

**Yritysassiakkaiden haasteet Nordean tunnuslukusovelluksen ja
mobiilipankin käytössä.**

Tuomas Pohjala



Tekijä(t) Tuomas Pohjala	
Koulutusohjelma Liiketalous	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Yritysasiakkaiden haasteet Nordean tunnuslukusovelluksen ja mobiilipankin käytössä.	Sivu- ja liitesivumäärä 53 + 8
<p>Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Nordea Bank Ab (publ), Suomen sivuliikkeelle kevään 2017 aikana. Nordean Tunnusluvut -sovellus ja Yrityksen Mobiilipankki ovat Nordean asiakkaidensa käyttöön kehittämisiä mobiilisovelluksia, joilla pystytään tunnistautumaan eri palvelukanavissa sekä hoitamaan päivittäisiä pankkiasioita. Opinnäytetyön aiheena on ollut kartoittaa yritysasiakkaiden kohtaamia haasteita näiden sovellusten käyttöön liittyen.</p> <p>Tutkimuksen pääongelmana on ollut selvittää millaisia ovat yritysasiakkaiden kokemat haasteet Nordean tunnuslukusovelluksen sekä yrityksen mobiilipankin käytössä. Tavoitteena on ollut selvittää Nordean Keski-Uudenmaan alueen yritysasiakkaiden haasteita näiden mobiilisovellusten käytössä, jotta asiakkaita on voitu ohjeistaa ja neuvoa sovelluksiin liittyvissä ongelmissa paremmin. Työn viitekehityksessä käsitellään pankkien toimintaympäristön muutosta sekä asiakaskokemuksen muodostumista ja sisältöä. Lisäksi käydään läpi tunnuslukusovelluksen ja yrityksen mobiilipankin käyttöönottoa sekä toiminnallisuuksia. Tämän jälkeen tutkimuksessa esitellään yritysasiakkaiden kohtaamia haasteita ja analysoidaan saatuja tuloksia.</p> <p>Työ on toteutettu kvalitatiivisena tapaustutkimuksena käyttämällä kahdeksaa eri teemahaastattelua. Tutkimuksessa on haastateltu kahdeksaa eri Keski-Uudenmaan yritysconttorin asiakasta, joilla on ollut käytössään tunnuslukusovellus sekä yrityksen mobiilipankki. Teemahaastattelut on toteutettu puolistrukturoituna haastatteluna vapaan keskustelun muotoisena.</p> <p>Tutkimustuloksena todetaan, että yritysasiakkaiden kohtaamat merkittävimmät haasteet liittyvät tunnuslukusovelluksen käyttöönottoon sekä joihinkin toiminnallisuuksiin sovellusten käytössä. Myös turvallisuusasiat olivat yksi merkittävä huolenaihe ennen käyttöönottoa. Tutkimustulokset ovat olleet Nordealle erittäin hyödyllisiä erityisesti asiakasrajapinnassa. Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää erinomaisesti asiakastapaamisissa. Mobiilisovelluksia voidaan asentaa suoraan asiakkaiden käyttöön, jolloin kiireiset yritysasiakkaat pääsevät välittömästi kokeilemaan sovelluksia. Lisäksi tutkimustulosten pohjalta on voitu parantaa asiakasneuvonnan laatua, jolloin on pystytty keskittymään haastavimpiin kohtiin mobiilisovellusten käyttöönotossa ja käytössä.</p> <p>Työn lopussa esitellään jatkotutkimusehdotuksia. Tämän lisäksi työn tekijä arvioi omaa oppimistaan sekä opinnäytetyöprosessin etenemistä kriittisesti.</p>	
Asiasanat digitalisaatio, asiakaskokemus, käyttökokemus, mobiilisovellus,	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset	2
1.2	Rakenne	3
2	Pankkien toimintaympäristö	5
2.1	Pankit muutoksen kynsissä	5
2.2	Kilpailun uusi aikakausi	6
2.3	Maksupalveludirektiivi (PSD2)	8
2.4	Digitalisaatio finanssialalla	10
3	Asiakaskokemus	13
3.1	Digitaalinen asiakaskokemus	13
3.2	Palvelun arvo	14
3.3	Käyttökokemus	17
3.4	Mobiiliin asiakaskokemuksen onnistuminen	17
4	Nordean Tunnusluvut -sovellus ja Nordean Yrityksen Mobiilipankki	20
4.1	Nordean Tunnusluvut -sovelluksen käyttöönotto	20
4.2	Nordean Tunnusluvut -sovelluksen käyttö	23
4.3	Nordean Yrityksen Mobiilipankin käyttöönotto	23
4.4	Nordean Yrityksen Mobiilipankin käyttö	24
5	Tutkimuksen toteutus	27
5.1	Kohdeyritys	27
5.2	Tutkimusmenetelmävalinnat ja toteutus	28
5.3	Haastatteluiden toteutus	30
6	Havaitut haasteet mobiilisovellusten käytössä	34
6.1	Ennako-odotukset ja sovelluksista tiedottaminen	34
6.2	Käyttöönotto	36
6.3	Käytettävyys	38
6.4	Yhteenveto	41
7	Pohdinta	44
7.1	Tulosten vaikutukset	44
7.2	Tutkimuksen luotettavuus	47
7.3	Jatkotutkimusehdotukset	49
7.4	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi	51
	Lähteet	55
	Liitteet	59
	Liite 1. Teemahaastattelurungot	59
	Liite 2. Haastattelut	61

1 Johdanto

Älypuhelinien suosio on viime vuosien aikana kasvanut merkittävästi perinteisiin matkapuhelimiin verrattuna. Kehityksen myötä myös erilaisten mobiilisovellusten käyttö on lisääntynyt huomattavasti. Mobiilisovellusten tarkoituksena on vastata käyttäjän erilaisiin tarpeisiin, jonka vuoksi niitä kehitetäänkin markkinoille jatkuvasti lisää. Älypuhelinien sovellusten avulla pystytään nykypäivänä esimerkiksi tilaamaan ravintolaruokaa kotiin, jolloin tilauksen etenemistä voi seurata reaaliaikaisesti sovelluksen kartalta tai vaikka osallistumaan yhteiseen peliin elokuvateatterin valkokankaalla ennen mainosten alkua. Myös erilaiset sosiaalisen median palvelut ovat suuressa roolissa älypuhelinien käytössä. (Berkowski 2014, 19.)

Myös useimmat pankit ovat kehittäneet omat mobiilisovelluksensa helpottaakseen asiakkaidensa pankkiasiointia. Perinteisen konttoriasioinnin rinnalle on tullut pankkiasiodien hoitaminen älypuhelimien tai tablet-laitteen välityksellä. Lisäksi älypuhelimella pystytään mm. siirtämään rahaa eri pankkien välillä ilman odotusaikaa tai maksamaan ostokset kaupan kassalla. Pankkipalvelut halutaan tuoda jokaisen asiakkaan saataville ajasta ja paikasta riippumatta. Erityisesti pankin nuoremmat asiakkaat kokevat uudet palvelukanavat helpommiksi käyttää, jonka vuoksi näitä kanavia halutaan myös monipuolistaa ja kehittää jatkuvasti lisää.

Perinteisten pankkien haastajiksi lukeutuvat nykypäivänä useat toimialarajat ylittävät teknologiayritykset. Nämä digitaaliset palveluntarjoajat tuovat asiakkaiden saataville jatkuvasti kätevämpiä maksuratkaisuja ja muita lisäarvoa tuottavia palveluita. 2018 tammikuussa voimaan tuleva maksupalveludirektiivi (PSD2) tulee pienentämään perinteisten pankkien markkinaosuutta entisestään ja kilpailu asiakkaista tulee kasvamaan. Direktiivin myötä pankit joutuvat avaamaan infrastruktuurinsa kolmansille osapuolille, jolloin muut palveluntarjoajat pääsevät tarjoamaan asiakkaille palveluita erityisesti online ja mobiilikanavissa. Pankit ovat valmistautuneet tulevaan muutokseen kehittämällä uusia mobiilisovelluksia ja palvelukanavia asiakkaidensa käyttöön. (Talouselämä 2016.)

Nordea on kehittänyt vuonna 2016 yritysasiakkaidensa käyttöön Nordean yrityksen mobiilipankin, jonka kautta yrittäjät ja yritysten edustajat voivat hallinnoida mm. yrityksen tilejä ja tehdä maksuja älypuhelinia käyttämällä. Lisäksi asiakkaiden käytössä on älypuheliimeen ladattava tunnuslukusovellus, joka mahdollistaa mobiilipankkien käytön sekä henkilö- että yritysasiakkaille. Tunnuslukusovellus on korvannut vanhanmallisen tunnuslukutaulukon, jolla on kirjauduttu verkkopankkiin. Monet asiakkaat ovat päässeet

käyttämään sovelluksia vaivatta ja kokeneet ne erittäin käteviksi, mutta myös haasteisiin on törmätty. Tunnuksiovellus ja yrityksen mobiilipankki ovat keskeinen osa tulevaisuuden pankkiasiointia ja tämän vuoksi olisikin tärkeää, että asiakkaat pystyvät käyttämään sovelluksia ilman ongelmia. Näihin sovelluksiin liittyvien haasteiden selvittäminen on hyvin olennaisessa roolissa, jotta sovelluksia voidaan kehittää ja yleistä ohjeistusta parantaa. Näin pystytään myös vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeisiin jatkuvasti kovenevassa kilpailuympäristössä. (Nordea 2017 a, Nordea 2017 b.)

1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset

Nordean Tunnuksiovellus -sovellus ja Nordean Yrityksen Mobiilipankki lanseerattiin käyttöön vuosina 2015 ja 2016. Tutkimuksen toteutus aikataulutettiin tehtäväksi kevään 2017 aikana, jolloin monet yritysasiakkaat olivat käyttäneet mobiilisovelluksia jo jonkun aikaa. Tämän tutkimuksen päätavoitteena on ollut selvittää Nordean Keski-Uudenmaan alueen yritysasiakkaiden haasteita pankin mobiilisovellusten käytössä, jotta asiakkaita on voitu ohjeistaa ja neuvoa sovelluksiin liittyvissä ongelmissa paremmin. Näin on pystytty parantamaan asiakaskokemusta mobiilisovellusten käytössä. Yritysasiakkaat ovat usein kiireisiä, joten pankkineuvojan pitää pystyä neuvomaan asiakasta mahdollisimman vaivattomasti ja nopeasti erilaisissa ongelmissa.

Tutkimuksen pääongelmana on ollut seuraava tutkimusongelma: Millaisia ovat yritysasiakkaiden kokemat haasteet Nordean tunnuksiovelluksen sekä yrityksen mobiilipankin käytössä? Pääongelmaa on tutkittu seuraavien alaongelmien avulla:

- Mitä tunnuksiovellus ja yrityksen mobiilipankki tarjoavat asiakkaalle?
- Missä mobiilisovellusten käyttövaiheessa haasteet ilmenevät?
- Millaisia ennako-odotuksia asiakkailla on pankin mobiilisovelluksista?

Tutkimus on rajattu niin, että se keskittyy tutkimaan yritysasiakkaiden haasteita Nordean yrityksen mobiilipankin sekä tunnuksiovelluksen käytössä. Työssä on käsitelty näiden sovellusten käyttöönottoon ja käyttöön liittyviä kokemuksia, joita selvitettiin haastatteleamalla Nordean Keski-Uudenmaan yritysasiakkaita. Käyttöönotossa on tutkittu myös näiden sovellusten lataamiseen ja asennukseen liittyviä haasteita.

Yritys- sekä henkilöasiakkaat ovat olleet yleisesti erittäin tyytyväisiä Nordean lanseeraamaan tunnuksiovellukseen sekä mobiilipankkipalveluihin. Sovellusten on kerrottu olevan yksinkertaisia käyttää sekä nykyaikaisia kanavia hoitaa pankkiasioita älypuhelimien tai tietokoneiden avulla. Tässä tutkimuksessa ei ole ollut tarkoitus selvittää

mobiilisovellusten asiakastyytyvyyden tasoa, vaan tutkia pelkästään niiden käyttöön liittyviä haasteita yritysasiakkaan näkökulmasta.

Tutkimuksen tekijän tavoitteena on ollut oman ammattitaidon kehittäminen yrityksen pankkineuvojana. Tuloksia on voitu hyödyntää omissa asiakastapaamisissa tuoden asiakkaalle lisäarvoa neuvomalla mobiilisovellusten käytössä. Myös alueen muut yrityksen pankkineuvojat ovat saaneet tutkimusten tuloksista apua päivittäiseen työhönsä asiakkaita tavatessaan. Tutkimuksen tekijän henkilökohtaisena tavoitteena on ollut oppia hallinnoimaan isompaa projektityötä ajallisesti sekä toteuttaa se suunnitelmallisesti. Lisäksi tutkimuksen kirjallisuusosiosta on voinut oppia paljon tulevasta finanssialan kehityksestä sekä asiakaskokemuksesta yleisesti. Hyvin suoritetusta opinnäytetyöstä on varmasti hyötyä myös haettaessa jatko-opintoihin.

Tutkimuksen tuloksista on raportoitu säännöllisesti yrityskonttorin johtajalle, jotta tuloksia on voitu viedä tarvittaessa eteenpäin myös muihin konttoreihin. Tuloksia on raportoitu myös muille konttorin työntekijöille, jotta niitä on voitu käyttää asiakastapaamisissa välittömästi.

Tutkimusta voidaan jatkossa hyödyntää erilaisten pankin mobiilisovellusten kehityksessä sekä asiakkaiden ohjeistamisessa tapaamisissa. Erilaisia mobiilisovellusten käyttöoppaita voidaan tarkentaa, jotta asiakkaan on helpompaa omaksua sovellusten käyttö. Lisäksi sisäisiä työohjeita voidaan päivittää mobiilisovelluksiin liittyvien ohjeistuksien osalta. Kattavan tutkimuksen hyödyt voivat parhaimmillaan heijastua yrityskonttoreihin koko Suomen alueella.

1.2 Rakenne

Tämä opinnäytetyö koostuu johdannosta, teoriaosuudesta, empiirisestä osuudesta sekä tutkimustulosten pohdintaosuudesta. Työn teoriaosuudessa kuvataan pankkien toimintaympäristöä, joka sisältää finanssialan muutosten, kilpailuympäristön sekä digitalisaation vaikutuksen käsittelyä. Lisäksi teoriaosuudessa käsitellään asiakaskokemusta, jossa syvennytään digitaaliseen asiakaskokemukseen sekä palvelun arvon määrittämiseen. Työssä halutaan korostaa digitalisaation merkityksen tärkeyttä finanssialan muutoksessa. Teoriaosuus päättyy tunnuslukusovelluksen ja yrityksen mobiilipankkisovelluksen kuvaamiseen ja toimintojen esittelyyn.

Empiirinen osio koostuu tutkimuksen toteutusosiosta sekä tutkimustulosten esittelystä ja analysoinnista. Tutkimuksessa esitellään asiakaslähtöisiä käyttökokemuksia,

kehitysideoita ja mielipiteitä mobiilipankkiin ja tunnuslukusovellukseen liittyen. Empiirinen aineisto on kerätty viitekehukseen pohjautuvalla laadullisella tutkimuksella kahdeksan teemahaastattelun avulla, jotka on kerätty Keski-Uudellamaalla vaikuttavilta Nordean yritysasiakkailta. Tutkimustulosten esittelyn yhteydessä pohditaan tulosten hyödyntämistä Nordean sisäisissä prosesseissa sekä esitetään kehitysehdotuksia. Tutkimuksen lopussa esitetään erilaisia aiheita, joista voisi tehdä jatkotutkimuksia. Lisäksi tutkimuksen tekijä arvioi omaa suoriutumistaan ja oppimistaan tutkimusprosessin aikana.

2 Pankkien toimintaympäristö

Tässä teoriaosuudessa kuvataan pankkien toimintaympäristön muutosta yleisellä tasolla sekä käsitellään pankkien nykyisiä toimia muutospaineesiin vastaamiseksi. Lisäksi kartoitetaan alati kasvavaa finanssialan kilpailuympäristöä sekä uuden maksupalveludirektiivin tuomia muutoksia. Osion lopussa avataan digitalisaation vaikutusta finanssialan palvelulogiikkaan. Tekijä korostaa muutospaineesiin vastaamisen tärkeyttä finanssitoimijoiden toimintamallien muuttamisessa.

2.1 Pankit muutoksen kynsissä

Pankit joutuvat sopeutumaan jatkuvasti toimintaympäristönsä muutoksiin. Nykypäivänä toimintamallien muutoksiin vaikuttavat vahvasti taloustilanne, matalat korot, uusi pankkisääntely sekä digitalisaatio. Toimintaympäristön muutoksessa pankeilla on haasteena tuottaa uusia ja kannattavia palveluita, jotka vastaavat asiakkaiden kehittyviä tarpeita. Toimintaympäristön lisäksi pankkien on sopeuduttava vallitseviin megatrendeihin, kuten väestön demografisiin (ikä, sukupuoli, asuinpaikka jne.) muutoksiin, teknologian ja infrastruktuurin kehittämiseen sekä kaupungistumiseen. (Euro & Talous 2016.)

Pankkien tulee kehittää omaa toimintaansa vastatakseen nykyisiin muutospaineesiin sekä soveltuakseen kilpailuympäristöön myös tulevaisuudessa. Muutoksessa tulevat menestymään parhaiten ne, jotka ovat pystyneet aidosti muuttamaan toimintamallejaan. Sijoittajat ovat kyllästyneet suureen volatilitteettiin ja pieniin tuottoihin, jonka vuoksi pankeilta vaaditaan yhä tehokkaampaa toimintaa. Nykyisin pankit pyrkivätkin yksinkertaistamaan toimintamallejaan ja tavoittamaan enemmän asiakkaita kustannustehokkaasti. Tuoteratkaisuja puretaan ja rakennetaan uudelleen, jotta asiakkaille pystytään tarjoamaan personoidumpia ratkaisuja. (EY 2015, 1-2.)

Hidas talouskasvu sekä matalat korot asettavat haasteita pankkien kannattavuudelle. Tuottojen väheneminen pakottaa pankit miettimään omia toimintojaan tehokkuuden lisäämiseksi ja kulujen pienentämiseksi. Lisäksi perinteisten palkkio-, ja kaupankäyntituottojen lisääminen on tämänhetkisen talousympäristön ja kasvavan kilpailun vuoksi haastavaa. (Euro & Talous 2016.)

Väestön ikääntyminen ja kaupungistuminen vaikuttavat asiakkaiden palvelutarpeisiin. Ikääntyneempi väestö asioi mielellään pankkikonttoreissa paikan päällä, kun nuorempi väestö käyttää pankin verkko- sekä mobiilipalveluita. Palveluverkostoa täytyy ylläpitää,

kun taas toisaalta verkko- ja mobiilipalveluihin täytyy panostaa yhä enemmän resursseja. Tämä asettaa pankit hankalien valintojen eteen. (Euro & Talous 2016.)

Digitalisaation myötä myös pankeilla ja muilla rahoitusalan toimijoilla on ollut paremmat mahdollisuudet tarjota asiakkailleen kustannustehokkaampia palveluja.

Rahoituspalvelujen käyttötottumukset ovat muuttuneet mobiililaitteiden ja sosiaalisen median nousun myötä. Teknisten ratkaisujen on oltava luotettavia ja tehokkaita, jolloin myös kyberturvallisuuden merkitys kasvaa. Luotettavuus on ollut pankkiasioinnin kulmakivi aina ja on varmasti sitä myös jatkossakin. (Euro & Talous 2016.)

Yksinkertaistaessaan toimintojaan pankit ovat tutkineet mikä on toiminnan todellinen ydin ja mistä varsinaiset tuotot tulevat. Arvoa tuottamattomia toimintoja pyritään parantamaan tai korvaamaan ne vaihtoehtoisilla toimittajilla. Pankkien täytyy varmistaa, että he pystyvät aktiivisesti kontrolloimaan ydintoimintojensa kustannuksia. (EY 2015, 18.)

Asiakkaiden suojaamiseen ja tuotteiden ominaisuuksiin liittyviä kansainvälisiä säädöksiä lisätään jatkuvasti. Usein pankkien ongelmaksi saattaakin osoittautua se, että sääntelyviranomaiset eivät arvioi uusia tuotteita etukäteen, mutta voivat rangaista tapahtuneista virheistä myöhemmin julkistuksen jälkeen. Pankkien on oltava hyvin varmoja uusista tuotteistaan, jotta välttää skandaaleilta. Usein pankkien tuotteiden myyntitiimeillä ja konttorien toimihenkilöillä ei ole tuotteista tarpeeksi informaatiota. Tällöin asiakkaita saatetaan ohjeistaa väärin, joka osaltaan lisää huonon palvelu- tai käyttökokemuksen riskiä. Usealla toimialalla tuotekehityksessä on saavutettu asiakaslähtöinen lähestymistapa, jolloin asiakkaat odottavat personoidumpia tuotteita ja kokemuksia. Tämä toimintatapa pankkienkin on hyväksyttävä tulevaisuudessa vastatakseen asiakkaiden muuttuviin odotuksiin. (EY 2015, 18.)

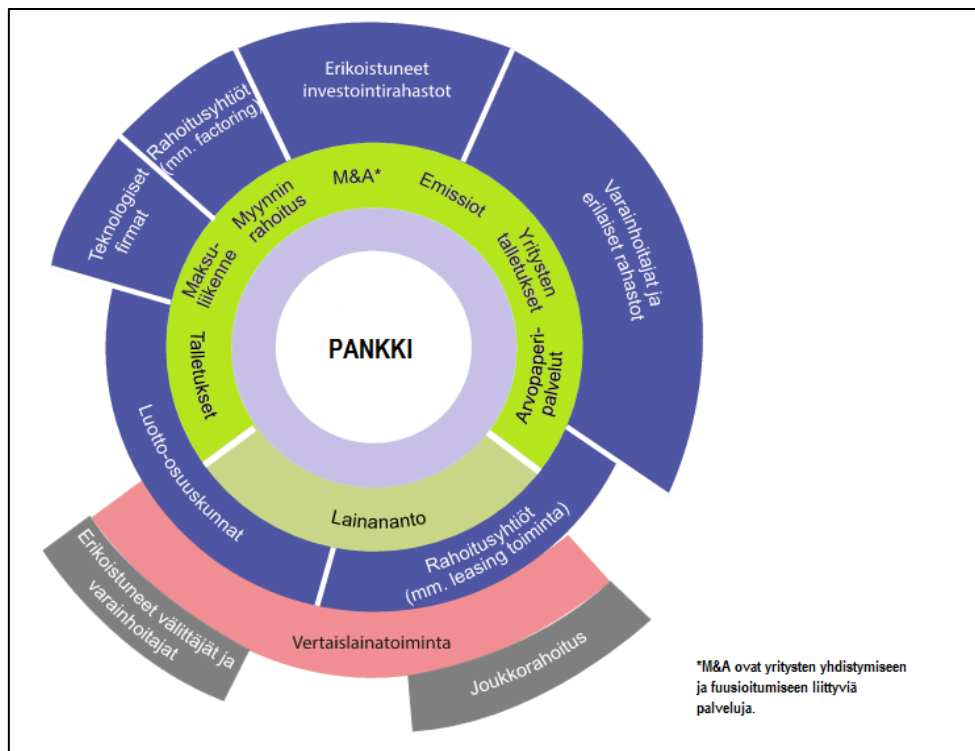
2.2 Kilpailun uusi aikakausi

Uusia toimijoita on alkanut ilmestyä perinteisten pankkien rinnalle jo ennen kansainvälistä talouskriisiä vuosina 2007–2009. Pankkien luotettavuus kärsi talouskriisin yhteydessä melko paljon, jolloin asiakkaiden on ollut helpompaa kääntyä uusien toimijoiden puoleen hoitaakseen laina- ja sijoitustarpeensa. Myös eri maiden hallitusten päätökset ja uudet säädökset ovat mahdollistaneet kilpailun kasvun toimialalla. Vielä on kuitenkin epäselvää kuinka paljon uudet, pienemmät toimijat pystyvät laajentamaan toimintamallejaan ja onko heillä halua joutua suurempien valvontaelinten suurennuslasin alle. Toisaalta uudet yritykset saattavat saada suurempaa luottamusta asiakkailta, kun heihin kohdistetaan enemmän valvontaa. Lisäksi nämä toimijat pystyvät käyttämään asiakastietoja pankkeja

paremmin hyväkseen ketterän toimintansa ansiosta ja näin myös kehittämään asiakkaille parempia palveluita. Pankkien on koitettava soveltua tähän uuteen kilpailuympäristöön säilyttääkseen asemansa. (EY 2015, 11-12.)

Toimialan suurimpia kehitysaskelia on tehty erityisesti maksupalveluissa. Paypal on kasvanut yhdeksi maailman suurimmista rahoitusorganisaatioista ja pienempiä korttimaksuja voidaan tehdä muun muassa älypuhelimeen liitetyillä maksupäätteillä. Lisäksi viime vuosina on kehitetty maailmanlaajuisesti lukuisia mobiililompakko-palveluita, jotka mahdollistavat rahan siirrot reaaliaikaisesti eri pankkien tilien välillä matkapuhelinnumeron perusteella. (EY 2015, 13.)

Myös Suomessa ollaan ottamassa käyttöön ensimmäistä reaaliaikaista rahan siirtoon tarkoitettua sovellusta nimeltä Siirto. Siirto on Automatian kehittämä maksupalvelualusta, jonka avulla voidaan siirtää rahaa tililtä toiselle pankista riippumatta. Palvelu on kehitetty EU:n säätämän PSD2-maksupalveludirektiivin mukaiseksi. Palvelun myötä Suomi vahvistaa entisestään asemaansa uusien tulevaisuuden maksupalveluiden kehittäjänä. Ensimmäiset suomalaiset pankit ovat tuomassa Siirto-palveluun perustuvia omia mobiilimaksusovelluksiaan markkinoille maaliskuussa 2017. (Tieto 2016.) Ominaisuuksiltaan Siirto-palvelu muistuttaa Danske Bankin kehittämää Mobile Payta. Suurin ero palveluiden välillä on se, että Mobile Pay:n toiminta perustuu maksukorttiin, kun uusi siirtopalvelu perustuu pankkitiliin. (HS 2016.)



Kuvio 1: Pankin liiketoimintoihin kohdistuva kilpailu (mukailtu Euro & Talous 2016.)

Vähittäispankkitoiminnassa uudet kilpailijat toimivat mm. luotonannon ja sijoittamisen osa-alueella. Uudet toimijat eivät kärsi kalliista konttoriverkostosta ja operationaalisista kuluista kuten perinteiset pankit, minkä vuoksi niillä on mahdollisuus tarjota sijoituksista suurempia tuottoja ja luotonannossa matalampia korkoja. Vastaavat toimijat pakottavat pankit panostamaan asiakaspalveluunsa sekä uusiin teknologisiin palveluihin, joita myös uudet toimijat tarjoavat. Asiakkaiden odotukset tulevat muokkautumaan seuraavan vuosikymmenen aikana yhä enemmän kasvavan kilpailun ja tarjonnan myötä. Asiakkaat tulevat vaatimaan parempaa palvelua ja hinnoittelua, jolloin myös perinteisten pankkien on tehtävä panostuksia kohdatakseen nämä vaatimukset. (EY 2015, 13.)

Myös toimialarajoja rikkovat yritykset ovat toimineet pankkien haastajina. Hyvinä esimerkkeinä toimialojen rikkomisesta ovat yhdysvaltalainen kahvilaketju Starbucks sekä verkkokauppa Amazon. Starbucks lukeutuu nykypäivänä Yhdysvaltain kymmenen suurimmat säästöpankin joukkoon ja sen asiakastileillä on yli 10 miljardia dollaria. Amazon toi vuonna 2016 asiakkailleen yhden klikkauksen lainapalvelun, joka kasvaa kovaa vauhtia. (Talouselämä 2016)

2.3 Maksupalveludirektiivi (PSD2)

Uudet regulaatiot ja direktiivit luovat pankeille uusia haasteita. Ruotsilan (Talouselämä 2016) mukaan uuden maksupalveludirektiivin (PSD2) seurauksena pohjoismaiden kahdeksan suurinta pankkia voi menettää jopa 1,8 miljardia euroa liiketoiminnastaan.

Maksupalveludirektiivi - Payment Service Directive, PSD2 on maksupalvelun soveltamisala, jota laajennetaan tuomalla niin sanotut kolmannet palveluntarjoajat valvonnan ja sääntelyn piiriin. Näitä kolmansiä palveluntarjoajia ovat maksutoimeksiantopalvelun tarjoajat sekä tilitietopalvelun tarjoajat. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että perinteisten pankkien on annettava näille palveluntarjoajille pääsy asiakkaan tileille asiakkaan suostumuksella. Asiakas voi ostaa esimerkiksi korttipohjaisen maksuliikepalvelun kolmannelta osapuolelta ja kortti voidaan liittää perinteisessä pankissa olevaan käyttötiliin. Tarkoituksena on siis lisätä kilpailua sekä tehdä maksamisesta turvallisempaa ja edullisempaa. (Finanssivalvonta 2016.)

Okko (2002, 19.) kirjoitti vuonna 2002 julkaistussa kirjassaan, että vaikka rahoituksenvälityksen kilpailuasetelmat muuttuvat, tulevat pankit olemaan silti jatkossakin vahvassa asemassa, koska ne hoitavat yhteisön tilijärjestelmiä. Tämä asetelma tulee kuitenkin uuden direktiivin myötä muuttumaan. Vaikka pankilla onkin hoidossaan

tilijärjestelmien perusinfrastruktuuri, joutuvat ne luovuttamaan jatkossa dataa muille kilpailijoille.

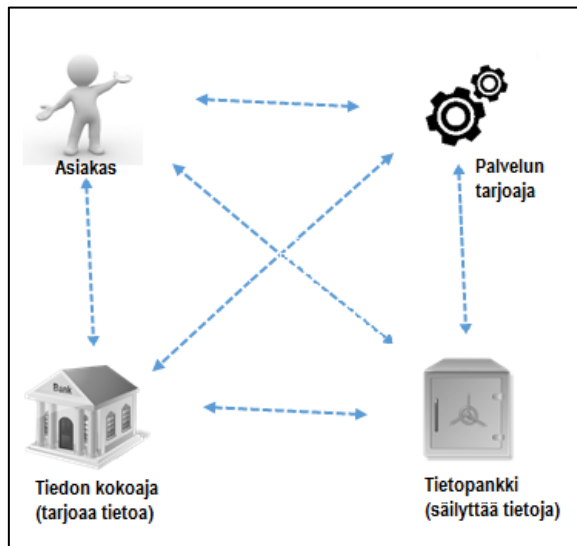
Uusi maksupalveludirektiivi tulee voimaan tammikuussa 2018, jonka vuoksi perinteiset pankit ovat tehneet kovasti töitä rakentaakseen riittävän hyvän perustarjoaman olemassa olevien tuottojen säilyttämiseksi. Pankit menettävät markkinaosuuttaan hurjaa vauhtia, jonka vuoksi niiden on kehitettävä maksupalveludirektiivin lisäksi strategia myös ohjelmointirajapintoja (API) varten. Tällä tavoin pankit voivat hyödyntää luotettujen ulkopuolisten toimijoiden pankkien asiakkaille kehittämiä innovatiivisia palveluja. (Accenture 2016, 12–14.)

API eli Application Programming Interface on ohjelmointirajapinta, jonka tarkoituksena on paljastaa osa sovelluksen toiminnoista ulkoisille palveluille, jolloin ei tarvitse muokata isäntäsovelluksen lähdekoodia (Omni partners 2017.) Sovellukset pyytävät toisia sovelluksia tekemään erilaisia toimintoja, jotta sovellus pääsee tavoitteeseensa (Computer world 2000.) Tämä siis tarkoittaa sitä, että tieto kulkee eri toimijoiden välisissä sovelluksissa mutkattomasti. Ohjelmat pystyvät käyttämään tietyn ohjelman etukäteen päätettyjä ominaisuuksia, jolloin niiden ei tarvitse luoda kaikkea alusta.

Accenture Strategy on tehnyt pankeille neljä eri strategiavaihtoehtoa liikevaihdon suojaamiseksi muutoksen haasteilta (Talouselämä 2016.):

1. Pankit voivat avata kolmansille osapuolille pääsyn asiakkaiden tileille vielä laajemmin, mitä PSD2 edellyttää ja veloittaa näiden palveluiden käytöstä.
2. Pankit voivat myös myydä keräämäänsä olemassa olevaa asiakastietoa.
3. Pankit voivat luoda uusia lisäarvopalveluja, kuten mobiilisovelluksia perusmaksupalvelujen lisäksi.
4. Pankit voivat ryhtyä jokapäiväisten maksutapahtumien ekosysteemin aktiiviseksi toimijaksi tarjoamalla myös finanssialan ulkopuolisia palveluja.

Pankkien tulee yhdistää eri keinoja omaan strategiaansa huolellisesti ottamalla huomioon kunkin neljän vaihtoehdon tarjoamat liiketoimintamahdollisuudet. Näin pankit voivat ottaa haltuunsa suuren osan kasvavista maksupalveluiden markkinoista sekä suojella nykyisiä tulonlähteitään. (Talouselämä 2016.)



Kuvio 2: API mahdollistaa tietojen kulkeutumisen eri toimijoiden kesken. (Mukailtu Wood 25.3.2016.)

Uuden maksupalveludirektiivin ja ”Open Banking” -ajattelun myötä asiakkaat voivat antaa palveluntarjoajille oikeudet hakea heidän tietojaan pankkien järjestelmistä. Asiakkaiden lisäksi palveluntarjoajat voivat välittää intressejään API:a hyödyntämällä. API toimii ikään kuin jakelumekanismina datalle ja palveluille. Asiakkaiden tietoja voidaan välittää suoraan tietopankeista sellaisenaan tai esimerkiksi pankkien kautta, jotka kokoavat tietoja yhteen ja antavat näille näkemyksiään. (Nordic Apis 2016.)

2.4 Digitalisaatio finanssialalla

Digitalisaatio on ollut jo pitkään yksi yhteiskuntamme suurimmista trendeistä.

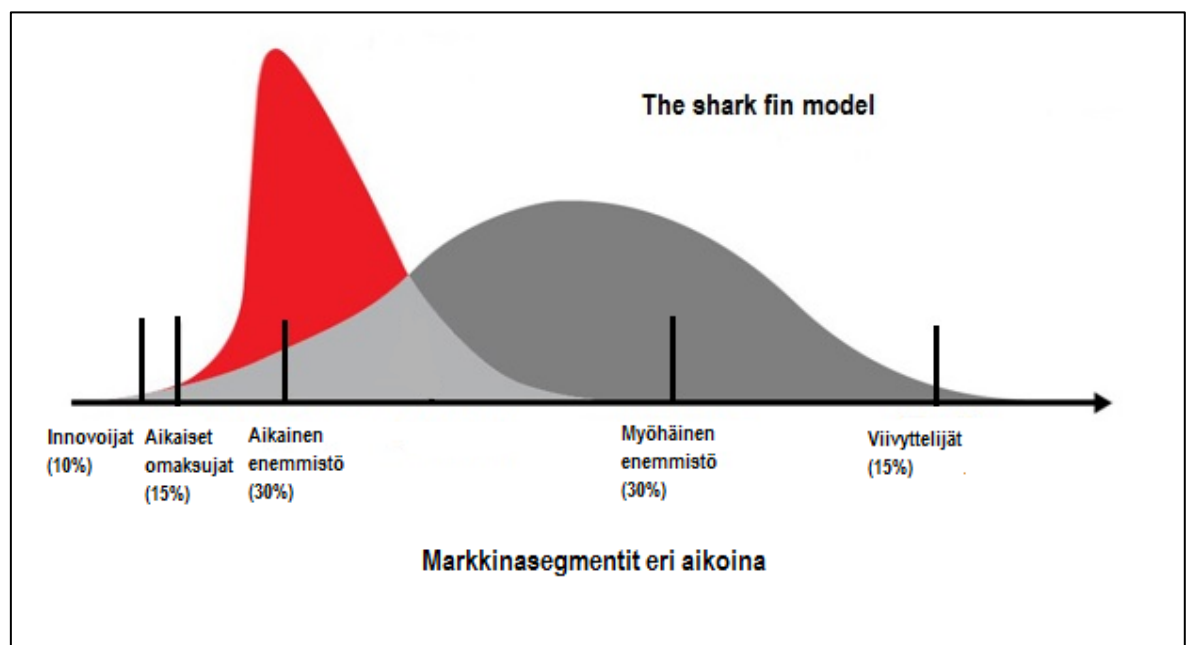
Digitalisaation sanotaan olevan rikkova sekä rakentava voima. Tällä tarkoitetaan sitä, että digitalisaatio rikkoo vanhoja arvoketjuja ja tuhoaa vanhoja toimijoita, kun samalla se antaa mahdollisuuksia uusille innovaatioille ja toimijoille. (Digitalist 2015.)

Suurempien yritysten haasteena digitalisaatioissa on hitaus. Näillä yrityksillä on usein riittävästi resursseja toteuttaa uusia palveluita, mutta sisäiset toimintamallit saattavat olla hitaita ja jäykkiä. Pienillä kasvuyrityksillä on vaadittavaa intoa ja ketteryyttä, mutta riittävien resurssien puute saattaa tuottaa haasteita toteutuksessa. Erikokoisten yritysten yhteistyöllä pystytään tuottamaan markkinoille tehokkaasti uusia digitaalisia innovaatioita. Tähän tarvitaan erilaisia tapahtumia ja foorumeita, jossa eri toimijat voivat luoda verkostoja ja sopia yhteistyöstä (Digitalist 2015.) Esimerkiksi Nordea Startup Accelerator on ohjelma uusille finanssialan teknologiayrityksille, missä pienet teknologiayritykset voivat yhdessä Nordean asiantuntijoiden kanssa ideoida ja kehittää mobiilisovelluksia. (Nordea Accelerator 2016.)

Sukupolvien välisten erojen vuoksi digitalisaatioon asennoituminen voi olla joskus haasteellista. Vanhempi sukupolvi kokee digitalisaation muutoksena, kun taas nuorempi sukupolvi luonnollisena kehityksen jatkumona. Vanhemman sukupolven edustajia voidaan pitää eräänlaisina online-maailman maahanmuuttajina, jotka vaativat suurempaa panostusta ja opettelua. Nuorempi sukupolvi on elänyt digitaalisessa ajassa usein koko ikänsä, jolloin toimiminen online-maailmassa on heille arkipäivää. (Digitalist 2015.)

Ihmiset omaksuvat uudet innovaatiot, kuten mobiilisovellukset, jokainen erilailla. Ihmiset voidaan jakaa eri ryhmiin sen mukaan, kuinka he vastaanottavat uudet innovaatiot. Aluksi on pieni joukko innovoijia, jotka omaksuvat uuden innovaation ensin. Heidän jälkeensä uuden innovaation ottavat käyttöönsä aikaiset omaksujat, joita seuraa aikainen enemmistö ja myöhäinen enemmistö. Näiden lisäksi on ryhmä, jotka viivyttelöi innovaation käyttöönotossa tai ei omaksu innovaatioita lainkaan (Hiltunen 2012, 32.)

Uusien digitaalisten innovaatioiden julkaisun yhteydessä on huomattu, että palveluita lähdetään kokeilemaan innokkaammin jo julkaisun alkuvaiheessa. Tähän on syynä muun muassa nopea tiedonkulku käyttäjien keskuudessa. Alla olevassa kuvassa voidaan huomata, kuinka aikainen enemmistö omaksuu uudet innovaatiot innovoijien ja aikaisten omaksujien jälkeen. Tämä muodostaa hain evän muotoisen alueen normaalin kellomaisen kuvion alkuvaiheessa. (Accenture 2016.)



Kuva 1: The shark fin model kuvaa innovaatioiden hyväksymistä ajan kuluessa. Punainen alue kertoo suosion kasvusta innovaation julkaisun alkuvaiheessa. (Mukailtu: Accenture 2016.)

Digitaalisen trendin myötä asiakkaiden käyttäytyminen pankkipalveluiden käytössä on muuttunut. Pankin mobiilisovelluksien sekä puhelinpalvelun käytön lisäksi asiakkaat haluavat edelleen asioida myös perinteisessä pankkikonttorissa. Yhdysvaltalaisen tutkimuksen mukaan 39 % yhdysvaltalaisista matkapuhelimen käyttäjistä, joilla oli pankkitili, olivat käyttäneet mobiilipankkia viimeisen 12kk aikana vuonna 2014. Samaan aikaan 22 % kertoi tehneensä mobiilipankilla maksuja. Tämä kertoo siitä, että kuluttajat ovat olleet tottuneita käyttämään mobiilipankkia jo vuonna 2014. (Board of governors of the federal reserve system 2015, 6,10.)

Viimeisen vuosikymmenen aikana teknologialla on ollut erittäin suuri vaikutus pankkitoimintaan ja se onkin muokannut alaa valtavasti. Tämä tulee jatkumaan myös tulevalla vuosikymmenellä. Pankit investoivat järjestelmiinsä jatkuvasti, jotta ne pysyvät mukana muutoksessa. Muutosten ytimessä ovat älypuhelimet, jotka muokkaavat kuluttajien odotuksia. Kehittyvillä markkinoilla monet asiakkaat odottavat pystyvänsä hoitamaan pankkiasioinnin puhelinsovellusten kautta ja jotkut pankit tarjoavat palvelujaan jopa Facebookin kautta. (EY 2015, 24.)

Asiakkaat odottavat palveluntarjoajilta nykypäivänä omni-kanavaisuutta, joka pankkitoiminnassa on nähty johdonmukaisena monikanavaisuusstrategiana. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakkaat voivat olla yhteydessä pankkiin valitsemansa kanavan kautta missä ja milloin haluavat. Tulevaisuudessa pankit tullaan näkemään myös enemmän osana sosiaalista mediaa. (EY 2015, 24.)

Omni-kanavaisuudella tarkoitetaan sitä, että organisaatio kohtaa asiakkaan yhtenäisellä tavalla kaikissa palvelukanavissa, jossa asiakkaalle mahdollistetaan siirtyminen palvelukanavasta toiseen mahdollisimman saumattomasti ja huomaamattomasti. (Saarinen 22.9.2015.)

Krishnan (2014, xi.) mukaan mobiilipankkipalvelut ovat tärkein kanava tulevaisuuden pankkitoiminnassa ja ne tulevat muuttamaan pankkitoimintaa nopeasti ympäri maailman. Asiakkaat haluavat jatkuvasti personoidumpia pankkipalveluja. Mobiilipalvelut pystyvät tarjoamaan näitä palveluita paremmin kuin mikään muu teknologia.

Mobiiliteknologia mahdollistaa korkealuokkaista ja personoitua vuoropuhelua asiakkaiden kanssa, mikä sitouttaa asiakasta ja pienentää kustannuksia. Lisäksi asiakas saa parempia kokemuksia itseohjautuvasta neuvonnasta sekä palveluista. Asiakas pystyy tekemään myös reaaliaikaisia päätöksiä sekä muokkaamaan omia palveluitaan helpommin. (Krishnan 2014, 15.)

3 Asiakaskokemus

Seuraavassa osiossa käsitellään asiakaskokemusta yleisesti sekä onnistuneen asiakaskokemuksen rakennetta. Lisäksi selvitetään palvelun arvon muodostumista ja sisältöä. Myös käyttökokemuksen merkitystä käydään läpi erityisesti digitaalisiin laitteisiin keskittyen. Lopuksi käydään läpi mobiilin käyttökokemuksen onnistumista. Tekijä haluaa korostaa osiossa digitaalisiin palveluihin ja erityisesti mobiilipalveluihin liittyviä kokemuksia.

3.1 Digitaalinen asiakaskokemus

Asiakaskokemus on ihmisten tekemien yksittäisten kokemusten summa, johon vaikuttavat vahvasti tunteet ja alitajuisesti tehdyt tulkinnat. Tämän vuoksi asiakkaan muodostamaan asiakaskokemukseen ei pystytä täysin vaikuttamaan. Yritykset pystyvät kuitenkin valitsemaan sen, millaisia asiakaskokemuksia pyritään luomaan (Löytänä & Korteso 2011, 11.) Asiakaskokemuksen onnistuminen voi liittyä esimerkiksi tarpeen tyydyttämisen, helppouden sekä nautinnollisuuden tunteeseen. (Löytänä & Korkiakoski 2014, 22.)

Löytänä & Korteson (2011, 11) mukaan ”Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa”.

Palveluja voidaan muotoilla asiakkaan parhaaksi innovoinnin ja kehittämisen menetelmillä. Palvelu tulisi olla helposti saatavilla ja käytettävissä, mutta myös elämyksellinen ja merkityksellinen kokemus. (Kalliomäki 2014, 46.)

Digitaaliseksi palveluksi kutsutaan palvelua, jota asiakas pääsee käyttämään päätelaitteen avulla. Asiakas pääsee suorittamaan halutun operaation käyttämällä esimerkiksi mobiililaitetta, johon on ladattu mobiilipankkisovellus (Filenius 2015, 30.) Asiakaskokemus on siis hyvin henkilökohtainen kokemus riippumatta siitä, onko kyseessä digitaalinen vai tavallinen asiakaskokemus.

Onnistunut asiakaskokemus vahvistaa asiakkaan identiteettiä ja omakuvaa. Vahvan asiakaskokemuksen saavuttamiseksi tarvitaan vahvoja tunteita, kohtaamisia ja mielikuvia, joita voidaan saavuttaa elämysten kautta. Elämys on voimakas tai positiivinen kokemus, johon liittyy ilon, onnen tai oivalluksen tunne. Arkiset tai tavalliset asiat eivät luo elämyksiä, vaan elämysten luomiseen tarvitaan myönteisiä yllätyksen tunteita. Asiakaskokemukset ovat yksilöllisiä. Toiset saattavat tuntea palvelun yllätykselliseksi, kun taas toiset tavalliseksi ja arkiseksi. Uusilla palveluilla on aina vastustajia, jonka vuoksi

yriytysten on ajateltava kohderyhmäänsä ja kehitettävä toimintaansa sen mukaan. (Löytänä & Korteso 2011, 44-46.)

Koska asiakaskokemus on aina yksilöllinen, voidaan todeta, että asiakas on aina oikeassa. Asiakas tulkitsee kokemuksiaan tunteiden ja mielikuvien kautta, jonka vuoksi kokemuksen muodostamiseen vaikuttavat vahvasti myös asiakkaan osaaminen, hintatietoisuus sekä asenne. (Filenius 2015, 25.)

Osaamisen merkitys korostuu erityisesti digitaalisten palveluiden kohdalla. Digitaalisia palveluita käytetään tietoteknisten laitteiden avulla, jolloin käyttäjältä edellytetään tietoteknisiä taitoja. Asiakaskunnan teknisiä taitoja saatetaan joskus yliarvioida, vaikka 2010-luvulla teknisten laitteiden, kuten älypuhelinien käyttö on arkipäiväistä. Myös asiakkaan asenne yritystä tai palvelua kohtaan vaikuttaa asiakaskokemukseen. Epäröivä tai negatiivinen asenne ei anna hyviä mahdollisuuksia onnistuneeseen asiakaskokemukseen. (Filenius 2015, 25-26.)

Asiakaskokemus rakentuu yksilöllisyyden lisäksi tilannekohtaisesti. Tunnetilat voivat vaihdella asiakkaan kokeman kiireen tai asian tärkeyden mukaan. Asiakaskokemusta voidaan parantaa hyvällä ohjeistuksella, joka on tehty haasteellisten tilanteiden varalle. Haasteelliset tilanteet voivat liittyä esimerkiksi odottamattomaan ongelmatilanteeseen, jonka asiakas kohtaa digitaalisissa palvelukanavissa. Hyvän ohjeistuksen ansiosta asiakaskokemus ei välttämättä jää negatiiviseksi, vaikka asian hoitaminen ei onnistuisikaan suunnitellusti. Digitaalisten kanavien yleistymisen on tehnyt tasalaatuisten asiakaskokemusten tuottamisesta entistä haastavampaa, koska asiakaskohtaukset eri palvelukanavissa voidaan kokea hyvinkin erilaisina. Yritysten suurena haasteena on kehittää digitaalinen palvelukokemus sellaiseksi, että asiakkaalle jää siitä positiivinen mielikuva. (Filenius 2015, 26.)

3.2 Palvelun arvo

Palvelun arvo määräytyy palvelun tuottamien hyötyjen ja siihen käytettyjen uhrausten erotuksesta. Uhraukset voivat olla taloudellisia tai toiminnallisia. Taloudellisia uhrauksia voivat olla esimerkiksi asiakkaan palvelusta maksama maksu tai palvelun toteuttamiseen käytetyt investoinnit. Toiminnalliset uhraukset ovat asiakkaan palvelun kehittäjän tekemät toimenpiteet palvelun saamiseksi. (Kinnunen 2004, 21.)

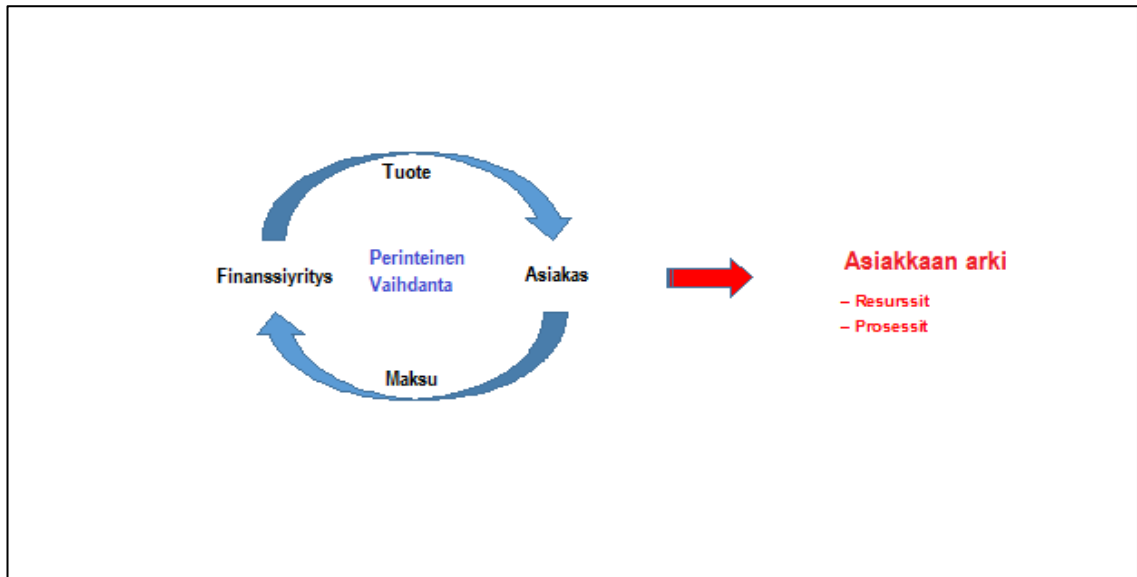
Puustisen (2013, 71) mukaan: ”Yrityksen myymää tuotetta ei tulisi nähdä valmiina tuotteena vaan pikemminkin resurssina tai prosessina, johon myös asiakas tuo oman panoksensa, ja näin sen arvo syntyy niin sanotusti asiakkaan arjessa”.

Palvelun päämääränä on tuottaa arvoa palvelun tuottajalle sekä asiakkaalle. Tällöin palveluun käytetyt uhraukset ovat pienemmät kuin palvelusta saatu hyöty, jolloin palvelun arvo on positiivinen. Joskus palvelun käyttö saattaa olla asiakkaalle haasteellista ja palvelun arvo voi jäädä negatiiviseksi. Palvelutapahtuman arvoon saattaa vaikuttaa myös asiakassuhteen aiemmat uhraukset ja hyödyt. Asiakas muokkaa omaa käsitystään palvelutapahtuman arvosta palvelun käytön aikana ja myös sen jälkeen. (Kinnunen 2004, 21.)

Arvon lähteistä voidaan erottaa kaksi eri ulottuvuutta, jotka ovat utilitaariset ja hedonistiset ulottuvuudet. Näistä lähteistä olevien osien summana syntyy asiakkaan kokema palvelun tai tuotteen arvo. Utilitaariset lähteet eivät itsessään tuota arvoa, vaan ne toimivat keinona jonkin päämäärän saavuttamiseksi. Esimerkiksi autokaupan utilitaariset lähteet ovat auton tekniset ominaisuudet. Hedonistiset lähteet ovat elämyksellisiä, tunteita tai aisteja herättäviä hyötyjä, jotka jokainen asiakas voi kokea täysin erilaisina. Autokaupassa hedonistisia lähteitä voivat olla mm. vauhdin tuomat jännityselementit tai turvallisuuden tunne. Tutkimusten mukaan asiakas suosittelee yritystä helpommin erityisesti hedonistisia lähteitä sisältäneen asiakaskokemuksen jälkeen. Asiakas suhtautuu tällöin yritykseen myös myönteisemmin. (Löytänä & Korteso 2011, 54-55.)

Asiakas voi vaikuttaa palvelutapahtuman arvoon myös omien toimiensa kautta. Tilanteet, joissa asiakas joutuu aktiivisesti puuttumaan palvelun tuottamiseen lopputulokseen pääsemiseksi, heikentävät asiakkaan kokemusta palvelutapahtuman arvosta. Toisaalta asiakkaan oma valmistautuminen ja informaation jakaminen palvelun tuottajan kanssa saattavat vaikuttaa positiivisesti palvelutapahtuman arvoon. (Kinnunen 2004, 21.)

Arvo syntyy osana asiakkaan arjen resursseja ja prosesseja. Asiakkaan resursseilla tarkoitetaan kaikkea sitä kapasiteettia, jota asiakkaalla on esimerkiksi käyttäessään finanssipalvelua. Näitä keskeisiä resursseja ovat aika, tietotaito, sosiaaliset kyvyt, varallisuus ja valmiudet käyttää erilaisia tietoteknisiä välineitä. Asiakkaan kokema arvo syntyy resurssien lisäksi asiakkaan prosesseista, joita ovat kaikki se, mitä asiakkaan arjessa tapahtuu. (Puustinen 2013, 72-73.)



Kuvio 3: Arvo syntyy asiakkaan arjessa. (Mukaiitu Puustinen 2013, 73.)

Finanssipalvelun arvo ja siihen liittyvät uhraukset pitävät sisällään neljä ulottuvuutta. Nämä ovat taloudellinen, toiminnallinen, emotionaalinen ja symbolinen ulottuvuus. Emotionaalinen ja symbolinen arvo ovat luonteeltaan enemmän subjektiivisia ja niiden merkitys näkyy arjessa niin, että monia taloudellisia ja toiminnallisia uhrauksia perustellaan emotionaalisilla ja symbolisilla hyödyillä. Esimerkiksi joku saattaa ostaa kalliin ja epäkäytännöllisen auton, mutta ajattelee sen olevan hieno. Tällöin kyse on emotionaalisesta tai symbolisesta arvosta, joka voi olla yhtä arvokasta kuin taloudellinen ja toiminnallinen arvo. Tämä arvo voi olla jopa arvokkaampaa, koska se koskettaa hyvin henkilökohtaisesti. (Puustinen 2013, 88–91.)

Taloudellinen arvo määrittyy palkkiokulujen ja tuotteen hinnan erilaisuutena. Arvoa voi syntyä esimerkiksi silloin, jos palvelun kulut koetaan edullisemmiksi muuhun saatuun arvoon kuten esimerkiksi palvelun käytön vaivattomuuteen. Asiakkaalle aiheutuvien taloudellisten kulujen hyötynä ovat koettu palvelun edullisuus ja uhrauksena ovat liian korkeat palkkiokulut. (Puustinen 2013, 91.)

Toiminnallinen arvo voi olla finanssipalvelun vaivattomuus ja sujuvuus. Toiminnalliseen arvoon vaikuttavat asiakkaan tuomat resurssit ja prosessit, jonka kautta palvelusta saatu arvo suurilta osin määräytyy. Toiminnallista arvoa syntyy esimerkiksi silloin, kun asiakkaan käymä vuorovaikutus finanssiyrityksen kanssa sujuu helposti ja vaivattomasti. Tällöin toiminta syö mahdollisimman vähän asiakkaan arjen resursseja, joita asiakas voi käyttää muuhun toimintaan. (Puustinen 2013, 91,93.)

Emotionaalinen arvo muodostuu positiivisista tunteista ja elämyksistä. Finanssipalvelu ei ole asiakkaalle tuote, vaan pikemminkin tuote on se, miten koko palvelujärjestelmä palvelee asiakasta. Esimerkiksi brittiläinen Barclays Bank tarjoaa asiakkailleen mobiilisovelluksen, josta näkee muun muassa jalkapallo-otteluiden tulokset. (Puustinen 2013, 96–98.)

Symbolinen arvo syntyy finanssipalvelun merkityksestä asiakkaan omassa elämässä. Arvo muodostuu asiakkaan identiteetin, elämäntyylin ja sosiaalisten verkostojen ympärillä positiivisten merkitysten kautta, jotka liittyvät palvelun tai tuotteen kulutukseen ja ovat asiakkaalle tärkeitä tai joita viestitään aktiivisesti muille. Symbolista arvoa voi syntyä myös statusaseman kautta, kun halutaan omalla käyttäytymisellä ilmaista jotain itsestä muille. (Puustinen 2013, 99.)

3.3 Käyttökokemus

Asiakkaan kokemuksista voidaan käyttää monia eri termejä. Digitaalisen asiakaskokemuksen luomisessa suuressa roolissa on palvelun tai tuotteen käytettävyys. Käyttökokemuksesta on tullut merkittävä kilpailutekijä, koska kuluttajat voivat äänestää jaloillaan kohdatessaan huonoja käyttökokemuksia (Filenus 2015, 29.) Myös pankkien mobiilisovellusten käytettävyys on tärkeässä roolissa, kun asiakkaat vertailevat eri toimijoiden kehittämiä palveluita keskenään. Asiakas ei mieti tuottajan suorittamia uhrauksia ja prosesseja vaan keskittyy omiin tarkoituseriinsä. Asiakas on kiinnostunut siitä, miten helppoa, sujuvaa ja miellyttävää omien tarkoituserien toteuttaminen on. (Kinnunen 2004, 7.)

Käyttökokemus on hyvin henkilökohtainen asia ja se muuttuu ajan myötä. Erinomaisten kokemusten jälkeen kuluttajat alkavat pitää niitä selviöinä ja odottavat kaikilta palveluntarjoajilta vähintään yhtä hyviä käyttökokemuksia. Tähän palveluketjuun kuuluu fyysinen laite, tietojärjestelmä sekä käytettävän palvelun ominaispiirteet, jotka ovat jokaisella palveluntuottajalla erilaisia. Onnistunut palvelukokemus syntyy silloin, kun asiakkaan tarve on ymmärretty oikein. Tämän tarpeen toteuttamista tukevat erilaisten järjestelmien tukemat prosessit. Lisäksi verkkopalvelun käytettävyydellä voidaan koittaa ymmärtää asiakkaan käyttäytymistä. (Filenus 2015, 29–30.)

3.4 Mobiilin asiakaskokemuksen onnistuminen

Asiat muuttuvat nopeasti ja on selvää, että yhteiskunta kulkee mobiilipalveluiden suuntaan. Ihmiset suosivat mobiileja ratkaisuja esimerkiksi mobiilisovellusten muodossa.

Tämä on suuri askel kohti mukavampaa, käyttäjäystävällisempää ja hyödyllisempää arkea. (Berkowski 2014, 59.)

Mobiililaitteet ovat nykypäivänä tärkeä osa monikanavaista asiakaskokemusta. Yhtenäisen käyttäjäkokemuksen tarjoaminen mobiililaitteilla ei ole enää erottautumistekijä, vaan pikemminkin edellytys osana digitaalista liiketoimintaa. Responsiivinen design, laadukkaat sisällöt ja toiminnallisuudet ovat osa tätä kokonaisuutta. Sisältöjen, palvelupolkujen, sisältörakenteen ja toiminnallisuuksien tulisi olla yhteneväisiä jokaisella päälaitteella, jotta asiakas saa laadukkaan palvelukokemuksen laitteesta riippumatta. (Alaraudanjoki 29.3.2016.)

Asiakas voi siis käyttää esimerkiksi pankin mobiilisovellusten käytössä päätelaitteena älypuhelinta tai tablet-laitetta ja saada molemmista yhtä laadukkaan kokemuksen. Yhtenäisyydellä ei kuitenkaan tarkoiteta identtisyttä. Jokaisen alustan käyttökontekstit, vahvuudet ja heikkoudet tulee pitää mielessä, sillä erityisesti mobiilikäyttäjillä asiointitarpeet ovat hyvinkin suoraviivaisia. (Alaraudanjoki 29.3.2016.)

Pankkitoiminnassa asiakkaat odottavat mobiilisovelluksilta paljon. Asiakkaat haluavat pankkien vastaavan reaaliaikaisesti asiakkaiden kysymyksiin mihin vuorokauden aikaan tahansa. Myös palvelunopeuden odotetaan olevan huipussaan ja asiakkaat olettavat pankkien tietävän asiakkaidensa tarpeet ja taustat mobiilisovelluksen käytöstä huolimatta. Fyysisiä tapaamisia ei enää tarvita, koska asiakkaat olettavat saavansa saman palvelun mobiilisti verkon kautta. (Krishnan 2014, 15.)

Visuaalisen esittämisen standardit tekevät käyttökokemuksista samankaltaisia eri palveluntarjoajien kesken. Tällöin erottautumisen mahdollisuudet löytyvät kokemuksen suunnittelusta, laajemmassa asiakaskokemuksen mittakaavassa. Asiakkaan yksilöityjä tarpeita pystytään huomioimaan asiakkaan siirtyessä laitteesta tai kosketuspisteestä toiseen, jolloin palvelukokemusta voidaan koittaa mukauttaa yksilöivään tietoon perustuen. Asiakkaalle saatetaan tarjota esimerkiksi sijaintiin perustuvaa sisältöä, jolloin pystytään lähestymään asiakasta sopivammalla viestinnällä oikeaan aikaan. Oikein kohdennetulla ja ajoitetulla viestinnällä saadaan todennäköisemmin paremmin kauppaa. (Alaraudanjoki 29.3.2016.)

Digitaalisissa palvelukanavissa hyvät ideat kopioidaan nopeasti. Tämän vuoksi myös pienillä yksityiskohdilla pystytään erottumaan kilpailijoista. Tällöin asiakas ei kiinnitä huomiota siihen, mitä palveluita tarjotaan, vaan kuinka niitä tarjotaan. Usein negatiivisista palautteista huomataan, että huonoja palvelukokemuksia ovat aiheuttaneet erityisesti

pienet asiat. Pieniin asioihin keskittymällä pystytään luomaan parempia asiakaskokemuksia ja erottumaan kilpailijoista paremmin. (Filenius 2015, 40.)

Mobiilia asiakaskokemusta voidaan täydentää niin, että palvelukokonaisuuden eri osat muodostavat suuremman kokonaisuuden, joka palvelee asiakasta paremmin eri tilanteissa. Mobiililaitteella pystytään vastaanottamaan mobiilisovelluksen avulla palvelua myös toisesta kanavasta, jolloin mobiilisovellus toimii ikään kuin toisen kanavan ”kaukosäätimenä”. Tällöin mobiilisovellus ei ole käyttökokemuksen kannalta pääasia, vaan helpottaa asiakkaan arkea ja parantaa palvelukokemusta. Hyvä vuorovaikutus eri kanavissa parantaa palvelukokemusta kokonaisuudessaan ja edesauttaa digitaalisen liiketoiminnan kehitystä. (Alaraudanjoki 29.3.2016.)

4 Nordean Tunnusluvut -sovellus ja Nordean Yrityksen Mobiilipankki

Tässä osiossa esitellään Nordean Tunnusluvut -sovelluksen ja Nordean Yrityksen Mobiilipankin keskeisimmät palvelut ja toiminnallisuudet. Aluksi esitellään tunnuslukusovellusta yleisesti sekä sen käyttöönottoa ja käyttöä. Tämän jälkeen käsitellään yrityksen mobiilipankin käyttöönottoa ja palveluita. Osiossa esitellään sovelluksia ja niiden toimintoja vain yritysasiakkaiden näkökulmasta. Tekijä haluaa avata näiden palveluiden keskeisimpiä ominaisuuksia, jotta lukijalle muodostuisi mahdollisimman hyvä kokonaiskuva yritysasiakkaiden käytössä olevista kyseisistä mobiilisovelluksista.

4.1 Nordean Tunnusluvut -sovelluksen käyttöönotto

Tunnuslukusovellus on mobiililaitteelle ladattava mobiilisovellus, joka korvaa vanhanaikaisen paperisen tunnuslukukortin. Tunnuslukusovelluksella yritysasiakas voi tunnistautua mobiili- ja verkkopankissa, Nordean yrityspalvelussa sekä muiden palveluntarjoajien palveluissa. Sovelluksella asiakas pystyy vahvistamaan myös mobiilitai verkkopankin maksut sekä verkkokaupoissa tehtyjen ostosten maksut. Lataamalla sovelluksen sovelluskaupasta asiakas voi hoitaa samalla tunnuslukusovelluksella henkilökohtaisen asioinnin lisäksi myös yrityksen pankkiasioinnin. Yritysasiakas voi kirjautua tunnuslukusovelluksella yrityksen verkkopankkiin, yrityksen Classic-verkkopankkiin sekä mobiilipankkiin eli tunnuslukusovellus tukee kaikkia yrittäjän verkkopankkien muotoja. (Nordea 2017 a.)

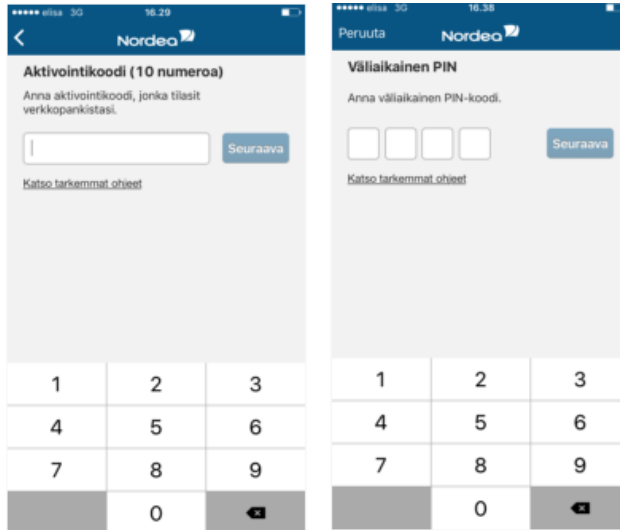
Tunnuslukusovelluksen voi ladata useampaan mobiililaitteeseen kuten älypuhelimiin ja tablet-laitteisiin ja näin se kulkee aina helposti mukana. Tunnuslukusovelluksen voi ladata mobiililaitteeseen ilmaiseksi sovelluskaupasta. Kun sovellus on ladattu ja asennettu, käyttöönoton voi aloittaa yrityksen verkkopankissa. Aluksi asiakkaan tulee kirjautua verkkopankkiin normaalisti, jonka jälkeen hän valitsee oikeasta yläkulmasta ”asetukset” ja tämän jälkeen ”pankkitunnukset” vasemmasta laidasta. Tämän jälkeen tulee painaa ”ota Nordean tunnusluvut -sovellus käyttöön”-linkkiä ja nimetä mobiililaitte, jolla sovellusta tullaan käyttämään. Mobiililaitteen nimeäminen helpottaa sovelluksen sulkemista tarvittaessa myöhemmin. Tunnuslukusovelluksen käyttöönotto vahvistetaan tunnuslukukortin vahvistustunnuksella. Vahvistuksen jälkeen asiakas saa tunnuslukusovelluksen aktivointikoodin verkkopankin postiin ja väliaikainen PIN-koodi saapuu kirjeitse 2–5 pankkipäivän kuluessa. Henkilöasiakkailta prosessi on hieman erilainen ja sovelluksen saa käyttövalmiiksi heti. (Nordea 2017 a.)

The screenshot shows the 'Yrityspalvelut' (Business Services) page on the Nordea website. The main heading is 'Pankkitunnukset' (Bank Credentials). Underneath, there is a section titled 'Tunnuslukusovellus' (Credentials App) which explains that the app is available for free on iOS and Android devices. It also provides a link to download the app and contact information for customer service (0200 2121, 24/7). There is a 'Palaus' (Feedback) link at the bottom of the section.

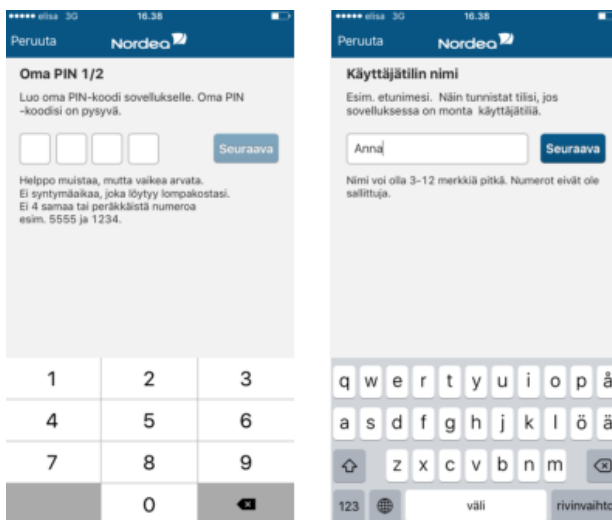
2. Napauta "Ota Nordea Tunnusluvut -sovellus käyttöön"-linkkiä.

Kuva 2: Tunnuslukusovelluksen asennuksen alussa tilataan ensin aktivointikoodi yrityksen verkkopankin kautta. (Nordea 2017 a.)

Väliaikaisen PIN-koodin saapumisen jälkeen tunnuslukusovelluksen asennuksen voi viedä loppuun ja aloittaa sen käyttämisen. Aluksi avataan tunnuslukusovellus mobiililaitteessa, jonka jälkeen voidaan tehdä sovelluksen kielivalinta. Lisäksi sovellus tuo näytölle ohjeistuksen aktivointikoodin tilaamisesta, jos asiakas ei ole tätä vielä tehnyt. Seuraavaksi syötetään kertakäyttöinen aktivointikoodi, jonka asiakas on saanut yrityksen verkkopankin postiin. Tämän jälkeen syötetään kirjeitse postissa tullut väliaikainen PIN-koodi, jonka jälkeen päästään syöttämään oma henkilökohtainen PIN-koodi sovellukseen. Henkilökohtainen PIN-koodi syötetään vielä toisen kerran, jonka jälkeen nimetään käyttäjätili. Tämän jälkeen tulevat vielä turvallisuusohjeet ja sovellus on valmiina käytettäväksi. Asennus on aloitettava uudelleen, jos asennuksen aikana painetaan peruuta-painiketta. Aktivointikoodi on kertakäyttöinen, joten jokainen asennus alkaa uuden aktivointikoodin tilauksesta. (Nordea 2017 a.)



Kuva 3: Aktivointikoodi tilataan yrityksen verkkopankista ja syötetään tunnuslukusovelluksen asennusvaiheen alussa. Väliaikainen PIN-koodi saapuu postissa ja se syötetään tunnuslukusovelluksen asennuksessa aktivointikoodin jälkeen. (Nordea 2017 a.)



Kuva 4: Oma PIN-koodi tulee syöttää asennuksessa kahdesti, jonka jälkeen käyttäjätili tulee nimetä ja sovellus on valmis käyttöön. (Nordea 2017 a.)

Yritysassiakkaat pystyvät myös luomaan uuden käyttäjätilin, mikäli he käyttävät jo tunnuslukusovellusta henkilökohtaisten pankkiasioiden hoitoon. Uuden käyttäjätilin lisääminen onnistuu menemällä tunnuslukusovelluksen asetuksiin kohdasta ”käyttäjäasetukset”, joka tapahtuu painamalla kolmea pistettä. Tämän jälkeen valitaan ”lisää”, joka kuvaa näytöllä plusmerkkiä, jonka jälkeen valitaan vielä ”Nordea Suomi”. Tämän jälkeen valitaan kieli ja seurataan sovelluksen ohjeita. Käytännössä sovelluksen asennus jatkuu tästä samalla lailla, kuten edellä kuvattiin. Sovelluksen visuaalinen ilme

voi vaihdella hieman riippuen siitä, mitä käyttöjärjestelmää puhelin käyttää. (Nordea 2017 a.)

4.2 Nordean Tunnusluvut -sovelluksen käyttö

Tunnuslukusovelluksella asiakas voi kirjautua yrityksen mobiilipankkiin, vahvistaa maksuja ja muuttaa korttiasetuksia. Lisäksi tunnuslukusovelluksella voi tunnistautua Nordean yrityspalveluun. Mobiilipankkiin kirjaututtaessa valitaan kirjautumissivun yläaidasta kirjautumistavaksi tunnuslukusovellus. Tämän jälkeen annetaan verkkopankin käyttäjätunnus ja painetaan ”kirjaudu”-painiketta. Tämän jälkeen asiakas pääsee automaattisesti syöttämään tunnuslukusovellukseen oman PIN-koodinsa, jonka jälkeen sisäänkirjautuminen yrityksen mobiilipankkiin on valmis. Tunnuslukusovelluksen voi ladata usealle laitteelle. Laitteen voi valita kirjautumisen yhteydessä, jolloin sovellus odottaa toimintoasi toisessa laitteessa automaattisesti ja muistaa tämän valinnan. Kirjautumistapana voi käyttää myös itse asettamaa salasanaa, jolloin kirjautumistavaksi valitaan tunnuslukusovelluksen sijasta kirjautuminen salasanalla. (Nordea 2017 a.)

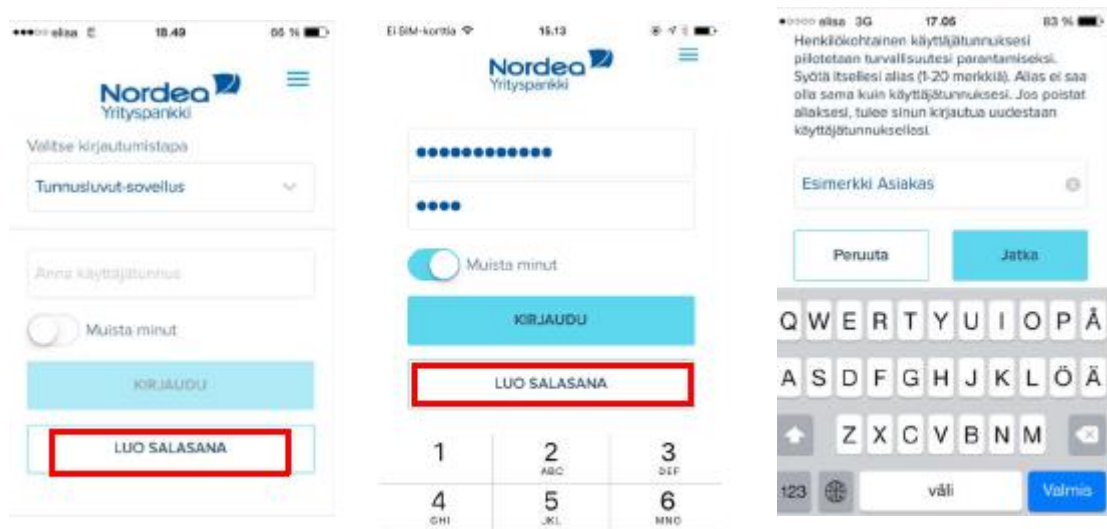
Maksujen vahvistuksen ja korttiasetusten muutokset voi vahvistaa myös tunnuslukusovelluksen avulla. Vahvistuksen yhteydessä annetaan verkkopankin käyttäjätunnus, mikäli tunnusta ei ole annettu aikaisemmin saman istunnon aikana. Tämän jälkeen asiakas siirtyy automaattisesti tunnuslukusovelluksen puolelle, johon syötetään henkilökohtainen PIN-koodi. PIN-koodin syötettyään asiakas pääsee mobiilipankin puolelle ja sovelluksen käyttöä voi jatkaa normaalisti. (Nordea 2017 a.)

4.3 Nordean Yrityksen Mobiilipankin käyttöönotto

Nordean yrityksen mobiilipankilla yritysasiakas voi hoitaa pankkiasiansa missä ja milloin tahansa. Yrityksen mobiilipankki on tarkoitettu yrityksen Classic-verkkopankkia käyttäville asiakkaille, jotka käyttävät yritysasiakkaiden verkkopankeista kevyintä ja perinteisintä versiota. Yrityksen mobiilipankilla asiakas voi tarkistaa tilien saldo- ja tapahtumatietoja, tehdä tilisiirtoja omien tilien välillä, maksaa laskuja, lukea laskujen tiedot viivakoodi- ja QR-koodinlukijalla, tarkistaa lainojen tietoja, hallinnoida verkkopankin postia sekä käyttää valuuttalaskinta. (Nordea 2017 b.)

Yrityksen mobiilipankkia käyttääkseen asiakas tarvitsee yrityksen Classic-verkkopankkisopimuksen sekä mobiililaitteen, johon mobiilisovellus voidaan ladata. Sovelluksen käyttöönotto vaatii vain sovelluksen lataamisen sovelluskaupasta sekä sen asentamisen. Yrityksen mobiilipankkiin on mahdollista kirjautua tunnuslukusovelluksella, pysyvällä salasanalla tai tunnuslukukortilla. Edellisessä osiossa kerrottiin, kuinka

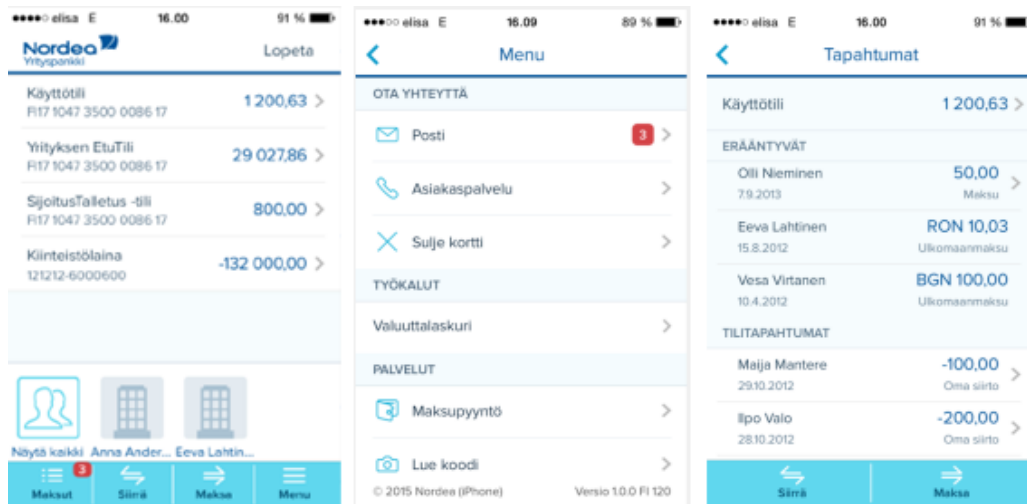
kirjautuminen tapahtuu tunnuslukusovellusta käyttäen. Pysyvän salasanan luominen nopeuttaa mobiilipankin käyttöä huomattavasti. Pysyvän salasanan voi luoda mobiilipankin kirjautumissivulta painamalla ”luo salasana” -painiketta. Tämän jälkeen sovellus pyytää asiakasta syöttämään verkkopankin käyttäjätunnuksen ja seuraavan vapaan tunnusluvun. Hyväksymällä käyttäjäehdot asiakas pääsee syöttämään itse valitseman salasanan kahdesti, jonka jälkeen päästään kirjautumaan sisään. Kirjautumalla käyttäjätunnuksella ja salasanalla asiakas voi tallentaa tunnuksen painamalla ”muista minut” -painiketta ja luomalla oman käyttäjänimen. Tällöin asiakas tarvitsee jatkossa kirjautumiseen vain itse asettamansa salasanan. (Nordea 2017 b.)



Kuva 5: Ennen sovelluksen käyttöönottoa asiakas voi luoda oman salasanan. Lisäksi kirjautuessa ensimmäistä kertaa sovellukseen asiakas voi asettaa sovelluksen muistamaan oman tunnuksen, jolloin sovelluksen käyttö nopeutuu huomattavasti. (Yrityksen mobiilipankki pikaohje 2017.)

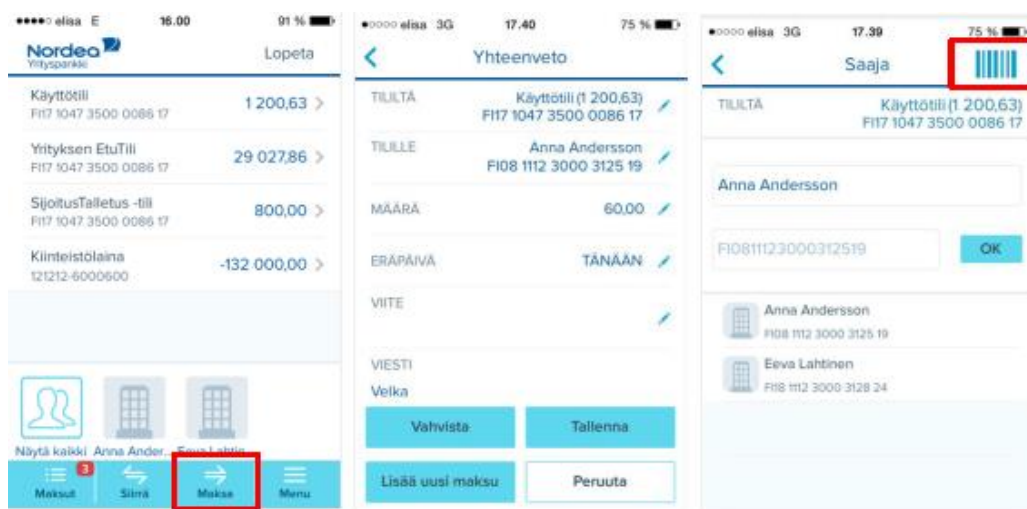
4.4 Nordean Yrityksen Mobiilipankin käyttö

Yrityksen mobiilipankkiin kirjautumisen jälkeen asiakkaalle avautuu mobiilipankin päänäkymä, jossa asiakas näkee yrityksensä tilit, lainat, maksunsaajalistan sekä sovelluksen toimintopainikkeet. Näkymää voi muokata vapaasti piilottamalla tuotteita sekä järjestämällä ne eri järjestykseen. Oikeasta yläkulmasta näkyy myös painike uloskirjautumiseen. Päänäkymällä on myös menu-painike, josta pääsee näkemään mm. Nordean eri yrityspalveluiden yhteystiedot sekä ohjeita sovelluksen käytöstä. Omia tilisiirtoja voi tehdä kätevästi painamalla tiliä ja raahaamalla sen toisen tilin päälle, jolloin sovellus pyytää automaattisesti syöttämään siirrettävän summan. Toinen tapa omien siirtojen tekemiseen on mennä tekemään siirto toimintopainikkeen kautta. (Yrityksen mobiilipankki pikaohje 2017.)



Kuva 6: Kuvassa yrityksen mobiilipankin päänäkymä (vasemmalla), menu-valikko (keskellä) sekä tarkempien tilitapahtumien näkymä (oikealla). (Yrityksen mobiilipankin pikaohje 2017.)

Maksun tekeminen yrityksen mobiilipankissa onnistuu menemällä maksut-osioon toimintopainikkeista aloitusnäytön alareunasta. Ensin valitaan tili, josta maksu tehdään. Tämän jälkeen voidaan syöttää vastaanottaja tai valita se maksunsaajaluettelosta. Lopuksi syötetään summa ja maksun muut tiedot, jonka jälkeen maksu voidaan tallentaa tai vahvistaa suoraan maksettavaksi. Maksu voidaan vahvistaa tunnuslukusovelluksella syöttämällä verkkopankin käyttäjätunnus tai tunnuslukukortilla. Maksujen syöttämisessä voi käyttää myös viivakoodinlukijaa, joka löytyy maksun saaja-osion oikeasta ylänurkasta tai menu-valikosta. Viivakoodinlukija poimii laskun tiedot viivakoodista puhelimen kameran avulla. Tämän jälkeen tarvitsee vain syöttää maksun saajan nimi. (Yrityksen mobiilipankin pikaohje 2017.)



Kuva 7: Maksuja pääsee tekemään toimintopainikkeista (vasemmalla), maksun voi joko tallentaa tai vahvistaa (keskellä), maksun saajan voi syöttää itse, valita luettelosta tai

lukea maksun tiedot viivakoodi puhelimen kameralla (oikealla). (Yrityksen mobiilipankin pikaohje 2017.)

Lainojen tiedot näkyvät yrityksen mobiilipankissa päänäkymällä. Tarkempia lainojen tietoja, kuten lainakoron, lyhennyksen ja maksupäivän pääsee näkemään jokaisen lainan kohdalta erikseen. Tarkemmissa tiedoissa näkyy myös lainan maksuohjelma, joka sisältää lainan seuraavan lyhennyksen summan sekä maksutavan.



Kuva 8: Päänäkymän kautta pääsee tarkastelemaan yrityksen lainojen tarkempia tietoja. (Yrityksen mobiilipankin pikaopas 2017.)

5 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa kuvataan Nordean Tunnusluvut -sovelluksen sekä Nordean Yrityksen Mobiilipankin käyttöön liittyviä haasteita yritysasiakkaiden näkökulmasta. Aluksi esitellään opinnäytetyön kohdeyritys sekä käytetyt tutkimusmenetelmävalinnat. Tämän jälkeen käydään läpi toteutus ja työtapakuvaukset, jonka jälkeen siirrytään raportoimaan tutkimuksen tuloksia aihealueittain.

5.1 Kohdeyritys

Opinnäytetyön kohdeyrityksenä on Nordea Bank AB (publ), Suomen sivuliike, joka on osa Nordea-konsernia. Nordean pohjoismaiset tytäryhtiöt fuusioitiin ruotsalaiseen emoyhtiöön 2.1.2017, jolloin myös Nordean vanha nimi Nordea Pankki Suomi Oyj poistui käytöstä. Nordealla on Pohjoismaissa yli 10 miljoonaa henkilöasiakasta ja yli puoli miljoonaa yritys- ja yhteisöasiakasta. (Nordea 2017 c.) Nordea on Pohjoismaiden suurin pankki ja se kuuluu Euroopan kymmenen suurimman rahoitusalan yrityksen joukkoon. Nordean vahvuus perustuu 30000 nordealaisen vankkaan osaamiseen. Heiltä löytyy osaamista monipuolisissa tuotteissa, palveluissa ja ratkaisuisissa, joita Nordea tarjoaa pankkiasioissa, varallisuudenhoidossa sekä vakuutustoiminnassa. Nordea haluaa tehdä omille asiakkailleen tavoitteiden saavuttamisen mahdolliseksi. (Nordea 2017 d.)

Nordean Commercial & Business Banking palvelee Nordean yritysasiakkaita eri kanavissa. Liiketoiminta-alueeseen kuuluu neuvonta- ja palveluhenkilöstö, tuoteyksiköt, tukitoiminnot ja IT-toiminnot. Kaikilla markkinoilla on käytössä yhteinen toimintamalli, hallintotapa ja strategia. Lisäksi liiketoiminta-alueeseen kuuluu Transaction banking -organisaatio sisältäen Finance- ja Transaction Products -yksiköt. Transaction banking tarjoaa palveluja sekä henkilö- että yritysasiakkaille koko Nordea-konsernissa. (Nordea 2017 e.)

Nordea haluaa vastata asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin tarjoamalla uusia, innovatiivisempia tapoja hoitaa pankkiasioita. Nordean Tunnusluvut -sovellus ja Nordean Yrityksen Mobiilipankki mahdollistavat asiakkaille pankkiasioinnin hoidon suoraan mobiililaitteella, milloin ja missä tahansa. Nordea on siirtymässä vanhan tunnuslukukortin sijasta tunnuslukusovelluksen käyttöön vuoden 2017 aikana. Asiakkaat, joilla ei ole mahdollisuutta ladata tunnuslukusovellusta, voivat ottaa käyttöönsä tunnuslukulaitteen. Tunuslukulaite tullaan lanseeraamaan kevään 2017 aikana ja sen pystyy tilaamaan ilmaiseksi Nordean verkkosivuilta.

5.2 Tutkimusmenetelmävalinnat ja toteutus

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, millaisia haasteita yritysasiakkaat kokivat Nordean mobiilisovellusten käytössä. Tutkimuksessa keskityttiin Nordean Tunnusluvut -sovelluksen sekä Nordean Yrityksen Mobiilipankin käyttöön liittyviin kokemuksiin. Tavoitteena oli selvittää yritysasiakkaiden kokemia haasteita näiden sovellusten käytössä, jotta asiakkaita voitaisiin ohjeistaa ja neuvoa sovelluksiin liittyvissä ongelmissa paremmin ja näin kasvattaa asiakastyytyvää hyvän palvelukokemuksen kautta. Tutkimuksen tarkoituksena oli kuvata, ymmärtää ja tulkita tutkittavaa kohdetta ja pyrkiä ymmärtämään ilmiötä syvällisemmin kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen avulla (Kananen 2014, 18.) Kyseessä oli tapaustutkimus, jossa tutkittiin rajattua kokonaisuutta. Tutkimus kohdistui Nordean tunnuslukusovelluksen sekä yrityksen mobiilipankin käyttökokonaisuuteen yritysasiakkaan näkökulmasta. Empiirinen aineisto oli kerätty puolistrukturoituna teemahaastatteluna sekä ei-osallistuvalla havainnoinnilla asiakastapaamisten yhteydessä. (KvaliMOTV 2017 a.)

Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin teemahaastatteluita Nordean Keski-Uudenmaan yritysconttorissa ennalta sovittujen asiakastapaamisten yhteydessä. Haastatteluihin oli valmistauduttu tekemällä aiheeseen liittyvien teemojen perusteella kysymysrunko (liite 1.), joka oli jokaiselle haastateltavalle sama. Teemat oli rakennettu tutkimuksen kohteena olevien sovellusten eri aihealueista. Lisäksi oli mietitty valmiiksi tarkentavia kysymyksiä, joilla pystyttiin pitämään keskustelua yllä. Johdattelevia kysymyksiä pyrittiin välttämään. Tarkoituksena oli antaa haastateltaville tilaa vapaalle keskustelulle, jonka ohessa käytiin ennalta valitut teemat läpi. Keskustelun yhteydessä haastattelija pyrki huomioimaan haastateltavien tulkintoja ja eleitä, tekemään näistä erilaisia johtopäätöksiä sekä esittämään mahdollisesti näiden perusteella tarkentavia kysymyksiä (KvaliMOTV 2017 b.) Haastateltujen henkilöiden nimiä tai yritysten nimiä ei mainita raportissa pankkisalaisuuden säilyttämiseksi.

Haastattelut nauhoitettiin puhelimella sekä sanelukoneella, jolloin haastattelija pystyi keskittymään paremmin keskusteluun haastattelun ylöskirjaamiseen sijaan. Litterointi suoritettiin heti haastattelun jälkeen tai vähintään haastattelupäivän iltana ja vain niiltä osin, joilla oli merkitystä itse haastattelun aiheisiin. Litterointi suoritettiin puhekielisenä litterointina, jonka tavoitteena oli saada selville haastattelun sisältö. Litteroinnin yhteydessä ilmenneet lisäkysymykset esitettiin jälkikäteen puhelimitse ja vastaukset kirjattiin ylös.

Teemahaastattelu oli aineiston keräämiseen sopivin haastattelumuoto, koska tutkittavasta ilmiöstä tiedettiin ennalta varsin vähän ja haastattelu haluttiin kohdentaa juuri tiettyihin teemoihin. Tarkemmin sanottuna haastattelu oli puolistrukturoitu teemahaastattelu. Tällä tarkoitetaan sitä, että teemoista oli tehty valmiiksi tarkentavia lisäkysymyksiä.

Haastatteluiden aikana ei kuitenkaan pidetty tarpeellisena esittää kaikkia lisäkysymyksiä jokaiselle haastateltavalle, koska jokainen haastattelu oli pääpainoiltaan hieman erilainen.

Eri haastattelumuotoja vertailtaessa todettiin, että avoimella haastattelulla ei olisi voitu saada riittävän kohdennettua aineistoa tutkittavista teemoista. Lisäksi strukturoitu haastattelu olisi ollut liian formaalinen, jolloin haastateltavat eivät olisi itse päässeet kertomaan riittävästi kokemuksistaan. Tällöin haastatteluista ei olisi saatu yhtä laajaa aineistoa kuin puolistrukturoidulla teemahaastattelulla. Ryhmähaastattelussa haastateltavien kommentit ja puheenvuorot olisivat vaikuttaneet tilanteeseen liikaa, jolloin kerättyä aineistoa ei olisi voitu pitää riittävän laadukkaana. Tämän vuoksi päädyttiin toteuttamaan haastattelu yksilöhaastatteluna. (KvaliMOTV 2017 c.)

Haastattelijat oli perehtynyt aihepiiriin ennen haastatteluja erittäin laaja-alaisesti ja syvällisesti, jotta haastattelu voitiin kohdistaa tiettyihin teemoihin ja tarkentavien kysymysten esittäminen oli mahdollista. Tutkimusaihe ja tutkimuskysymykset olivat helposti ymmärrettäviä, joten niitä ei tarvinnut erikseen operationalisoida eli muuttaa erikseen sellaiseen muotoon, että haastateltavat ymmärtäisivät kysymyksiin liittyvän termistön. (Eskola & Suoranta 2000, 77.)

Haastateltavat oli valittu harkiten, jotta pystyttiin varmistamaan aineiston hyvä laatu. Tarkoituksena oli haastatella Keski-Uudenmaan yritysalueella toimivia Norden yritysasiakkaita, joilla oli käytössään Nordean tunnuslukusovellus sekä yrityksen mobiilipankki. Tällä haluttiin siis varmistaa, että tutkittava ilmiö kosketti henkilöitä, joita haastateltiin. Paikalla haastattelussa oli yrityksen edustaja tai yrittäjä itse. Kvantitatiivisia käsitteitä tarkasteltaessa harkinnanvarainen otanta olisi lähinnä käytettyä menetelmää. Otanta on kuitenkin kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen käsite, joten sitä ei saa käyttää laadullisessa tutkimuksessa. Väärien termien käyttö voi alentaa tutkimuksen luotettavuutta. (Kananen 2010, 54.)

Tutkimuksen tekijä päätti, että aineistoa oli kerätty haastatteluista tarpeeksi siinä vaiheessa, kun aineisto alkoi toistaa itseään. Kylläntymisen eli saturaation rajaa tarkkailtiin tutkimuksen edetessä pääteemojen osalta. Kylläntymispistettä oli vaikea määrittää etukäteen, sillä vasta haastatteluiden alettua pystyttiin saamaan jonkinlainen käsitys siitä, kuinka paljon erilaisia haasteita yrittäjät olivat kohdanneet. Tutkimuksen tekijä päätti, että kylläntymispiste oli saavutettu kahdeksan haastattelun jälkeen.

Vastauksia saatiin tällöin sen verran, kun aiheen kannalta on välttämätöntä eikä merkittävää uutta aineistoa enää tullut. (Eskola & Suoranta 2000, 62–63.)

Haastatteluiden lisäksi tutkimuksen tekijä suoritti työtehtäviensä ohessa ei-osallistuvaa tutkimusta. Havainnointia tehtiin erityisesti asiakastapaamisissa, joissa asiakkaille asennettiin mobiilisovellukset käyttöön. Havainnointi oli ei-osallistuvaa, koska asiakkaat eivät tieneet suoritetusta havainnoinnista. Havainnoinnissa keskityttiin asiakkaan kertomukseen sovelluksen asennuksen aikana ilmenneistä ongelmista. Havainnot kirjattiin ylös tapaamisten jälkeen. Lisäksi haastatteluiden aikana käytiin haastateltavien kanssa yhdessä läpi mobiilisovellusten ominaisuuksia, jolloin pystyttiin tarkkailemaan heidän osaamistaan sovellusten käytössä. (Kananen 2010, 49–51.)

5.3 Haastatteluiden toteutus

Kaikki haastattelut oli sovittu etukäteen ja ne pidettiin Keski-Uudenmaan yrityskonttorin neuvotteluhuoneissa Järvenpäässä. Yksi haastattelu tehtiin asiakkaan toimitiloissa. Haastattelun alussa kerrottiin, miksi haastattelu tehdään ja mihin tietoja käytetään sekä kysyttiin lupa haastattelulle. Asiakkaille kerrottiin myös, että haastattelu tullaan nauhoittamaan. Lisäksi haastatteluiden yhteydessä käytiin läpi myös muita akuutteja pankkiasioita.

Ensimmäinen haastattelu toteutettiin maanantaina 20.3.2017 klo 13:00. Paikalla oli erään ilmailualan tarvikkeita myyvän liikkeen edustaja ja yrityksen hallituksen varsinainen jäsen. Yrityksen toimialana oli urheiluvälineiden ja polkupyörien vähittäiskauppa. Yrityksen liikevaihtoluokka 2016 oli 200000–399000 euroa. Iältään hän oli 53 vuotias. Haastattelusta käytetään tutkimuksessa nimeä yritys 1 (Liite 2.) Hänellä oli käytössään puhelin, jossa oli Android -käyttöjärjestelmä. Haastateltavalla oli ollut tunnuslukusovellus käytössään pari vuotta sekä yrityksen mobiilisovellus vuoden verran. Haastattelu kesti noin 35 minuuttia ja tunnelma oli rauhallinen. Haastattelussa saatiin tärkeää tietoa sovelluksen käyttöönotosta sekä käyttökokemuksista. Ensimmäisen haastattelun aikana huomattiin, että mobiilipalvelun käyttö voi erota joiltain osin riippuen siitä, mitä palveluita asiakkaalla on käytössään. Tällä asiakkaalla oli käytössään mm. shekkitililimiitti, jonka ominaisuuksista saatiin tärkeää tietoa tutkimukseen.

Tiistaina 28.3.2017 toteutettiin kaksi erillistä haastattelua. Ensimmäinen haastattelu pidettiin klo 10:00 aamulla. Paikalla oli 46 vuotias taksiryrittäjä, joka ajaa taksia Uudenmaan alueella. Yrityksen liikevaihtoluokka oli 1-199000 euroa. Yrittäjällä oli aiempaa kokemusta ohjelmoinnista, jonka vuoksi hän oli erittäin innokas kertomaan

näkemyksiään pankin mobiilisovellusten käytöstä. Käytetään haastateltavasta nimeä yritys 2 (Liite 2.) Haastattelun alussa pystyi heti tekemään havainnon, että mobiilisovellusten käyttäminen oli haastateltavalle hyvin tuttua. Yrittäjällä oli ollut tunnuslukusovellus ja yrityksen mobiilipankki käytössään niiden lanseerauksesta saakka. Haastateltavalla oli paljon kokemusta myös henkilökohtaisen mobiilipankin käytöstä, johon hän vertasi kokemuksiaan haastattelun aikana useaan otteeseen. Hän käytti sovelluksia iPhoneen IOS-käyttöjärjestelmällä. Haastattelu sujui positiivisissa tunnelmissa ja kesti noin 30 minuuttia. Tapaamisen yhteydessä käytiin läpi myös muita yrityksen pankkiasioita.

Toinen tiistain haastattelu pidettiin päivällä noin klo 14:00. Haastateltavaksi tuli erään ohjelmointiyrityksen 42 vuotias toimitusjohtaja, joka oli ottanut yrityksen mobiilipankin käyttöönsä muutama viikko sitten iPhoneen IOS-käyttöjärjestelmälle. Yrityksen virallinen toimiala oli ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus. Lisäksi yrityksen liikevaihtoluokka oli 200000–399000 euroa. Tunnuslukusovellus oli hänelle tuttu entuudestaan, koska hän oli käyttänyt sitä henkilökohtaisten pankkiasioden hoitamiseen. Käytetään haastateltavasta nimeä yritys 3 (Liite 2.) Haastattelu kesti noin 20 minuuttia, koska asiakkaalla ei ollut kovin paljon kokemusta yrityksen mobiilipankin käytöstä. Lisäksi aikataulu oli hieman tiukka, jonka vuoksi haastattelulle jäi vähemmän aikaa. Haastattelusta saatiin paljon arvokasta tietoa, sillä asiakkaalle oli asennettu yrityksen mobiilipankkisovellus konttorissa, kun taas useimmat yrittäjät olivat asentaneet sovellukset itse. Haastattelu eteni nopeaa tahtia ja vastaukset olivat melko lyhyitä. Keskustelua jouduttiin pitämään yllä lisäkysymyksillä.

Neljäs haastateltava oli haastattelijalle entuudestaan tuntematon henkilö, sillä yrityksen pankkiasiointi oli toisen henkilön hoidossa. Yritys toimi IT-alalla koko Suomen alueella. Yrityksen virallinen toimiala oli ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus. Liikevaihtoluokka oli 200000–399000 euroa. Yrityksen 46-vuotiaan edustajan yhteystiedot oli saatu toiselta pankkitoimihenkilöltä sen perusteella, että yrittäjä voisi olla kiinnostunut antamaan mielipiteitään haastattelussa. Hänelle oli asennettu yrityksen mobiilipankkisovellus konttorissa kuukautta aikaisemmin. Käyttökokemusta oli kertynyt varsin vähän, mutta käyttöönottoon liittyvät haasteet olivat hyvin haastateltavan mielessä. Henkilöpuolen sovelluksesta oli enemmän kokemuksia, mihin haastateltava vertasikin yrityksen sovellusta paljon haastattelun aikana. Haastateltava oli erittäin kiinnostunut mobiilisovellusten turvallisuudesta ja hänellä oli asennettuna puhelimeen erilaisia turvallisuutta lisääviä sovelluksia. Asiakas käytti sovelluksia Android-käyttöjärjestelmällä. Haastattelu suoritettiin torstaina 30.3.2017 ja se kesti noin 35 minuuttia. Haastattelu sujui leppoisissa tunnelmissa. Käytetään haastattelusta nimitystä yritys 4. (Liite 2.)

Viides haastattelu suoritettiin tiistaina 11.4.2017 klo 13:00 Keski-Uudenmaan yritysconttorissa. Yritys oli puoli vuotta sitten perustettu ja haastateltavalla oli ollut yrityksen mobiilisovellukset vasta muutaman kuukauden ajan käytössä. Yrityksen virallinen toimiala oli muu muualla luokittelematon erikoistunut rakennustoiminta. Ensimmäisen tilikauden arvioitu liikevaihto tulisi olemaan noin 200000 euroa. 44-vuotias yrityksen edustaja oli kuitenkin erittäin kiinnostunut kertomaan omista kokemuksistaan mobiilisovellusten käytössä ja haastattelussa saatiinkin paljon hyödyllistä tietoa tunnuslukusovelluksen asennusvaiheesta. Haastattelu sujui mukavissa tunnelmissa, koska henkilö oli haastattelijalle entuudestaan erittäin tuttu. Haastattelu kesti noin 40 minuuttia, jonka aikana käytiin haastattelun sisältämät teemat läpi. Asiakas käytti Android käyttöjärjestelmää puhelimessaan. Käytetään haastattelusta nimitystä yritys 5. (Liite 2.)

Kuudes haastattelu käytiin nopealla aikataululla muiden pankkiasioiden yhteydessä 12.4.2017 klo 15:00. Yrittäjä oli käyttänyt henkilöpuolella tunnuslukusovellusta pidemmän aikaa, mutta yrityksen mobiilisovellukset olivat hänelle kokemuksena uusia. Yrittäjä toimi kaupan alalla ja oli iältään 37-vuotias. Yrityksen virallinen toimiala oli muu postimyyni ja verkkokauppa. Liikevaihtoluokka oli 200000-399000 euroa. Asiakas käytti sovelluksia iPhoneen IOS-käyttöjärjestelmällä. Haastattelulle ei jäänyt kovin paljoa aikaa, koska tapaamisessa käytiin läpi paljon muitakin asioita. Haastatteluosuus kesti 17 minuuttia, jonka aikana käytiin aihealueita läpi. Haastattelussa jouduttiin kysymään paljon lisäkysymyksiä eikä haastattelu saanut keskustelunomaisia piirteitä. Käytetään haastattelusta nimitystä yritys 6. (Liite 2.)

Seitsemän haastattelu sovittiin suoritettavaksi 18.4. klo 13:00. Asiakas oli ainoa haastateltavista, jolla oli käytössään Lumian Windows-käyttöjärjestelmä. Asiakas oli 50-vuotias taksiryrittäjä. Liikevaihto luokka oli 1-199000 euroa. Haastattelu sujui nopealla tahdilla asiakkaan toimitiloissa ja kesti noin 25 minuuttia. Asiakkaalla oli ollut paljon ongelmia käyttöönoton kanssa, joten haastattelu keskittyi lähinnä asennusvaiheeseen. Asiakas oli ollut muutama viikko sitten asennuksen aikana yhteydessä asiakaspalveluun, mikä erotti haastattelun hieman muista. Käytetään haastateltavasta nimitystä yritys 7. (Liite 2.)

Kahdeksas haastattelu eli viimeinen haastattelu suoritettiin 19.4. noin klo 15:00. Asiakas toimi rakennusalalla ja hänellä oli käytössään iPhoneen IOS-käyttöjärjestelmä. Yrityksen virallinen toimiala oli asuin- ja muiden rakennusten rakentaminen. Liikevaihtoluokka oli 1-199000 euroa. Haastattelu suoritettiin Keski-Uudenmaan yritysconttorin neuvotteluhuoneessa. Kyseessä oli varsin uusi yritysasiakas, jolla oli ollut muutaman viikon käyttökokemus yrityksen mobiilisovelluksista. Asiakas oli 29-vuotias ja haastattelu

sujui rennoissa tunnelmissa noin 30 minuutin ajan. Kahden viimeisen haastattelun aikana varsinaisista haasteista ei saatu enää varsinaisesti uutta tietoa tutkimuksen tuloksen kannalta. Haastatteluista saatiin selville kuitenkin uusia näkökulmia ja mielipiteitä mobiilisovelluksiin liittyen. Käytetään haastateltavasta nimitystä yritys 8. (Liite 2.)

6 Havaitut haasteet mobiilisovellusten käytössä

Seuraavassa osiossa käydään läpi haastatteluiden tuloksia liittyen mobiilisovellusten käytössä havaittuihin haasteisiin yritysasiakkaiden näkökulmasta. Aluksi käsitellään sovellusten käyttöön liittyviä ennakko-odotuksia sekä sitä, miten yritysasiakkaat ovat saaneet tiedon uusista mobiilisovelluksista. Tämän jälkeen keskitytään sovellusten käyttöönottoon sekä käyttökokemuksiin. Lisäksi tulosten yhteydessä esitetään haastateltavien mielipiteitä ja kehitysehdotuksia liittyen mobiilisovelluksiin. Osion yhteenvedossa käydään läpi yritysasiakkaiden kohtaamat merkittävimmät haasteet mobiilisovelluksiin liittyen.

6.1 Ennakko-odotukset ja sovelluksista tiedottaminen

Pankin mobiilisovellukset on pyritty tekemään helposti lähestyttäväksi sekä miellyttäväksi käyttää. Mobiilisovelluksilla halutaan vastata asiakkaiden tarpeisiin hoitaa pankkiasioita ajasta ja paikasta riippumatta. Sovelluksista on pyritty kertomaan asiakkaille pankkikonttoreissa asiakastapaamisten yhteydessä sekä sovellusten esittelyyn on panostettu Nordea.fi-sivustolla. Lisäksi sovelluksista on tiedotettu verkkopankkiviesteillä. Erityisesti yrittäjillä aikataulut saattavat olla usein erittäin tiukkoja, jolloin heillä ei ole aikaa istua tietokoneella verkkopankissa tai käydä pankkikonttorissa hoitamassa pankkiasioita. Lisäksi monet yrittäjät saattavat työskennellä yrityksessään yksin, jolloin liikkeen sulkeminen pankkiasioiden hoitamisen ajaksi on suoraan pois päivän myynnistä. Tämän vuoksi mobiilisovellusten käyttöönottoa yritysasiakkaille pyritään helpottamaan kaikin tavoin, jotta pankkiasioinnin hoitaminen helpottuisi ja asiakkaiden kallista aikaa voitaisiin säästää. (Nordea 2017.)

Haastatteluiden perusteella selvisi, että monet yritysasiakkaat olivat ottaneet sovelluksen käyttöön hyvinkin ennakkoluulottomasti ja rohkeasti. Monella yritysasiakkaalla oli mielikuva, että sovellukset olisivat helppoja käyttää ja esimerkiksi yrityksen mobiilisovelluksella voisi katsoa tilitapahtumia nopeasti ja vaivattomasti. Myös ajatus nopeasta laskujen maksusta mobiilisovelluksen avulla helpotti päätöstä sovelluksen lataamisesta. Monella haastateltavista oli kokemuksia henkilökohtaisen mobiilipankin käytöstä, jonka vuoksi myös yrityksen mobiilipankin lataaminen ja käyttöönotto koettiin luontevana. Tunnuslukusovelluksen käyttö oli tuttua henkilöpuolen asioiden hoidosta kaikkien haastateltavien kohdalla. Haastatteluissa selvisi, että yrittäjät eivät olleet kokeneet tarpeelliseksi etsiä tietoa Nordean tarjoamista mobiilisovelluksista Nordea.fi -sivustolta. ”Vaikka kuinka lukisi jotain mitä kaikkea siellä sovelluksessa on, niin kokeilemalla oppii paremmin sen, mitä sieltä löytyy” (Yritys 1 20.3.2017.)

Noin puolet haastateltavista oli saanut tiedon yrityksen mobiilipankista verkkopankin postin kautta. Nordea tiedottaa uusista mobiilisovelluksista usein verkkopankin välityksellä, jotta asiakkaat saisivat tiedon mahdollisimman helposti ja turvallisesti. Osa haastateltavista koki tämän kuitenkin hankalaksi, koska heillä ei ollut aikaa seurata verkkopankin postia eikä siellä tullut juurikaan käytyä. Yritys 3:n haastattelussa kävi ilmi, että haastateltava oli huomannut mobiilisovelluksen ensimmäistä kertaa puhelimen sovelluskaupassa, jolloin kiinnostus lataamisesta oli herännyt. Tätä ennen hän ei ollut saanut tietoa sovelluksen olemassaolosta minkään kanavan kautta.

Haastatteluiden perusteella suurimpana asennusta edeltävänä huolenaiheena oli mobiilisovellusten turvallisuus. Suurimmalla osalla haastateltavista oli käynyt mielessä, kuinka turvallista erityisesti tunnuslukusovellusta on käyttää. Myös mobiilipankin turvallisuutta oli mietitty ennen sen asentamista. Jotkut ajattelivat asian niin, että jos puhelin varastetaan, pystyy varas käyttämään mobiilipankkia hyväkseen. Tämä ei kuitenkaan ole todellisuudessa mahdollista. Mobiilipankin sekä tunnuslukusovelluksen käytössä tarvitaan yrityksen verkkopankin käyttäjätunnusta sekä henkilökohtaista PIN-koodia. Yritys 4:n haastattelussa selvisi, että haastateltava oli ladannut puhelimeensa erilaisia tietomurtoja estäviä sovelluksia, koska hän ei luottanut puhelinten turvallisuuteen. ”Turvallisuuteen liittyen on aina paljon kysymyksiä. Haluan selvittää riskitekijät itselleni etukäteen.” (Yritys 4 30.3.2017.)

Myös puhelimen vaihtamiseen liittyvät kysymykset tulivat vastaan useaan kertaan haastatteluissa. Haastateltavat eivät tiedäneet, miten toimia mobiilisovellusten suhteen niissä tilanteissa, kun puhelimen vaihtaa. Vanhan tunnuslukukortin poistuessa ei verkkopankkiin pysty kirjautumaan ilman tunnuslukusovellusta, joka hankaloittaa sovelluksen asentamista uuteen puhelimeen. Näissä tapauksissa pitäisi olla yhteydessä asiakaspalveluun tai käydä konttorissa. Asiakaspalvelu sekä konttori pystyvät lähettämään uuden aktivointikoodin varmennettuun puhelinnumeroon ja väliaikainen PIN-koodi lähetetään postitse. Yhdessäkään haastattelussa ei tullut esille, että tunnuslukusovellus olisi asennettu useampaan mobiililaitteeseen.

Ennakoasenteiden ja odotusten perusteella haastateltavat pystyi lokeroimaan aikaisten omaksujien sekä aikaisen enemmistön ryhmään. Monet haastateltavista olivat hyvin ennakkoluulottomia sovelluksen lataamista kohtaan, vaikka myös ennakkoluuloja turvallisuuteen liittyen havaittiin (Hiltunen 2012, 32.) Positiivinen ennakoasenne on yksi tärkeimmistä asioista palvelun käyttökokemuksen onnistumiseksi. Haastatteluiden

perusteella kaikki olivat olleet tyytyväisiä sovellusten tuomaan hyötyyn, kun niitä verrattiin haastateltavien ennakko-odotuksiin. Mobiilisovellukset täyttivät yrittäjien odotukset erittäin hyvin. (Kinnunen 2004, 21.)

Ne henkilöt, jolle sovellus oli ladattu käyttöön konttorissa, olivat erittäin tyytyväisiä siihen, että asia oli otettu tapaamisen yhteydessä puheeksi. Haastattelija havaitsi, että kaikilla haastateltavilla oli yleisesti ottaen ollut suhteellisen positiivinen ennakoasenne mobiilisovellusten käyttöä kohtaan, vaikka turvallisuusasiat jäivät hieman epäselviksi. Nordea on tiedottanut myös korvaavansa vuoden 2017 aikana vanhat tunnuslukukortit tunnuslukusovelluksilla (Nordea 2017.) Haastatteluissa havaittiin, että kukaan haastateltavista ei ollut suhtautunut uutiseen negatiivisesti, vaan oli muutokseen tyytyväinen.

6.2 Käyttöönotto

Mobiilisovellusten käyttöönoton on tarkoitus olla asiakkaalle vaivatonta ja turvallista. Sovellusten asennuksen on haluttu olevan helppoa ja yksinkertaista. Käyttöönottoa on ohjeistettu konttoreissa sekä Nordea.fi sivustolla, josta löytyy myös vastauksia asiakkaiden usein esittämiin kysymyksiin sovelluksiin liittyvissä ongelmissa. (Nordea 2017.)

Kaikilla haastateltavista oli ollut käytössään tunnuslukusovellus jo aiemmin henkilöpuolen pankkiasioiden hoidossa. Merkittävimpiä ongelmia oli tuottanut yrityspuolen profiilin lisääminen tunnuslukusovellukseen sekä aktivointikoodin hakeminen yrityksen Classic - verkkopankista. ”Asennuksen yhteydessä verkkopankissa pitää aina vähän hakea oikeaa kohtaa” (yritys 2 28.3.2017.) Verkkopankki koettiin jonkin verran haasteelliseksi, kun oikeaa välilehteä ei meinannut löytyä. Haastatteluissa tuli ilmi, että mobiilisovellusten käyttöönotossa voisi olla selkeämmät ohjeistukset verkkopankissa. Myös väliaikaisen PIN-koodin lähetys postitse vei joidenkin haastateltavien mielestä liikaa aikaa. Yritys 3:n haastattelussa kävi ilmi, että väliaikaisen PIN-koodin hankkiminen tuntui tuskalliselta verrattuna henkilöpuolen tunnuslukusovelluksen aktivointiin. Yritys 2:n mielestä PIN-koodin postituksessa kesti liian kauan. ”Miksi väliaikaista PIN-koodia ei voida lähettää tekstiviestillä, niin asennus sujuisi nopeammin?”, ihmetteli yritys 2 (Yritys 2 28.3.2017.) Yleisesti ottaen yritysten edustajat kertoivat, että kun aktivointikoodin on saanut verkkopankkiin ja väliaikainen PIN-koodi tulee postilla 2–3 arkipäivän kuluttua, asennus jää helposti kesken. Asennuksen pariin ei jakseta enää palata, kun väliaikainen PIN-koodi saapuu.

Tunnuslukusovelluksen asennustilanteissa tehtyjen havaintojen perusteella voidaan todeta, että monilla yrittäjillä on ollut vaikeuksia ymmärtää, että yhtä ja samaa tunnuslukusovellusta pystytään käyttämään sekä henkilöpuolen että yrityspuolen mobiilipankkiin kirjautumisessa. Asiakastapaamisissa on tullut usein kysymyksiä, mistä yrityksen tunnuslukusovelluksen saa ladattua, vaikka tunnuslukusovellukseen pitääkin vain aktivoida uusi yrityksen profiili. Yritys 4 kertoi haastattelussa, että hän ei ollut lisännyt yrityksen profiilia tunnuslukusovellukseen, koska hän ei tiennyt miten tunnuslukusovelluksen saa yritykselle käyttöön. ”Käyttöönotto jäi, koska en osannut ottaa sitä käyttöön omin päin. Yrityksen kytkös piti saada tunnuslukusovellukseen enkä tiennyt miten tämä tehdään” (Yritys 4 30.3.2017). Lopulta yrittäjä oli saanut asennusohjeet omalta pankkineuvojalta.

Asennustilanteissa ilmeni, että yrityksen profiilin lisääminen tunnuslukusovellukseen koettiin hankalana. Profiiliin pääsee lisäämään tunnuslukusovelluksen aloitusnäytön asetuksista. Asetus-valikko aukeaa sovelluksen oikeasta yläkulmasta, joka koettiin hieman epäloogisena ratkaisuna. Puhelimen käyttöjärjestelmästä riippuen oikeassa yläkulmassa on kolme pistettä, jonka kautta asetukset-valikko aukeaa. Tämän jälkeen käyttäjäasetuksista pitää osata lisätä uusi profiili plusmerkin kautta, joka jää helposti huomaamatta. Monet asiakkaat eivät uskaltaneet kokeilla sovellusta ilman kunnon ohjeistusta, koska kyseessä oli pankin sovellus. ”Sitä miettii, kun on kyse pankkiasioista, että voinko nyt painaa tuota vai meneekö se sovellus jumiin jotenkin”, pohti yritys 1 haastattelussa. (Yritys 1 20.3.2017.)

Haastatteluiden yhteydessä sekä asiakastapaamisissa tehtyjen havaintojen pohjalta saatiin selville, että yrityksen mobiilipankin käyttöönotossa ei koettu suurempia haasteita. Jotkut asiakkaat kokivat yrityksen mobiilipankin olevan hieman hankala löytää sovelluskaupasta, sillä sovellus ei tullut esille heti listan alkupäässä, kun sovelluksia haki ”Nordea”-hakusanalla. Tämä on kuitenkin ollut vain muutaman asiakkaan ongelma. Pääasiassa sovellus on löytynyt hyvin ja asennus on sujunut helposti.

Tunnuslukusovellusta tai yrityksen mobiilipankkia ei asenneta usein toiselle mobiililaitteelle, kuten tabletille. Mobiilisovellusten käyttäminen tabletilla koettiin aikaa vieväksi. ”Jos rupeaa tabletilla käyttämään mobiilipankkia, niin samassa ajassa avaa läppäriin”, kertoi yritys 1 (Yritys 1 20.3.2017.) Näissä tilanteissa nopeus, joka on yksi mobiilipalveluiden onnistumisen lähtökohdista, ei pääse toteutumaan ja palvelukokemuksen laatu kärsii.

Haastatteluiden perusteella ilmeni, että suurimpia huolenaiheita käyttöönottoon liittyen oli ajatus puhelimen hukkaamisesta. Yritys 1 kertoi, että puhelimenvaihdon yhteydessä hän oli joutunut käyttämään vanhaa tunnuslukukorttia uuden tunnuslukusovelluksen asentamisessa. ”Kun ilmoitettiin, että paperikortti jää pois, niin sitten tuli mieleen, että entä sitten, kun minä tuon puhelimen vaihdan, eikä siinä vaiheessa ole paperikorttia olemassa” (Yritys 1 20.3.2017.) Hän ei ollut ajatellut vaihtoehtoa, että sovelluksen voi ladata esimerkiksi tabletille tai toiselle mobiililaitteelle. Puhelimen vaihtoon liittyvät seikat koettiin hankaliksi ja niihin liittyvät kysymykset tulivat haastatteluissa esiin usein. Näihin liittyviin kysymyksiin on vastattu Nordea.fi-sivustolla, mutta kukaan haastateltavista ei ollut sivustoilla käynyt. Yritysasiakkailta ei usein ole aikaa tutkia käyttöönottoon liittyviä ongelmia syvällisemmin tai etsiä ongelmiin vastauksia. Käyttöönotolla ja siihen liittyvillä vaiheilla on suuri vaikutus koko käyttökokemuksen rakentumiseen. Haastatteluiden perusteella pystyi havaitsemaan, että yrittäjät arvostavat omaa aikaansa ja oletusarvona on, että mobiilisovellusten asennus ja käyttöönotto sujuisi helposti ja nopeasti.

6.3 Käytettävyys

Nordean mobiilisovellusten on tarkoitus olla yksinkertaisia käyttää. Lisäksi sovellusten on haluttu olevan selkeitä ja johdonmukaisia. Yrityksen mobiilipankin kautta yrittäjä voi tarkistaa tilitapahtumat tai tehdä maksuja. Lisäksi sovelluksesta löytyy muun muassa lainojen tiedot sekä monia muita arkea helpottavia toimintoja. Tunnuslukusovelluksen avulla asiakas voi tunnistautua ja vahvistaa tapahtumia verkko- ja mobiilipankissa. Toimivien mobiilisovellusten avulla asiakkaille voidaan tarjota parempia palvelukokemuksia ja näin myös sitouttaa heitä asioimaan yhdessä pankissa. (Nordea 2017.)

Haastatteluissa selvisi, että jotkut yritysasiakkaat olivat siirtyneet lähes kokonaan yrityksen mobiilipankin käyttöön tavallisen verkkopankin sijasta. Mobiilipankki koettiin helpoksi ja selkeäksi käyttää ja sillä pystyi hoitamaan pankkiasiat näppärästi. Haastatteluiden aikana selvisi myös, että yrityksen mobiilipankissa oli paljon toimintoja, joita kukaan haastateltavista ei ollut käyttänyt tai ei edes tiennyt niiden olemassaolosta. Aloituspäytöllä oleva maksunsaajien pikavalintalista oli jokaisen haastateltavan mielestä turha toiminto eikä sitä koettu mielekkääksi käyttää. ”Maksunsaajan pikavalintaa en ole ikinä käyttänyt, teen maksut mieluummin tallennettujen maksunsaajien kautta maksuvalikossa”, tarkensi yritys 2 haastattelussa (Yritys 2 28.3.2017.) Tästä huolimatta aloitusnäyttö oli kaikkien mielestä pääosin selkeä ja sieltä löytyi helposti tiedot yrityksen mahdollisista lainoista sekä korteista. Osa haastateltavista koki haastavaksi sen, että mobiiliversiosta ei nähnyt tililimiitin tarkempia tietoja, kuten korkotietoja, vaan näitä pystyi tarkastelemaan vain perinteisen verkkopankin kautta.

Maksujen tekeminen mobiilipankin kautta oli osalle haastateltavista hieman vierasta. Tilitapahtumia katsottiin mobiilipankin kautta, mutta maksut tehtiin usein tietokoneen kautta verkkopankissa. ”Edelleenkin aika paljon tulee pankkiasioita hoidettua sen läppärin kautta työpisteessä tai kotona” (Yritys 1 20.3.2017.) Yritys 3:n mielestä pitkien koodien syöttäminen tuntui haastavalta. Myös yritys 2 oli tässä samoilla linjoilla. Hänen mielestään pitkien viitenumeroiden syöttäminen oli hankalaa, koska puhelimella ei voi kopioida numeroa suoraan sovellukseen. Yrityksen mobiilipankin käyttöön liittyvät epäkäytännöllisyydet sekä haasteet liittyivät selkeästi eniten maksujen tekemiseen. Useassa haastattelussa kävi ilmi, että mobiilipankin rajoitettu tallennettujen maksunsaajien määrä koettiin haastavaksi. Yrittäjät ihmettelivät, miksi maksunsaajien määrä ei voisi olla rajaton. Tämän lisäksi samalla nimellä ei pystynyt tallentamaan kahta maksunsaajaa. Maksujen maksamiseen liittyi selvästi epäilysovelluksen turvallisuudesta. Haastattelussa ilmenneiden vastausten perusteella pystyi päättämään, että joidenkin yritysasiakkaiden kohdalla sovelluksella ei välttämättä haluttu tehdä maksuja, koska toimintatapa miellettiin vielä hieman vieraaksi ja turvattomaksi.

Maksujen maksaminen viivakoodinlukijalla oli ollut kahden haastateltavan mielestä loistava helpotus laskujen maksamiseen. Useassa haastattelussa kävi ilmi, ettei tästä toiminnosta tiedetty, jonka vuoksi sitä ei oltu myöskään käytetty. Haastatteluiden yhteydessä käytiin sovelluksen toimintoja asiakkaiden kanssa läpi ja jokainen selvästi kiinnostui viivakoodinlukijasta, joka toimii puhelimen kameran avulla. ”Viivakoodinlukijalla saa helposti laskut maksettua eikä tarvitse kirjautua erikseen läppärille laskujen tietoja näpyttelemään.” (Yritys 2 28.3.2017.)

Jotkut haastateltavista kokivat erääntyvien maksujen listan haasteellisena käyttää. Erääntyvät maksut näkyvät tilitapahtumien näytöllä ennen varsinaisia tilitapahtumia. Yritys 2 oli syöttänyt etukäteen erääntyviä laskuja suuremman määrän ja huomasi tämän jälkeen selaamisen olevan hankalaa. Ensin piti selata erääntyvien maksujen ohi, jonka jälkeen pääsi katsomaan tilitapahtumia. Tähän yritys 2 esitti ratkaisuna kehitysideaa, joka helpottaisi maksujen käsittelyä. Maksut voisi kerääntyä alavetovalikon alle, jonka kautta ne saisi halutessa esille. Lisäksi käyttökokemusta parantaisi maksujen hakutoiminto, jolla maksuja voisi hakea tietylle ajalle ja sovellus laskisi näiden maksujen yhteissumman suoraan näytölle.

Yrityksen mobiilipankin menu-valikko oli monelle haastateltavalle varsin vieras. Menu-valikosta puhuttaessa monet eivät olleet käyneet tutkimassa kyseisiä toimintoja lainkaan tai vain pikaisesti. Haastateltavat olivat varsin yllättyneitä, että valikon alta pääsee

soittamaan Nordean asiakaspalveluun tai kortin sulkupalveluun. Lisäksi valikosta löytyy palvelunumero Nordean eri yksiköihin, kuten tilitapahtumien selvitykseen, rahoituspalveluihin sekä vakuutusyksikköön. Asiakkaat olivat silminnähdessä kiinnostuneita, kun menu-valikon eri osioita esiteltiin tapaamisten yhteydessä. Oikeastaan ainoa menu-valikon toiminnallisuus, jota jonkun verran oli käytetty, oli asiakasposti. Tämä koettiin varsin yksinkertaiseksi käyttää silloin kun siihen oli tarvetta. Monessa haastattelussa tuli ilmi, että sovellus voisi jotenkin ohjeistaa asiakasta käyttämään eri toiminnallisuuksia. Usein asiakas ei saa kaikkea hyötyä irti sovelluksesta, jolloin käyttökokemus voi jäädä varsin pintapuoliseksi. Haastatteluissa pystyi havaitsemaan, että mitä enemmän asiakas tiesi sovelluksen toiminnoista, sitä tyytyväisempi hän sovellukseen oli. Näin ollen palvelun arvo voisi kasvaa asiakkaan arjessa, oman tekemisen ja arkisten tarpeiden muodostamassa ympäristössä.

Tunnuslukusovelluksen käytössä yrittäjien suurimpiin haasteisiin kuului selvästi kahden eri profiilin välillä toimiminen. Monessa haastattelussa yritysasiakkaat kertoivat, kuinka tunnuslukusovellus jähmettyi tai sekosi siirryttäessä henkilökohtaisesta mobiilipankista yrityksen mobiilipankkiin. ”Jos menen yksityispuolelta yrityspuolelle, niin tunnuslukusovelluksen profiilit eivät toimi. On se ja sama kumpaa profiilia näpäytän, niin pääsen sisään” (Yritys 4 30.3.2017.) Lisäksi tunnuslukusovelluksessa oli välillä ollut teknisiä häiriöitä, joita ei kuitenkaan pidetty kovinkaan merkittävänä ongelmana. Myös yritys 2:lla oli ollut ongelmia tunnuslukusovelluksen kanssa siirryttäessä henkilökohtaisesta mobiilipankista yrityksen mobiilipankkiin. ”Nyt se on toiminut mutta alkukankeutta oli. Jos kävi ensin henkilökohtaisessa mobiilipankissa ja sen jälkeen yrityksen, niin tunnuslukusovellus ei herännyt.” (Yritys 2 28.3.2017.)

Haastatteluissa tuli muutamia kertoja esille ajatus siitä, että tunnuslukusovellus voisi valita itse sen profiilin, jota halutaan käyttää. Asiakas syöttäisi vain henkilökohtaisen PIN-koodin riippuen siitä, kumpaa verkkopankkia käytetään. Oman profiilin valitseminen tuntui olevan haasteellista ja sen käyttäminen oli ollut yritysasiakkaiden mielestä aika ajoitin varsin turhauttavaa.

Tunnuslukusovelluksen käyttäminen erityisesti älypuhelimella oli joidenkin haastateltavien mielestä hankalaa. Esimerkiksi verkko-ostoksia tehdessä oli vaikeaa hypätä tunnuslukusovellukseen vahvistamaan ostos. Käytännössä asiakkaan piti osata käyttää puhelintaan niin, että siirtyminen selaimesta tunnuslukusovellukseen käy helposti sulkematta selainta. Jos selain vahingossa sulkeutuu, saattaa käyttäjä menettää syöttämänsä tiedot verkkokaupassa. ”Joskus on ollut sellaisia tilanteita, että olen ostamassa puhelimella netistä ja vahvistan ostosta tunnuslukusovelluksella. Sitten minun

pitäisi osata mennä pois selaimesta ja vahvistaa tapahtuma, jolloin selaimelle syötetyt tiedot häviävät ja ostos myös” (Yritys 4 30.3.2017.) Selvästikin älypuhelimien käyttötaidot saattoivat vaihdella yrittäjien välillä hyvinkin paljon. Mobiilisovellusten käyttäminen oli helpompaa ja haasteita oli vähemmän, jos perus käyttötaidot olivat hyvällä tasolla.

Yleisesti voidaan todeta, että sekä tunnuslukusovelluksen että yrityksen mobiilipankin käytettävyydessä yrittäjät kokevat vielä joitakin haasteita erityisesti maksamiseen liittyen. Käyttäjän oma tietotekninen osaaminen auttaa varmasti sovellusten käytössä paljon ja madaltaa kynnystä kokeilla eri sovellusten toimintoja. Vaikka monet yritysasiakkaista maksoivat laskunsa vielä kotitietokoneen kautta, kirjautuivat he verkkopankkiin silti käyttäen tunnuslukusovellusta. Tunnuslukusovellus miellettiin yksinkertaisena ja helppokäyttöisenä eikä kukaan käyttänyt enää vanhaa tunnuslukukorttia. Joissain erityistilanteissa, kuten puhelimen vaihdon yhteydessä, tunnuslukukorttia oli kuitenkin käytetty.

6.4 Yhteenveto

Haastatteluiden pohjalta pystyi erottamaan merkittävimmät haasteet, joita yritysasiakkaat olivat kokeneet tunnuslukusovelluksen sekä yrityksen mobiilipankin käytössä. Lisäksi joitakin haasteita oli koettu ennen käyttöönottoa. Pääasiassa mobiilisovelluksiin oltiin kuitenkin varsin tyytyväisiä. Pankit kehittävät mobiilisovelluksiaan jatkuvasti kilpailun kiristyessä, jonka vuoksi on erittäin tärkeää tuottaa asiakkaille erinomaisia käyttökokemuksia pankkipalveluiden käytön osalta erityisesti mobiilisovelluksissa.

Ennen sovellusten käyttöönottoa yritysasiakkailla oli haasteita saada tietoa sovelluksista. Oikeastaan todellinen haaste saattaa olla pankin puolella, sillä tiedonvälitys yritysasiakkaille oikeaa kanavaa pitkin osoittautui haasteelliseksi. Kaikki yritysasiakkaat eivät lähde kokeilemaan uusia sovelluksia yhtä innokkaasti kuin toiset. Ihmiset voidaan jakaa eri luokkiin innovaatioiden hyväksymisen suhteen, joka näkyy selkeästi myös halukkuudessa ottaa uusia mobiilisovelluksia käyttöön tai ottaa näistä selvää. Toiset saattavat lähteä kokeilemaan uusia sovelluksia heti lanseerauksen jälkeen, kun taas toiset eivät kokeile uusia sovelluksia, ellei ole aivan pakko.

Yritysasiakkaita mietitytti myös mobiilisovellusten turvallisuus. Pankkiasiat halutaan jatkossakin hoitaa luotettavasti ja turvallisesti, vaikka digitaalisuus on yhä suurempana osana myös pankin palvelumalleja. Pankkien intressinä on säilyttää luotettava asioiden hoito myös mobiilisovellusten kohdalla. Haastatteluiden perusteella yritysasiakkailla ei selvästikään ole riittävästi tietoa mobiilisovellusten turvallisuudesta, koska he eivät olleet

turvallisuudesta täysin vakuuttuneita. Tämän lisäksi haastatteluissa pystyi havaitsemaan, että monilla on suuria ennakkoluuloja digitaalisia palveluita kohtaan.

Mobiilisovelluksen uudelleenasetaminen puhelimen vaihdon yhteydessä oli ollut monelle haastateltavalle haasteellista ja ne, jotka eivät olleet joutuneet vaihtamaan puhelinta, olivat miettineet etukäteen vaihdon tuovia mahdollisia ongelmia. Kenelläkään haastateltavista ei ollut tietoa siitä, että mobiilisovellukset voisi ladata useammalle mobiililaitteelle, mikä helpottaisi uuden sovelluksen asentamista puhelimen vaihdon yhteydessä. Tässäkin tapauksessa parempi tiedottaminen ja asioista keskusteleminen voisi parantaa yritysasiakkaiden tietoisuutta asiasta. Selvästikään Nordea.fi-sivuston tiedot eivät tavoita yritysasiakkaita eivätkä sivut välttämättä ohjaa asiakkaita riittävän helposti mobiilisovelluksista kertoville sivuille.

Mobiilisovellusten käyttöönotossa merkittävimmäksi haasteeksi osoittautui selvästi väliaikaisen PIN-koodin hankkiminen. Väliaikaisen PIN-koodin toimitus kirjepostin välityksellä miellettiin huonoksi vaihtoehdoksi. Haastatteluissa tuli monta kertaa puheeksi se, kuinka yritysasiakkaat olivat päättäneet asentaa mobiilisovellukset ja pettymyksekseen he olivatkin huomanneet, että asennusta ei voida viedä loppuun ennen väliaikaisen PIN-koodin saapumista. Kun PIN-koodi oli saapunut 2–3 päivän päästä postissa, oli koko asia jo onohdettu. Yritysasiakkaat toivoivat, että väliaikaisen PIN-koodin voisi saada varmennettuun puhelinnumeroon esimerkiksi tekstiviestillä.

PIN-koodin toimituksen lisäksi asiakkaat olivat kokeneet haastavaksi yritysasiakkaan-profiilin lisäämisen tunnuslukusovellukseen. Asennuksen yhteydessä oli vaikea päästä käsiksi asetukset-valikkoon, joka näkyy ruudulla kolmena pisteenä. Lisäksi oli vaikea huomata plusmerkkiä tai ”lisää”-merkkiä, käyttöjärjestelmästä riippuen, josta uuden profiilin pystyi sovelluksessa lisäämään. Tähän monet toivoivat selkeämpää ohjeistusta uutta profiilia lisättäessä.

Henkilökohtaisen mobiilipankin sekä yrityksen mobiilipankin käytön yhteydessä oli koettu haasteita. Yritysasiakkaat kertoivat, että siirryttäessä kahden eri mobiilipankin välillä tunnuslukusovellus saattoi välillä jähmettyä. Monet käyttäjät toivoivat tunnuslukusovellukseen yksinkertaisempaa tapaa hoitaa tunnistautuminen. Kahden eri profiilin välillä toimiminen koettiin joskus hankalana.

Joillekin haastateltavista maksujen tekeminen mobiilipankissa oli arkipäivää, mutta osa koki maksujen tekemisen mobiilipankissa haastavana ja käyttivät tähän mieluummin perinteistä verkkopankkia. Pitkien viitenumeroiden kopioiminen ja liittäminen sovellukseen

ei onnistunut, minkä vuoksi laskujen maksaminen puhelimella koettiin aikaa vieväksi. Lisäksi monet eivät tienneet viivakoodinlukijasta, joka helpottaa laskujen maksamista erittäin paljon. Ne, jotka viivakoodinlukijaa olivat käyttäneet, olivat toimintoon erittäin tyytyväisiä.

Yleisesti voidaan todeta, että merkittävin haaste yritysasiakkaille mobiilisovellusten käyttämisessä on epätietoisuus sovellusten toiminnoista ja turvallisuudesta. Lisäksi yrittäjien ja muiden yritysasiakkaiden aika saattaa olla hyvinkin rajallista, eivätkä he lähde etsimään tietoa sovelluksista välttämättä yhtä helposti kuin henkilöasiakkaat. Toimintatapojen muuttaminen arjen kiireiden keskellä saatetaan kokea joskus vaikeaksi. Mobiilisovellusten toiminnot olivat haastateltavien kertoman mukaan pääosin erittäin onnistuneita. Monella yrittäjällä tuntui kuitenkin olevan haasteena saada sovelluksista kaikki hyöty irti, koska toiminnoista ei tiedetty. Asiakkaiden neuvonta ja erilaiset ohjeistukset ovat menestymisen kannalta erittäin tärkeitä, jotta asiakkaat voivat saada mobiilisovelluksista täyden hyödyn irti omassa arjessaan. Mobiilisovellusten esittelemine ja neuvonta jäävätkin todellisuudessa suurimmaksi osaksi niiden ihmisten varaan, jotka asiakkaita kohtaavat pankin eri kanavissa. On tärkeää, että henkilöstö tuntee tunnuslukusovelluksen sekä yrityksen mobiilipankin, jotta niistä osataan kertoa houkuttelevasti ja asiantuntevasti asiakkaalle. Näin asiakas saa tuotua myös omaa panostaan paremmin mobiilisovellusten käyttöön ja he saavat positiivisempia palvelukokemuksia.

7 Pohdinta

Palvelun tarkoituksena on tuottaa hyötyä sekä palvelun tarjoajalle että asiakkaalle. Palvelun arvo syntyy palvelun tuottamasta hyödystä. Erityisesti pankin mobiilisovellusten kohdalla asiakas saa toiminnallista hyötyä, jota voi tulla esimerkiksi pankkiasioiden nopeasta ja sujuvasta hoitamisesta. Käyttökokemus on jokaiselle kuitenkin henkilökohtainen, minkä vuoksi jokainen asiakas kokee myös erilaisia haasteita palveluiden käytössä. Pankkialan digitalisaation ja uuden maksupalveludirektiivin myötä kilpailu tulee kasvamaan entisestään erilaisten uusien toimijoiden ja perinteisten pankkien välillä. Tämän vuoksi on erittäin tärkeää tarjota pankin nykyisille asiakkaille erinomaisia palvelukokemuksia uusien mobiilisovellusten käytössä. Asiakkaiden kokemien haasteiden minimoimisella pankit pystyvät sitouttamaan asiakkaitaan käyttämään omia palveluitaan sekä luomaan erinomaisia asiakaskokemuksia ja pitkäaikaisia pankkisuhteita. Tässä tutkimuksessa keskityttiin selvittämään erityisesti Keski-Uudenmaan yrityskonttorin asiakkaiden kokemia haasteita liittyen Nordean mobiilisovelluksiin. Seuraavassa luvussa kootaan yhteen tutkimuksen tulokset sekä pohditaan niiden mahdollisia vaikutuksia Nordean eri toimintoihin. Lisäksi arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta sekä opinnäytetyöprosessin onnistumista kriittisesti eettisten näkökohtien huomioimista unohtamatta. Luvussa käydään läpi myös erilaisia jatkotutkimusehdotuksia aiheeseen liittyen.

7.1 Tulosten vaikutukset

Tämän tutkimuksen tutkimusongelmana oli selvittää, millaisia ovat yritysasiakkaiden kokemat haasteet Nordean tunnuslukusovelluksen sekä yrityksen mobiilipankin käytössä. Lähtökohtaisesti tutkimuksessa selvitettiin Nordean Keski-Uudenmaan yrittäjäasiakkaiden kohtaamia haasteita. Tavoitteena oli selvittää käyttöön liittyviä haasteita, jotta asiakkaita pystyttäisiin neuvomaan ja ohjeistamaan paremmin asiakastapaamisissa ja parantamaan palvelukokemusta. Alaongelmina oli kartoittaa mitä tunnuslukusovellus ja yrityksen mobiilipankki tarjoavat asiakkaille, missä käyttövaiheessa mahdolliset haasteet ilmenevät sekä millaisia ennako-odotuksia asiakkailta on.

Haastatteluiden edetessä kävi ilmi, että tutkimusongelmiin saatiin runsaasti samankaltaisia vastauksia. Oli jopa hieman yllättävää, kuinka monet haastateltavat kertoivat samoista ongelmista mobiilisovellusten eri käyttövaiheissa. Tämä osoitti sen, että tutkimus oli varsin merkityksellinen ja siitä saatiin paljon tärkeää tietoa, jolla voidaan parantaa pankin sisäistä toimintaa.

Aunola ja Turnbull-Smith tekivät syksyllä 2016 tutkimuksen MobilePay-sovelluksen käyttöönotosta kuluttaja- ja yritysnaökulmasta. Kyselytutkimuksen mukaan 42,4% (223 vastaajaa) kuluttaja-asiakkaista kertoivat, että heillä on MobilePay -sovellus puhelimessaan. Loput 57,8% (306 vastaajaa) kertoivat, että he eivät olleet ladanneet kyseistä sovellusta. Yritysasiakkaiden kohdalla he eivät olleet saaneet riittävästi aineistoa tutkimuksen tekemiseen (Aunola & Turnbull-Smith 2016, 28.) Mielestäni tutkimuksen tulokset ilmentävät hyvin sitä, että pankkien asiakkaat ovat valmiita käyttämään mobiilisovelluksia sekä kokeilemaan uusia palvelumuotoja. Lisäksi tutkimuksen tuloksista voidaan päätellä, että kuluttaja-asiakkaat osallistuvat helpommin tutkimuksiin, koska yritysasiakkaiden antamia vastauksia kertyi todella vähän. Tämän vuoksi yritysasiakkailta saatu haastattelumateriaali on hyvin merkityksellinen oman tutkimukseni tavoitteen kannalta sekä myös jatkotutkimuksia ajatellen.

Kaikki haastateltavat osallistuivat mielellään tutkimukseen ja antoivat mielipiteitään ja näkemyksiään mobiilisovellusten käytöstä. Pääasiassa kaikki haastateltavat olivat olleet sovelluksiin erittäin tyytyväisiä ja halusivat olla mukana kehittämässä palvelukokemusta vieläkin paremmaksi. Haastateltavat eivät enää halunneet siirtyä takaisin käyttämään paperista tunnuslukukorttia, vaan hoitivat tunnistautumisen tunnuslukusovelluksella. Sen sijaan yrityksen mobiilipankissa ei haluttu hoitaa vielä kaikkea asiointia, vaan monet hoitivat esimerkiksi laskujen maksun edelleen vanhassa verkkopankissa. Haastateltavien mukaan he eivät kuitenkaan nähneet mahdottomaksi hoitaa tulevaisuudessa pankkiasioitaan pelkästään mobiilisovelluksen kautta, kun joitain epäkohtia ollaan saatu parannettua. Kokonaisuudessaan haastatteluiden perusteella pystyi toteamaan, että sovellukset ovat erittäin merkittävä osa Nordean palvelukokonaisuutta.

Tutkimuksen perusteella tunnuslukusovellukseen sekä yrityksen mobiilipankkiin liittyviä haasteita havaittiin jonkun verran, mihin on syytä kiinnittää huomiota sovellusten asennusten yhteydessä tai niiden käyttöön liittyvässä neuvonnassa. Erityisesti yritysasiakkaiden kohdalla mobiilisovelluksista tiedottaminen on haastavaa. Tämän vuoksi mobiilisovelluksista tulisi kertoa asiakastapaamisissa. Yritysasiakkaat pyritään tapaamaan vähintään kerran vuodessa, joten tapaaminen voi olla ainoa väylä josta asiakas saa tiedon mobiilisovelluksista. Tapaamisten yhteydessä pankkihenkilön olisikin hyvä osata asentaa sovellukset sekä kertoa niiden toiminnoista ja ominaisuuksista. Myös sovellusten turvallisuuteen liittyvistä asioista olisi hyvä pystyä kertomaan perusasiat. Asiakkaat pitävät selvästi sovellusten turvallisuutta tärkeänä ja tähän liittyen herää helposti kysymyksiä. Jokainen asiakas kokee sovelluksen käyttökokemuksen hyvin henkilökohtaisena kokemuksena ja lisäksi asiakkaan käyttötaitoja mobiilisovellusten suhteen ei voida ennalta-arvioida. Tämän vuoksi on erittäin tärkeää kertoa asioista hyvin selkeästi ja

yksinkertaisesti asiakastapaamisissa. Ensivaikutelma mobiilisovelluksista ja positiivinen kokemus neuvonnasta voivat lisätä asiakkaan koko palvelukokemuksen arvoa hyvinkin paljon.

Tunnuslukusovelluksen käyttöönotossa ilmenivät suurimmat haasteet, joita yritysasiakkaat olivat kohdanneet. Erityisesti väliaikaisen PIN-koodin toimitustapa postitse koettiin epäkäytännölliseksi. Tämän vuoksi olisikin erittäin tärkeää lisätä asiakkaalle yrityksen profiili tunnuslukusovellukseen asiakastapaamisten yhteydessä. Tällöin asiakkaan ei tarvitsisi odotella väliaikaista PIN-koodia, vaan hän pääsisi tutustumaan yrityksen mobiilipankkiin heti tapaamisen jälkeen. Tällöin asiakas pystyy välittömästi alkaa luomaan omaa kokemustaan sovelluksesta ja tuomaan omaa panosta sovelluksen käyttöön, joka voi osaltaan kasvattaa sovelluksen asiakkaalle tuomia hyötyjä.

Tutkimuksen tuloksia hyväksikäyttäen Nordea pystyy kehittämään toimintaansa asiakaspalvelutilanteissa. Yrityksen pankkineuvoja voidaan kouluttaa mobiilisovellusten osalta niin, että he pystyvät neuvomaan asiakkaita sovellusten käyttöönotossa helpommin. Tutkimuksen tekijä tulee pitämään Nordean Keski-Uudenmaan yrityskonttorissa koulutustilaisuuden liittyen tunnuslukusovelluksen ja yrityksen mobiilipankin käyttöönottoon. Koulutuksessa käydään läpi tärkeimmät mobiilisovelluksiin liittyvät turvallisuustekijät sekä erilaiset yritysasiakkaiden kohtaamat haasteet sovellusten käytössä. Lisäksi koulutukseen osallistujille opetetaan sovellusten käyttöönottoa sekä yrityksen mobiilipankin eri toimintoja. Tällä pyritään kasvattamaan tunnuslukusovelluksen ja yrityksen mobiilipankin asennusmäärää asiakastapaamisissa.

Tulevaisuudessa tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää myös muissa yrityskonttoreissa eri puolilla Suomea. Lisäksi yritysten asiakaspalvelu voi hyötyä tuloksista ja näin kehittää omia sisäisiä toimintatapojaan yritysasiakkaiden neuvonnassa. Tulosten avulla pystytään keskittymään suoraviivaisemmin niihin ongelmakohtiin, joita yritysasiakkaat ovat pitäneet haasteellisina.

Monilla asiakkailla on myös paljon ennakkoluuloja liittyen mobiilisovelluksiin. Ennakoasenne vaikuttaa hyvin paljon itse palvelukokemukseen. Tutkimuksen tulosten pohjalta rakennetun henkilökunnan koulutuksen myötä pystytään antamaan asiakkaille paremmin vastauksia tunnuslukusovellukseen ja yrityksen mobiilipankkiin liittyen, jolla voidaan muuttaa mobiilisovelluksiin liittyviä negatiivisia ennakoasenteita. Pankin tahtotilana on, että yritysasiakkaat ottaisivat mobiilisovellukset käyttöönsä, minkä vuoksi on erittäin tärkeää pitää huolta sovelluksiin liittyvän neuvonnan ja ohjeistuksen erinomaisesta laadusta.

Koulutuksen lisäksi Nordealla on mahdollisuus laatia tarkempi sisäinen ohjeistus henkilökunnalle mobiilisovelluksiin liittyen. Ohjeistusta voidaan hyödyntää asiakastapaamisissa konttoreissa sekä asiakaskäynneillä. Ohjeistuksessa voidaan tehdä tarkennuksia ja korostuksia tutkimuksen tulosten pohjalta, jotta sovellusten käyttöönotto olisi mahdollisimman helppoa. Lisäksi ohjeistuksen avulla pystytään vastaamaan asiakkaiden esittämiin kysymyksiin paremmin ja antamaan näihin konkreettisempia vastauksia.

Tutkimuksen tuloksiin perustuen myös yritysasiakkaiden tiedotusta voidaan koittaa kohdistaa jatkossa sopivampiin kanaviin, koska Nordea.fi-sivuston tai verkkopankin kautta lähetetty viestintä ei tavoittanut yritysasiakkaita kovinkaan hyvin. Haastatteluissa selvisi, että yritysasiakkaat eivät juurikaan etsi mobiilisovelluksiin liittyvää tietoa mistään, joten tiedotusta ja viestintää pitää tässä tapauksessa kehittää. Viestinnän lisäksi myös mobiilisovellusten kehitysyksikkö löytää varmasti uusia näkökulmia tutkimuksen tulosten pohjalta. Haastatteluissa tuli esille useita kehitysideoita, joita kannattaa tarkastella lähemmin sovellusten toimintojen parantamiseksi.

7.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tapaustutkimus ja teemahaastattelu sopivat tutkimuksen toteutukseen erittäin hyvin, koska kyseessä oli rajattu kokonaisuus nimenomaan yritysasiakkaiden kokemista haasteista liittyen tunnuslukusovellukseen ja yrityksen mobiilipankkiin. Tutkimuksen luotettavuutta on paras arvioida reliabiliteetin ja validiteetin avulla. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten pysyvyyttä. Eli jos joku tutkija tekisi saman tutkimuksen samojen lähteiden avulla uudelleen, saataisiin samat tulokset (Kananen 2014, 147.)

Lähtökohtaisesti edellytykset tutkimuksen luotettavuudelle ovat olleet varsin hyvät.

Tutkimuksen tekijä on työskennellyt Nordeassa vuodesta 2015 lähtien yritysasiakkaiden parissa, jonka aikana tutkimuksen tekijä on saanut varsin hyvän kuvan yritysasiakkaiden kokemista haasteista liittyen yleisesti pankin mobiilisovelluksiin. Työnsä ohella tutkimuksen tekijä on tehnyt havainnointia sovellusten asennustilanteissa ja käytössä havaituista ongelmista. Ongelmakohtia ja erilaisia havaintoja on kirjattu ylös jo ennen tutkimuksen aloittamista tutkimuksen tekijän työkoneelle.

Tutkimuksen luotettavuuden takaamiseksi ja mahdollisimman kattavan kokonaisuuden aikaansaamiseksi tutkimuksen tekijä haastatteli kahdeksaa yritysasiakasta, kunnes kylläntymispiste saavutettiin eikä merkittävää uutta tietoa enää haastatteluista saatu. Haastateltavat valittiin niin, että tutkittava ilmiö oli heihin kosketuksissa eli heillä oli ollut

käytössään tunnuslukusovellus ja yrityksen mobiilipankki. Tutkimus toteutettiin puolistrukturoidun teemahaastattelun avulla, jossa esitettiin samoihin teemoihin liittyviä kysymyksiä kaikille haastateltaville. Tämä tutkimusmenetelmä sopii erittäin hyvin tämän tyyppiseen tutkimukseen, kun ei tunneta ilmiötä ja halutaan saada ymmärrys kohteesta (Kananen 2014, 76). Haastatteluaineiston luotettavuus haluttiin varmistaa jo haastattelurunkoja rakennettaessa (Liite 1). Haastattelukysymykset rakennettiin siten, että haastattelut pysyivät vapaan keskustelun muotoisina. Teemat käytiin läpi haastateltavan kanssa niin, että haastattelija esitti tarvittaessa tarkentavia kysymyksiä teemoihin liittyen ja pitääkseen keskustelua yllä. Keskustelu eteni pääosin haastateltavan ehdoilla. Samalla haastattelija teki havaintoja haastateltavan eleistä sekä tunnetiloista ja näistä tehtiin omia johtopäätöksiään vastauksien tulkinnaissa. Pyrkimyksenä oli, että haastateltavat puhuisivat mahdollisimman paljon.

Teknisestä näkökulmasta tutkimus toteutettiin luotettavasti. Haastattelut nauhoitettiin nykyaikaisella sanelimella sekä puhelimen nauhurilla. Kahdella nauhoituksella haluttiin varmistaa, että aineisto ei katoa. Molemmissa laitteissa oli erinomainen äänentoisto. Aineisto litteroitiin mahdollisimman nopeasti haastattelun jälkeen laadun varmistamiseksi. Teemat rakennettiin huolellisesti ennen haastattelujen aloittamista teoreettisen viitekehyksen pohjalta.

Työn tuloksiin on päästy tutkimalla kattavasti erilaisia luotettavia teorialähteitä. Lähteinä on käytetty suomalaisia ja kansainvälisiä tutkimuksia, internetsivustoja, artikkeleita sekä julkaisuja. Vaikka lähteiden luotettavuus onkin pyritty varmistamaan vertailemalla uudempia ja vanhempia lähteitä keskenään, on vanhempiakin teorialähteitä tutkimuksessa käytetty. Näiden ajankohtaisuus on kuitenkin varmistettu uudempien lähteiden avulla. Näin on saatu työhön monipuolisuutta. Erilaisten asiantuntijoiden julkaisujen luotettavuus on varmistettu arvioimalla lähdeaineiston julkaisseen yrityksen tai toimielimen luotettavuutta. Arvioitaessa tutkimuksen reliabiliteettia voidaan todeta, että samaa tutkimusongelmaa tutkittaessa samojen haastatteluaineistoiden, teorialähteiden ja havainnointitulosten perusteella päädyttäisiin varmasti samoihin tuloksiin. Tutkimus voidaan todeta toistettavaksi.

Validiteetilla tarkoitetaan sitä, että tutkimuksessa on tutkittu oikeita asioita eli tutkimus mittaa sitä mitä on ollut tarkoituskin mitata (Kananen 2014, 147). Tutkimuksen tulokset on perusteltu laajasti ja pohdintaosiossa on pyritty yhdistämään tutkimustuloksia teoriaosuuden kanssa. Haastatteluista on saatu vakuuttavia tuloksia, joista on pystytty tekemään johdonmukaisia johtopäätöksiä. Lisäksi tulosten esittelyssä on käytetty suoria

lainauksia haastatteluista, jotta tutkielma olisi käytännönläheisempi. Tutkimus voidaan todeta validiksi eli tutkimus täyttää validiteetin esittämät vaatimukset.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää yritysasiakkaiden haasteita tunnuslukusovelluksen ja yrityksen mobiilipankkisovelluksen käytössä. Tutkimus käsitteli Keski-Uudenmaan yrityskonttorin asiakaskuntaa, mutta tulokset ovat silti hyvin siirrettävissä myös muihin Suomen yrityskonttoreihin, joissa sisäisiä toimintatapoja voidaan parantaa tulosten avulla. Haastateltavat valittiin siten, että heillä oli kokemuksia samasta tutkittavasta ilmiöstä eli tunnuslukusovelluksen ja yrityksen mobiilipankin käytöstä. Tutkimustuloksista voi olla hyötyä myös muiden pankin mobiilisovellusten haasteiden kartoituksessa. Vaikka tutkimustulokset sisältävät osittain hyvin pikkutarkkaa ja yksityiskohtaista tietoa sovelluksiin liittyvistä haasteista, voidaan niitä käyttää kuitenkin myös muissa mobiilisovelluksiin liittyvissä projekteissa. Näin pystytään kehittämään toimivampia sovelluksia ja minimoimaan ongelmatilanteita. Kun pohditaan tulosten siirrettävyyttä toiseen ympäristöön, voidaan tutkimustulokset todeta yleistettäväksi.

7.3 Jatkotutkimusehdotukset

Tutkimuksen edetessä tutkijan on ollut helppo kerätä erilaisia ideoita jatkotutkimusaiheiksi. Jatkotutkimusaiheet ovat sellaisia, joilla voitaisiin kehittää mobiilipalveluiden palvelukokonaisuutta entistä paremmaksi sekä selvittämään pankkien muuttuvaa toimintaympäristöä digitaalisten palveluiden osalta.

Tutkimustulosten perusteella monessa haastattelussa kävi ilmi, että turvallisuuskysymykset olivat askarruttaneet yritysasiakkaita ennen mobiilisovellusten käyttöönottoa. Jatkotutkimuksessa voisi selvittää syitä siihen, miksi jotkut yritysasiakkaat eivät ole ottaneet mobiilisovelluksia käyttöönsä. Olisi mielenkiintoista saada selville merkittävimmät syyt sille, miksi mobiilisovelluksia ei haluta ottaa käyttöön. Johtuuko käyttämättömyys turvallisuuden puutteen tunteesta vai mahdollisesti käyttäjien epävarmuudesta käyttää älypuhelimia ja mobiilisovelluksia? Tähän liittyen voisi selvittää myös paljon ennakoasenteita, jotka voivat olla esteenä pankin mobiilisovellusten käytölle. Lisäksi monet yritysasiakkaat eivät välttämättä omista laitetta, jolle sovellukset saisi ladattua. Tämä tutkimus tulisi varmasti hyödyttämään Nordeaa mobiilisovellusten markkinoinnissa. Lisäksi tutkimustulosten avulla pystytään kehittämään toimintaa niin, että asiakkaat kokisivat mobiilisovellukset helpommin lähestyttäväksi.

Toisena jatkotutkimuksen aiheena voisi olla hyötyjen selvittäminen liittyen mobiilisovelluksiin. Mitä hyötyä yritysasiakkaat kokevat saavansa mobiilisovellusten

käytöstä? Mobiilisovelluksia ladattaessa yritysasiakkailta on paljon ennako-odotuksia sovellusten käytön suhteen. Palvelukokemuksen onnistumiseksi näihin odotuksiin tulisi saada vastinetta eli jotain hyötyä sovellusten käytöstä. Tutkimustulosten pohjalta pystyttäisiin varmasti perustelemaan mobiilisovellusten käyttöönottoa paremmin erityisesti niille asiakkaille, jotka eivät jostain syystä mobiilisovelluksia halua asentaa.

Mobiilisovelluksista on tehty paljon asiakastytyväisyyskyselyitä, mutta yritysasiakkaiden sekä henkilöasiakkaiden välistä vertailua ei ole vielä tehty. Ovatko henkilöasiakkaat tyytyväisempiä mobiilisovelluksiin, kun verrataan tuloksia yritysasiakkaisiin? Jos näistä löydetään eroja, olisi erittäin mielenkiintoista ja hyödyllistä selvittää, mistä nämä erot voisivat johtua. Asiakkaiden arki muodostaa hyvin suuren osan palvelun arvosta. Oletettavasti yrittäjien arki eroaa palkansaajien arjesta, koska yrittäjien elämä on usein stressaavampaa ja kiireisempää. Tutkimustulosten avulla voidaan keskittyä paremmin palvelemaan asiakkaita mobiilisovellusten käytössä.

Neljäs jatkotutkimusehdotus perustuu asiakkaiden käyttötaitojen tutkimiseen pankin mobiilisovelluksiin liittyen. Olisi mielenkiintoista tietää, miten käyttötaidot eroavat esimerkiksi eri ikäryhmillä. Vaikuttaako ikä mobiilisovellusten käyttöön vai ovatko asiakkaiden kohtaamat haasteet samanlaisia iästä riippumatta? Tutkimuksen voisi suorittaa myös henkilöasiakkaille, koska esimerkiksi henkilöpuolen ja yrityksen mobiilipankit ovat toiminnoiltaan hyvin samankaltaisia. Tutkimustulosten perusteella Nordea voisi kehittää toimintaansa eri ikäryhmiin kohdistuvissa palvelutilanteissa.

Edellisten jatkotutkimusaiheiden lisäksi olisi mielenkiintoista saada selville, miten eri pankit ovat valmistautuneet tulevaan maksupalveludirektiivimuutokseen, joka avaa kilpailumahdollisuuksia uusille finanssialan toimijoille. Tutkimuksen voisi kohdistaa erityisesti perinteisille pankkiryhmille. Millaisia mobiilisovelluksia eri pankeilla on tällä hetkellä tarjolla ja mitä on tulossa? Osa tiedoista saattaa olla liikesalaisuuden alaisia, mutta usein tietoja voi saada kuitenkin yleisellä tasolla. Tutkimuksessa voitaisiin koostaa kattava kilpailija-analyysi digitaalisiin palveluihin liittyen. Tutkimuksen avulla Nordea pystyisi arvioimaan omien mobiilisovellustensa asemaa nykyisessä kilpailutilanteessa sekä tekemään tarvittavia toimia tulevaisuutta ajatellen.

Toisena lähtökohtana samaan aiheeseen voisi olla uusien toimialalle tulevien toimijoiden tutkiminen. Millaisia pankkipalveluja tullaan tarjoamaan asiakkaille seuraavien vuosien aikana? Tutkimuksessa voitaisiin arvioida Nordean menestymistä tässä muuttuvassa kilpailuympäristössä ja selvittää, mitä sen tulisi ottaa huomioon. Tutkimustulosten avulla

Nordea voisi kehittää omia digitaalisia palveluitaan sekä vastata näin paremmin muuttuvaan kilpailuympäristöön.

7.4 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessi sujui kokonaisuudessaan suunnitellusti. Opinnäytetyön aiheen valinta oli luontevaa, koska mobiilisovellukset olivat erittäin ajankohtainen puheenaihe tutkimuksen tekijän työpaikalla sekä mediassa. Työn etenemistä ja tuloksia raportoitiin toimeksiantajalle työn edetessä, jotta tuloksia voitiin hyödyntää välittömästi asiakastapaamisissa.

Pankin mobiilisovellukset eivät ole olleet asiakkaiden saatavilla vielä kovin pitkään, joten opinnäytetyön aihetta voitiin pitää varsin uutena ja ajankohtaisena. Aiheesta oli tehty lähinnä asiakastyytyväisyyskyselyitä, mutta syvällisempiä ja yksityiskohtaisempia tutkimuksia ei oltu vielä tehty. Tämän vuoksi aiheen valinta ja tutkiminen sisälsi innovatiivisia näkökulmia ja siitä on ollut hyvinkin merkittävää hyötyä toimeksiantajalle erityisesti asiakasrajapinnassa. Tulosten pohjalta tutkimuksen tekijä järjesti koulutustilaisuuden Keski-Uudenmaan yrityskonttorin yrityksen pankkineuvojille sekä asiakasvastaaville johtajille, minkä jälkeen toimihenkilöt pystyivät neuvomaan asiakkaita paremmin mobiilisovelluksiin liittyen.

Työn aiheen valinnan jälkeen myös työn tavoite oli varsin selkeä muodostaa. Lisäksi tavoite pysyi työn edetessä hyvin mukana tekstissä. Tutkittava pääongelma ja alaongelmat saatiin muodostettua selkeiksi kysymyksiksi, vaikka niiden eteen työn tekijä joutui tekemään hieman enemmän ajatustyötä. Lopulta alaongelmat tukivat pääongelman selvittämistä varsin hyvin ja lopputulokseen voitiin olla erittäin tyytyväisiä.

Tietoperusta tuki työn tavoitetta erittäin hyvin. Teoriaosion alussa haluttiin perehdyttää lukijaa muutokseen, jota pankkialalla oli tapahtunut digitalisaation myötä. Tutkija koki tämän erittäin tärkeäksi työn tavoitteen ymmärtämisen kannalta. Tämän osion kirjoittaminen vei odotettua enemmän aikaa, koska lähdeaineisto oli suurimmaksi osaksi englanninkielistä. Aihealueesta oli kirjoitettu vielä Suomessa varsin vähän, minkä vuoksi oli tarpeellista tukeutua kansainväliseen lähdeaineistoon. Teoriaosiossa käytiin läpi myös palvelun arvoa ja asiakaskokemusta, mikä johdatti lukijaa hyvin itse pääaiheeseen eli tunnuslukusovelluksen ja yrityksen mobiilipankin toiminnallisuuksiin. Nämä osiot etenivät varsin sujuvasti, koska lähdeaineistoa löytyi erittäin kattavasti. Lisäksi mobiilisovellukset olivat tekijälle entuudestaan tuttuja.

Lähteitä käytettiin työssä erittäin runsaasti. Lähteiden välillä olisi voinut olla enemmän diskurssia erityisesti pankin digitalisaatio-osiossa, mikä osoittautui varsin hankalaksi vähäisen lähdeaineiston vuoksi. Kokonaisuudessaan muut osiot huomioiden työhön saatiin melko runsaasti lähteiden välistä keskustelua ja keskeisimmät käsitteet selitettiin hyvin. Tietoperustan aihealueet ja lähteet perusteltiin hyvin jokaisessa osiossa ja ne sopivat tutkimuskokonaisuuteen. Lähdeaineistojen laatu varmistettiin valitsemalla tuoreita tutkimuksia. Lisäksi verkkolähteiden osalta lähdetietojen tarjoajaa arvioitiin kriittisesti ennen päätöstä käyttää tietoja.

Tutkimusmenetelmä osoittautui työn tuloksen kannalta erittäin onnistuneeksi valinnaksi. Haastatteluiden avulla pystyttiin selvittämään hyvinkin yksityiskohtaista tietoa mobiilisovellusten käyttöön liittyviä haasteista. Haastateltavien hankkiminen osoittautui odotettua vaikeammaksi tehtäväksi. Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa oli kuitenkin tehty tarkka riskikartoitus opinnäytetyöprosessiin liittyvistä suurimmista riskeistä, joten tähän osattiin varautua hyvin.

Aluksi tarkoituksena oli etsiä asiakkaat tekijän omasta asiakassalkusta, mutta mobiilisovelluksen käyttäjiä löytyi varsin vähän. Tällöin turvauduttiin muiden pankkihenkilöiden asiakkaisiin, jolloin haastateltavia saatiin riittävä määrä. Aineistoa tuli lopulta erittäin runsaasti ja saturaatiopiste tutkimustulosten kannalta saavutettiin. Tutkimustulokset osoittivat tutkimuksen onnistuneen erinomaisesti. Haastatteluita suoritettiin joskus muiden pankkiasioiden hoidon jälkeen, mikä vaikutti jonkin verran haastatteluaineiston laatuun. Haastateltavat eivät jaksaneet keskittyä enää haastatteluun sen jälkeen, kun olivat saaneet akuutit pankkiasiat hoidettua. Vastaukset olivat tällöin lyhyitä eikä asioista jaksettu enää keskustella. Niiden tapaamisten kohdalla, joissa suoritettiin pelkkä haastattelu, saatiin parempaa materiaalia tutkimusta ajatellen.

Aineiston analysointi muodosti kattavan kokonaisuuden haastattelun eri teemoista. Myös näihin teemoihin liittyvät haasteet saatiin selvitettyä ja tietoperustaa pystyttiin käyttämään tässä hyvin hyödyksi. Tulokset toivat vastauksen tutkimusongelmaan ja kokonaisuus muodostui erittäin hyväksi. Eettiset periaatteet pidettiin tutkimuksen aikana mielessä ja niihin keskityttiin myös haastatteluiden suorittamisessa. Lisäksi pankkisalaisuus oli säilytettävä tutkimuksen aikana ja tähän kiinnitettiin erityisesti huomiota. Tutkimuksen luotettavuutta arvioitiin kaikkien tutkimusprosessin vaiheiden aikana.

Työ pyrittiin kirjoittamaan selkeäksi ja jäsentelemään se helposti luettavaan muotoon raportointiohjeita noudattaen. Tekijän mielestä tässä onnistuttiin erittäin hyvin. Kuvat tuovat tekstiin mielekkyyttä ja visuaalista ilmettä. Erityisesti mobiilisovelluksiin liittyvät

kuvat osoittautuivat tekijän mielestä varsin tärkeiksi, koska pelkän tekstin pohjalta sovelluksia oli vaikea hahmottaa.

Oman oppimisen kannalta opinnäytetyöprosessi toi tekijälle kokemusta pitkäkestoisen projektin suunnittelusta ja hallinnoinnista. Lisäksi opinnäytetyön aikataulun noudattaminen on kehittänyt tekijän sinnikkyyttä sekä jonkin verran myös itsekuria. Opinnäytetyöprojektin aikana vapaa-aikaa on ollut erittäin vähän ja tämän vuoksi työpäivän jälkeinen energia on pitänyt pystyä suuntaamaan tehokkaasti kirjoitustyöhön. Kirjoitustaidot ovat myös varmasti kehittyneet projektin aikana.

Tutkimuksen tekijän ammattitaito kehittyi erityisesti mobiilisovelluksiin liittyen. Tästä on ollut paljon hyötyä jokapäiväisessä työelämässä, koska omaa osaamista on voinut käyttää hyväksi asiakastapaamisissa. Teoriaosio toi tekijälle paljon uutta tietoa erityisesti pankin toimintaympäristön muutoksesta.

Kokonaisuudessaan työn tekijä on päässyt mielestään erinomaisesti omaan tavoitteeseensa työn onnistumisen osalta. Haastatteluiden onnistuminen epäilytti ennen työn aloittamista, mutta johdonmukainen työskentely opinnäytetyön parissa helpotti työtaakkaa. Aikataulu tuntui aluksi varsin tiukalta, sillä tekijä oli kuullut tarinoita siitä, kuinka opinnäytetyön tekeminen voi viedä vuodenkin verran aikaa. Suunniteltu aikataulu piti kuitenkin loppuun asti, vaikka välillä päivät venyivätkin erittäin pitkiksi. Motivaatio pysyi korkealla koko projekti ajan. Kevään aikana tekijä sai tiedon pääsystä Aalto yliopiston maisteriohjelmaan, joka osaltaan lisäsi motivaatiota opinnäytetyön saattamiseksi loppuun ennen kesää.

Työn alkuvaiheessa työhön liittyvän ohjauksen riittävyys arvelutti. Opinnäytetyöhön liittyvää ohjausta sai kuitenkin koko kevään ajan säännöllisesti. Tietoa löytyi myös erittäin kattavasti Haaga-Helian omilta nettisivuilta, minkä vuoksi suurempia kysymyksiä ei ohjaustunneilla oikeastaan ollut edes esittää. Yleisesti ottaen opinnäytetyöprojekti toimi tekijän mielestä loistavana oman oppimisen mittarina. Itse prosessi voi olla erittäin stressaava, mutta toisaalta kaikki oli lopulta vain omasta asennoitumisesta kiinni. Kokonaisuudessaan opinnäytetyön tekemisestä jäi tekijälle positiivinen kuva.

Lähteet

Accenture 2016. Digital disruption in Nordic retail banking. Luettavissa:
https://www.accenture.com/t20150924T055551__w__/se-en/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Strategy_7/Accenture-Digital-Disruption-Nordic-Retail-Banking-Study.pdf. Luettu: 3.3.2017

Alaraudanjoki, K. 29.3.2016. Mobiili asiakaskokemus. Luettavissa:
<https://www.tietotalo.fi/fi/Nakemys/Blogit-ja-artikkelit/Mobiili-asiakaskokemus>. Luettu: 13.3.2017

Aunola, T. & Turnbull-Smith, H. 2016. MobilePay-sovelluksen käyttöönotto maksuvälineeksi kuluttaja- ja yritys näkökulmasta. Haaga-Helian ammattikorkeakoulu. Helsinki. Luettavissa:
http://theseus.fi/bitstream/handle/10024/116617/Aunola_Teemu_Turnbull-Smith_Heini.pdf?sequence=1. Luettu: 20.4.2017

Berkowski, G. 2014. How to build a billion dollar app. Piatkus. Lontoo.

Board of governors of the federal reserve system 2015. Consumers and Mobile Financial Services 2015. Mobile banking. Washington. Luettavissa:
<https://www.federalreserve.gov/econresdata/consumers-and-mobile-financial-services-report-201503.pdf>. Luettu: 26.2.2017

Computerworld 2017. Application Programming Interface. Luettavissa:
<http://www.computerworld.com/article/2593623/app-development/application-programming-interface.html>. Luettu: 2.3.2017

Digitalist 2015. Digitaalisen liiketoiminnan haasteet. Luettavissa:
<http://digitalistnetwork.com/digitaalisen-liiketoiminnan-haasteet/> Luettu: 26.2.2017

Euro&Talous. Pankkisektori muutoksen kynsissä. Luettavissa:
<http://www.eurojatalous.fi/fi/2015/artikkelit/pankkisektori-muutoksen-kynsissa/>. Luettu: 25.2.2017

Eskola, J. & Suoranta, J. 2000. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino. Tampere.

EY 2015. Global banking outlook 2015. Transforming banking for the next generation. Luettavissa: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-global-banking-outlook-2015-transforming-banking-for-the-next-generation/\\$FILE/EY-global-banking-outlook-2015-transforming-banking-for-the-next-generation.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-global-banking-outlook-2015-transforming-banking-for-the-next-generation/$FILE/EY-global-banking-outlook-2015-transforming-banking-for-the-next-generation.pdf). Luettu: 26.2.2017

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus. Docendo. Jyväskylä.

Finanssivalvonta 2016. Uusi maksupalveludirektiivi–Payment Services Directive, PSD2
Luettavissa:
<http://www.finanssinspektionen.fi/fi/Saantely/Saantelyhankkeet/PSD2/Pages/Default.aspx>.
Luettu: 23.2.2017

Hiltunen, E. 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Talentum. Helsinki.

HS 2016. Tilisiirrot mullistuvat: Raha siirtyy pian kännykkänumerolla tililtä toiselle muutamassa sekunnissa. Luettavissa: <http://www.hs.fi/talous/art-2000002927007.html>.
Luettu: 27.2.2017

Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen–palvelukokemuksen punainen lanka. Talentum. Helsinki.

Kananen J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. JAMK 2014.

Kananen J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. JAMK 2010.

Kinnunen, R. 2004. Palvelujen suunnittelu. WSOY. Helsinki.

Krishnan, S. 2014. The Power of Banking. John Wiley & Sons. New Jersey.

KvaliMOTV 2017 a. Tapaustutkimus. Luettavissa:
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_5.html. Luettu: 18.3.2017

KvaliMOT 2017 b. Teemahaastattelu. Luettavissa:
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html. Luettu: 18.3.2017

KvaliMOT 2017 c. Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu. Luettavissa:
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html. Luettu: 18.3.2017

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus–palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Talentum. Helsinki.

Löytänä, J. & Korhikoski, K. 2014. Asiakkaan aikakausi–Rohkeus + Rakkaus = Raha. Talentum. Helsinki.

Nordea Accelerator 2016. About the accelerator. Luettavissa: <http://www.nordeaaccelerator.com/about-the-accelerator>. Luettu: 26.2.2017

Nordea Bank AB (publ), Suomen sivuliike 2017. Intranet. Tunnusluvut –sovellus ja Yrityksen Mobiilipankki. Luettu: 14.4.2017

Nordea 2017 a. Tunnuslukusovellus. Luettavissa: <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset-raha-asiat/internet-mobiili-ja-puhelinpalvelut/tunnuslukusovellus.html#tab=Kaytoonotto>. Luettu: 14.3.2017

Nordea 2017 b. Yrityksen mobiilipankki. Luettavissa: <https://www.nordea.fi/yritysassiakkaat/maksut/yhteys-pankkiin/yrityksen-mobiilipankki.html>. Luettu: 15.3.2017

Nordea 2017 c. Nordea. Organisaatio. Luettavissa: <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/organisaatio/>. Luettu: 16.3.2017

Nordea 2017 d. Nordean asema. Luettavissa: <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/nordean-asema/>. Luettu: 16.3.2017

Nordea 2017 e. Commercial & Business Banking. Luettavissa: <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/organisaatio/commercial-business-banking/>. Luettu: 16.3.2017

Omni partners 2017. API eli Application Programming Interface. Luettavissa: <https://omnipartners.fi/sanakirja/api-eli-application-programming-interface/>. Luettu: 2.3.2017

Puustinen, P. 2013. Vaihdantavallankumous–finanssipalvelun uusi logiikka. Talentum. Helsinki.

Saarinen, M. 22.9.2015. Omni-kanavaisuudesta asiakkaalle merkityksellisiin asioihin. Digiarjessa blogi. Luettavissa: <http://blog.digia.com/omni-kanavaisuudesta-asiakkaalle-merkityksellisiin-asioihin>. Luettu: 28.2.2017

Talouselämä 2016. Uusi maksupalveludirektiivi (PSD2) mullistaa pankkialaa. Luettavissa: <http://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/accenture/uusi-maksupalveludirektiivi-psd2-mullistaa-pankkialaa-6551522>. Luettu: 22.2.2017

Tieto 2016. Tieto develops Finland's first real-time mobile payment platform for Automatia. Luettavissa: <https://www.tieto.com/news/tieto-develops-finlands-first-real-time-mobile-payment-platform-for-automatia>. Luettu: 27.2.2017

Okko, P. 2002. Pankkikilpailu globaalisoituvilla markkinoilla. Widgrén, M. (toim). Taloustieto Oy. Vantaa.

Wood, C. 25.3.2016. Nordic Apis. PSD2 Sanctions Access to Personal Banking Data, Amplifying FinTech Growth. Luettavissa: <http://nordicapis.com/psd2-sanctions-access-to-personal-banking-data-amplifying-fintech-growth/>. Luettu: 12.3.2017

Yrityksen mobiilipankki pikaohje 2017. Vinkkejä yrityksen mobiilipankki sovelluksen käyttöön. Nordean intranet. Luettu: 15.3.2017.

Yritys 1. 20.3.2017. Haastattelu. Järvenpää.

Yritys 2. 28.3.2017. Haastattelu. Järvenpää.

Yritys 3. 28.3.2017. Haastattelu. Järvenpää.

Liitteet

Liite 1. Teemahaastattelurungot

Teemahaastatteluiden kysymysrungot

Ennako-odotukset ja sovelluksista tiedottaminen

Miten sait tietää Nordean mobiilisovelluksista?

Mitä mieltä olet Nordean tiedotuksesta mobiilisovellusten suhteen?

Oletko saanut riittävästi tietoa sovelluksista?

Oletko käyttänyt ohjeistusta sovellusten asennukseen?

Mitä ajatuksia heräsi ennen yrityksen mobiilipankin käyttöönottoa?

Mitä ajatuksia heräsi ennen tunnuslukusovelluksen käyttöönottoa?

Mitä odotuksia sinulla on mobiilisovellusten käytöstä?

Käytätkö muita mobiilisovelluksia?

Käyttöönotto

Mille laitteelle latsit mobiilisovellukset sekä tunnuslukusovelluksen?

Miten mobiilisovellusten lataaminen onnistui?

Miten mobiilisovellusten asentaminen onnistui?

Kirjaudutko yrityksen mobiilipankkiin itse luomallasi salasanalla vai tunnuslukusovelluksella?

Oletko kokeillut sormenjälkitunnistusta?

Miten salasanan luominen onnistui?

Miten tunnuslukusovelluksen lataaminen onnistui?

Miten tunnuslukusovelluksen asentaminen onnistui?

Oliko sinulla tunnuslukusovellus jo etukäteen? Olitko asentanut henkilökohtaisen profiilin sovellukseen?

Miten koit aktivointikoodin ja väliaikaisen PIN-koodin tilaamisen verkkopankissa?

Oletko käyttänyt tunnuslukusovellusta tunnistautuaksesi muihin palveluihin, kuten vero.fi?

Ensivaikutelma

Millaisia ajatuksia heräsi visuaalisesta ulkomuodosta ja sovelluksesta itsestään?

Miten koit sovelluksen hyödyllisyyden?

Käytettävyys

Millaisena koet sovelluksen päänäkymän?

Miten koet tilien, lainojen, maksujen sekä korttien toiminnallisuudet ja näkymät?

Oletko luonut omia yhteystietoja alavalikkoon, miten onnistui?

Miten olet kokenut tilitietojen tarkastelun sekä omien siirtojen tekemisen?

Miten olet kokenut maksujen tekemisen yrityksen mobiilipankissa?

Käytätkö viivakoodinlukijaa?

Käytätkö maksujen vahvistukseen tunnuslukusovellusta?

Miten olet kokenut lainojen tarkastelun yrityksen mobiilipankissa?

Miten olet kokenut menu-valikon toiminnallisuudet?

Miten eri profiilien käyttäminen tunnuslukusovelluksella on sujunut?

Avun saanti mobiilisovellusten käytössä

Oletko ollut yhteydessä asiakaspalveluun mobiilipankin ongelmien vuoksi?

Miten koit saamasi palvelun?

Mistä löysit asiakaspalvelun tiedot?

Kehitysideoita ja muita kommentteja?

Liite 2. Haastattelut

Liitteessä on esitelty haastatteluihin osallistuneet yritysasiakkaat sekä jokaiseen haastatteluun liittyvät keskeisimmät aihealueet. Haastattelun toteutusajankohta suluissa.

<p>Yritys 1. (20.3.2017) Yrityksen edustaja: Mies 53v. Toimiala: Urheiluvälineiden ja polkupyörien vähittäiskauppa Liikevaihtoluokka 2016: 200-399 tEUR Puhelimen käyttöjärjestelmä: Android</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Turvallisuus - Nordean nettisivujen hyödyllisyys asennuksessa - Mitä tapahtuu, jos puhelimen vaihtaa? - PIN-koodin tilaaminen - Yrityksen mobiilipankin toiminnallisuudet - Sovellusten käyttöönotto
<p>Yritys 2. (28.3.2017) Yrityksen edustaja: Mies 46v. Toimiala: Taksiliikenne Liikevaihtoluokka 2016: 1-199 tEUR Puhelimen käyttöjärjestelmä: IOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tunnuslukusovelluksen käyttöönotto - Yrityksen mobiilipankin toiminnallisuudet - PIN-koodin tilaaminen
<p>Yritys 3. (28.3.2017) Yrityksen edustaja: Mies 42v. Toimiala: Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus Liikevaihtoluokka 2016: 200-399 tEUR Puhelimen käyttöjärjestelmä: IOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Yrityksen mobiilipankin toiminnallisuudet - Tiedottamisen onnistuminen - PIN-koodin tilaaminen - Sovellusten käyttöönotto
<p>Yritys 4. (30.3.2017) Yrityksen edustaja: Mies 46v. Toimiala: Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus Liikevaihtoluokka 2016: 200-399 tEUR Puhelimen käyttöjärjestelmä: Android</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Turvallisuus - Yrityksen mobiilipankin toiminnallisuudet - Tunnuslukusovelluksen käyttö ja asennus
<p>Yritys 5. (11.4.2017) Yrityksen edustaja: Mies 44v. Toimiala: Muu muualla luokittelematon erikoistunut rakennustoiminta Liikevaihtoluokka 2016: 1-199 tEUR Puhelimen käyttöjärjestelmä: Android</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Yrityksen mobiilipankin toiminnallisuudet - Tunnuslukusovelluksen käyttöönotto
<p>Yritys 6. (12.4.2017) Yrityksen edustaja: Mies 37v. Toimiala: Muu postimyynti ja verkkokauppa Liikevaihtoluokka 2016: 200-300 tEUR Puhelimen käyttöjärjestelmä: IOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Yrityksen mobiilipankin toiminnallisuudet - Tunnuslukusovelluksen käyttöönotto - Turvallisuus
<p>Yritys 7. (18.4.2017) Yrityksen edustaja: Mies 50v. Toimiala: Taksiliikenne Liikevaihtoluokka 2016: 1-199 tEUR Puhelimen käyttöjärjestelmä: Windows</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tunnuslukusovelluksen käyttöönotto - Yrityksen mobiilipankin toiminnallisuudet - Tiedottamisen onnistuminen - Windows -käyttöjärjestelmän kanssa ongelmia - Neuvonnan onnistuminen asiakaspalvelussa

<p>Yritys 8. (19.4.2017) Yrityksen edustaja: Mies 29v. Toimiala: Asuin ja muiden rakennusten rakentaminen Liikevaihtoluokka 2016: 1-199 tEUR Puhelimen käyttöjärjestelmä: IOS</p>	<ul style="list-style-type: none">- Tunnuslukusovelluksen käyttöönotto- Yrityksen mobiilipankin toiminnallisuudet- Tiedottamisen onnistuminen
---	---