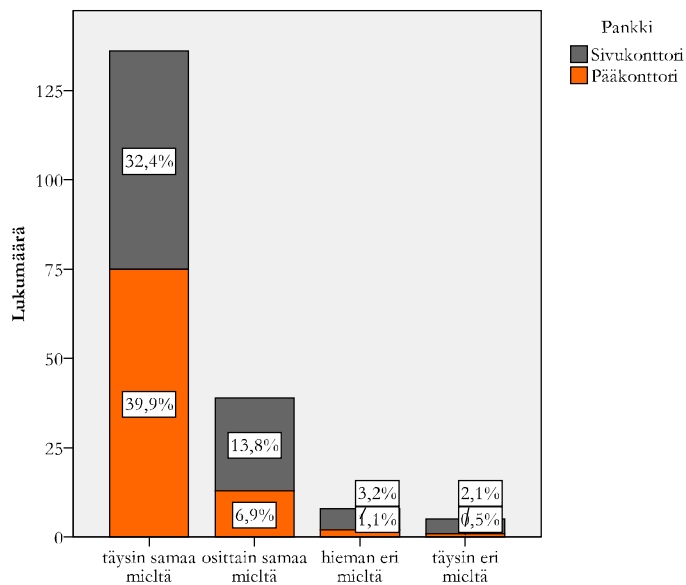
6.3.6 Yhteydenotto ja ajanvaraus

Kuviosta 72 voi tarkastella molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että yhteydenotto pankkiin on helppoa. Suurin osa molemmista pankeista oli vastannut olevansa täysin samaa mieltä, heitä oli yhteensä 66,3 %. Osittain samaa mieltä oli 22,6 %, hieman eri mieltä oli 6,4 % ja täysin eri mieltä oli 4,8 %. Täysin samaa mieltä olevia löytyi pääkonttorista enemmän kuin sivukonttorista. Osittain samaa mieltä, hieman eri mieltä ja täysin eri mieltä olevia oli sivukonttorissa enemmän.



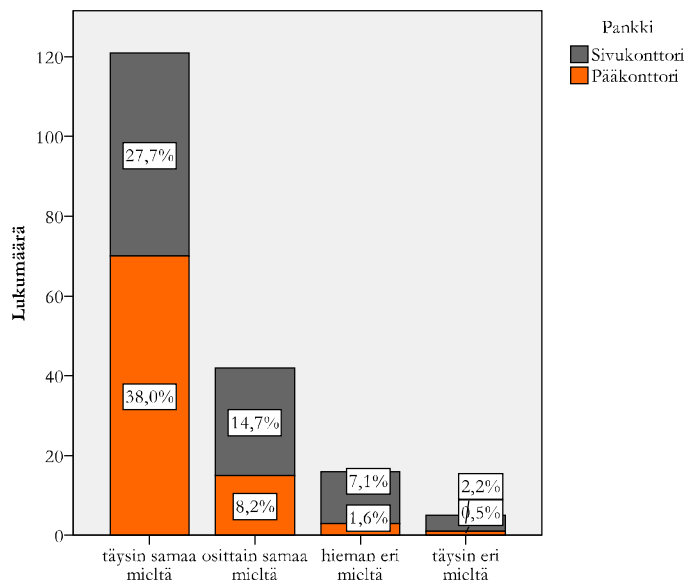
Kuvio 72. Pankkien välinen ero väittämään, että yhteydenotto pankkiin on helppoa (n=190)

Kuvio 73 osoittaa molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että yhteydenotomahdollisuuksia on tarpeeksi. Suurin osa molempien pankkien vastaajista oli vastannut olevansa väittämästä täysin samaa mieltä, heitä oli yhteensä 72,3 %. Osittain samaa mieltä oli 20,7 %, hieman eri mieltä oli 4,3 % ja täysin eri mieltä oli 2,6 %. Täysin samaa mieltä olevia löytyi pääkonttorista enemmän kuin sivukonttorista. Osittain samaa mieltä, hieman eri mieltä ja täysin eri mieltä olevia oli sivukonttorissa enemmän.



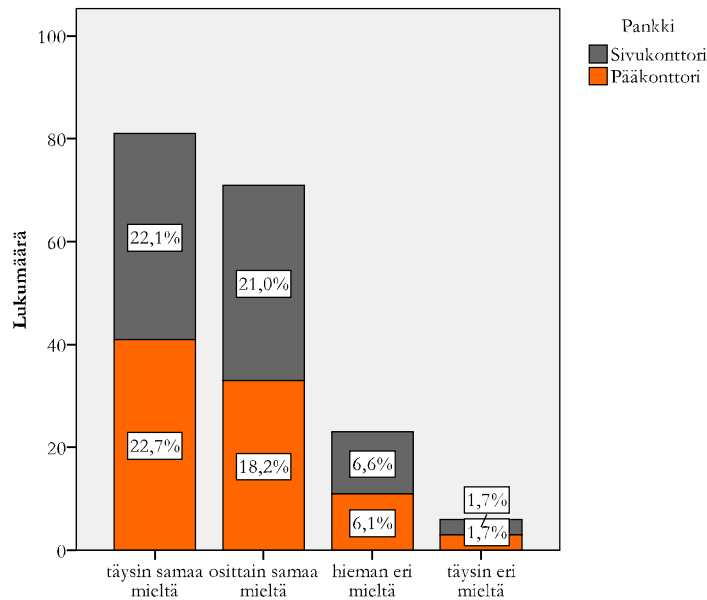
Kuvio 73. Pankkien välinen ero väittämään, että yhteydenottomahdollisuuksia on tarpeeksi. (n=188)

Kuvio 74 osoittaa molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että ajan varaaminen neuvottelijalle on helppoa. Kaikista vastanneista oli yli puolet eli 65,7 % täysin samaa mieltä. 22,9 % oli osittain samaa mieltä, 8,7 % hieman eri mieltä ja 2,7 % täysin eri mieltä. Täysin samaa mieltä olevia oli pääkonttorissa enemmän kuin sivukonttorissa. Osittain samaa mieltä, hieman eri mieltä ja täysin eri mieltä olevia oli sivukonttorissa enemmän.



Kuvio 74. Pankkien välinen ero väittämään, että ajan varaaminen neuvottelijalle on helppoa. (n=184)

Kuvio 75 osoittaa molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että asiat saa hoidettua myös ilman ajanvarausta. Alle puolet oli väittämästä täysin samaa mieltä, heitä oli yhteensä 44,8 %. Melkein yhtä suuri osa eli yhteensä 39,2 % oli osittain samaa mieltä. Vastanneista 12,7 % oli hieman eri mieltä ja 3,4 % täysin eri mieltä. Pääkonttorissa oli enemmän täysin samaa mieltä olevia. Sivukonttorissa oli enemmän osittain samaa mieltä olevia ja hieman eri mieltä olevia. Yhtä moni kummastakin pankista oli täysin eri mieltä asiasta.



Kuvio 75. Pankkien välinen ero väittämään, että asiat saa hoidettua myös ilman ajanvarausta. (n=181)

Taulukko 6. Kyselyn keskiarvot yhteydenottoa ja ajanvarausta koskeviin väittämiin

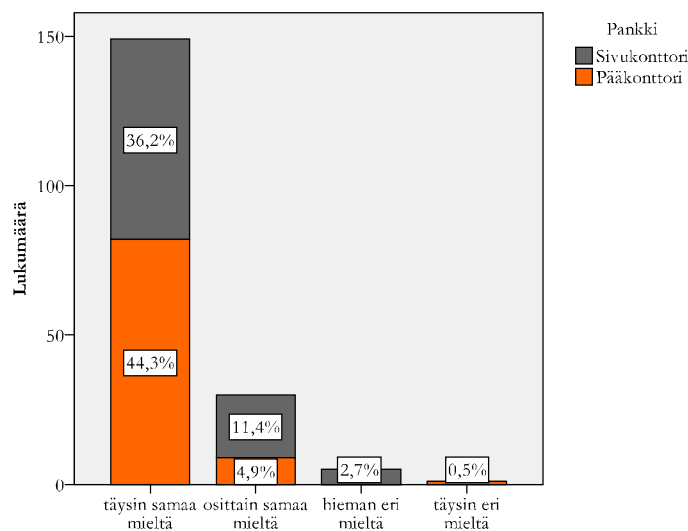
Kysymys	Keskiarvo
Yhteydenoton helppous	1,49
Yhteydenottomahdollisuudet	1,37
Ajanvaraamisen helppous	1,48
Asioiden hoitaminen ilman ajanvarausta	1,75

1=täysin samaa mieltä, 2=osittain samaa mieltä, 3=hieman eri mieltä, 4=täysin eri mieltä.

Taulukko 6 osoittaa yhteydenottoa ja ajanvarausta koskevien väittämien keskiarvot. Ainoastaan väittäjä, että asiat saa hoidettua myös ilman ajanvarausta, oli lähempänä osittain samaa mieltä olevaa vaihtoehtoa. Muiden väittämien keskiarvot olivat lähempänä täysin samaa mieltä olevaa vaihtoehtoa.

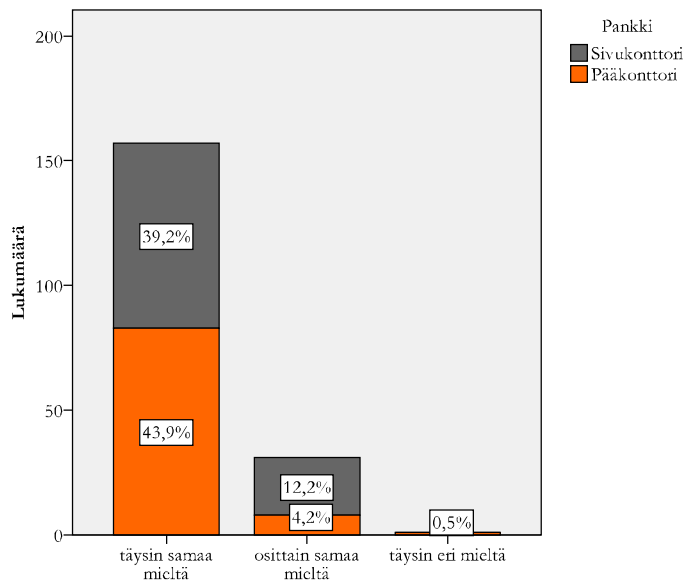
6.3.7 Opasteet ja opastus

Kuviosta 76 käy ilmi molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että infosta saa asiantuntevaa neuvoa ja opastusta. Molemmissa konttoreissa suurin osa vastanneista oli täysin samaa mieltä asiasta, heitä oli yhteensä 80,5 %. Pääkonttorissa täysin samaa mieltä olevia oli enemmän kuin sivukonttorissa, kun taas osittain samaa mieltä olevia oli sivukonttorissa enemmän. Osittain samaa mieltä oli 16,2 %. Sivukonttorissa oli pieni määrä hieman eri mieltä olevia (2,7 %), kun taas pääkonttorissa ei esiintynyt kyseistä mielipidettä lainkaan. Täysin eri mieltä oli yksi pääkonttorin kyselyyn vastannut (0,5 %).



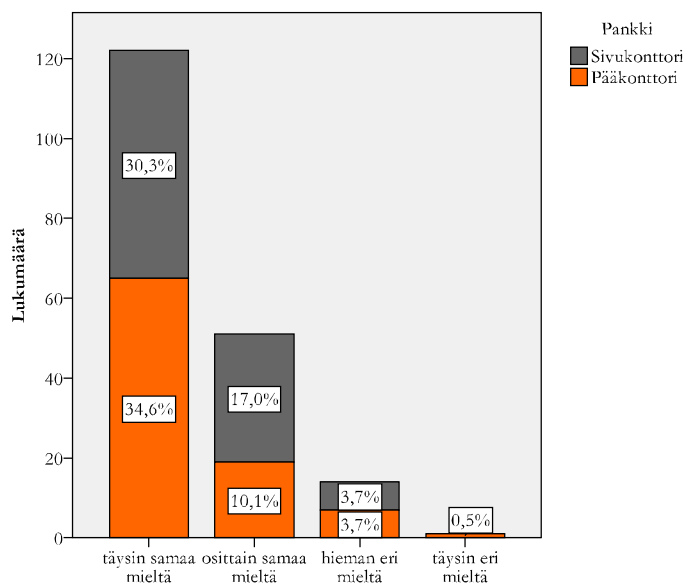
Kuvio 76. Pankkien välinen ero väittämään, että infosta saa asiantuntevaa neuvoa ja opastusta (n=185)

Kuvio 77 osoittaa molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että on saanut opastusta sitä tarvitessaan. Molempien pankkien vastaajat olivat väittämästä eniten täysin samaa mieltä, heitä oli yhteensä 83,2 % kaikista vastanneista. Pääkonttorin vastaajat olivat vastanneet sivukonttoria enemmän olevansa täysin samaa mieltä, kun taas sivukonttorin vastaajat olivat vastanneet olevansa enemmän osittain samaa mieltä asiasta. Osittain samaa mieltä oli 16,4 %. Kummankaan pankin vastaajista kukaan ei ollut hieman eri mieltä. Ainoastaan yksi pääkonttorin vastaaja oli täysin eri mieltä väitteestä (0,5 %).



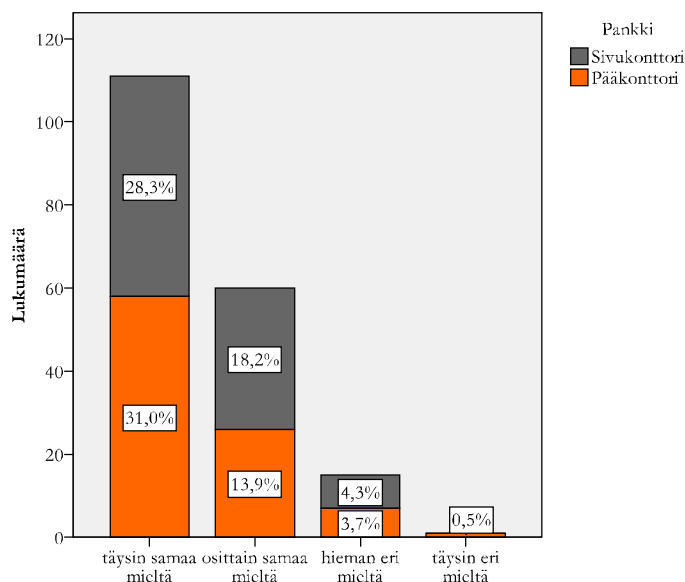
Kuvio 77. Pankkien välinen ero väittämään, että on saanut opastusta tarvittaessa (n=189)

Kuvio 78 näyttää molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että uudessa pankkikonttorissa löytää helposti kaikki tarvitsemat palvelut. Yhteensä 64,9 % kaikista vastanneista oli täysin samaa mieltä. Osittain samaa mieltä olevia oli kaikista vastanneista 27,1 %. Sivukonttorissa kyseistä mielipidettä oli esiintynyt pääkonttoria enemmän. Pääkonttorissa oli hieman enemmän täysin samaa mieltä olevia kuin sivukonttorissa. Hieman eri mieltä oli yhtä monta molemmista pankeista, heitä oli yhteensä 7,4 %. Täysin eri mieltä oleva henkilö (0,5 %) oli vastannut pääkonttorin kyselyyn.



Kuvio 78. Pankkien välinen ero väittämään, että uudessa pankkikonttorissa löytää helposti kaikki tarvitsemat palvelut (n=188)

Kuvio 79 osoittaa molempien pankkien vastanneiden mielipiteet väittämään, että opasteita on riittävästi. Kaikista vastanneista yli puolet oli väittämästä täysin samaa mieltä ja yhteensä heitä oli 59,4 %. Täysin samaa mieltä olevia löytyi pääkonttorista enemmän, kun taas sivukonttorissa oli hieman enemmän osittain samaa mieltä olevia ja hieman eri mieltä olevia. Yhteensä 32,1 % oli osittain samaa mieltä ja 8,0 % oli hieman eri mieltä. Täysin eri mieltä oleva vastaaja (0,5 %), oli osallistunut pääkonttorin kyselyyn.



Kuvio 79. Pankkien välinen ero väittämään, että opasteita on riittävästi (n=187)

Taulukko 7. Kyselyn keskiarvot opasteita ja opastusta koskeviin väittämiin

Kysymys	Keskiarvo
Infon asiantuntevuus	1,23
Opastuksen saaminen	1,18
Palvelujen löytäminen	1,44
Opasteiden riittävyys	1,50

1=täysin samaa mieltä, 2=osittain samaa mieltä, 3=hieman eri mieltä, 4=täysin eri mieltä.

Taulukko 7 kertoo keskiarvot opasteita ja opastusta koskeviin väittämiin. Vain väittämä, että opasteita on riittävästi, oli tarkalleen täysin samaa mieltä ja osittain samaa mieltä olevan vastausvaihtoehdon välissä. Muut väitteet olivat lähempänä täysin samaa mieltä olevaa mielipidettä.

7 Johtopäätökset ja kehittämisehdotukset

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää osuuspankkien uuden ajan pankkikonttorin toimivuutta asiakkaiden näkökulmasta. Tutkimus rajoitettiin konttoreiden päivittäispuolelle, johon kuuluu info ja pikapalvelupaikat. Kyselylomakkeet jaettiin kahteen eri osuuspankkiin, joista toinen oli pääkonttori ja toinen sivukonttori. Molemmissa osuuspankeissa uuden ajan pankkikonttori oli otettu melko vähän aikaa sitten käyttöön. Kyselyyn vastasi yhteensä 196 henkilöä.

Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma oli epätasainen. Iäkkäämmät henkilöt olivat vastanneet kyselyyn huomattavasti enemmän kuin nuoret. Tämä voi johtua, siitä että nuoremmat ikäluokat käyttävät yhä enemmän monikanavaa, kuten verkko- tai puhelinpalveluita, eikä heidän täten tarvitse asioida pankissa kovin usein.

Tutkimuksen vastauksiin vaikutti negatiivisesti niiden henkilöiden mielipiteet, joille ei pankissa ollut kerrottu uudesta toimintamallista. He vastasivat muita vastaajia enemmän olevansa eri mieltä kyselyssä esitettyihin väittämiin kuin he, joille oli pankissa kerrottu uudesta konttorimallista.

Suurin osa vastaajista oli asioinut pankissa harvemmin. Ne, jotka olivat käyneet päivittäin tai viikoittain, olivat vastanneet positiivisemmin kuin ne jotka kävivät harvemmin. Syy siihen, miksi niin suuri osa asioi harvemmin pankissa voi piileksiä siinä, että yhä useampi käyttää pankkikortteja tai itsepalvelulaitteita. Myös monikanavan käyttö pienentää asiakkaiden tarvetta käydä konkreettisesti pankissa asioilla. Ne, jotka olivat asioineet pankissa useammin, olivat todennäköisesti henkilöitä joilla ei ole käytössään korttia tai verkkopalvelua, tai sitten he olivat päiväkassan tuovia yrittäjiä.

Suurin syy asioida pankissa oli päivittäispalvelut, ja vähiten pankissa asioitiin lakiasioissa. Tämä johtuu varmaankin siitä, että päivittäispalveluihin sisältyy monta eri pankkipalvelua korteista tapahtumakyselyihin, kun taas lakipalvelut ovat pienempi osa alue, joka on myös maksullinen. Nimensä mukaisesti päivittäispalveluihin liittyviä asioita täytyy hoitaa useasti, jopa päivittäin.

Moni kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että heille ei ollut tarjottu mitään lisäpalveluja pikapalvelupaikoilla. Suurimmalle osalle oli kuitenkin tarjottu jotain tuotetta tai palvelua ja sen he olivat kokeneet sopivana. Todella pieni osa vastanneista oli ollut sitä mieltä, että lisämyyntiä tarjotaan liikaa. Myynnin edistämiseksi tulisi lisämyynnin ja lisäpalvelujen tarjoamista lisätä myös pikapalvelupaikoilla. Myös kaikki asiakastapaamiset tulisi kirjata selkeämmin, jotta seu-

raavaan tapaamiseen voisi nopeasti ja vaivattomasti kartoittaa asiakkaalta puuttuvat palvelut ja nähdä jo tarjotut palvelut ja tuotteet.

Vastaajista useimmat valitsivat yhteydenottotavaksi tulla henkilökohtaisesti pankkiin. Tämä voi johtua siitä, että asiakas kokee pääsevänsä heti hoitamaan asiansa ilman jonottamista tai ajan varaamista. Syy voi myös piillä siinä, ettei asiakas ole tietoinen monikanavasta tai häntä ei ole tarpeeksi opastettu sen käyttämiseen. Pankit voisivat korostaa enemmän monikanavaisuutta ja muita yhteydenottokanavia, jotta uuden ajan pankkikonttorista saataisiin entistä toimivampi kokonaisuus.

Kiinnostava ero oli kuitenkin siinä, että suurin osa vastaajista valitsi puhelimen yhteydenottotavaksi varatessaan aikaa neuvottelijalle. Tämä taas voi johtua siitä, että heillä ei ole niin kiire asiansa kanssa, joten he voivat rauhassa varata ajan. Suurin syy siihen, miksi ajanvaraus saattaa jäädä tekemättä oli se, että pääsee helposti asioimaan myös ilman ajanvarausta.

Odotusajasta tuli esille se, että moni on päässyt lyhyellä odotusajalla pikakassoille asioimaan. Pieni osa vastaajista oli joutunut odottamaan enemmän kuin 10 minuuttia. Vastaajat olisivat kuitenkin voineet ajatella odottavansa pidemmänkin aikaa kuin minkä he tähän mennessä olivat joutuneet odottamaan. Koska pankkiin tulevat asiakkaat ovat valmiita odottamaan vuoroaan pidempäänkin, voisi myyntiä pikakassoilla kehittää enemmän.

Kyselyyn vastanneet olivat tyytyväisiä jonon sujuvuuteen, mutta eivät olleet kokeneet uuden toimintamallin niinkään edesauttaneen asiaa. Kuitenkin kassapalvelujen riittävydestä oli melko jaettu mielipide. Sivukonttorissa suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä vuoronumerojärjestelmään. Pääkonttorissa oli myös suurin osa sitä mieltä, että vuoronumerojärjestelmä olisi hyvä. Pääkonttorin kannattaisi harkita vuoronumerojärjestelmän käyttöönottoa, jotta asiakastyytyväisyys taattaisiin myös tulevaisuudessa.

Suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä asiointirauhaan ja he olivat kokeneet, että uuden ajan konttorimalli oli vielä parantanut asiaa. Vastaajat olivat myös tyytyväisiä palvelupaikkojen viihtyvyyteen ja mukavuuteen. Kuitenkin pääkonttorin avoimiin kommentteihin oli vastattu, että pankkisali on kylmä ja vetoisa ja myös seinät ovat kylmän näköisiä. Molempien pankkien avoimiin kysymyksiin oli vastattu, että infossa ja kassoilla asioinnin yksityissuoja kärsii kun muut kuulevat mistä on puhe, koska pankkisalissa kaikuu. Kassapaikoille oli toivottu myös tuoleja. Silti puolet kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että palvelupaikat ovat mukavia. Vastaukset viihty-

vyyteen liittyviin väittämiin olivat myös positiivisia, vaikka suurin osa vastaajista oli juuri eläkeläisiä tai vanhuksia joiden ikä oli 60 tai yli.

Huomattavasti suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä siihen, miten heidät oli otettu pankissa vastaan. Myös palvelun joustavuuteen, sujuvuuteen, laadukkuuteen ja asiantuntevuuteen oltiin tyytyväisiä. Vastaajat olivat myös sitä mieltä, että uusi toimintamalli on vaikuttanut myönteisesti palvelun laatuun ja sujuvuuteen.

Vastaajien mielestä yhteydenotto pankkiin oli helppoa ja yhteydenottomahdollisuuksia on tarpeeksi. Vastaajat olivat kokeneet ajan varaamisen helpoksi ja heidän mielestään asiat saa helposti hoidettua myös ilman ajanvarausta.

Infon asiantuntevuuteen ja opastukseen oli huomattavasti suurin osa tyytyväisiä. Vastaajat olivat myös kokeneet saavansa opastusta sitä tarvitessaan, ja että he löytävät helposti tarvitseman palvelut.

Tutkimuksesta voi todeta, että asiakkaat ovat melko tyytyväisiä osuuspankkien palveluun, ja että uuden ajan konttorimalli on otettu hyvin vastaan.

Kuten tutkimuksen tulokset osittivat, ei suurimmalle osalle asiakkaista ollut kerrottu miten uusi konttorimalli toimii. Tämä vaikuttaa negatiivisesti siihen, miten asiakkaat uuden toimintamallin kokevat. Voitiin tehdä se johtopäätös, että aina kun otetaan käyttöön jonkinlainen uusi toimintatapa tai – malli, niin siitä olisi tärkeää informoida myös asiakkaita. Vaikkakin tulokset osoittivat myös sen, että uusi konttorimalli on otettu hyvin vastaan, olisi asiakkaille jatkossa tärkeää kertoa miten uusi toimintamalli toimii ja mitkä asiat ovat muuttuneet. Tämä helpottaa asiakkaiden orientoitumista uudessa konttorissa ja he myös sisäistävät uuden toimintatavan paljon helpommin ja nopeammin. Näin toimimalla pystytään minimoimaan asiakkaiden negatiiviset mielenilmaukset uuteen toimintatapaan ja sen mukana tuomiin muutoksiin liittyen.

Pankkien kannattaisi myös harkita vastaavanlaisten asiakastyytyväisyystutkimusten tekemistä säännöllisesti. Tutkimusten avulla saadaan selville asiakkaiden mielipiteet ja myös se, mitkä asiat ovat hyviä ja mitkä tarvitsisivat kehittämistä. Osuuspankit ovat olemassa asiakkaitaan varten, ja kuten sanontakin sanoo, niin asiakas on aina oikeassa.

Lähteet

Grönroos, C.2008. Service management och marknadsföring. Liber AB. Malmö

Grönroos, C.2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. WSOY

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.

Kannisto, P. & Kannisto, S. 2008. Asiakaspalvelu Tiedettä, Taikuutta vai talonpoikaisjärkeä. Amk-kustannus. Jyväskylä

Kinnunen, R. 2003. Palvelujen suunnittelu. WSOY. Helsinki.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Markkinointitutkimus. Avaintulos Oy. Markkinointi 2000.

Lecklin, O.2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Talentum. Helsinki.

Opinet 2009. Osuuspankkien sisäinen intranet.

OP-Kiinteistökeskus 2009. OP-Kiinteistökeskus yrityksenä. Luettavissa: <http://www.opkk.fi/>.
Luettu. 31.5.2009

OP-Pohjola-ryhmä 2008. Yhteiskuntavastuu 2008. Luettavissa:
<https://www.op.fi/media/liitteet?cid=151042664&srcpl=3>. Luettu 13.6.2009.

OP-Pohjola-ryhmä 2009a. OP-Pohjola-ryhmän yritysesittely. Luettavissa:
<https://www.op.fi/media/liitteet?cid=151012431&srcpl=4>. Luettu 14.6.2009.

OP-Pohjola-ryhmä 2009b. Luettavissa: <https://www.op.fi/op?id=80000&srcpl=1>.

OP-Pohjola-ryhmä 2009c. Luettavissa: <https://www.op.fi/op?cid=151012427&srcpl=3>. Luettu: 31.5.2009.

OP-Pohjola-ryhmä 2009d. Luettavissa: <https://www.op.fi/op?cid=151012440&srcpl=3>. Luettu: 11.6.2009.

OP-Pohjola-ryhmä 2009e. <https://www.op.fi/op?cid=151013576&srcpl=3>

OP-Pohjola-ryhmä 2009f. Luettavissa: <https://www.op.fi/op?cid=151012444&srcpl=3>. Luet-
tu: 11.6.2009.

OP-Pohjola-ryhmä 2009g. Luettavissa: <https://www.op.fi/op?cid=151012420&srcpl=3>. Luet-
tu: 31.5.2009.

OP-Pohjola-ryhmä 2009h. Luettavissa: <https://www.op.fi/op?cid=151012424&srcpl=3>. Lu-
ettu: 31.5.2009.

OP-Pohjola-ryhmä 2009i. Luettavissa: <https://www.op.fi/op?cid=151012442&srcpl=3>. Luet-
tu: 11.6.2009.

Peltola, H.2007. Palveluloisto ja kiehtomisen aito taito. Edita. Helsinki

Pöllänen, J. Rope, T. 1998. Asiakastytyväisyysjohtaminen. WSOY. Juva.

Roslund, E. 16.11.2009. Osuuspankkikeskus osk (OPK). Sähköpostihaastattelu.

Storbacka, K. & Lehtinen, R. 2005. Asiakkuuden ehdoilla. WSOY. Helsinki.



Arvoisa asiakas

Olemme syksyllä 2008 ottaneet X Osuuspankissa käyttöömme uuden ajan konttorimallin, johon kuuluvat mm. infopiste ja pikakassat. Uuden konttorimallin tarkoituksena on nopeuttaa päivittäisasiointiin liittyvien palvelujen hoitamista sekä lyhentää jonotusaikoja.

Uusi konttorimalli eroaa entisestä siten, että info ja pikakassat ovat näkyvillä pankkisalissa., kun taas pidempiä neuvotteluaikoja vaativat asiat hoidetaan ajanvarauksella erillisissä neuvotteluhuoneissa asiointirauhan parantamiseksi. Asiointi infopisteessä ja pikakassoilla hoituu edelleen ilman ajanvarausta.

Tämän kyselyn avulla haluamme selvittää asiakkaiden mielipiteitä uudesta toimintamallista ja sen toimivuudesta. Näin voimme palvella asiakkaitamme parhaalla mahdollisella tavalla. Kysely toteutetaan X Osuuspankin lisäksi myös Y Osuuspankissa, ja se on osa HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulussa tehtävää opinnäytetyötä.

Vastauksenne käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisina. Yksittäisten vastaajien mielipiteet eivät tule esille sellaisinaan, vaan ne julkistetaan kokonaistuloksina.

Kaikkien vastanneiden kesken arvomme kaksi 50 euron OP-rahastolahjakorttia. Arvontaan osallistutte täyttämällä alla olevan arvontakupongin, ja palauttamalla sen X Osuuspankkiin.

Kiitos etukäteen vastauksistanne!

Ystävällisin terveisin
X Osuuspankki
Nina Salenius

Arvontakupongi

Täyttämällä yhteystietonne olette mukana kahden 50 euron OP-rahastolahjakortin arvonnassa

Nimi:

Osoite:

Puhelinnumero:

Sähköpostiosoite:

Rastita sopivin vaihtoehto.

TAUSTATIEDOT

1. Sukupuoli

mies nainen

2. Ikä

alle 20 20-29 30-39 40-49 50-59 60 tai yli

3. Koulutustausta

peruskoulu tai kansakoulu ammattikoulu tai lukio korkeakoulu tai yliopisto

4. Elämänvaihe

opiskelija työssä eläkeläinen muu, mikä? _____

5. Oletteko asioinut konttorissa ennen uudistusta?

kyllä ei

6. Onko teille kerrottu miten uusi konttorimalli toimii?

heti ensimmäisellä kerralla muina kertoina ei ollenkaan

7. Kuinka usein asioitte pankissa?

päivittäin viikoittain kuukausittain harvemmin

8. Millaisissa asioissa useimmiten asioitte konttorissa?

päivittäisasiossa sijoitusasioissa rahoitusasioissa vakuutusasioissa lakiasioissa

9. Millaisena koette lisämyynnin asioidessanne pikapalvelupaikoilla?

sopivana tarjotaan liikaa ei ole tarjottu mitään

10. Miten yleensä otatte yhteyttä pankkiin tarvitessanne neuvoa?

käymällä konttorissa puhelimitse sähköpostitse internetin kautta

11. Miten varaatte ajan pankkiin?

käymällä konttorissa puhelimitse sähköpostitse internetin kautta en ole koskaan varannut aikaa

12. Mistä syistä aika saattaa jäädä varaamatta?

ette tiennynt ajanvarauksesta yhteydenotto on vaikeaa pääsette helposti asioimaan myös ilman ajanvarausta muu syy, mikä? _____

ODOTUSAIKA

13. Kuinka kauan olette keskimäärin joutunut odottamaan vuoroanne kassalle?

en yhtään alle 5 min yli 5 min yli10 min yli15 min yli 20 min

14. Kuinka kauan olette valmis odottamaan vuoroanne?

en yhtään alle 5 min yli 5 min yli10 min yli15 min yli 20 min

Seuraavat kysymykset ovat väittämiä.
Ympyröi sopivin vaihtoehto.

	täysin samaa mieltä	osittain samaa mieltä	hieman eri mieltä	täysin eri mieltä
KASSAPALVELUT				
15. Kassa- ja vakuutuspalveluita varten oleva vuoronumerojärjestelmä olisi hyvä	1	2	3	4
16. Jono etenee sujuvasti	1	2	3	4
17. Jonotusajat ovat lyhentyneet uuden konttorimallin myötä	1	2	3	4
18. Kassapaikkoja on riittävästi	1	2	3	4
19. On hyvä, että kassalla hoidetaan vain käteiseen rahaan liittyvät asiat (nosto, pano, laskunmaksu)	1	2	3	4
20. Haluaisin vielä jonkin muun palvelun hoidettavan kassalla	1	2	3	4

Jos haluaisitte, niin minkä palvelun? _____

ASIOINTIRAUHA JA VIIHTYVYYS

21. Saan asioida rauhassa	1	2	3	4
22. Asiointirauha on parantunut uuden konttorimallin myötä	1	2	3	4
23. Konttorin viihtyvyys on parantunut uuden konttorimallin myötä	1	2	3	4
24. Palvelupaikkojen mukavuus on hyvä	1	2	3	4

PALVELU

25. Minut on otettu hyvin vastaan tultuani pankin konttoriin	1	2	3	4
--	---	---	---	---

	täysin samaa mieltä	osittain samaa mieltä	hieman eri mieltä	täysin eri mieltä
26. Olen tyytyväinen osuuspankin palveluun	1	2	3	4
27. Saamani palvelu on ollut joustavaa	1	2	3	4
28. Palvelu etenee sujuvasti	1	2	3	4
29. Palvelu on laadukasta ja asiantuntevaa	1	2	3	4
30. Uusi konttorimalli on parantanut palvelun laatua ja sujuvuutta	1	2	3	4
31. Mainoslause "kaikki palvelut saman katon alta" pitää hyvin paikkansa	1	2	3	4

YHTEYDENOTTO JA AJANVARAUS

32. Yhteydenotto pankkiin on helppoa	1	2	3	4
33. Yhteydenottomahdollisuuksia on tarpeeksi	1	2	3	4
34. Ajan varaaminen neuvottelijalle on helppoa	1	2	3	4
35. Asiat saa hoidettua myös ilman ajanvarausta	1	2	3	4

OPASTEET JA OPASTUS

36. Saan infopisteestä asiantuntevaa neuvoa ja opastusta	1	2	3	4
37. Olen saanut opastusta sitä tarvitessani	1	2	3	4
38. Löydän uudessa pankkikonttorissa helposti kaikki tarvitsemani palvelut	1	2	3	4
39. Opasteita on riittävästi	1	2	3	4
40. Kehittämisehdotuksia tai mielipiteitä vapaamuotoisesti:				



Bästa kund

Vi har på X Andelsbank tagit i bruk en ny kontorsmodell under hösten 2008. Till det nya kontoret hör bland annat ett infoställe samt snabbkassaplatser. Meningen med den nya modellen är att kunderna skall få sina dagliga bankärenden uträttade snabbt och effektivt, utan att behöva köa en längre tid.

Den nya kontorsmodellen skiljer sig från den gamla genom att infostället och snabbkassorna är synliga i bank-salen, medan mera tidskrävande ärenden kan skötas i lugn och ro i skilda kundceller. Snabbkassan och infostället fungerar fortfarande utan tidsbokning, medan de tidskrävande ärendena önskas skötas via en förbeställd tid.

Genom denna undersökning vill vi få fram kundernas åsikter om den nya kontorsmodellen och dess funktionalitet, så att vi på bästa möjliga sätt även i fortsättningen kan betjäna våra kunder. Undersökningen utförs förutom i X Andelsbank också i Y Osuuspankki, och utgör en del av ett lärdomsprov inom yrkeshögskolan HAAGA-HELIA

Era svar behandlas anonymt och konfidentiellt. Enskilda svar publiceras inte, utan de framförs endast som helhetsresultat.

Bland alla som deltagit i undersökningen utlottas två stycken 50 euros OP-fondgåvokort. Ni deltar i utlottningen genom att fylla i kupongen längst ner på sidan och genom att returnera den till X Andelsbank.

Tack på förhand för Ert svar!

Med vänlig hälsning
X Andelsbank
Nina Salenius

Utlottning

Genom att fylla i Era kontaktuppgifter deltar Ni i utlottningen av två stycken OP-fondgåvokort

Namn:

Adress:

Telefonnummer:

E-postadress:

Kryssa i det lämpligaste svarsalternativet.

BAKGRUNDSFAKTORER

1. Kön

man kvinna

2. Ålder

under 20 20-29 30-39 40-49 50-59 60 eller över

3. Utbildning

grundskola eller folkskola yrkesskola eller gymnasium högskola eller universitet

4. Livssituation

studerande i arbetslivet pensionerad annat, vad? _____

5. Har Ni besökt kontoret före renoveringen?

ja nej

6. Har Ni blivit informerad om hur den nya kontorsmodellen fungerar?

genast vid första besöket under övriga besök aldrig

7. Hur ofta besöker Ni banken?

dagligen veckovis månatligen mera sällan

8. I hurdana ärenden besöker Ni banken oftast?

i dagliga ärenden i placeringsärenden i finansieringsärenden i försäkringsärenden

i juridiska ärenden

9. Hur upplever Ni tilläggförsäljningen då ni uträttar Era ärenden vid snabbbetjäningsplatserna?

passlig erbjuds för mycket har inte blivit erbjuden någonting

10. Hur brukar Ni oftast ta kontakt med banken då Ni behöver rådgivning?

genom att besöka kontoret via telefon via e-post via internet

11. På vilket sätt bokar Ni tid till banken?

genom att besöka kontoret via telefon via e-post via internet har aldrig bokat tid

12. Av vilken orsak tror Ni tidsbokningen blir ogjord?

Ni visste inte om tidsbokningen det är svårt att nå banken man kan bra komma utan tidsbokning

annan orsak, vilken? _____

VÄNTETID

13. Hur länge har Ni i genomsnitt väntat på er tur till snabbkassan?

inte alls under 5 min över 5 min över 10 min över 15 min över 20 min

14. Hur länge är ni beredd att vänta på er tur till snabbkassan?

inte alls under 5 min över 5 min över 10 min över 15 min över 20 min

Nästa frågor är påståenden.

Ringa runt lämpligaste svarsalternativ.

	helt av samma åsikt	delvis av samma åsikt	delvis av annan åsikt	helt av annan åsikt
KASSATJÄNSTER				
15. Könummersystem för kassa och försäkringstjänster skulle vara bra	1	2	3	4
16. Kön löper smidigt	1	2	3	4
17. Väntetiden har minskat tack vare den nya kontorsmodellen	1	2	3	4
18. Det finns tillräckligt med snabbkassaplatser	1	2	3	4
19. Det är bra att det vid snabbkassan endast sköts ärenden gällande kontantvaluta (uttag, insättningar och fakturabetalningar)	1	2	3	4
20. Jag önskar ännu att någon ytterligare tjänst skulle skötas vid snabbkassan	1	2	3	4

Ifall Ni önskar, så vilken tjänst? _____

KUNDRO OCH TRIVSEL

21. Jag får uträtta mina ärenden i lugn och ro	1	2	3	4
22. Tack vare den nya kontorsmodellen kan jag nu bättre uträtta mina ärenden i lugn och ro	1	2	3	4
23. Den nya kontorsmodellen har ökat trivseln	1	2	3	4
24. Bekvämligheten är bra på betjäningsplatserna	1	2	3	4

	helt av samma åsikt	delvis av samma åsikt	delvis av annan åsikt	helt av annan åsikt
BETJÄNINGEN				
25. Jag har blivit bra bemött då jag besökt kontoret	1	2	3	4
26. Jag är nöjd med andelsbankens betjäning	1	2	3	4
27. Betjäningen är flexibel	1	2	3	4
28. Betjäningen löper smidigt	1	2	3	4
29. Betjäningen är av god kvalitet och sakkunnig	1	2	3	4
30. Den nya kontorsmodellen har förbättrat betjäningens kvalitet och dess smidighet	1	2	3	4
31. Sloganet "alla tjänster under samma tak" uppfylls bra	1	2	3	4
KONTAKT OCH TIDSBOKNING				
32. Det är lätt att nå banken	1	2	3	4
33. Kontaktmöjligheterna är tillräckliga	1	2	3	4
34. Det är lätt att boka tid till en rådgivare	1	2	3	4
35. Ärenden fås skötta även utan tidsbokning	1	2	3	4
SKYLTAR OCH VÄGLEDNING				
36. Från infostället fås sakkunnig rådgivning och vägledning	1	2	3	4
37. Jag har fått vägledning då jag behövt det	1	2	3	4
38. Jag hittar lätt i det nya kontoret alla tjänster jag behöver	1	2	3	4
39. Det finns tillräckligt med väglednings skyltar	1	2	3	4
40. Utvecklingsförslag eller åsikter fritt formulerat:				



Arvoisa asiakas

Olemme helmikuun 2009 alusta lähtien ottaneet Y Osuuspankissa käyttöömme uuden ajan konttorimallin, johon kuuluvat mm. infopiste ja pikakassat. Uuden konttorimallin tarkoituksena on nopeuttaa päivittäisasiointiin liittyvien palvelujen hoitamista sekä lyhentää jonotusaikoja.

Uusi konttorimalli eroaa entisestä siten, että info ja pikakassat ovat näkyvillä pankkialissa., kun taas pidempiä neuvotteluaikoja vaativat asiat hoidetaan ajanvarauksella erillisissä neuvotteluhuoneissa asiointirauhan parantamiseksi. Asiointi infopisteessä ja pikakassoilla hoituu edelleen ilman ajanvarausta.

Tämän kyselyn avulla haluamme selvittää asiakkaiden mielipiteitä uudesta toimintamallista ja sen toimivuudesta. Näin voimme palvella asiakkaitamme parhaalla mahdollisella tavalla. Kysely toteutetaan Y Osuuspankin lisäksi myös X Osuuspankissa, ja se on osa HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulussa tehtävää opinnäytetyötä.

Vastauksenne käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisina. Yksittäisten vastaajien mielipiteet eivät tule esille sellaisinaan, vaan ne julkistetaan kokonaistuloksina.

Kaikkien vastanneiden kesken arvomme 2 kpl Marimekon Unikko – pyyhesettiä. Arvontaan osallistutte täyttämällä alla olevan arvontakupongin, ja palauttamalla sen Y Osuuspankkiin.

Kiitos etukäteen vastauksistanne!

Ystävällisin terveisin
Y Osuuspankki
Merilin Vaab

Arvontakupongi

Täyttämällä yhteystietonne olette mukana kahden Marimekon Unikko – pyyhesetin arvonnassa.

Nimi:

.....

Osoite:

.....

Puhelinnumero:

.....

Sähköpostiosoite:

.....

Rastita sopivin vaihtoehto.

TAUSTATIEDOT

41. Sukupuoli

mies nainen

42. Ikä

alle 20 20-29 30-39 40-49 50-59 60 tai yli

43. Koulutustausta

peruskoulu tai kansakoulu ammattikoulu tai lukio korkeakoulu tai yliopisto

44. Elämänvaihe

opiskelija työssä eläkeläinen muu, mikä? _____

45. Oletteko asioinut konttorissa ennen uudistusta?

kyllä ei

46. Onko teille kerrottu miten uusi konttorimalli toimii?

heti ensimmäisellä kerralla muina kertoina ei ollenkaan

47. Kuinka usein asioitte pankissa?

päivittäin viikoittain kuukausittain harvemmin

48. Millaisissa asioissa useimmiten asioitte konttorissa?

päivittäisasiassa sijoitusasioissa rahoitusasioissa vakuutusasioissa lakiasioissa

49. Millaisena koette lisämyynnin asioidessanne pikapalvelupaikoilla?

sopivana tarjotaan liikaa ei ole tarjottu mitään

50. Miten yleensä otatte yhteyttä pankkiin tarvitessanne neuvoa?

käymällä konttorissa puhelimitse sähköpostitse internetin kautta

51. Miten varaatte ajan pankkiin?

käymällä konttorissa puhelimitse sähköpostitse internetin kautta en ole koskaan varannut aikaa

52. Mistä syistä aika saattaa jäädä varaamatta?

ette tiennynt ajanvarauksesta yhteydenotto on vaikeaa pääsette helposti asioimaan myös ilman ajanvarausta muu syy, mikä? _____

ODOTUSAIKA

53. Kuinka kauan olette keskimäärin joutunut odottamaan vuoroanne kassalle?

en yhtään alle 5 min yli 5 min yli10 min yli15 min yli 20 min

54. Kuinka kauan olette valmis odottamaan vuoroanne?

en yhtään alle 5 min yli 5 min yli10 min yli15 min yli 20 min

Seuraavat kysymykset ovat väittämiä.
Ympyröi sopivin vaihtoehto.

	täysin samaa mieltä	osittain samaa mieltä	hieman eri mieltä	täysin eri mieltä
KASSAPALVELUT				
55. Kassa- ja vakuutuspalveluita varten oleva vuoronumerojärjestelmä olisi hyvä	1	2	3	4
56. Jono etenee sujuvasti	1	2	3	4
57. Jonotusajat ovat lyhentyneet uuden konttorimallin myötä	1	2	3	4
58. Kassapaikkoja on riittävästi	1	2	3	4
59. On hyvä, että kassalla hoidetaan vain käteiseen rahaan liittyvät asiat (nosto, pano, laskunmaksu)	1	2	3	4
60. Haluaisin vielä jonkin muun palvelun hoidettavan kassalla	1	2	3	4

Jos haluaisitte, niin minkä palvelun? _____

ASIOINTIRAUHA JA VIIHTYVYYS

61. Saan asioida rauhassa	1	2	3	4
62. Asiointirauha on parantunut uuden konttorimallin myötä	1	2	3	4
63. Konttorin viihtyvyys on parantunut uuden konttorimallin myötä	1	2	3	4
64. Palvelupaikkojen mukavuus on hyvä	1	2	3	4

PALVELU

65. Minut on otettu hyvin vastaan tultuani pankin konttoriin	1	2	3	4
--	---	---	---	---

	täysin samaa mieltä	osittain samaa mieltä	hieman eri mieltä	täysin eri mieltä
66. Olen tyytyväinen osuuspankin palveluun	1	2	3	4
67. Saamani palvelu on ollut joustavaa	1	2	3	4
68. Palvelu etenee sujuvasti	1	2	3	4
69. Palvelu on laadukasta ja asiantuntevaa	1	2	3	4
70. Uusi konttorimalli on parantanut palvelun laatua ja sujuvuutta	1	2	3	4
71. Mainoslause "kaikki palvelut saman katon alta" pitää hyvin paikkansa	1	2	3	4
YHTEYDENOTTO JA AJANVARAUS				
72. Yhteydenotto pankkiin on helppoa	1	2	3	4
73. Yhteydenottomahdollisuuksia on tarpeeksi	1	2	3	4
74. Ajan varaaminen neuvottelijalle on helppoa	1	2	3	4
75. Asiat saa hoidettua myös ilman ajanvarausta	1	2	3	4
OPASTEET JA OPASTUS				
76. Saan infopisteestä asiantuntevaa neuvoa ja opastusta	1	2	3	4
77. Olen saanut opastusta sitä tarvitessani	1	2	3	4
78. Löydän uudessa pankkikonttorissa helposti kaikki tarvitsemani palvelut	1	2	3	4
79. Opasteita on riittävästi	1	2	3	4
80. Kehittämisehdotuksia tai mielipiteitä vapaamuotoisesti:				

Pääkonttorin vastaukset avoimiin kysymyksiin:

Kysymys 4. Elämänvaihe. Muu, mikä?

- Jordbrukare
- Työtön
- Sjukledig
- Företagare
- Hemmamamma

Kysymys 12. Mistä syistä aika saattaa jäädä varaamatta? Muu syy, mikä?

- Har bara tfn o. bil
- Tänker inte alltid att man nuförtiden måste beställa tid också till banken
- Työkiireet
- Aukioloajat
- Svårt att få tag på en person som kan hjälpa t.ex. i frågor gällande hemdatorn
- Om man som jag har oregelbundna och små inkomster är det hemskt svårt att planera
- Bokar alltid tid
- Den blir inte ogjord
- Äkillinen tarve saada tavata pankkitoimihenkilö
- Har inte behövt tjänsten
- Har inte behövt
- Glömska
- En ole tarvinnut käyttää sellaisia palveluja pitkiin aikoihin, joihin tarvitsisi ajanvarausta.
- Den blir inte ogjord

Kysymys 20. Haluaisin vielä jonkun muun palvelun hoidettavan kassalla. Jos haluaisitte, niin minkä palvelun?

- Bankkorts ärenden
- Korta frågor

Kysymys 40. Kehittämisehdotuksia tai mielipiteitä vapaamuotoisesti.

+

- Tack för att ni finns
- Det är bra så som det nu är
- Allt är bra
- Det är helt OK men gamla goda tider fattas!

-

- 1. Inför nr.kösystem vid kassatjänsterna + mera stolar o. soffor för väntande kökunder speciellt åldringar, handikappade, synskadade. 2. Betalautomatens kvittoremsa otydlig, bör förbättras, svårt att läsa o tyda text o. siffror. 3. Bankens guldklubbs aktiviteter aktiveras olika resor o. händelser bra för dyra. 4. Banken hyra mötesutrymmen i buk för kundaktiviteter.
- Jag skulle hellre ha gått på Bar X än till den nya banken, den förra var ju också fin! Om man har några svårigheter känns det inte bekvämt att tala sådana känsliga saker vid info-stället. Och: Måste man renovera hela tiden? Och lära sig nya system. Och: Bar X tillbaka!
- Akustik skivor. Salen har eko.
- Också försäkringstjänster i X kontor. Snabbare öppnande av nya konton. Det räckte en halv timme att öppna 2 konto för det minsta barnet (före ändringen av kontoret) bl.a p.g.a alla möjliga utredningar om placerarprofiler och motsvarande. Väggen som är rakt framför ingången nere i banksalen känns onödigt kal.
- Inte så tydligt på banken, men det skrevs visst i X om den.(kommentti kysymykseen 6)
- Tarvittaessa tuoli olisi hyvä olla (kommentti kysymykseen 24)
- Yksi kassa lisää päivittäisasiointiin
- Den nya kontorsmodellen är mindre lyckat. Jag hade föredragit ett mera öppet kontorslandskap. Ventilationen kunde förbättras i banksalen, kallt och dragit. Jag skulle önska en kund kväll där bankens representanter skulle informera om "aktiviteter".

Sivukonttorin vastaukset avoimiin kysymyksiin:

Kysymys 4. Elämänvaihe. Muu, mikä?

- Yrittäjä
- Äitiyslomalla
- Työtön
- Yrittäjä
- Osatyökyvyttömyyseläkkeellä
- Sairaslomalla/ sairaspäivärahalla kotona oleva
- Yrittäjä
- Äitiyslomalla
- Taivaanrannanmaalari

Kysymys 12. Mistä syistä aika saattaa jäädä varaamatta? Muu syy, mikä?

- Kiire ja pieni asia
- Harvemmin tarvitsen sellaista palvelua onneksi
- En ehdi tulemaan pankin aukioloaikana
- Oma tiukka aikataulu ei sovellu saatavilla oleviin aikoihin (esimerkiksi kesällä ajan saaminen on liian pitkällä odotusajalla)
- Pyynnöstä huolimatta ei ole aina otettu yhteyttä
- Aina on asiat saanut hoidettua ilman ajanvaraustakin

Kysymys 20. Haluaisin vielä jonkin muun palvelun hoidettava kassalla. Jos haluaisitte, niin minkä palvelun?

- (edelleen) valuutanvaihto
- suoraveloitussasiat
- lasten possurahojen laskeminen ja tallettaminen

Kysymys 40. Kehittämisehdotuksia tai mielipiteitä vapaamuotoisesti:

+

- Kiitos palvelusta ja synttärimuistamisesta ☺.
- Kaikki ok.
- Ensiasunnon osto sujui helposti saman katon alla, kun pankin puolella selvitettiin laina-asiat ja saatiin hyvää palvelua ja vastauksia "tyhmiinkin" kysymyksiin ja opkk:n puolella sitten tehtiin asuntokaupat. ☺
- Jatkaa samaan malliin! ☺
- Uusi malli tuntui toimivalta ja paransi asiain helppoutta.
- Olen hyvin tyytyväinen pankkiini ja siksi olen siirtänyt tilini teille. Olen saanut omat ja yrityksen asiat hoidettua hyvin pankissanne...☺ + + + +

-

- Arvonnasta: Onko tää kysely vaan naisille? Kuka hetero mies tahtoo Marimekon Unikko – pyyhesetin?? (Joo, vaimolle joululahjaks?) Mielummin Nokia E75 tai E90, lehtitilaus (The Economist, Suomen Kuvalehti, Taloustaito), valo -herätyskello tms. Kehittämisehdotuksia: A) Hankkikaa talletuskone kuten X:n Sampo!! B) Käytän kohtalaisesti internet – palveluja. Nopea asiakaspalvelu tiskillä nostaa OP-X:n kilpailukykyä (Sampo on nopeampi, Nordea hitaampi). Se, ettei laskunmaksuautomaatista saa kuittia on OP:n kannalta "katastrofi". 1/3 rahaliikenteestäni on siirtynyt kuitenkin printtauksen puutteen vuoksi Nordeaan (firman rahat) ja Sampoon (30 % omista maksuista). Toimivat koneet, kuten kuitenkin tulostava laskunmaksuautomaatti ja talletusautomaatti vapauttavat henkilöstöä pilipalitehtävistä ja pelastavat asiakkaan, kun kotinetti pettää! => Koneet parantavat palvelua! Sosiologeille/psykologeille mietittäväksi: Asiakkaan pistäytyminen konttorissa sitouttaa pankkiin, jos kokemus on miellyttävä. Asioikaa Sampo – pankissa ja ottakaa oppia. P.S. Henkilökunta konttorissanne (OP) on X:n parasta, mutta se ei riitä jos Nordean ja Sampo – pankin asiointia avittavat ylivoimaisesti paremmat itsepalvelukoneet.
- En ole hahmottanut, miten voisin hoitaa Pohjola – vakuutusyhtiöön liittyviä vakuutusasioita. Olen ehkä liian kiireisenä käynyt pankissa. Varmasti asia olisi selvinnyt minulle, jos olisin kysynyt. Mutta en ole edes ehtinyt kysymään, mutta silti olettaisin, että olisin tähän Pohjola – vakuutusjuttuun edes jotenkin "törmännyt" käydessäni asioimassa pankissa. Tai sitten täytyisi vaan käydä optikolla... ☺
- Ajanvaraus puhelimitse on vähän hankalaa. Lisäksi on outoa, ettei tuttuun virkailijaan/neuvottelijaan saa yhteyttä säpöillä tai puhelimitse, vaan puh.nrot on pääkonttorin keskukseen.
- Laskunmaksuautomaatti on vanhanaikainen eikä anna kopiota!
- Ainoa miinus: Ruuhka-aikana olisi hyvä jos molemmat kassapalvelupisteet olisivat käytössä!
- Nordeassa voi pankkineuvojalle puhelimitse tilata ajan kello 8-20 välillä. Miksi ei teillä? HUOM. Puhelimitse ei pääse konttoriin.

- Koen oudoksi sen, että en voi puhelimitse ottaa yhteyttä omaan pankkiin, vaan puhelut ohjataan pääkonttorin kautta.
- Olen monta kertaa kuullut asiakkaan selvittävän aikaa vieviä asioita kassalla.
- Tervehtiminen kunniaan! Tuntuu oudolta, että virkailijat viuhahtavat näkemättä asiakasta. Odotan tervehtimistä myös johdolta. Ennen pankkiasiat sujuivat jouhevammin. Pienien asioiden takia joutuu vauraamaan nyt ajan. Se harmittaa vielä senkin takia, että joka kerta ajanvarauksessa korostuu virkailijan kiire. Ennen asia tuli selväksi tiskillä. Asiointi kassoilla on vailla yksityissuojaa. Sohvalla istuen kuulee muiden asiakkaiden asiat. On mahdotonta saada asioida oman pankin virkailijan kanssa puhelimesta vaikka sitä internetin kautta pyytää. Yhteyden ottaa aina pääkonttori, ei sivukonttori.
- Tuntuu, että nykyään siellä saa jonottaa kassalle aina. Useasti, kun on käynyt, niin ainoastaan yksi kassa on palvellut ja yksi istuu infossa "tekemättä mitään". Eikö hänet voisi tarvittaessa siirtää toiseen kasaan, kun näkee, että porukkaa jonossa!!!
- Odotustilaan korkeammat tuolit (muutama) vanhuksia varten, heidän on helpompi nousta niistä ylös.
- Ruuhka-aikana enemmän kassoja.
- Miksi virkailijat ovat silloin lounaalla (eli poissa) kun asiakaskin on lounasaikana asioimassa pankissa? Syntyy jonoja... Harmittaa myös katsoa virkailijoita jotka tekevät "muita juttuja" eivätkä avaa luukkuja vaikka asiakkaita tulee ja jonoja syntyy... En pidä siitä, että pitäisi soittaa "johonkin" kun haluaa saada määrätyn henkilön kiinni-> hankalaa. Ei huvita asioida vieraan ihmisen kanssa. Haluaisin aina palvelua omalta pankkitoimihenkilöltä (laina ym. hankalammat jutut).
- Panostakaa enemmän itsepalveluun.
- Mielestäni Marimekko – lahja on huono.
- Ehdottomasti kassoja vähintään 3 kpl.
- Infopiste on tuntematon; mitä tietoa sieltä saa. Nuorten sijoitusneuvonnan kehittäminen (koulutustilaisuuksia) ja nuorten rahankäytön opastaminen (tilaisuuksia/tapahtumia nuorille).
- Kaikki sijoitusneuvojat eivät ole asiantuntevia.
- Vesiautomaatti olisi hyvä olla. Asiakkaille täytyisi olla myös vessa. Neuvotteluhuonekkeista tulee mieleen hevoskarsinat. Olisi kiva nähdä ja moikkailla tuttuja pankkitoimihenkilöitä.
- Vesiautomaatti näin hellekesällä olisi mukava lisä.
- Jotain rahanarvoisia etuja OP -asiakkaille riippumatta mitä on tilillä rahaa tai onko KALLIS! "kanta-asiakas" 500€?
- Ovella vartija, joka voi neuvoa mihin mennä tai katsoo ettei kukaan katso nettipalvelujen käyttäjän selän takana. Turvallisuus on tärkeää tässäkin asiassa! PS. Nettipäätö myös pankkisalin puolelle!
- Pankissa täytyy aina olla mahdollisuus kassapalveluihin – joissa asiakasta vastapäästä on pankin toimija. – Kiitos!
- Henkilökohtaista palvelua ei saa lopettaa tai asiointi käy iäkkäille vaikeaksi.

- Ei tulisi unohtaa täysin henkilökohtaista palvelua (pankkivirkailijaa) automaatilla asiointi ei miellytä jatkuvasti säästönkään vuoksi, ikäihmiselle kopeissa seisoskelu on ikävää. Olen valmis edelleen maksamaan palvelusta.
- Olen edelleen valmis maksamaan henkilökohtaisesta palvelusta. Kirjanpitoa pitävänä henkilönä haluan maksetut laskut/kuitit mukaani heti. Mukavuudenhaluisena henkilönä en halua seisoskella automaateilla enkä tallentaa pitkiä viitenumeroita. Työelämässä ollessani huoneeni oli täynnä päätteitä ja päiväni koneella istumista - Haluan palvelua!

Sähköpostihaastattelu uuden ajan konttorimallista

Eija Roslund, Kehityspäällikkö

Myyntikanavat ja myynnin tuki

Osuuspankkikeskus osk (OPK)

1. Mistä uuden ajan konttorimalli tulee; missä se on keksitty?

2. Kuka sen on kehittänyt?

– Konttorimalli kehitettiin yhteistyössä OP-Keskuksen, pilottipankkien ja yhteistyökumppanin kanssa.

Yhteistyökumppani oli Taivas Design.

3. Miten (ja missä) sitä on testattu?

– Toiminta- ja tilamallia testattiin kahdessa pilottikonttorissa. Konttorien tilat uudistettiin kokonaan ja henkilökunta koulutettiin. Kalusteista rakennettiin ensin protomalleja, joita testattiin henkilökunnalla ja asiakkailla.

4. Koska se on tarkalleen otettu käyttöön? Milloin ensimmäinen uuden ajan konttori valmistui/otettiin käyttöön?

– Konttorimalli otettiin käyttöön vuoden 2001 lopussa, jolloin pilottipankit valmistuivat, tällä hetkellä käytössä noin 200 konttorissa ja 110 osuuspankissa.

5. Onko muilla pankeilla vastaavaa konttorimallia?

Sampo Pankilla on ollut jonkun vuoden käytössä tilamalli, todennäköisesti myös sen pohjana on toiminta- ja palvelumalli. Nordea on viime vuonna 2008 rakentanut Keski-Uudellamaalla sijaitsevaan konttoriinsa pilottikonttorin, jossa on tilamalli, todennäköisesti senkin pohjana on toiminta- ja palvelumalli, malli on käytössä myös esim. Ruotsissa Tukholmassa.