

Antti Kauppi

PANKIN X  
ASIAKASTYYTYVÄISYYS-  
TUTKIMUS

Opinnäytetyö  
Liiketalouden koulutusohjelma


Joulukuu 2012




**MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU**

Mikkeli University of Applied Sciences

## KUVAILULEHTI

 <b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences	<b>Opinnäytetyön päivämäärä</b>  10.12.2012		
<b>Tekijä(t)</b>  Antti Kauppi	<b>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</b>  Liiketalouden koulutusohjelma		
<b>Nimeke</b>  Pankin x asiakastyytyväisyystutkimus			
<b>Tiivistelmä</b>  <p>Opinnäytetyöni aiheena oli asiakastyytyväisyystutkimuksen toteuttaminen pankille x. Idea kyseiseen aiheeseen syntyi, kun olin pankissa työharjoittelussa kesällä 2011 ja pankilla sattui juuri olemaan tarvetta kyseisen tutkimuksen toteuttamiselle. Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan yrityksissä melko paljon, koska tutkimusten avulla saadaan selville vahvuudet ja kehittämiskohdat.</p> <p>Tutkimusongelmana opinnäytetyössä oli selvittää, miten tyytyväisiä pankin asiakkaat ovat juuri tällä hetkellä. Ongelmaa pyrittiin selvittämään kysymyksillä, jotka liittyivät asiakaspalveluun, palveluympäristöön ja tarjolla oleviin tuotteisiin ja palveluihin. Tavoitteena oli löytää kehitysalueita, joiden parantamisella asiakastyytyväisyyttä voidaan edistää.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä työssäni käytin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Tutkimus toteutettiin kirjekyselyllä, joka postitettiin noin 500 pankin asiakkaalle. Kysymykset koostuivat pääosin suljetuista eli vaihtoehdot antavista kysymyksistä. Tutkimuskysymykset suunniteltiin yhdessä toimeksiantajan kanssa ja kysely toteutettiin kahden viikon aikana syksyllä 2012. Vastauksia palautui kaiken kaikkiaan 106.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella voidaan sanoa, että pankin asiakkaat ovat varsin tyytyväisiä tällä hetkellä. Vastaukset olivat kautta linjan hyvin yhdenmukaisia eikä hajontaa juuri ollut. Tosin sijoittamistuotteisiin ja -palveluihin löytyisi vastausten perusteella kehitettävääkin. Lähinnä tarjolla olevien palvelujen kattavuudessa ja sijoituspalveluneuvonnan määrässä ja laadussa olisi parannettavaa. Yleisesti ottaen asiakkaat ovat siis kuitenkin hyvin tyytyväisiä.</p>			
<b>Asiasanat (avainsanat)</b>  asiakaspalvelu, asiakassuhde, asiakastyytyväisyys, pankkiala, pankkipalvelut			
<b>Sivumäärä</b> 40 s. + liitteet 12 s.	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>Kieli</b> Suomi</td> <td style="width: 50%;"><b>URN</b></td> </tr> </table>	<b>Kieli</b> Suomi	<b>URN</b>
<b>Kieli</b> Suomi	<b>URN</b>		
<b>Huomautus (huomautukset liitteistä)</b>			
<b>Ohjaavan opettajan nimi</b>  Reijo Honkonen	<b>Opinnäytetyön toimeksiantaja</b>  Pankki x		

## DESCRIPTION

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>		<b>Date of the bachelor's thesis</b>  10 December 2012
<b>Author(s)</b>  Antti Kauppi	<b>Degree programme and option</b>  Business Management	
<b>Name of the bachelor's thesis</b>  The research of the customer satisfaction at Bank x		
<b>Abstract</b>  <p>Today, customer satisfaction is essential to a company's success in business. It tells you the level of customer service. It is common to make researches of customer satisfaction in companies. The satisfaction can be improved by collecting information about those areas that need development.</p> <p>This bachelor's thesis was a research of Bank x's customer satisfaction. The purpose of this thesis was to find out how the customer satisfaction could be improved. The research problem was to find out what the level of satisfaction was at that moment. The survey contained questions about customer service, products and services, and service environment.</p> <p>The research method was a quantitative analysis. All data was collected with a survey containing closed quantitative questions and one open question. The survey was sent to about 500 clients of the bank and it was carried out within a two-week time period in the autumn 2012. In all, 106 surveys were returned. The questions of the survey were planned in co-operation with the principal.</p> <p>In general it can be said that the customers of the bank are quite satisfied. Especially customers are satisfied with the service and service environment. Instead, the services of investment need development according to the responses. Based on the results, Bank x should concentrate on improving its investment services. That would probably raise the customers' satisfaction further.</p>		
<b>Subject headings, (keywords)</b>  customer service, custom, customer satisfaction, banking		
<b>Pages</b> 40 p. + app. 12 p.	<b>Language</b> Finnish	<b>URN</b>
<b>Remarks, notes on appendices</b>		
<b>Tutor</b>  Reijo Honkonen	<b>Bachelor's thesis assigned by</b>  Bank x	

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	1
2	PANKKITOIMINTA .....	2
2.1	Pankkitoiminnan kehittyminen Suomessa.....	2
2.2	Pankkien päätehtävät.....	4
2.3	Vähittäispankkitoiminnan tuotteet ja palvelut .....	5
2.4	Säästöpankkiryhmä .....	9
3	ASIAKASTYYTYVÄISYYS .....	11
3.1	Asiakaspalvelu .....	11
3.2	Asiakaspalvelijan vuorovaikutus- ja viestintätaidot .....	15
3.3	Asiakassuhteet .....	16
3.4	Asiakastyytyväisyys tutkimuskohteena.....	18
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	19
4.1	Pankki x .....	19
4.2	Tutkimusmenetelmät .....	20
4.3	Tutkimusaineisto .....	21
5	PANKIN X ASIAKASTYYTYVÄISYYS .....	23
5.1	Taustatiedot.....	23
5.2	Henkilökunta ja asiakaspalvelu .....	25
5.3	Aukioloajat ja palveluympäristö .....	27
5.4	Tuotteet ja palvelut.....	30
6	ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN EDISTÄMINEN .....	34
6.1	Johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset.....	35
6.2	Tutkimuksen luotettavuus .....	37
7	PÄÄTÄNTÖ .....	38
	LÄHTEET .....	40
	LIITTEET	
	1 Saatekirje	
	2 Kyselylomake	
	3 Jakaumataulukot	

## 1 JOHDANTO

Asiakastyytyväisyys kuvastaa pääpiirteissään asiakkaan odotusten täyttymistä. Tyytyväinen asiakas käyttää yrityksen tuotteita ja palveluja mahdollisesti uudestaan ja jopa suosittelee niitä muille. Toiminnan kehittämiseksi asiakastyytyväisyyttä tutkitaan yrityksissä säännöllisin väliajoin.

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on pankki x. Suoritin kyseisessä pankissa myös tutkiintooni liittyvän työharjoittelun, jonka aikana ajatus opinnäytetyön tekemisestä pankille syntyi. Pankkialalla, kuten muillakin palvelualoilla, asiakaspalvelun laatu on ensiarvoisen tärkeä tekijä yritysten välisessä kilpailussa. Siksi asiakastyytyväisyyttä kannattaa mitata säännöllisin väliajoin, jotta asiakkaiden odotukset ja tarpeet saataisiin tyydytettyä mahdollisimman hyvin. Pankki x on hiljattain täyttänyt 100 vuotta ja sillä on kolme konttoria kolmella eri paikkakunnalla. Pankki kuuluu valtakunnalliseen Säästöpankkiryhmään, joka on tehnyt aiemmin asiakastyytyväisyystutkimuksia muun muassa verkkopankin välityksellä.

Tutkimusongelmana opinnäytetyössäni on selvittää, miten tyytyväisiä pankin asiakkaat tällä hetkellä ovat, ja tavoitteena on löytää osa-alueet, joita kehittämällä tyytyväisyyttä voidaan lisätä. Tutkimus suoritetaan kirjeitse kyselylomakkeella, jonka kysymykset liittyvät asiakaspalveluun, henkilöstön ammattitaitoon, palveluympäristöön ja tuotteisiin ja palveluihin. Näiden kysymysten avulla pyritään saamaan mahdollisimman laaja-alainen kuva pankin tämänhetkisestä asiakastyytyväisyydestä.

Tutkimuksen teoreettinen tausta eli viitekehys koostuu kahdesta pääluvusta, jotka käsittelevät pankkitoiminnan piirteitä ja asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia osatekijöitä. Pankkitoiminnassa keskitytään vähittäispankkitoimintaan, sen tehtäviin sekä tuotteisiin ja palveluihin. Lisäksi kerron Säästöpankeista omana ryhmänä. Raportin kolmas luku koostuu asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä, joita ovat muun muassa asiakaspalvelu, asiakaspalvelijan tiedot ja taidot sekä asiakassuhteiden erityispiirteet. Lisäksi esittelen asiakastyytyväisyyttä tutkittavana ilmiönä.

Tutkimus toteutetaan siis vastaajille lähetettävänä postikyselynä määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusmenetelmää hyödyntäen. Standardoidulla kyselylomakkeella valmiine vastausvaihtoehtoineen saadaan kätevästi kerättyä tutkimusaineistoa asiakkai-

den tyytyväisyydestä. Tutkimuksen tulokset ja tulosten perusteella tehdyt johtopäätökset esitellään raportin viimeisissä luvuissa.

## **2 PANKKITOIMINTA**

Tässä luvussa käsittelen pankkitoiminnan pääpiirteitä Suomessa. Erityisesti pankkien ja nimenomaan vähittäispankkitoiminnan tehtävät, pankkialan tuotteet ja palvelut, pankkitoiminnan historia Suomessa sekä Säästöpankkiryhmä ovat tarkastelun kohteina. Keskuspankkina toimii Suomen Pankki, joka johtaa koko pankkitoimintaa. Suomen Pankin päätehtävät ovat keskuspankkipalvelujen tarjoaminen kotimaisille rahoitusmarkkinaosapuolille sekä Euroopan keskuspankin rahapolitiikan toteuttaminen Suomessa (Suomen Pankki 2012). Elomaan mukaan (1998, 18) Suomen Pankin tehtäviin kuuluu pankkitoiminnan valvonnan ja tilastoinnin ohella talouspoliittinen päätöksenteko sekä päätösten toimeenpano.

Pankkitoiminta voidaan jaotella useaan eri osa-alueeseen, muun muassa vähittäispankkitoimintaan, yrityspankkitoimintaan sekä omaisuudenhoitopalveluihin. Olen valinnut tarkastelun kohteeksi nimenomaan vähittäispankkitoiminnan, jota muun muassa pankki x talletuspankkina harjoittaa. Työvoimatoimiston mukaan (2012) vähittäispankkitoiminnassa talletuspankkien asiakaskunta koostuu yksityisasiakkaiden lisäksi pienistä ja keskisuurista yrityksistä, joille tarjotaan talletus-, sijoitus- ja varainhoitopalveluja sekä maksujen välitystä ja rahoitus- ja takauspalveluja.

Kontisen (1998, 48) pohdintoihin nojaten pankkitoiminta on ollut viimeisten parin vuosikymmenen aikana toimialana voimakkaan muutoksen kohteena. Koko finanssitoimialalla esimerkiksi pankki-, vakuutus- ja arvopaperipalvelut ovat paljolti yhdentyneet ja konkreettisesti esimerkiksi pankit ja vakuutusyhtiöt ovat tiivistäneet yhteistyötään. Perinteisen asiakkaiden pankkipalvelun lisäksi pankit toimivat myös rahamarkkinoilla ja aktiivisuutta löytyy niin ikään muun muassa kiinteistö- ja osakemarkkinoilla.

### **2.1 Pankkitoiminnan kehittyminen Suomessa**

Suomalaisen pankkitoiminnan juuret ulottuvat noin 200 vuoden päähän 1800-luvun alkuun. Ensimmäiset pankit olivat säästöpankkeja, mutta ennen niitä Suomeen oli jo

hieman aiemmin perustettu keskuspankki, joka oli yksi vanhimmista laatuun. Pankkeja perustettiin 1800-luvulla aina Suomen Yhdyspankista Postisäästöpankkiin ja 1900-luvun alkupuolella käynnistyi osuuskassatoiminta, josta nykyiset osuuspankit ovat lähtöisin. 1980-luvulla rahoitusmarkkinat hiljalleen alkoivat vapautua, mistä johdun myös ulkomaiset ja uudet kotimaiset pankkialan toimijat astuivat kuvaan. 1980- ja 1990-lukujen taitteessa Suomi ajautui pankkikriisiin talouden ylikuumenemisen ja riskien toteutumisen johdosta valuuttaluotonannossa. (Kontkanen 2009, 14.)

### *Pankkikriisi ja sitä seurannut kehitys nykypäivään*

1990-luvun alussa talous ajautui syvään lamaan, mikä johti pankkikriisin syntyyn Suomessa. Kriisiä edelsi pitkä ajanjakso, jolloin talous kasvoi ja samalla pääomanliikkeit vapautettiin. Pankit myönsivät luottoja holtittomasti asiakkailleen ilman riittäviä vakuuksia. Lisäksi erityisesti Suomea koetteli Neuvostoliiton romahtaminen, koska samalla kaupankäynti itään romahti. Taantumana myötä Suomen bruttokansantuote romahti ja työttömyys kasvoi ennätyksellisesti. Yhtenä pankkikriisin syynä voidaan pitää sitä, ettei lainsäädäntö sopeutunut riittävän nopeasti rahoitusmarkkinoiden vapautumiseen. Pankkitoiminnan valvonta oli varsin vajavaista. (Halme 2005.)

Pankkikriisin seurauksena rakenteet pankkitoiminnassa muuttuivat voimakkaasti. Esimerkiksi pankkiryhmittymien konttoriverkosto sekä henkilöstön määrä supistuivat huomattavasti. Lisäksi pankkialan yrityksissä tapahtui yhteensulautumista ja pankki- ja vakuutusalan yritykset lisäsivät yhteistyötään. Fuusioiden myötä asiakkaalla on nykyään mahdollista saada vaikkapa pankki- ja vakuutuspalvelut samasta konsernista. Muutoksia pankkialalla on tapahtunut viime aikoina paljon ja osaltaan myös pankkikriisistä viisastuneina pankeilta vaaditaan tänä päivänä muun muassa korkeampaa vakavaraisuutta sekä riskienhallintaa. Kansainvälistymisen seurauksena pankit ovat laajentaneet toimintaansa ulkomaille ja tekniikan kehityksen johdosta esimerkiksi asiakkaiden käyttäytyminen on muuttunut. Nykyään asioiminen konttorissa on vähenevän päin muun muassa verkkopankin käytön yleistyessä. Erilaiset korttimaksupalvelut, automaatit sekä puhelinpalvelut vähentävät niin ikään konttorissa asioinnin tarvetta. (Kontkanen 2009, 14–16.) Paikan päällä pankin tiskillä asioivat asiakkaat useasti ovatkin iäkkäämpää sukupolvea, jolle tietotekniikka ja sen mukanaan tuomat mahdollisuudet ovat vieraampia.

## 2.2 Pankkien päätehtävät

Pankkien tehtäväkenttä on varsin laaja. Uotilan mukaan (1998, 34) maksujen välitys varsinkin Suomessa on olennainen osa pankkitoimintaa. Hän toteaa myös, että pankkien tehtävänä on ”rahoituksen kanavointi rahoitusylijämmäisiltä talouksilta alijäämäisille talouksille”. Pankit toimivat siis rahoituksen välittäjinä säästäjien ja lainanottajien välillä.

Toisin sanoen maksuliikenteen hoidon lisäksi pankit ottavat vastaan talletuksia, myöntävät luottoja sekä hoitavat raha- ja valuuttamarkkinakauppaa. Pankit voivat toimia myös arvopapereiden välittäjinä. Pankki- ja sijoituspalveluja tarjoavat myös vakuutusyhtiöt ja vastaavasti pankeilla on tarjota joitakin vakuutuspalveluja. Fuusiot pankkien ja vakuutusyhtiöiden välillä monipuolistavat esimerkiksi luotto- ja sijoituspalveluja. (Työvoimatoimisto 2012.)

Kontkasan mukaan (2009, 12–13) vanhojen perinteisten pankkien sijaan nykyään puhutaan finanssialan yrityksistä, joilla on tarjota laaja tuotevalikoima asiakkailleen. Tämänasuuntaista kehitystä ovat edesauttaneet eritoten tekninen kehitys, varallisuuden lisääntyminen sekä kansainvälistyminen. Rahoituspalvelujen monipuolistumisen vuoksi esimerkiksi pankkien ja muiden luottolaitosten väliset erot ovat nykypäivänä häilyvät. Pankkien päätehtävinä ovat edellä mainittujen rahoituksen ja maksujen välityksen lisäksi riskien hallintapalvelujen tuottaminen. Riskien hallintapalveluilla tarkoitetaan tuotteita, jotka esimerkiksi suojaavat valuuttakurssiriskeiltä. Eräs keskeisimmistä muutoksissa viime aikoina liittyen pankkipalvelujen käyttöön on ollut se, että luottoja otetaan yhä enemmän suoraan markkinoilta, mikä vaikuttaa negatiivisesti pankkiluottojen määrään. Rahoituspalvelujen käyttöä tehostetaan esimerkiksi suuryrityksissä konsernin sisäisillä toimenpiteillä.

### *Vähittäispankkitoiminta*

Pankkitoiminta voidaan Suomessa jakaa useaan eri osa-alueeseen, joista suurin on vähittäispankkitoiminta. Vähittäispankkitoimintaa harjoittavat pankit tarjoavat asiakkailleen, joita ovat etupäässä kotitaloudet ja pk-yritykset, talletus- sijoitus- ja varainhoitopalveluja, rahoitus- ja takauspalveluja sekä maksujenvälityspalveluja. Vähittäispankit voidaan karkeasti jakaa eri ryhmiin toimintamalliensa mukaan. Voidaan puhua



esimerkiksi kaupunkien yleispankeista ja maaseutupankeista. Vähittäispankit pyrkivät pitämään konttoriverkostonsa maantieteellisesti kattavana, mutta mahdollisimman suppeana. Nykyään pankeissa asioidaan paikan päällä harvoin muun muassa verkkopankkien ja automaattien yleistyttyä, mutta vastaavasti palveluaikoja on voitu venyttää. (Laine 1998, 63–65.)

### **2.3 Vähittäispankkitoiminnan tuotteet ja palvelut**

Vähittäispankkitoiminta on pankkialan keskeinen osa-alue. Kilpailu alalla on muun yritystoiminnan tavoin kiristymään päin ja kilpailukeinotkin ovat enenevässä määrin samat kuin muussa yritystoiminnassa eli hinta, laatu ja tuotteet. Palveluntarjoajia löytyy rahoitusmarkkinoilta runsaasti tänä päivänä, ja kuten edellä mainitsin, ovat finanssialan eri toimijat paljolti lisänneet yhteistyötään. (Kontkanen 2009, 16–17.)

Vähittäispankkitoimintaa harjoittavat talletuspankit voidaan jakaa liike- ja paikallispankkeihin. Liikepankit toimivat koko maassa ja paikallispankit pienemmällä alueella. Paikallispankkiryhmiä ovat OP-Pohjola-ryhmä, paikallisosuuspankkiryhmä sekä Säästöpankkiryhmä, jota tarkastelen tarkemmin seuraavassa luvussa. Talletuspankkien varainhankinnan perusta on talletusten vastaanottaminen yleisöltä eli asiakkailta. Varoja hankitaan myös pankkien välisiltä rahamarkkinoilta sekä pääomamarkkinoilta joukkolainoilla. (Kontkanen 2009, 17–18.) Nordean mukaan (2012) joukkolainoilla tarkoitetaan siis esimerkiksi yrityksen eli tässä tapauksessa pankin liikkeelle laskemia velkakirjoja, joilla se rahoittaa toimintaansa.

Pankkien yhtenä keskeisimmistä tehtävistä on toimia rahoituksen välittäjinä. Tässä talletuspankkien merkitys korostuu. Ne myöntävät luottoja, joita ovat pääasiassa asuntolainat, kulutusluotot sekä opintolainat. Noin kolmannes kaikista talletuspankkien luotoista on yritysten luottoja. Joukkolainojen liikkeeseenlaskuun liittyvät järjestelyt kuuluvat myös pankkien toimenkuvaan. Talletuspankit tarjoavat asiakkailleen myös runsaasti erilaisia sijoittamiseen ja varallisuudenhoitoon liittyviä tuotteita ja palveluja, joista mainittakoon tässä yhteydessä esimerkiksi sijoitusrahastot. (Kontkanen 2009, 18–19.) Talletuksiin, sijoittamiseen ja säästämiseen sekä luotonantoon liittyviin palveluihin paneudun tarkemmin seuraavissa kappaleissa.

### *Talletukset*

Kontkanen toteaa (2009, 110–111), että ainoastaan talletuspankit, joita ovat liike-, säästö- ja osuuspankit, voivat ottaa talletuksia vastaan yleisöltä. Talletuksille tunnusomaista on se, että niitä tarjotaan ennalta määrittelemättömälle joukolle ja niiden ehdot ovat samansisältöisiä tallettajasta riippumatta. Talletukset tehdään tallettajakohtaisille tileille eikä talletusten suuruudelle ole asetettu rajoja. Määräaikaistalletusten kohdalla tilanne voi olla toinen. Luonnollisesti talletusten tekeminen edellyttää tallettajalta tilin avaamista. Tilisopimus sisältää tiedot muun muassa tilin omistajasta sekä tilin käyttöön oikeutetuista henkilöistä. Rahanpesun estämiseksi pankin on varmistuttava tallettajan henkilöllisyydestä sekä varojen alkuperästä.

Sisällöltään talletustuotteissa ei juuri ole eroja eri pankkien välillä. Jokapäiväiseen maksuliikenteen hoitoon tarkoitetuissa talletustileissä esimerkiksi korot ovat suhteellisen matalia eikä normaaleista maksutapahtumista esimerkiksi verkkopankissa peritä ainakaan kovin korkeaa hintaa. Suomalaiset pankit hankkivat nykyään keskimäärin 40 prosenttia varoistaan talletuksilla. (Kontkanen 2009, 111–112.)

Talletukseen liittyy talletussuoja. Kaikki talletuksia vastaanottavat pankit kuuluvat talletussuojarahastoon. Talletussuojalla pyritään turvaamaan tallettajien saamiset pankin ollessa maksukyvytön. Talletussuoja rahoitetaan pankeilta perittävillä kannatusmaksuilla ja jäsenpankin ollessa maksukyvytön, turvaa rahasto asiakkaiden saamiset. (Kontkanen 2009, 113–114.) Asiakkaan talletukset ja niille kertyneet korot ovat Talletussuojarahaston mukaan (2012) turvattu talletuspankeissa aina 100 000 euroon saakka.

### *Säästäminen*

On olemassa myös talletustilejä, joita ei ole tarkoitettu normaalin maksuliikenteen hoitoon. Esimerkiksi Säästöpankeissa puhutaan säästötalletustileistä, joissa korot ovat hieman normaaleja käyttötilejä korkeammat ja tallettaja voi tehdä tietyn määrän nostoja tililtä esimerkiksi kuukaudessa veloituksetta. Sovitun määrän ylittävät nostokerrat ovat maksullisia.

Kontkanen tähdentää (2009, 112–113), että tallettajalla on mahdollisuus myös muun muassa määräaikaistalletuksiin sekä ensiasunnon hankintaa edistäviin talletuksiin. Määräaikaistalletus on Suomessa yksi yleisimmistä sijoitusmuodoista ja nimensä mukaan talletus tehdään siis määräajaksi. Talletustilin korko määräytyy markkinatilanteen mukaan ja määräajan umpeuduttua talletuksen voi joko nostaa osittain tai kokonaan tai talletuksen voi myös uusia jälleen määräajaksi. Finanssivalvonnan mukaan (2012) ensiasunnon ostoa harkitsevalla 18–30-vuotiaalla tallettajalla on mahdollisuus niin sanotun asuntosäästöpalkkio- eli ASP-tilin avaamiseen. Tilille suoritettavien talletusten sekä niille suoritettavien korkojen yhteenlasketun summan tulee olla vähintään 10 prosenttia asunnon hinnasta. Säästöaika ASP-tilissä on vähintään kaksi vuotta.

Myös Laine toteaa (1998, 67), ettei säästämiseen tarkoitetuilla tileillä ole tarkoitus hoitaa jokapäiväistä maksuliikennettä. Säästötileillä tehdään harvoin nostoja ja nostot ovat keskimäärin suurempia verrattuna tavallisiin talletustileihin. Pankit hyötyvät säästämistileistä siinä mielessä, että asiakkaan tallettamat varat pysyvät pidempään pankissa eikä kustannuksia aiheudu paljoa.

### *Sijoittaminen*

Pankit tarjoavat asiakkailleen lukuisia eri vaihtoehtoja sijoittaa varojaan. Sijoittajan näkökulmasta sijoituspäätökseen vaikuttaa esimerkiksi tuotto-odotus, sijoitusaika sekä sijoitettavien varojen määrä. Sijoitustoiminnassa tuotto-odotus ja riski ovat tiiviisti sidoksissa toisiinsa. Esimerkiksi pankkitalletuksissa riskit ovat hyvinkin minimaaliset verrattuna vaikkapa osakesijoittamiseen. Vastaavasti osakkeisiin sijoitettaessa on mahdollisuus parempaan tuottoon. Sijoitusaika on pyrittävä miettimään mahdollisimman tarkasti, koska tarpeen vaatiessa sijoitettavat varat on pystyttävä muuttamaan rahaksi. (Kontkanen 2009, 106–109.)

Sijoittamisvaihtoehtoja on tarjolla lukuisia. Puhutaan esimerkiksi suorista ja epäsuorista sijoituksista. Suorissa sijoituksissa sijoittaja tekee itse päätökset esimerkiksi osakeostoista tai talletuksista. Epäsuoralla sijoittamisella puolestaan tarkoitetaan sitä, että esimerkiksi salkunhoitaja tekee rahastosijoituksissa päätökset sijoittajan puolesta. (Kontkanen 2009, 109.)

Kontkasan mukaan (2009, 117–122) tyypillisimpiä sijoituskohteita ovat joukkovelkakirjalainat, osakkeet ja sijoitusrahastot. Joukkovelkakirjalainan voi laskea liikkeelle valtio, kunnat, pankit tai suuret yritykset ottamalla lainaa yleisöltä. Tällaiseen lainaan liittyy luottoriski eli sijoittaja voi menettää sijoituksensa, mikäli liikkeeseenlaskija ei kykene sitä maksamaan takaisin ehtojen mukaisesti. Joukkovelkakirjalainan ehdoissa selvitetään tuoton määräytymiseen liittyvät yksityiskohdat. Osakkeisiin sijoittamalla sijoittajalla on oikeus yhtiön maksamaan osinkoon. Pörssiin listautuneiden yhtiöiden osakkeet ovat julkisen kaupankäynnin kohteena. Osakesijoittamiseen liittyy riski siitä, että sijoittaja menettää koko sijoittamansa summan yhtiön ajautuessa konkurssiin.

Sijoitusrahastot ovat helppo sijoituskohte sijoittajan kannalta. Sijoittamisen ammattilaiset sijoittavat varat sijoittajan puolesta eri kohteisiin, jolloin riski jäädä tappiolle pienenee. Tätä kutsutaan hajauttamiseksi. Sijoitusrahastojen etuna on se, että sijoitukset voi helposti muuttaa rahaksi. Hallinnointi- ja säilytyspalkkiot peritään rahaston varoista. (Kontkanen 2009, 120–122.)

Pankit tarjoavat asiakkailleen myös sijoitusneuvontaan liittyviä palveluja. Sijoitusneuvonnassa korostuu yksilöllisyys eli yksittäiselle sijoittajalle on tarjottava juuri tämän tarpeita vastaavia suosituksia. Sijoitusneuvonnaksi ei lueta esimerkiksi Internetin välityksellä julkistettuja yleisiä suosituksia. Oleellista sijoitusneuvonnassa on tunnistaa asiakkaan taloudellinen asema, sijoitustietämys sekä sijoitustavoitteet riskinottohalukkuuksineen. (Kontkanen 2009, 129–131.)

### *Luotonanto*

Pankit myöntävät asiakkailleen erityyppisiä luottoja. Suurin osa pankkien myöntämistä lainoista on kotitalouksien eli yksityisasiakkaiden asuntolainoja. Lisäksi yksityisasiakkaille myönnetään lähinnä kulutusluottoja ja opintolainoja. (Kontkanen 2009, 144.)

Pankit vaativat myöntämilleen luotoille vakuuksia sen varalle, että luoton takaisinmaksussa ilmenee ongelmia. Esimerkiksi asuntolainoissa vakuutena on tyypillisesti ostettava asunto. Jos toinen henkilö vastaa lainanottajan velasta, on kyseessä henkilötakaus. Vakuuden lisäksi muun muassa asiakkaan maksukykyisyys ja luoton takaisin-

maksuaika vaikuttavat siihen, onko lainapäätös myönteinen vai kielteinen. (Kontkanen 2009, 170.)

Asuntolainat ovat siis yleisin pankkien myöntämä luottomuoto yksityisasiakkaille. Niitä nostetaan useimmiten asunnon rakentamista, ostoa tai kunnostusta varten. Asuntolainojen korot ovat verovähennyskelpoisia ja korkotaso riippuu asiakkaan maksukyvyistä, vakuuksista ja rahoitettavasta kohteesta. Kulutusluotoilla puolestaan rahoitetaan esimerkiksi auton tai kodinkoneen hankinta. Erilaiset kortti- ja pikaluotot kuuluvat myös kulutusluottojen piiriin. Pikaluotot eivät edellytä vakuuksia ja niiden korkotaso suhteessa lainan määrään on korkea. Myöskään opiskelijoille tarkoitettu opintolaina ei edellytä erillistä vakuutta, koska valtio takaa lainan. Opiskelija sopii lainan ehdoista pankin kanssa. (Kontkanen 2009, 153–156.)

### *Maksamisen palvelut*

Tietotekniikan kehitys on helpottanut huomattavasti pankkitoimintaa, kun nykyään lähes kaikki pankkiasiat voidaan hoitaa sähköisesti. Asiakas voi suorittaa muun muassa maksutapahtumansa verkkopankin kautta. Myös perinteistä puhelinpalvelua on pankeista saatavilla. Verkkopankin ohella erilaiset käteisnosto- ja laskunmaksuautomaatit ovat asiakkaiden käytössä. Maksamisen helpottamiseksi asiakkaille on tarjolla myös erilaisia maksukortteja, jotka ovat tulleet käyttöön 1980-luvulta alkaen. Magneettijuova- ja sirukortit ovat tyypillisiä maksukortteja. (Kontkanen 2009, 194–200.)

Asiakkaiden maksuliikenteen hoidossa verkkopankki on yhä suosituimpi kanava. Verkkopankin käyttöön vaaditaan luonnollisesti tietokone ja Internet-yhteys. Pankki välittää asiakkaan verkkopankissa suorittaman maksun sen saajalle. Asiakas voi suorittaa maksunsa myös pankin maksupalvelujärjestelmän kautta, jolloin maksu veloiteetaan tililtä eräpäivänä. Pankkien konttoreissa voi olla myös maksuautomaatteja, joiden kautta laskut voidaan maksaa. (Kontkanen 2009, 207–208.)

## **2.4 Säästöpankkiryhmä**

Säästöpankkiryhmä on Suomen vanhin pankkiryhmä. Ensimmäiset pankit perustettiin jo 1800-luvun alkupuolella. Tuohon aikaan syntynyt säästöpankkiaate on edelleen voimissaan ja säästöpankkien myötä myös maaseudulla siirryttiin rahatalouteen 1800-

luvun loppuun mennessä. Laajimmillaan säästöpankkiverkosto oli ennen toista maailmansotaa, jolloin lähes 500 pankkia kuului ryhmittymään. Nykyään ryhmään kuuluu 33 Säästöpankkia, pankki x mukaan lukien, joiden keskusjärjestö on Säästöpankkiliitto. Pankkien ja keskusjärjestön lisäksi Säästöpankkiryhmään kuuluu myös muun muassa kiinteistönvälitysyhtiö Sp-Koti Oy sekä sijoitusrahasto Sp-Rahastoyhtiö Oy. (Säästöpankki 2012.) Vuoden 2011 lopussa toimineista 33 Säästöpankista 6 oli Säästöpankkiosakeyhtiöitä ja 27 Säästöpankkia (Finanssialan Keskusliitto 2012).

Säästöpankkien erityistarkoituksena on vielä tänäkin päivänä säästäväisyyden edistäminen, mikä on kirjattu säästöpankkilakiin. Jo ensimmäisiä Säästöpankkeja perustettaessa tarkoituksena oli kansan opettaminen säästäväisyyteen. Hämeenlinnassa sijaitsevassa Säästöpankkimuseossa voi tutustua Säästöpankkien ja säästämisen historiaan. (Säästöpankki 2012.)

#### *Säästöpankkien arvot ja visio*

Säästöpankkien arvoja ovat asiakasläheisyys, yhteistyö, luotettavuus sekä tuloksellisuus. Pankit pyrkivät uudistamaan toimintaansa muuttuvien tarpeiden mukaan ja yhteistyössä eri osapuolten kanssa korostuu eritoten avoimuus ja aitous. Niin ikään ammattitaitoisuus ja luotettavuus näkyvät toiminnassa ja tuloksellisen toiminnan myötä parannetaan asiakaspalvelun laatua. (Säästöpankki 2012.)

Säästöpankit pyrkivät palveluissaan paikallisuuteen ja edellä mainittuun asiakasläheisyyteen. Pankin visio ilmenee muun muassa valtakunnallisena palveluverkostona, tiiviinä ryhmäyhteistyönä sekä asiakaskunnasta, joka koostuu suurimmaksi osaksi yksityis-, maa- ja metsätalous- sekä pienyrityisasiakkaista. (Säästöpankki 2012.)

#### *Säästöpankkien strategia*

Asiakasläheisyys näkyy Säästöpankeissa muun muassa yksilöllisinä palveluratkaisuin ja pitkäjänteisinä asiakassuhteina. Kuluttajien käyttäytymisen ja toimialan muutosten ennakoinnissa Säästöpankit pyrkivät olemaan edelläkävijöitä. Kaikki olennaiset pankkipalvelut löytyvät Säästöpankkien tuote- ja palveluvalikoimasta ja yhteistyökumppanien kanssa tuotettavat finanssipalvelut kuuluvat niin ikään palvelutarjontaan. Strategiset tavoitteet säästöpankkiryhmässä ovat kannattava kasvu sekä markkina-

aseman vahvistaminen. Myös vakavaraisuus pidetään turvallisella tasolla. (Säästöpankki 2012.)

### *Säästöpankin hallinto ja säästöpankkilaki*

Säästöpankkien päätöksenteosta vastaa asiakkaiden edustajana isännistö, jonka pankin tallettajat valitsevat. Säästöpankin hallituksen puolestaan valitsee isännistö. Kaikki Säästöpankit kuuluvat Säästöpankkiliittoon, joka edistää jäsenpankkiensa kehitystä ja valvoo näiden etuja. Pankkipoliittiset päätökset tehdään juuri Säästöpankkiliitossa. (Säästöpankki 2012.)

Säästöpankkilaki sääntelee Säästöpankkien toimintaa. Laissa on määritelty esimerkiksi Säästöpankin perustamiseen liittyvät kriteerit, kuten perustajan kotipaikkakunta ja perustamiskokouksen ajankohta. Pankin säännöistä tulee käydä ilmi muun muassa pankin kotipaikkana oleva kunta sekä pankin toiminimi. Lisäksi laista löytyvät pykälät muun muassa edellä mainitusta hallinnosta sekä Säästöpankkien toiminnan valvonnasta. (Säästöpankkilaki 1502/2001.)

## **3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS**

Asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa asiakaspalvelun laatu, asiakaspalvelijan vuorovaikutus- ja viestintätaidot sekä asiakassuhteeseen liittyvät asiat. Tässä luvussa teen selkoa asiakastyytyväisyyden osatekijöistä. Lisäksi selvennän, mitä tavoitteita asiakastyytyväisyystutkimuksilla on ja miten ilmiötä voidaan tutkia.

### **3.1 Asiakaspalvelu**

Ylikosken ym. mukaan (2006, 96) asiakaspalvelulla tarkoitetaan toisen henkilön auttamista, hyödyksi olemista sekä palvelusten tekemistä tälle. Asiakaspalvelija rakentaa viestintä- ja tunnetaitojaan hyödyntäen asiakkaalle juuri tämän tarpeita vastaavan palveluratkaisun. Finanssialalla asiakaspalvelu ilmenee esimerkiksi sijoitusneuvonnan ja asiakassuhteen ylläpidon muodossa. Eri asiakaspalvelun muotoja voi ilmetä samankin asiakaskohtamisen muodossa. Asiakaspalvelun merkitys finanssialalla korostuu juuri

siitä syystä, että palvelut voivat asiakkaan näkökulmasta olla joskus monimutkaisia ja vaikeasti ymmärrettäviä.

Lahti jatkaa samalla linjalla (1998, 2) toteamalla, että asiakaspalvelussa on kyse ihmisten välisestä toiminnasta. Palvelutilanteessa vuorovaikutus ja tuotetietous ovat olennaisessa asemassa ja palvelu tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Asiakaspalvelutilanne on ainutkertainen kokonaisuus, jonka keskipisteenä on asiakas.

### *Palvelun laatu*

Palvelun laatu on asiakkaan subjektiivinen näkemys palvelun laadusta. Laatu muodostuu asiakkaan odottamasta palvelun laadusta sekä koetusta laadusta. Asiakkaan odotuksiin ja ennakkokäsityksiin laadusta vaikuttavat aikaisemmat kokemukset, suusanallisesti saatu tieto sekä yrityksen mainonta. Palvelutilanteessa tapahtuvan vuorovaikutuksen lisäksi koettuun laatuun vaikuttaa myös fyysiset tekijät kuten palveluympäristö. Esimerkiksi pankkisaliin saapuessaan asiakas huomioi heti muun muassa siisteyden, tavaroiden asettelun ja toimihenkilöiden suoman vastaanoton, mikä todennäköisesti vaikuttaa hänen asiointiinsa liittyvissä päätöksissä. Asiakaspalvelu on sen laadukkaampaa, mitä enemmän pystytään tarjoamaan pelkän tarpeiden tyydyttämisen lisäksi. (Lepola ym. 1998, 28–29.)

Ylikosken ym. mukaan (2006, 55–55) laadun määrittely yksiselitteisesti on hankalaa, mutta se muodostuu siitä, miten palvelu vastaa asiakkaan odotuksia. Varmaa on kuitenkin se, että hyvän laadun ja sen kautta asiakastyytyväisyyden kautta seuraa niin sanottu ”menestyksen kehä”. Positiiviset asiat vahvistavat näin ollen toisiaan.

Lahtinen ja Isoviita (1998, 61–64) puhuvat palvelun laatumielikuvasta. Sen muodostavat asiakkaan odotukset palvelun laadusta, palvelukokemus sekä yrityksen imago. Palvelukokemuksella tarkoitetaan palvelutapahtuman lopputuloksen laatua, palveluympäristön, kuten tilojen siisteyden, laatua sekä vuorovaikutussuhteiden laatua. Asiakaspalvelijan ystävällisyys ja palvelualltius nostavat vuorovaikutussuhteiden laatua. Laatumielikuva siis muodostuu, kun asiakas vertaa kokemaansa palvelun laatua odotuksiinsa. Imagolla tarkoitetaan sitä, millainen kuva asiakkaalla on yrityksestä. Se vaikuttaa asiakkaan etukäteisodotuksiin ja negatiivinen imago voi olla jopa syy siihen, miksi asiakas ei käytä yrityksen palveluja.



Hyvän asiakaspalvelun johdosta asiakkaan odotukset ovat täyttyneet tai parhaimmassa tapauksessa jopa ylittyneet. Kokemus niin hyvästä kuin huonostakin asiakaspalvelutilanteesta on jokaisen kohdalla yksilöllinen. Hyvä asiakaspalvelija tunnistaa asiakkaidensa yksilölliset tarpeet ja pystyy muokkaamaan toimintaansa kutakin asiakaskohtaamista varten. Hyvä asiakaspalvelija pitää asiakaskohtaamisen hallinnassaan alusta loppuun ja on vuorovaikutustaidoiltaan riittävän etevä. Jokainen asiakaspalvelutilanne on erilainen, ja asiakkaat ovat aiempaa tietoisempia omista kulutustarpeistaan, mikä luo haastetta asiakaspalvelijan työhön. Esimerkiksi pankkialalla asiakkaiden kohtaukset kasvotusten ovat vähentyneet muun muassa verkkopankin yleistyttyä, kun asiat voidaan hoitaa kotonakin. Reippaalla asenteella ja positiivisuudella varustettu asiakaspalvelija luo yritykselle kilpailuetua eivätkä esimerkiksi yksityiselämän murheet ja huolet saisi näkyä työskentelyssä. (Asiakaspalvelu 2012.)

Asiakaspalvelun merkitys yritykselle korostuu etenkin finanssialalla johtuen muun muassa erilaisista juridisista sopimuksista, joiden ymmärtäminen tavallisen asiakkaan näkökulmasta voi olla jokseenkin hankalaa. Nykypäivänä yritysten välisen kilpailun kiristyessä tuotteen merkitys kilpailukeinona on pienentynyt ja asiakaspalvelun merkitys on puolestaan kasvanut yrityksen menestymisen kannalta. Pankkitoiminnassa jokainen toimihenkilö on asiakaspalvelija ja täten suuressa roolissa luottamuksen ja vahvan asiakassuhteen luomisessa asiakkaan ja yrityksen välillä. Hyvän asiakaspalvelun turvin yritys voi erottautua kilpailevien yritysten joukosta. (Ylikoski ym. 2006, 3.)

### *Palveluvirheet ja niiden korjaaminen*

Asiakaspalvelutilanne ei aina ole välttämättä onnistunut asiakkaan näkökulmasta. Mikäli virheitä tapahtuu, on tärkeää, että ne havaitaan ja korjataan. Pankkialalla pahimpia virheitä ovat kokemusten mukaan asiakaspalvelijan negatiivinen palveluasenne tai esimerkiksi väärä veloitus tililtä. Virhe tulee korjata asiakasta tyydyttävällä tavalla ja usein palveluvirheen korjaaminen saa asiakkaan tyytyväisemmäksi kuin sellaisen asiakkaan, jonka kohdalla mitään virheitä ei ole sattunut. Tietenkään yritykselle ei ole hyväksi, jos virheitä sattuu jatkuvasti. Virheen tapahtuessa asiakkaalle on kerrottava siihen johtaneet syyt sekä tarjottava tätä tyydyttävät korjaustoimenpiteet. Asiakaspalvelussa on kuitenkin pyrittävä siihen, ettei virheitä tapahdu ja asiat menevät kerralla oikein. Virheiden korjaamisessa on tärkeää huomioida myös asiakassuhteen pituus,

koska pitkäaikaiset asiakkaat vaativat ehkä parempaa palvelua ongelmallisissa tilanteissa. (Ylikoski ym. 2006. 71–73.)

### *Asiakaspalvelutapahtumat*

Asiakaskohtaamista kutsutaan ”totuuden hetkeksi”. Tämä kuvaa asiaa hyvin, koska asiakaspalvelutilanne on ainutkertainen ja asiakkaan kokemus palvelun onnistuneisuudesta vaikuttaa tämän myöhempään toimintaan. Asiakaspalvelijan kautta asiakkaalle muodostuu kuva koko yrityksestä. Asiakaspalvelutilanne voi alkaa joko niin sanotusti spontaanisti, jolloin asiakaspalvelija ei voi etukäteen siihen valmistautua, tai yrityksen toimesta, jolloin siihen tulee valmistautua huolella. (Ylikoski ym. 2006, 96–97.) Totuuden hetkellä asiakaspalvelija ja asiakas kommunikoivat joko kasvotusten tai puhelimesta ja sen epäonnistuessa korjaustoimenpiteet eivät auta (Lahtinen & Isoviita 1998, 61).

Asiakaspalvelutapahtuma voidaan jakaa eri vaiheisiin, joista jokaisen onnistuminen on edellytys koko palvelutapahtuman onnistumiseen. Riippumatta siitä, tapahtuuko palvelutilanne kasvotusten vai puhelimesta, se voidaan jakaa karkeasti viiteen eri vaiheeseen. Asiakkaan tullessa palvelutilanteeseen asiakaspalvelija synnyttää palvelualltiudellaan ja ystävällisyydellään myönteisen tunnetilan. Tämän jälkeen asiakaspalvelija tiedustelee asiakkaan tarpeita. Seuraavassa vaiheessa asiakkaalta esitetään tarkempia kysymyksiä ja muodostetaan ratkaisuehdotus, johon asiakas esittää mahdollisia vastaväitteitä. Asiakaspalvelija vastaa tämän jälkeen vastaväitteisiin ja ratkaisun löydyttyä sovitut asiat vielä kerrataan. Palvelutapahtuman lopuksi asiakasta kiitetään ja esitetään ystävällinen ja asianmukainen lopputervehdys. (Ylikoski ym. 2006, 105.)

Ylikosken ym. mukaan (2006, 106) kasvotusten tapahtuva asiakaspalvelu on paras tapa saavuttaa asiakkaan luottamus, koska siinä käytössä ovat kaikki vuorovaikutuskeinot. Palvelu- ja tuotetietous on oltava asiakaspalvelijalla hallinnassa. Puhelimesta tapahtuvassa asiakaspalvelussa asiakaspalvelija ja asiakas eivät näe toisiaan. Esimerkiksi kehonkielellä lähetetyt viestit eivät välity puhelimen kautta. Vastaavasti äänensävyllä ja tyyllillä asiakaspalvelija luo kuvaa asiakkaalle koko yrityksestä. Yhteistä kasvotusten ja puhelimesta tapahtuvalle asiakaspalvelulle on se, että molemmissa asiakaspalvelijan luoma ensivaikutelma määrittelee pitkälti sen, onko palvelutapahtu-

ma asiakkaan mielestä onnistunut. Huonoa ensivaikutelmaa on hankala muuttaa enää jälkeinpäin.

### *Palveluympäristö*

Asiakaspalvelutilanteen tapahtumapaikkaa kutsutaan palveluympäristöksi. Se on varsin merkittävä tekijä asiakkaan tyytyväisyyden kannalta. Viihtyisään palveluympäristöön vaikuttavat muun muassa tilojen yleinen siisteys, tilavuus, ilman raikkaus, valaistus ja ystävällinen palvelu. Myös taustamusiikki luo viihtyisyyttä palveluympäristöön. Esimerkiksi pankeissa voidaan soittaa taustamusiikkia radiosta jo pelkästään sen vuoksi, etteivät asiakkaat kuule toistensa asioita asioidessaan. Vuoron odotus ja jonottaminen palveluun eivät myöskään tunnu yhtä pitkästyttävältä musiikin soidessa taustalla. Asiointi palvelupisteessä on tehtävä asiakkaalle mahdollisimman helpoksi ja selkeäksi myös kulkureittien osalta. (Lepola ym. 1998, 90.)

Lahtisen ja Isoviidan mukaan (1998, 59) palveluympäristön osatekijöitä ovat esimerkiksi toimipaikan sijainti, aukioloajat, viihtyisät ja selkeät toimitilat sekä asianmukainen kalustus ja välineistö eli palveluvarustus. Asianmukainen ja viihtyisä palveluympäristö lisää asiakastytyväisyyttä. Palveluympäristön merkitys vaihtelee eri toimialojen välillä riippuen siitä, palvellaanko asiakkaita yrityksen omissa tiloissa vai jossain muualla.

### **3.2 Asiakaspalvelijan vuorovaikutus- ja viestintätaidot**

Asiakaspalvelussa on kyse asiakaspalvelijan ja asiakkaan välisestä vuorovaikutuksesta. Hyvä asiakaspalvelija on etevä niin tunne- kuin viestintätaitoiltaan. Viestinnän avulla asiakaspalvelijan asiantuntemus tulee esiin palvelutilanteessa. Viestintä voi olla joko sanallista tai sanatonta, mutta kasvotusten tapahtuvassa palvelutilanteessa se on kaksisuuntaista. Kaksisuuntaisessa viestinnässä asiakas reagoi jollain tapaa asiakaspalvelijan viesteihin. Tärkeää on varmistua siitä, että asiakas on ymmärtänyt hänelle lähetetyn viestin. (Ylikoski ym. 2006, 99–100.)

Viestintätaitojen lisäksi tunnetaitojen hallinta on asiakaspalvelijalle tärkeää. Asiakasta on pystyttävä kuuntelemaan ja ymmärtämään yksilölliset tarpeet. Tunnetaidot korostuvat eritoten hankalissa palvelutilanteissa, jolloin pitäisi pystyä asettumaan asiakkaan

asemaan. Vaikealla palvelutilanteella tarkoitetaan esimerkiksi sitä, että asiakas on hiljattain kokenut elämässään jonkun ikävän tapahtuman. Hyvän asiakaspalvelijan tunnusmerkkeihin lukeutuu myös kyky rakentaa yhteisymmärrystä ja kaikkia osapuolia tyydyttäviä ratkaisuja. (Ylikoski ym. 2006, 102–104.)

Lepolan ym. mukaan (1998, 198) vuorovaikutustaitojen lisäksi asiakaspalvelijalla tulee olla hyvä tuotetuntemus. Asiakkaat ovat alati vaativampia, mistä johtuen asiakaspalvelijan on oltava hyvin selvillä yrityksen tuotevalikoimasta. Asiakkaat ovat myös kovin erilaisia, minkä vuoksi asiakaspalvelijalta vaaditaan laatu- ja joustavuutta.

Hämäläinen (1999, 49–51) on samaa mieltä siitä, että tuotetietous on asiakaspalvelijalle ensiarvoisen tärkeää. Hän lisää myös, että palvelijan on hallittava yrityksensä toimintatavat ja ymmärrettävä asiakkaidensa erilaiset tarpeet. Vastaanottavaisuus eli asiakkaan huomioiminen tämän tullessa palvelutilanteeseen sekä empatia eli kyky asettua toisen ihmisen asemaan kuuluvat niin ikään hyvän asiakaspalvelijan ominaisuuksiin.

### **3.3 Asiakassuhteet**

Asiakassuhteen syntyminen voidaan jakaa eri vaiheisiin. Alussa mahdollinen asiakas, jota myös suspektiksi kutsutaan, huomaa yrityksen tarjoavan juuri hänelle sopivia ja kiinnostavia palveluja. Suspektia houkuttelevaan yrityksen asiakkaaksi mainonnan keinoja hyväksikäyttäen. Suspektia todennäköisempi asiakas on prospekti, jonka houkuttelemiseksi käytetään jo kohdennetumpaa markkinointia. Kokeilija-asiakas puolestaan on jo valmis pyytämään esimerkiksi tarjousta yritykseltä. Ostaja on sellainen asiakas, joka on jo käyttänyt yrityksen palveluja. Tällaiseen asiakkaaseen yrityksen kannattaa käyttää resursseja markkinoinnissaan, ja mahdollinen kanta-asiakkuus on seuraava askel asiakassuhteen syventämisessä. Kanta-asiakkaat voivat jopa suositella yritystä ja sen palveluja muille henkilöille. (Ylikoski ym. 2006, 79–81.)

Ylikoski ym. mukaan (2006, 80–81) asiakkaan tyytyväisyys yritykseen ja sen tarjoamiin palveluihin lisääntyy sen mukaan, mitä enemmän hän palveluja käyttää. Toisaalta asiakassuhde voi myös päättyä missä vaiheessa tahansa joko asiakkaan tai yrityksen toimesta. Syynä päättymiseen voi olla esimerkiksi asiakkaan tyytymättömyys

tai yrityksen puolesta irtisanominen, jos asiakas ei selviä palveluun liittyvien sopimusten velvoitteista.

Lahtisen ja Isoviidan mukaan (1998, 5) menetetyn asiakkaan takaisinsaaminen edellyttää yritykseltä 27-kertaista sijoitusta verrattuna siihen, että kanta-asiakas saadaan pidettyä asiakkaana. Toisaalta uuden asiakkaan hankkimiseen tarvitaan kymmenkertainen sijoitus suhteessa kanta-asiakkaalle myyntiin. Asiakassuhteen katkeamisen suurimmat syyt ovat huono asiakaspalvelu ja tuotteiden huono laatu. Lisäksi korkeat hinnat, asiakkaan ostotottumusten muutos tai muutto toiselle paikkakunnalle ovat asiakassuhteen katkeamisen syitä. Harvoissa tapauksissa asiakkaan kuolema tai yrityksen konkurssi päättävät asiakassuhteen.

Hyvälle asiakassuhteelle tunnusomaista on se, että sekä asiakas että yritys suhtautuvat toisiinsa positiivisesti. Molemmat osapuolet haluavat kehittää ja ylläpitää asiakassuhdetta pitkäjänteisesti. Hyvät asiakassuhteet eli asiakkuudet voidaan jakaa myös kanta-asiakkaisiin ja avainasiakkaisiin. (Ylikoski ym. 2006, 81.) Lepola ym. (1998, 21–22) lisäävät tähän myös niin kutsutut suosittelija-asiakkaat, jotka ovat ikään kuin yrityksen yhteistyökumppaneita ja tiiviissä vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa.

Halinen-Kailan mukaan (1997, 113) avainasiakkaat ovat yrityksen menestyksen kannalta tärkein asiakasryhmä. Yritysten on kannattavampaa nimenomaan lujittaa jo olemassa olevia asiakassuhteita kuin hankkia uusia. Toki uusien asiakkaiden hankintaa ei voida unohtaa. Erilaiset asiakassuhteet on syytä tunnistaa ja jaotella ryhmiin, jotta esimerkiksi markkinointitoimenpiteillä saatava hyöty olisi mahdollisimman suuri. Asiakasryhmien tunnistamisella voidaan resurssit siis kohdentaa tehokkaammin.

Mitä pidemmästä asiakassuhteesta on kyse, sitä parempaa ja yksilöllisempää palvelua asiakas luultavimmin odottaa saavansa. Asiakas voi esimerkiksi asioida aina saman asiakaspalvelijan luona, jolloin asiakaspalvelijakin on todennäköisesti melko hyvin selvillä asiakkaan tarpeista ja vaatimuksista. Asiakassuhteen jatkuvuuden turvaamiseksi sitä on aika ajoin hyvä tarkemmin esimerkiksi mahdollisten kehittämiskohtien varalta. Asiakassuhdetta kehitettäessä sen tulisi luoda asiakkaalle jonkinlaista lisäarvoa. Luonnollisesti myös asiakkaan tarpeiden ja yrityksen tarjoamien palvelujen on kohdattava toisensa. Molempien osapuolten on toisin sanoen saatava hyötyä asiakassuhteesta. Suhteen laadusta riippuen jossain tapauksissa yrityksen kannattaa myös

mieltä, onko suhteen jatkaminen taloudellisesti järkevää. Yrityksen näkökulmasta kannattava asiakassuhde tuottaa yritykselle mahdollisimman paljon koko elinkaarensa ajan aina suspektista kanta-asiakkaaseen. (Halinen-Kaila, 1997, 115–121.)

### **3.4 Asiakastyytyväisyys tutkimuskohteena**

Ylikosken ym. mukaan (2006, 55–57) asiakkaan tyytyväisyyden voidaan ajatella koostuvan pääpiirteittäin tuotteista ja palveluista, asiakaspalvelutilanteista sekä asiakassuhteesta. Finanssialalla itse palvelut ja niiden käyttöön liittyvät sopimukset sekä koettu palveluprosessin laatu ovat tärkeimpiä asiakastyytyväisyyden osatekijöitä. Asiakaspalvelutilanteessa esimerkiksi asiakassuhteen mukanaan tuomat lisäpalvelut sekä palveluympäristö vaikuttavat asiakkaan tyytyväisyyteen. Vuorovaikutuksen laatu asiakaspalvelijan ja asiakkaan välillä on luonnollisesti merkittävä tekijä asiakastyytyväisyydessä.

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttaa eritoten asiakaspalvelijan aloitteellisuus. Asiakas on tyytyväinen saadessaan kekseliään ja yksilöllisen palveluratkaisun. Kaavamaisesti ja jäykästi toimivan asiakaspalvelijan on hankalampaa luoda asiakasta tyydyttävä lopputulos. (Hämäläinen 1999, 83.)

Lahtisen ja Isoviidan mukaan (1998, 64–65) asiakastyytyväisyystutkimukset antavat tietoa asiakaspalvelun onnistuneisuudesta. Tutkimuksissa pyritään selvittämään esimerkiksi palvelun ystävällisyyttä, ensivaikutelmaa ja tilojen viihtyisyyttä. Asiakastyytyväisyys luo yritykselle kilpailuetua muihin alan toimijoihin nähden ja yrityksen tulos ja kannattavuus voivat myös kohentua tyytyväisten asiakkaiden ansiosta. Asiakkaasta välittäminen on ensiarvoisen tärkeää. Asiakastyytyväisyyden selvittämiseksi asiakailta on syytä tiedustella säännöllisin väliajoin palautetta ja kehitysehdotuksia.

Yleisesti ottaen asiakastyytyväisyystutkimuksilla pyritään selvittämään yrityksen vahvuuksia ja kehitystarpeita sekä rakentamaan ratkaisuja tyytyväisyyden parantamiseksi. Tutkimuksessa voidaan selvittää tyytyväisyyttä muun muassa tuotteiden ja palvelujen laatuun, viestintään sekä yrityksen henkilökunnan toimintatapoihin. Toteutustapavaihtoehtoja tutkimukselle ovat esimerkiksi Internet- tai kirjekysely. Tutkimuksen avulla saadaan arvokasta tietoa asiakkaiden odotuksista ja arvostuksen kohteista sekä kehittämisaalueista. (Entersol 2012.)

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tässä luvussa kerron pankille x toteuttamastani asiakastyytyväisyystutkimuksesta. Alkuun esittelen opinnäytetyöni toimeksiantajana toimineen yrityksen. Tämän jälkeen selvennän, mitä tutkimusmenetelmiä käytin ja millaista tutkimusaineistoa sain kerättyä tutkimuksen toteutusta varten. Asiakkaiden tyytyväisyyttä kartoitettiin muun muassa asiakaspalveluun ja henkilöstön ammattitaitoon liittyvillä kysymyksillä. Lisäksi tyytyväisyyttä palveluympäristöön sekä tarjolla oleviin tuotteisiin ja palveluihin pyrittiin selvittämään.

### 4.1 Pankki x

Pankki x kuuluu valtakunnalliseen Säästöpankkiryhmään. Se on itsenäinen säästöpankki, joka perustettiin vuonna 1910. Vuonna 2010 pankki siis juhli 100-vuotista taivaltaan. Kuten monen muun pienen paikallispankin tavoin myös pankin x asiakaskunta koostuu pääosin yksityisasiakkaista ja pienyrityksistä. Kaiken kaikkiaan asiakkaita on tällä hetkellä reilusti yli 5000 ja pankki toimii kolmen konttorin voimin kolmella paikkakunnalla. Vuoden 2011 lopussa pankissa työskenteli 13 henkilöä. (Pankki x 2011.)

Vuoden 2011 toimintakertomuksen mukaan pankin tavoitteet täyttyivät niin liiketoiminnan kasvun kuin tuloksenkin suhteen. Pankki pyrki edelleen kasvattamaan asiakaskuntaansa. Talletuspankkina pankilla x on tarjota asiakkailleen monipuolisia pankkialan palveluja ja yhteistyössä muiden finanssialan yritysten kanssa tarjontaan lukeutuu myös erilaiset luotto-, sijoitus- ja vakuutustuotteet. Eritoten eläke- ja henkivakuutuspalveluja tuotetaan yhdessä Lähivakuutuksen kanssa perustetussa Henkivakuutusosakeyhtiö Duossa. Pankki x lähti vuoden 2012 alussa mukaan kiinteistövälitystoimintaan, kun Säästöpankkien kesken perustettu Sp-Koti Oy aloitti toimintansa. Sp-Koti Oy perustettiin vuonna 2010 ja se toimii koko maassa. (Pankki x 2011.)

Vuonna 2011 pankki teki liikevoittoa lähes 300 tuhatta euroa. Edellisvuoteen verrattuna kasvua tapahtui yli 200 tuhatta euroa. Suotuisan kehityksen syinä olivat kulujen väheneminen sekä korkotulojen ja palkkiotuottojen lisääntyminen. (Pankki x 2011.)

Pankkien varainhankinnasta yleisön eli asiakkaiden talletukset muodostavat pääosan. Näin oli myös pankissa x vuonna 2011. Talletukset kasvoivat vuoden aikana 4,5 prosenttia. Käyttö- ja säästötileille tehtyjen talletusten määrä pieneni, kun taas sijoitustileille siirrettiin enemmän varoja parempien korkojen vuoksi.

Muiden Säästöpankkien tapaan myös pankissa x hallinnosta vastaavat tallettajien ja kantarahasto-osuuden omistajien edustajat eli isännät. Isännät valitsevat jäsenet pankin hallitukseen. Hallituksen tehtävänä on puolestaan päättää liiketoimintaan liittyvistä merkittävistä asioista. Hallitus valitsee myös toimitusjohtajan. (Pankki x 2011.)

## 4.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmänä asiakastytyväisyyden selvittämisessä käytin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Tätä menetelmää voidaan kutsua myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Kvantitatiiviselle tutkimukselle on tyypillistä, että asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tulokset voidaan havainnollistaa esimerkiksi taulukoiden ja kuvioiden avulla. Otoksen on oltava riittävän suuri ja usein aineiston keräämisessä käytetään standardoituja kyselylomakkeita, joissa vastausvaihtoehdot ovat valmiina. Määrällisessä tutkimuksessa selvitetään asioiden välisiä riippuvuuksia ja tutkimusaineistosta saatuja tuloksia pyritään yleistämään laajempaan joukkoon. (Heikkilä 2008, 16.)

Kvantitatiiviset tutkimukset ovat empiirisiä eli havainnoivia tutkimuksia. Empiirisessä tutkimuksessa pyritään selvittämään, toteutuuko joku teoriasta johdettu olettamus käytännössä. Tutkimuksen aineisto kerätään tyypillisesti lomake- tai www-kyselyjen, strukturoitujen haastattelujen, systemaattisen havainnoinnin tai kokeellisten tutkimusten avulla. (Heikkilä, 2008, 13.)

Määrällinen tutkimus voidaan toteuttaa käyttämällä jo valmiiksi muiden keräämiä aineistoja tai tiedot voidaan kerätä itse. Mikäli tiedot kerätään itse, on päätettävä, mitä tiedonkeruumenetelmää käytetään. Menetelmiä ovat postikysely, puhelin- tai käyntihaastattelu, www-kysely tai informoitu kysely, joka on postikyselyn ja haastattelun välimuoto. Www-kyselyyn vastaaminen on varsin nopeaa, mutta väärinkäsitysten mahdollisuus on postikyselyn tapaan suuri. Tiedonkeruumenetelmän valintaan vaikuttavat esimerkiksi tutkimuksen tavoite ja aikataulu. (Heikkilä 2008, 18–20.)



Toteutin tutkimukseni posti- eli kirjekyselyä hyödyntäen. Heikkilän mukaan (2008, 66–67) kirjekyselylle on tyypillistä se, etteivät kysyjä ja vastaaja ole välittömässä vuorovaikutuksessa keskenään vaan kysely tapahtuu postitse lähetettävällä kyselylomakkeella. Vastausprosentti kirjekyselyssä voi vaihdella suurestikin ja siihen vaikuttavat esimerkiksi kohderyhmä, tutkimuksen aihe ja kysymysten määrä. Erilaiset palkinnot voivat parantaa vastausprosenttia. Kyselylomake lähetetään vastaajalle kirjekuoressa, joka sisältää myös saatekirjeen ja vastauskuoren. Vastausaika kirjekyselyssä on yleensä noin 10 päivää. Myös Hirsjärven ym. mukaan (2003, 185) mahdollinen vastausprosentin alhaisuus on kirjekyselyn haittapuoli. Lisäksi postitse lähetetty kysely aiheuttaa kustannuksia. Vastaavasti tämä tiedonkeruumenetelmä on varsin nopea ja aineisto on suhteellisen vaivattomasti saatavissa.

Kirjekyselyllä tekemässäni tutkimuksessa käytin apuna myös kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Tällä menetelmällä kerätty aineisto on suppeampaa ja usein tekstimuotoista. Laadullisen tutkimuksen tarkoituksena on auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta eli esimerkiksi asiakasta ja tämän käyttäytymiseen liittyviä syitä. Kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusmenetelmää voidaan käyttää täydentämään toinen toistaan tutkimusaineiston keräämisessä. (Heikkilä 2008, 16–17.)

### **4.3 Tutkimusaineisto**

Heikkilän mukaan (2008, 47) kyselytutkimuksen keskeinen osatekijä on kyselylomake. Lomakkeen huolellinen suunnittelu on ensiarvoisen tärkeää, koska puutteellisesti tai huonosti suunnitellut kysymykset voivat vääristää vastauksia ja täten tutkimuksessa ei saada selville niitä asioita, joita halutaan tutkia. Tutkimuksen tavoite on oltava selvillä ennen kyselylomakkeen luomista, jotta kysymyksillä saadaan vastauksia tutkittaviin ilmiöihin.

Jo pelkkä lomakkeen ulkonäkö vaikuttaa olennaisesti siihen, haluaako vastaaja vastata kyselyyn. Kyselylomakkeen tulee siis olla houkuttelevan näköinen. Myös helpot kysymykset lomakkeen alkupäässä herättävät vastaajan mielenkiinnon. Houkuttelevuuden lisäksi hyvän kyselylomakkeen ominaisuuksiin kuuluu myös selkeys ja siisteys. Myös vastausohjeiden tulee olla selkeät väärinkäsitysten minimoimiseksi ja kysymysten pitää edetä loogisesti. Lisäksi lomake ei saa olla liian pitkä ja eri aihepiirien kysy-

mykset on aseteltava eri otsikoiden alle. Vastausten käsittelyn helpottamiseksi kysymykset kannattaa muotoilla siten, että ne on helppo syöttää tilasto-ohjelmaan. (Heikkilä 2008, 48–49.)

Kyselylomakkeen kysymykset voivat olla erityyppisiä. Avoimia kysymyksiä käytetään usein kvalitatiivisissa tutkimuksissa. Ne ovat helppoja laatia mutta tulosten analysointivaiheessa työläitä käsitellä. Avoimiin kysymyksiin jätetään helposti vastaamatta, mutta toisaalta niillä saatetaan saada hyvinkin arvokasta tietoa. Suljetuissa eli vaihtoehdot antavissa kysymyksissä vastausvaihtoehdot ovat valmiina. Vastaaminen tällaisiin kysymyksiin on nopeaa ja tulosten käsittely on helppoa. Vastausvaihtoehtojen luokittelu tai esittämisjärjestys saattaa suljetuissa kysymyksissä epäonnistua, mikä voi johtaa vääristyneisiin tuloksiin. (Heikkilä 2008, 49–51.)

Kyselylomakkeen mukana vastaajalle lähetetään saatekirje. Saatekirjeen voi korvata myös kyselyn alussa mainittavilla saatesanoilla. Saatekirjeessä kerrotaan tutkimuksen toteuttaja, tavoite, tietojen käyttötapa ja luottamuksellisuus, vastaamisaika sekä palautusohjeet. Lisäksi kiitetään vastaajaa vastaamisesta. (Heikkilä 2008, 61–62.)

Kysely asiakastyytyväisyydestä postitettiin pankin asiakkaille lokakuussa 2012 ja vastausaikaa annettiin noin pari viikkoa. Tarkoituksena oli selvittää vastaajien tyytyväisyyttä pankin asiakaspalveluun, asioinnin helppouteen ja henkilöstön ammattitaitoon. Lisäksi palveluympäristöön, aukioloaikoihin, ja tarjolla oleviin tuotteisiin ja palveluihin vastaajat saivat ilmaista mielipiteensä. Vastaajiksi valikoitui 490 henkilöä satunnaisotantaa hyödyntäen. Kyselyn postituksessa huomioitiin, että otantaan tulee mukaan kaiken ikäisiä asiakkaita pankin jokaisesta kolmesta konttorista. Kysely lähetettiin täysi-ikäisille pankin asiakkaille ja vastauksia palautui kaikkiaan 106 eli vastausprosentiksi muodostui hieman yli 20. Kirjekysely oli tässä tapauksessa hyvä tiedonkeruumenetelmä, koska iäkkäämmillä asiakkailla ei mahdollisuutta tietokoneen käyttöön juurikaan ole ja toisaalta nuoremmat asiakkaat enää harvemmin asioivat pankissa paikan päällä. Kyselyn mukana vastaajat saivat saatekirjeen, jossa kerrottiin kyselyn tarkoitus, tekijä ja tietojen käyttöön liittyvää tietoa. Saatekirje löytyy liitteestä 1 ja itse kyselylomake liitteestä 2.

Kyselyn alussa vastaajilta kysyttiin taustatietoja eli ikää, sukupuolta, asiointikonttoria sekä asiakassuhteen pituutta. Kysymykset olivat suljettuja eli vastausvaihtoehdot oli

annettu valmiiksi. Seuraavissa kysymyksissä kysyttiin tyytyväisyyttä asiakaspalveluun, tuotteisiin ja palveluihin sekä palveluympäristöön. Kysymykset olivat mielipidevääntämien muodossa ja vastausvaihtoehtoina käytin *täysin samaa mieltä / jokseenkin samaa mieltä / jokseenkin eri mieltä / täysin eri mieltä / ei kokemusta*. Kaikilla vastaajilla ei välttämättä ollut kokemusta esimerkiksi sijoittamisen palveluista, minkä vuoksi vaihtoehto ”ei kokemusta” oli mahdollista valita.

Suljettujen kysymysten tilastollinen käsittely on hyvin nopeaa verrattuna avoimiin kysymyksiin, mikä osaltaan vaikutti kysymysten suunnitteluun. Kyselyn lopussa kohdassa ”vapaa sana” vastaajat saivat omin sanoin antaa palautetta ja kehittämisehdotuksia liittyen asiakastyytyväisyyteen. Kyselyn tulokset analysoin SPSS-tilasto-ohjelmalla, johon jokaisen vastaajan tiedot sai kätevästi syötettyä.

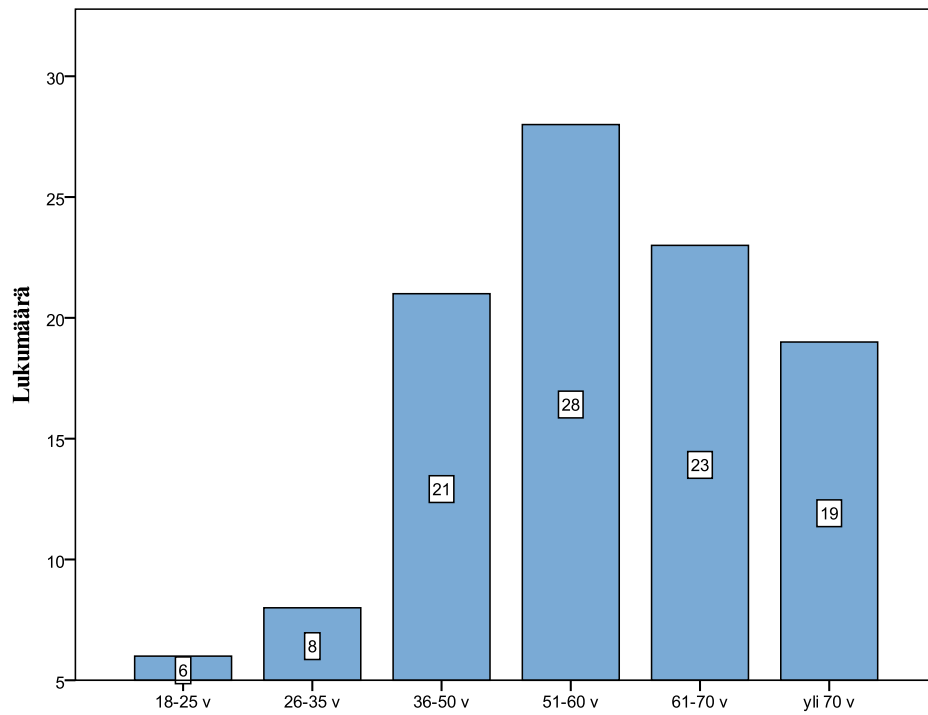
## **5 PANKIN X ASIAKASTYYTYVÄISYYS**

Tässä luvussa käsittelen pankin x asiakastyytyväisyystutkimuksen tuloksia. Vastaajilta kysyttiin taustatietojen lisäksi sitä, miten tyytyväisiä he ovat pankin asiakaspalveluun, henkilöstön ammattitaitoon, tuotteisiin ja palveluihin sekä palveluympäristöön. Lisäksi kyselyn lopussa vastaajat saivat antaa vapaasti palautetta avoimessa kysymyksessä. Kaikkien kysymysten vastausjakaumat löytyvät raportin lopusta liitteestä 3.

### **5.1 Taustatiedot**

Lomakkeen ensimmäisissä kysymyksissä vastaajilta kysyttiin taustatietoja, joita olivat sukupuoli, ikäryhmä, asiointikonttori sekä asiakassuhteen pituus. Kyselyyn vastasi yhteensä 106 henkilöä, joista 57 oli naisia. Miehiä oli 44 eli hieman alle puolet vastanneista. Viisi vastaajaa oli jättänyt sukupuolen kertomatta.

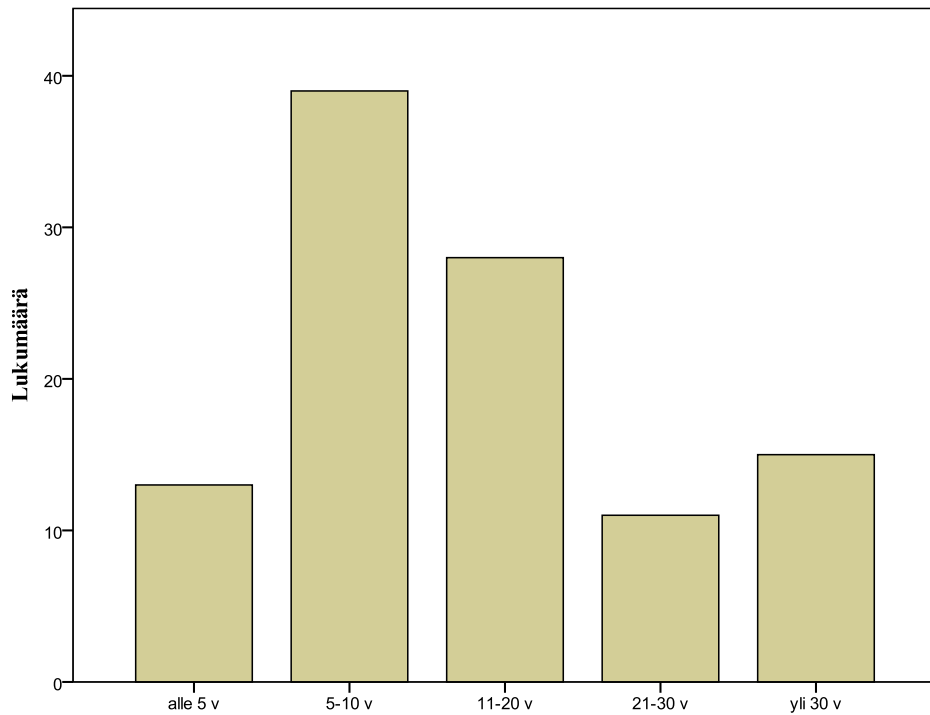
Vastaajista valtaosa oli yli 50-vuotiaita (kuvio 1). Eniten vastaajia kuului ikäryhmään 51–60 vuotta. Vähiten puolestaan oli 18–25-vuotiaita. Yksi vastanneista ei ollut maininnut ikäryhmäänsä.



**KUVIO 1. Vastaajan ikäryhmä**

Kyselyyn vastanneet henkilöt olivat melko tasaisesti jokaisen kolmen konttorin asiakkaita. Konttorin 2 asiakkaita oli vastaajista eniten, 40 %. Konttoreiden 1 ja 3 asiakkaita oli kumpiakin 30 %. Kaikki 106 vastaajaa kertoivat asiointikonttorinsa.

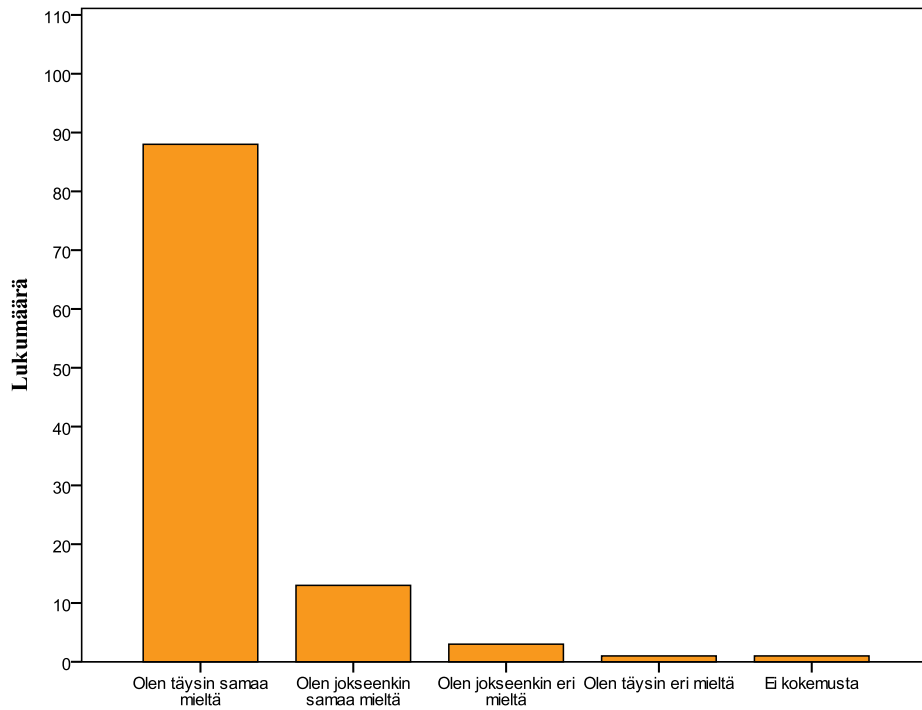
Yli puolet vastaajista on ollut pankin asiakkaina 5-20 vuotta. Tämä nähdään kuviosta 3. Myös pidempiä yli 30 vuoden pituisia asiakassuhteita on joidenkin vastaajien kohdalla. Niin ikään muutama vastannut on ollut pankin asiakkaana hieman lyhyemmän ajan eli alle viisi vuotta.



**KUVIO 3. Vastaajan asiakassuhteen pituus**

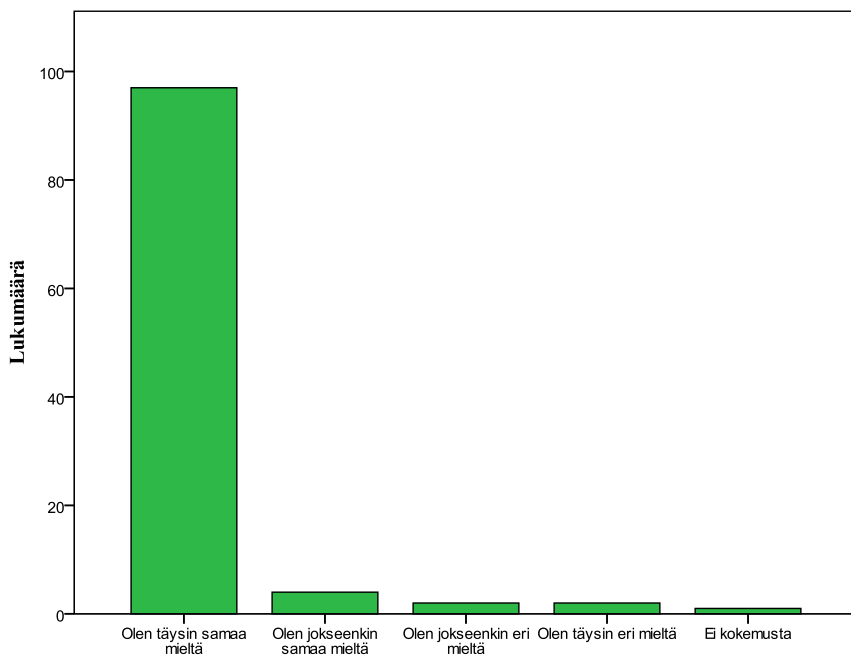
## 5.2 Henkilökunta ja asiakaspalvelu

Taustatietojen jälkeen varsinaisissa kysymyksissä kysyttiin aluksi vastaajien tyytyväisyydestä asiakaspalveluun ja henkilöstön ammattitaitoon. Lähes kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että asiointi pankissa on helppoa (kuviot 4). Neljän vastaajan mielestä asioinnin helppoudessa olisi parannettavaa. Lisäksi yhdellä vastaajista ei ollut kokemusta asioinnista.



**KUVIO 4. Asiointi on helppoa**

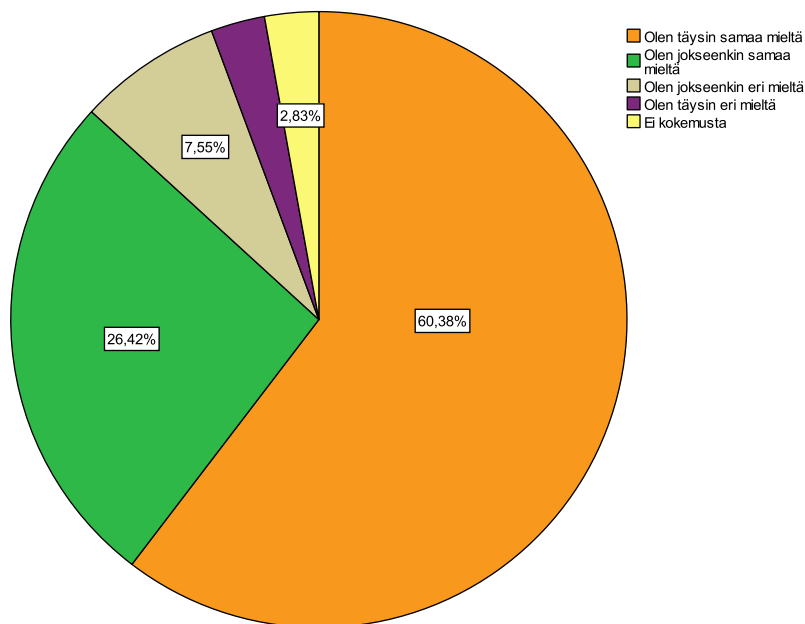
Yli 96 % vastaajista oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että pankin henkilökunta on motivoitunutta ja ammattitaitoista. Muutama prosentti oli asiasta toista mieltä. Niin ikään asiakaspalvelu on lähes kaikkien mielestä ystävällistä. Kuten kuviosta 5 huomataan, neljä vastaajaa on ystävällisyydestä eri mieltä ja yhdellä ei ole asiakaspalvelusta kokemuksia.



**KUVIO 5. Asiakaspalvelu on ystävällistä**

### 5.3 Aukioloajat ja palveluympäristö

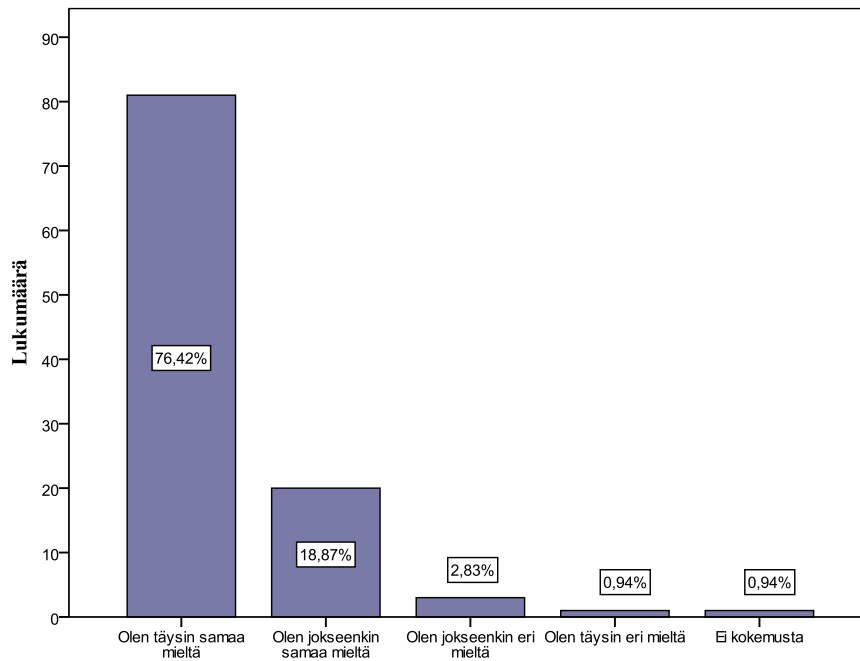
Seuraavaksi kysyttiin vastaajien tyytyväisyydestä pankin aukioloaikoihin, jonotusaikoihin ja palveluympäristöön. Lähes 87 % vastaajista piti aukioloaikoja vähintään melko hyvinä (kuvio 6). Noin 10 prosenttia vastaajista näki aukioloajoissa parannettavaa. Kolmella vastaajalla ei puolestaan ollut kokemuksia siitä, ovatko aukioloajat sopivat. Kassapalvelujen aukioloaikoja koskeneessa kysymyksessä vastausten jakauma oli lähes tulkoon samanlainen.



**KUVIO 6. Aukioloajat ovat sopivat**

Seuraavassa väittämässä kysyttiin asiakkaiden kokemuksia jonotusaikojen pituudesta asioidessa. Yli 93 prosenttia vastanneista koki jonotusajat lyhyiksi ja kahden mielestä asioidessa on joskus joutunut jonottamaan pidempään. Viidellä vastaajalla ei ollut kokemusta jonotusajoista ja yksi vastaaja oli jättänyt kokonaan vastaamatta kysymyksen.

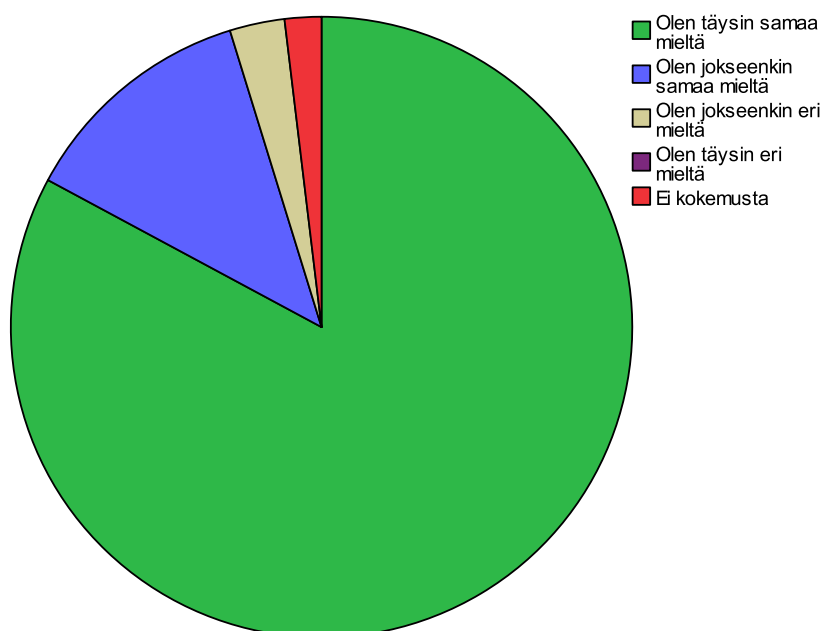
Valtaosa vastaajista pitää pankkia luotettavana. Kuvioista 7 nähdään 81 vastaajan olevan täysin samaa mieltä siitä, että pankki on luotettava. Neljä vastaajaa kokee pankin puolestaan epäluotettavaksi. Yksi vastaajista ei osannut ottaa kantaa luotettavuuteen.



**KUVIO 7. Pankki on luotettava**

### *Palveluympäristö*

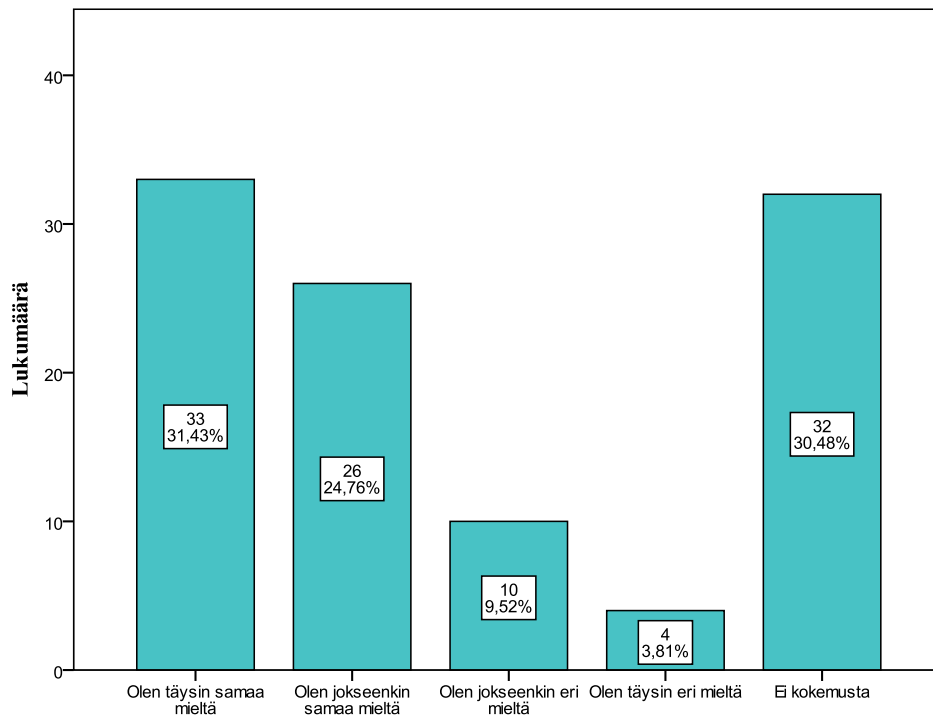
Konttorin siisteyttä ja asianmukaisuutta koskevan kysymyksen vastauksissa ei myöskään suurta hajontaa ollut. 105 vastaajasta 87 pitää siisteystasoa hyvänä ja tiloja asianmukaisina. Lisäksi 13 vastaajaa ovat melko tyytyväisiä. Kahdella vastaajalla ei kokemuksia ollut asiasta. Vastausjakauma näkyy kuviosta 8.





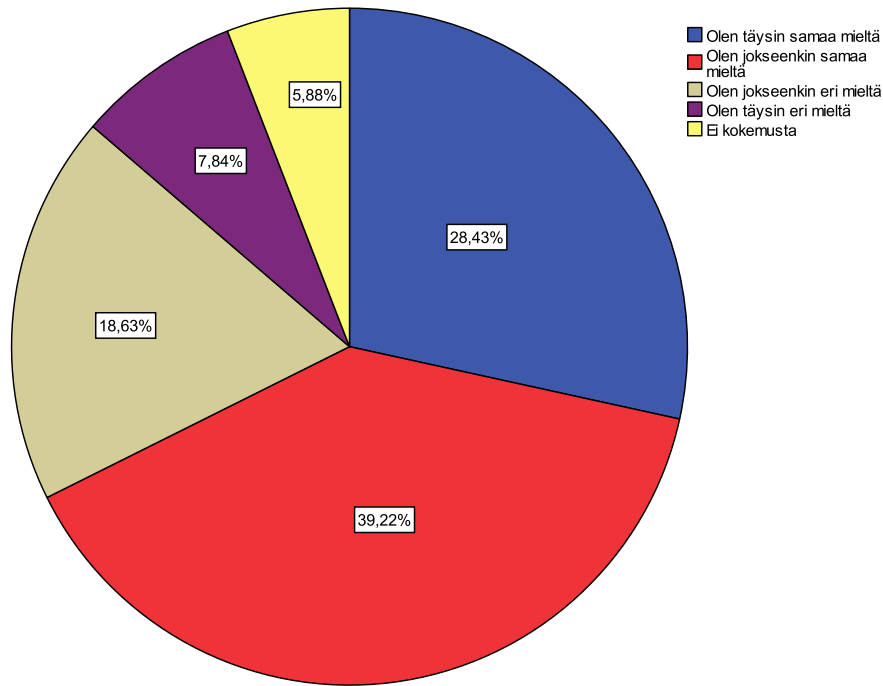
### KUVIO 8. Konttori siisti ja asianmukainen

Radion kuuntelun vuoroa odottaessa vastaajat kokivat hieman eri tavoin kuten kuviossa 9 on havaittavissa. Yli puolet vastaajista piti radion kuuntelua mukavana, mutta 10 % ei siitä niinkään välittänyt. Vastaajista 30 prosentilla eli 32 henkilöllä ei ollut kokemuksia radion kuuntelusta.



### KUVIO 9. Radion kuuntelu mukavaa vuoroa odottaessa

Vastaajilta kysyttiin, tulisiko heidän mielestään konttorissa olla erilliset neuvottelutilat asiointiin. Tämän kysymyksen vastauksissa hajontaa oli niin ikään jonkun verran. Valtaosan mielestä neuvottelutiloille olisi käyttöä. Toisaalta lähes viidennes oli jokseenkin eri mieltä asiasta. Kahdeksan vastaajaa ei kokenut lainkaan tarvetta neuvottelutiloille ja muutama ei osannut ottaa asiaan kantaa.

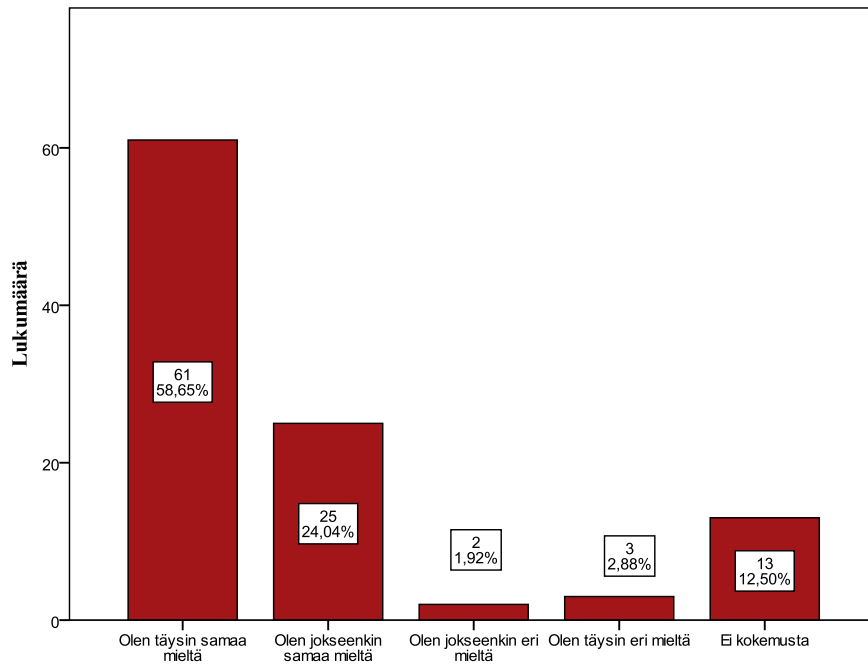


**KUVIO 10. Konttoriin erilliset neuvottelutilat**

#### 5.4 Tuotteet ja palvelut

Seuraavilla kysymyksillä selvitettiin vastaajien tyytyväisyyttä heillä käytössä oleviin tuotteisiin ja palveluihin. Lisäksi kysyttiin, ollaanko pankista riittävästi yhteydessä asiakkaahan. Lähes kaikki vastaajat (96 %) kokivat tällä hetkellä käytössään olevat tuotteet ja palvelut riittäviksi. Kolmen vastaajan mielestä tuotteet palvelut eivät ehkä täysin vastaa tarpeita tällä hetkellä. Valtaosa vastaajista oli myös tyytyväisiä siihen, kuinka heidän tarpeensa pankissa ymmärretään. Noin viidellä prosentilla tarpeita ei ymmärretty.

Laina-asioissa vastaajat luottavat pankin toimihenkilöihin (kuvio 11). Vastaajista 61 luottaa toimihenkilöiden asiantuntemukseen täysin ja 25 melko paljon. Muutaman vastaajan kohdalla luottoa on vähemmän ja yli kymmenyksellä ei kokemuksia laina-asioiden hoidosta ole.

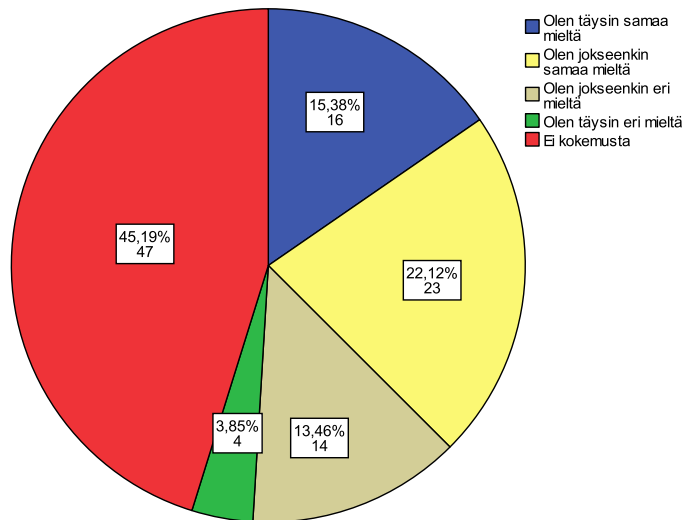


**KUVIO 11. Luotan laina-asioissa**

### *Sijoitustuotteet ja -palvelut*

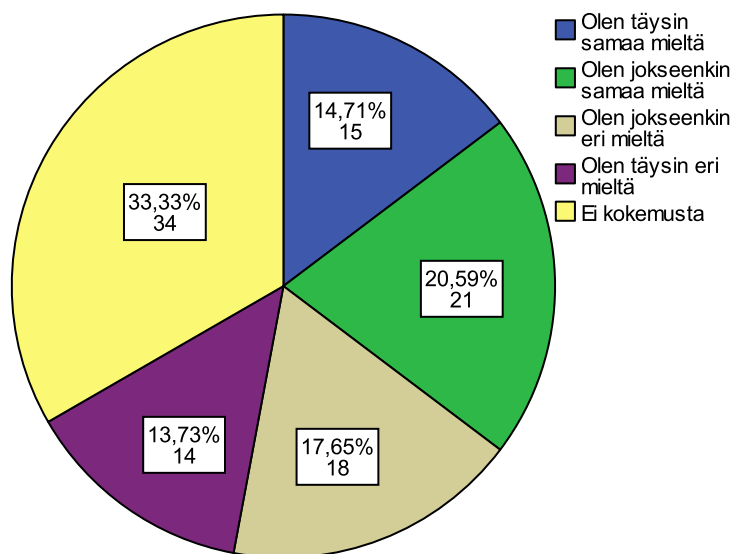
Luottamus toimihenkilöiden asiantuntemukseen sijoitusasioissa jakaa vastaajien mielipiteet. Noin puolet vastanneista luottaa toimihenkilöiden asiantuntemukseen, mutta 15 % vastaajista pitää asiantuntemusta ainakin jossain määrin kyseenalaisena. Lisäksi lähes 30 prosentilla vastanneista ei ole kokemuksia sijoittamisen palveluista.

Kuviosta 12 käy ilmi, että sijoitustuotteiden riittävydessä on vastaajien mielestä melko paljonkin eroja. Lähes puolella vastanneista ei ole kokemuksia sijoitustuotteista. Noin 40 % pitää tuotevalikoimaa riittävänä ja loput jossain määrin riittämättömänä. Kahden vastaajan kohdalla tähän kysymykseen ei ole vastattu.

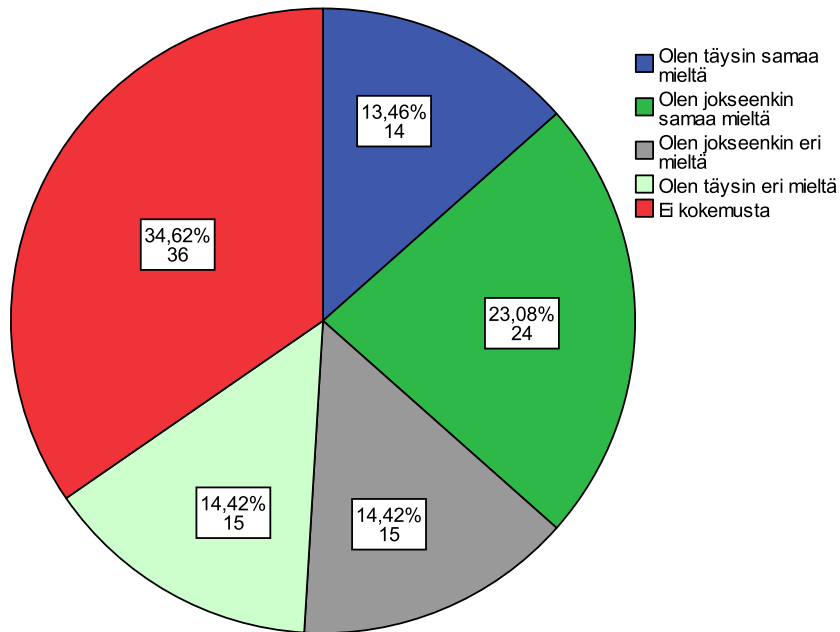


**KUVIO 12. Sijoitustuotteet ovat riittävän laajat**

Kysymyksessä kiinnostuneisuudesta sijoittamiseen vastaukset jakautuivat melko tasaisesti jokaiselle vastausvaihtoehdolle. Kuviosta 13 perusteella voidaan sanoa, että karkeasti 30 % vastaajista on kiinnostuneita sijoittamisesta ja 30 prosentilla kiinnostusta ei suuremmin ole. Niin ikään kolmannes vastaajista ei osannut sanoa kokemuksiinsa sijoittamisen kiinnostavuudesta. Neljän henkilön kohdalla kysymykseen oli jätetty kokonaan vastaamatta. Kun vastaajilta kysyttiin, onko heille tarjottu sijoitustuotteita pankissa, oli vastausjakauma hyvin samantyyppinen kuin edellisessäkin kysymyksessä. Tämä nähdään kuviosta 14.

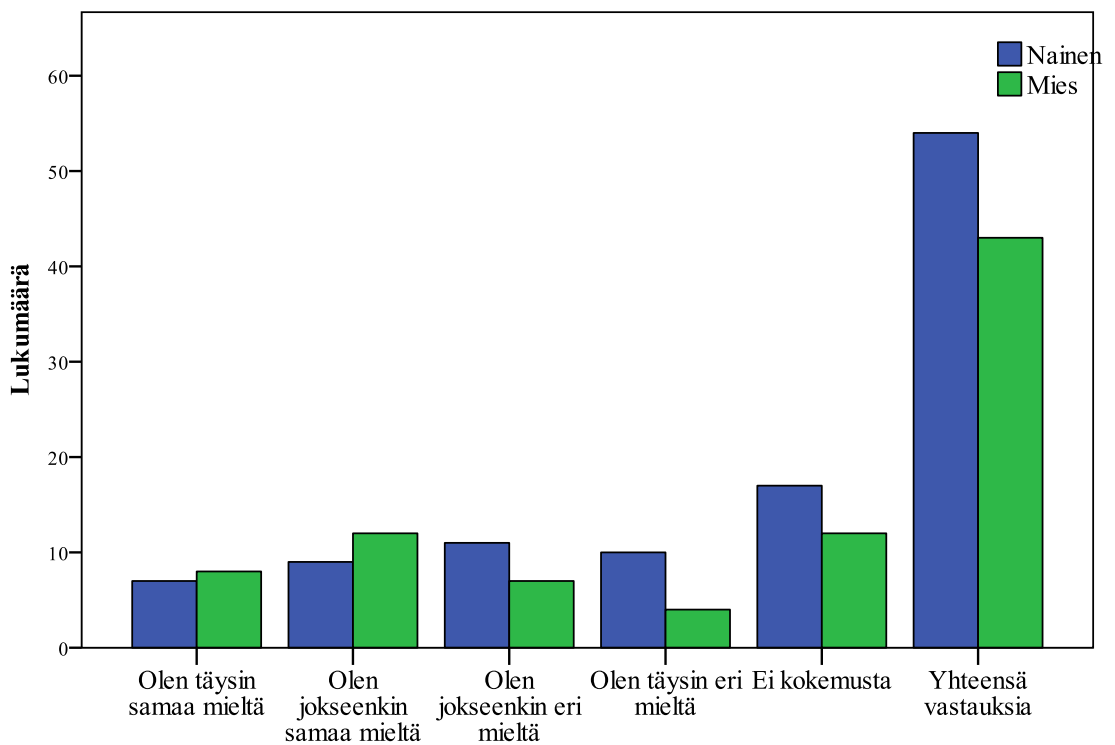


**KUVIO 13. Olen kiinnostunut sijoittamisesta**



**KUVIO 14. Sijoitustuotteita on tarjottu**

Kuten kuvio 15 nähdään, sukupuolten välillä ei ole juuri eroja kiinnostuksessa sijoittamiseen. Miehet ja naiset ovat varsin samoilla linjoilla kiinnostuksen suhteen. Kysymykseen kiinnostuksesta sijoittamiseen vastasi naisia 54 ja miehiä 43.



**KUVIO 15. Olen kiinnostunut sijoittamisesta**

### *Palvelutapahtuman onnistuneisuus ja yhteydenpito*

Valtaosa vastaajista (75 %) pitää palvelutapahtumaa pääsääntöisesti onnistuneena. Vain muutaman vastanneen mielestä se on yleensä epäonnistunut. Lisäksi vastausten perusteella noin joka viidennellä vastaajalla ei ole palvelutapahtumista kokemuksia. Neljän henkilön kohdalla kysymykseen on jätetty vastaamatta.

Kyselyn lopussa vastaajat saivat ottaa kantaa siihen, ollaanko pankista heihin riittävästi yhteydessä. Lähes 90 % vastaajista koki, että yhteydenpito on ollut riittävän aktiivista. Muutaman vastaajan mielestä yhteyttä voitaisiin pitää tiiviimminkin ja muutama ei osannut ottaa asiaan kantaa.

### *Vapaa palaute*

Kyselyn viimeisessä kohdassa vastaajat saivat vapaasti kertoa kommenttejaan ja mielipiteitään asiakastyytyväisyyteen liittyen. Suurimmassa osassa kiiteltiin hyvää asiakaspalvelusta ja pankkiin oltiin yleisestikin kovin tyytyväisiä. Toimihenkilöiden ammattitaito sai niin ikään kiitosta monen vastaajan osalta. Lisäksi huomionarvoista oli se, että asioinnin helppoutta ja ennen kaikkea ihmisläheisyyttä korostettiin laajalti. Pankin puhelin- ja verkkopalvelut tyydyttivät myös vastausten perusteella monia vastaajia. Osa vastaajista tyytyi toteamaan, ettei heillä ole käytössään tietokoneita ja asiat hoituvat hyvin pankin tiskillä. Negatiivista palautetta vastauksissa ei juuri ollut.

## **6 ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN EDISTÄMINEN**

Asiakastyytyväisyyttä mittaamalla yritys saa arvokasta tietoa vahvuuksistaan sekä kehittämistä kaipaavista osa-alueistaan. Tutkimuksen perusteella voidaan sanoa pankin x asiakkaiden olevan melko tyytyväisiä niin asiakaspalveluun, palveluympäristöön kuin käytössä oleviin tuotteisiin ja palveluihin. Toki muutamissa kysymyksissä, lähinnä sijoittamiseen liittyen, asiakkaiden mielipiteet jakautuivat aika suurestikin.

## 6.1 Johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset

Tavoitteena tutkimuksessa oli löytää keinoja pankin asiakastyytyväisyyden edistämiseksi. Tutkimusongelmana oli selvittää, millainen pankin asiakkaiden tyytyväisyyden taso on juuri tällä hetkellä. Viitekehyksessä on kerrottuna asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista osatekijöistä.

Tutkimustulosten perusteella voidaan yleisesti ottaen sanoa, että pankin asiakkaat ovat varsin tyytyväisiä. Asiakaspalvelu on ystävällistä, asiointi on helppoa eikä henkilökunnan ammattitaidossakaan ole juuri moitteen sijaa. Muutamassa vastauksessa ammattitaitoon ja motivaatioon ei oltu täysin tyytyväisiä, mikä saattaa johtua vaikkapa yksittäisestä huonosta palvelukokemuksesta. Säästöpankkien arvoihin lukeutuu viitekehyksessäkin mainitut asiakasläheisyys ja paikallisuus, mikä näkyy myös positiivisina tutkimustuloksina.

Pankin yleisiin ja kassapalvelujen aukioloaikoihin vastaajat olivat niin ikään melko tyytyväisiä. Keskimäärin joka kymmenes vastaaja tosin koki, että aukioloajoissa olisi parannettavaakin. Välttämättä kaikki eivät ennätä hoitaa pankkiasioitaan nykyisten aukioloaikojen puitteissa esimerkiksi työkiireiden vuoksi. Joillain vastaajilla ei ollut edes kokemuksia aukioloaikojen sopivuudesta. Nykyään pankissa ei tarvitse asioida paikan päällä, kun asioiden hoito onnistuu esimerkiksi puhelimella tai verkkopankin kautta mihin kellonaikaan tahansa. Voi olla, että osittain samasta syystä myös jonotusajat koetaan lyhyiksi lähes kaikkien vastaajien mielestä, koska asiakkaiden tarvitsee yhä vähemmän asioida konttorissa tietotekniikan kehityksen myötä.

Luotettavuus lukeutuu asiakasläheisyyden ja paikallisuuden ohella Säästöpankkien arvoihin. Vastaajat kokevatkin pankin kauttaaltaan luotettavaksi. Toisaalta muutama vastaaja pitää pankkia jokseenkin epäluotettavana. Luottamuksen puutteeseen voi olla syynä se, ettei asioita ole hoidettu juuri asiakkaan toivomalla tavalla.

Palveluympäristön eli tilojen siisteyden ja asianmukaisuuden taso on vastanneiden mukaan hyvä. Toisaalta valtaosa vastaajista haluaisi konttoriin erilliset neuvottelutilat asiointia varten. Tämä on ymmärrettävää, koska varmasti jokainen haluaa pitää omat talousasiansa omana tietonaan ja esimerkiksi lainaneuvotteluille tulisi olla erilliset

tilat. Osa vastaajista ei pidä neuvottelutiloja kovinkaan tärkeinä. Ilmeisesti he eivät koe niistä olevan itselleen suurta merkitystä.

Radiot ovat konttoreissa päällä viihtyisyyden luomisen lisäksi sen vuoksi, etteivät asiakkaat kuulisi toistensa asioita asioidessaan. Valtaosa pitää radion kuuntelusta, mutta kaikilla siitä ei ole kokemuksia. Voi toki olla, ettei radiota pidetä aina päällä. Musiikin kuuntelu on kuitenkin yksi palveluympäristön viihtyisyyteen ja asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttava tekijä.

Asiakkaiden tyytyväisyys heillä käytössä oleviin tuotteisiin ja palveluihin on hyvää luokkaa. Laina-asioissa toimihenkilöiden asiantuntemukseen luotetaan vakaasti mutta sijoitusasioissa tilanne on hieman toinen. Toki sijoitusasioissakin asiantuntemukseen luotetaan melko hyvin mutta epävarmuuttakin on. Lisäksi monen vastaajan kohdalla sijoittamisen palveluista ei ole ollut kokemuksia. Niin ikään sijoituspalveluvaihtoehtojen riittävyden vastaajat kokevat eri tavoin. Osa pitää valikoimaa riittävänä, kun taas joidenkin mielestä se voisi olla kattavampi. Myös kiinnostus sijoittamiseen ylipäättään vaihtelee vastaajien välillä. Kiinnostukseen vaikuttaa monet tekijät, kuten esimerkiksi elämäntilanne. Jos rahaa on runsaammin käytössä, osa siitä kannattaa vaikkapa sijoittaa. Toisaalta nuoremmilla asiakkailla, kuten opiskelijoilla, sijoittaminen ei ehkä ole vielä kovin ajankohtaista. Ristiintaulukoinnin avulla tutkin myös sukupuolten välisiä eroja kiinnostuksesta sijoittamiseen. Sukupuolesta riippumatta vastaukset jakautuivat tasaisesti kaikille vastausvaihtoehdoille. Eroja ei siis sukupuolten välillä ollut.

Joka tapauksessa sijoittamisen palvelut ja tuotteet kannattaa pitää pankissa näkyvästi esillä, koska osalla asiakkaista ei selvästikään ole minkäänlaisia kokemuksia sijoittamisen monipuolisista vaihtoehdoista. Toimihenkilöiden vastuulla on saattaa eri mahdollisuudet asiakkaiden tietouteen ja tätä kautta kiinnostus sijoittamiseen voi kasvaa. Toisaalta myös toimihenkilöiden sijoitusasioiden asiantuntemusta kannattaa aina välillä päivittää.

Vastaajien mukaan palvelutapahtuma pankissa onnistuu pääsääntöisesti aina ja heihin ollaan riittävästi yhteydessä. Tämä näkyy myös vastaajien antamasta vapaasta palautteesta. Tyytyväisyys ilmenee kiitoksina hyvästä asiakaspalvelusta ja toimihenkilöiden ammattitaidosta. Säästöpankkien arvoihin kuuluu asiakasläheisyys ja vastaajat kehuvatkin palvelua, jossa ollaan ”ihmisiä ihmisille”. Pahaa sanottavaa vastaajilla ei juuri



ollut. Kehityskohdat liittyivät lähinnä konttorien modernisointiin 2000-luvun aikaisiksi.

## 6.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan sen luotettavuutta eli sitä, että se voidaan toistaa samanlaisin tuloksin. Luotettavuuden varmistamiseksi otoskoon on oltava mahdollisimman suuri ja otoksen on edustettava koko perusjoukkoa. Huolellisuus ja kriittisyys ovat tutkijalle tärkeitä asioita, koska tulokset on käsiteltävä ja analysoitava oikein. (Heikkilä 2008, 30–31.)

Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä mitata sitä, mitä alun alkaen oli tarkoitus mitata. Tutkimuksen tavoitteen tarkka määrittely on validiteetin kannalta olennaista. Kyselylomakkeen kysymysten tulee olla sellaisia, joilla tutkimusongelmaan saadaan vastaus. Pätevän tutkimuksen vastausprosentti on mahdollisimman korkea ja perusjoukko sekä otos ovat tarkoin määriteltäviä (Heikkilä 2008, 29–30.)

Kyselylomakkeen kysymyksillä pyrittiin saamaan mahdollisimman laaja kokonaiskuva asiakastyytyväisyydestä. Kysymykset suunniteltiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa, jotta pankki saisi lisätietoa vahvuuksistaan ja kehitysalueistaan. Kysymykset olivat varsin selkeitä ja ainakin omasta mielestäni niihin oli helppo vastata. Viisiporainen mielipideasteikko tosin antoi joidenkin kysymysten kohdalla ehkä turhankin monta vastausvaihtoehtoa. Esimerkiksi kysymyksessä kiinnostuksesta sijoittamiseen vaihtoehto ”ei kokemusta” sai paljon kannatusta. Tämä vaihtoehto oli kysymyksessä periaatteessa turha.

Otos edusti varsin hyvin koko tutkittavaa perusjoukkoa eli pankin yksityisasiakkaita. Otokseen valittiin vastaajat satunnaisotantaa käyttäen. Vastaajiksi valikoitui kaiken ikäisiä täysi-ikäisiä asiakkaita pankin kaikista kolmesta konttorista.

Kysely lähti kaikkiaan 490 asiakkaalle. Vastauksia palautui 106 eli vastausprosentti oli noin 21. Kirjekyselyissä vastausprosentti voi monesti olla melko alhainen, mutta palautuneet vastaukset olivat kautta linjan hyvin yhdenmukaisia. Eniten vastaajia oli ikäryhmästä 51–60 vuotta mutta jokaisesta ikäryhmästä vastauksia kuitenkin tuli. Selittyneekö ikäjakauma sitten sillä, että pankin asiakkaista valtaosa kuuluu juuri kysei-

seen ikäryhmään. Suljettujen kysymysten tapaan vapaasta palautteesta huokuu joka tapauksessa asiakkaiden tyytyväisyys, joten tutkimusta voidaan siis pitää luotettavana.

## 7 PÄÄTÄNTÖ

Opinnäytetyön tekemisessä vaikein osuus oli mielestäni koko projektin aloittaminen. Sain aiheen työhöni jo oikeastaan vuotta ennen prosessin aloitusta, kun olin toimeksiantajalla eli pankissa työharjoittelussa. Toisaalta kun työnteossa pääsi kunnolla vauhtiin, eteni projekti nopealla tahdilla eteenpäin. Loppuvaiheessa työn parissa aikaa kului lukemattomia tunteja, mutta jälkikäteen on helppo todeta, ettei prosessi lainkaan ollut ylivoimainen suoritettavaksi.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää pankin tämänhetkistä asiakastyytyväisyyttä ja löytää kehityskohteita, joita parantamalla asiakastyytyväisyyttä voidaan edistää. Kuten edellä on tullut mainittua, asiakkaat ovat varsin tyytyväisiä eikä suurempia kehittämisalueita juurikaan noussut esille. Sijoittamisen palveluissa toki kehitettävää löytyi. Joidenkin vastaajan mielestä sijoittamisen tuote- ja palveluvalikoima voisi olla laajempi ja myös toimihenkilöiden asiantuntemusta sijoitusasioissa voitaisiin lisätä. Momen vastaajan kohdalla sijoittaminen ei toisaalta herättänyt edes kiinnostusta.

Mielestäni kyselylomakkeen kysymyksillä saatiin varsin kattava kokonaiskuva pankin tämänhetkisestä asiakastyytyväisyydestä. On hankalaa sanoa, olisiko esimerkiksi kysymysten erilaisella muotoilulla saatu aikaan erilaisia vastauksia. Pankin asiakkaat ovat vain yksinkertaisesti tyytyväisiä palvelun tasoon. Vastausvaihtoehtoja olisi kyllä joidenkin kysymysten kohdalla voinut miettiä tarkemmin. Esimerkiksi kysymyksessä kiinnostuneisuudesta sijoittamiseen vastausvaihtoehdon ”ei kokemusta” olisi voinut jättää kokonaan pois. Varmasti jokainen vastaaja pystyy sanomaan, onko kiinnostunut sijoittamisesta vai ei.

Asiakastyytyväisyystutkimuksia tehdään yrityksissä varsin paljon, jopa vuosittain. Tutkimus ei koskaan mene hukkaan, koska sen avulla saadaan ajankohtaista tietoa toiminnasta tietyllä hetkellä. Toimintaa on hankala kehittää tutkimatta ilmiötä ollenkaan. Vastaisuudessakin pankissa kannattaa säännöllisesti mitata asiakastyytyväisyyt-

tä ja eritoten sijoitustoiminnan kehittämisellä aikaansaatuja muutoksia on syytä tulevaisuudessa selvittää.

## LÄHTEET

Asiakastyytyväisyystutkimus. 2012. Entersol. WWW-dokumentti.  
<http://www.entersol.fi/Tuotteet/Tutkimuspalvelut/Asiakastyytyv%C3%A4isyystutkimukset/tabid/78/Default.aspx>. Luettu 20.11.2012.

ASP-tili. 2012. Finanssivalvonta. WWW-dokumentti.  
<http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Tuotteita/Talletukset/ASP-tili/Pages/Default.aspx>. Luettu 4.11.2012.

Elomaa, Arto 1998. Keskuspankki ja rahapolitiikka. Teoksessa Suomen Pankkiyhdistys (toim.) Pankkitoiminta Suomessa. Suomen Pankkiyhdistys. 18 – 33.

Halinen-Kaila, Aino 1997. Asiakaslähtöisyys ja hyvä asiakassuhde yrityspalveluissa. Teoksessa Vuokko, Pirjo (toim.) Avaimena asiakaslähtöisyys. Helsinki: Edita, 102 – 128.

Halme, Liisa 2005. Studia monetaria 17.5.2005: Pankkikriisi 1990-luvun Suomessa. WWW-dokumentti.  
[http://www.rahamuseo.fi/monetaria/studia\\_monetaria\\_halme\\_2005.pdf](http://www.rahamuseo.fi/monetaria/studia_monetaria_halme_2005.pdf). Luettu 2.11.2012.

Heikkilä, Tarja 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2003. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Hämäläinen, Jukka 1999. Luonnollinen palvelu. Kuopio: Luma.

Joukkolainojen ABC. 2012. Nordea. WWW-dokumentti.  
<http://www.nordea.fi/Yritykset+ja+yhteis%C3%B6t/Sijoittaminen/Joukkolainat+ja+si-joitusobligaatiot/Joukkolainojen+ABC/1429842.html>. Luettu 2.11.2012.

Kontinen, Kalevi 1998. Pankin yrityssuunnittelu. Teoksessa Suomen Pankkiyhdistys (toim.) Pankkitoiminta Suomessa. Suomen Pankkiyhdistys. 48 - 54.

Kontkanen, Erkki 2009. Pankkitoiminnan käsikirja. Helsinki: Finanssi- ja vakuutus-kustannus Finva.

Lahti, Pirkko 1998. Puhuva vaaka, Hyvän asiakaspalvelun opas. Helsinki: SMS-Tuotanto.

Lahtinen, Jukka & Isoviita, Antti 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Tampere: Avaintulos.

Laine, Leif 1998. Vähittäispankkitoiminta. Teoksessa Suomen Pankkiyhdistys (toim.) Pankkitoiminta Suomessa. Suomen Pankkiyhdistys. 63 - 75.

Lepola, Reija, Pulkkinen, Irma, Raivio, Liisa, Selinheimo, Raili & Sulkanen, Linnea 1998. Asiakaspalvelu. Porvoo: WSOY.

Mikä on talletussuojarahasto? 2012. Talletussuojarahasto. WWW-dokumentti.  
<http://talletussuoja.fi/Sivut/default.aspx>. Luettu 7.11.2012.

Nykypäivän asiakaspalvelun haasteet. 2012. Asiakaspalvelu.org. WWW-dokumentti.  
[http://www.asiakaspalvelu.org/Asiakaspalvelijana\\_tyoeelaemaessae\\_\\_d4011.html](http://www.asiakaspalvelu.org/Asiakaspalvelijana_tyoeelaemaessae__d4011.html).  
Luettu 11.11.2012.

Pankit Suomessa 2011. 2012. Finanssialan Keskusliitto. PDF-dokumentti.  
[http://www.fkl.fi/materiaalipankki/julkaisut/Julkaisut/Pankit\\_Suomessa\\_2011.pdf](http://www.fkl.fi/materiaalipankki/julkaisut/Julkaisut/Pankit_Suomessa_2011.pdf).  
Luettu 7.11.2012.

Pankki- ja vakuutusala. 2012. Työvoimatoimisto. WWW-dokumentti.  
<http://www.mol.fi/avo/alat/26.htm>. Luettu 25.10.2012.

Pankkitoiminta. 2012. Suomen Pankki. WWW-dokumentti.  
<http://www.suomenpankki.fi/fi/pankkitoiminta/pages/default.aspx>. Luettu 2.11.2012.

Säästöpankkilaki. 2012. Finlex. WWW-dokumentti.  
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20011502>. Luettu 5.11.2012.

Toiminnan perusta. 2012. Säästöpankki. WWW-dokumentti.  
<https://www.saastopankki.fi/historia>. Luettu 25.10.2012.

Uotila, Lauri 1998. Pankit ja rahoituksen välitys. Teoksessa Suomen Pankkiyhdistys (toim.) Pankkitoiminta Suomessa. Suomen Pankkiyhdistys. 34 - 47.

Ylikoski, Tuire, Järvinen, Raija & Rosti, Pirre 2006. Hyvä asiakaspalvelu. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus.

Arvoisa asiakas!

Tämän kyselyn tavoitteena on selvittää pankin x asiakastytyvääisyyttä. Kysely on osa opinnäytetyötäni Mikkelin ammattikorkeakoululle. Kyselyn tarkoituksena on selvittää pankin asiakaspalvelun laatua ja tulosten perusteella pankki voi kehittää asiakaspalveluaan vastaamaan paremmin asiakkaidensa odotuksia.

Kysely koostuu monivalintakysymyksistä, joihin vastaamiseen löytyy ohjeet lomakkeesta. Lisäksi voitte kertoa vapaasti mielipiteitänne sekä kehittämissuhteita kyselyn lopussa olevassa avoimessa kysymyksessä. Kyselyyn vastataan nimettömästi ja saadut tiedot käsitellään luottamuksellisesti. Yksittäiset vastaukset eivät näy tutkimuksessa, vaan tulokset ovat yhteenvetoja kaikista vastauksista. Lisätietoja tutkimuksesta saatte halutessanne alla olevasta sähköpostiosoitteesta.

Parhaat kiitokset vastauksestanne jo etukäteen!

Ystävällisin terveisin,

Antti Kauppi

([antti.kauppi@mail.mamk.fi](mailto:antti.kauppi@mail.mamk.fi))

Asiakastytyväisyystutkimus

Pankki x

Mikkelin ammattikorkeakoulu / Antti Kauppi

### **Taustatiedot**

Vastatkaa ympyröimällä sopivin vaihtoehto

1. Sukupuoli  
1 = Nainen  
3 = Mies
2. Ikä  
1 = 18 – 25 v  
2 = 26 – 35 v  
3 = 36 – 50 v  
4 = 51 – 60 v  
5 = 61 – 70 v  
6 = yli 70 v.
3. Konttori, jossa pääsääntöisesti asioitte  
1 = Konttori 1  
2 = Konttori 2  
3 = Konttori 3
4. Kuinka kauan olette olleet pankin x asiakkaana?  
1 = Alle 5 vuotta  
2 = 5-10 vuotta  
3 = 11-20 vuotta  
4 = 21-30 vuotta  
5 = Yli 30 vuotta

Vastatkaa seuraaviin väittämiin asteikon 1-5 avulla ympyröiden sopivin vaihtoehto

- 1 = Olen täysin samaa mieltä
- 2 = Olen jokseenkin samaa mieltä
- 3 = Olen jokseenkin eri mieltä
- 4 = Olen täysin eri mieltä
- 5 = Ei kokemusta

### **Henkilökunta ja asiakaspalvelu**

5. Pankissa x on helppo asioida  
1            2            3            4            5
6. Henkilöstö on mielestäni motivoitunutta ja ammattitaitoista  
1            2            3            4            5

7. Asiakaspalvelu on ystävällistä

1            2            3            4            5

**Konttori**

8. Aukioloajat ovat sopivat

1            2            3            4            5

9. Kassapalveluiden aukioloajat ovat sopivat

1            2            3            4            5

10. Jonotusajat konttorissa ovat lyhyet

1            2            3            4            5

11. Pankki x on mielestäni luotettava pankki

1            2            3            4            5

12. Konttori on siisti ja asianmukainen

1            2            3            4            5

13. Radion kuunteleminen on mukavaa odottaessani vuoroani

1            2            3            4            5

14. Konttorissa olisi hyvä olla erilliset neuvottelutilat asiointiin

1            2            3            4            5

**Tuotteet ja palvelut**

15. Minulla on käytössä tarvitsemani tuotteet ja palvelut

1            2            3            4            5

16. Henkilökunta ymmärtää tarpeeni ja tarjoaa minulle oikeat palvelut

1            2            3            4            5

17. Luotan pankkipalveluihin ja henkilökunnan asiantuntemukseen laina-asioissa

1            2            3            4            5

18. Luotan pankkipalveluihin ja henkilökunnan asiantuntemukseen sijoitusasioissa

1            2            3            4            5



**LIITE 2(3).**  
**Kyselylomake**

19. Pankin sijoitustuotteet ovat riittävän laajat  
1                      2                      3                      4                      5

20. Olen kiinnostunut sijoittamisen palveluista  
1                      2                      3                      4                      5

21. Minulle on tarjottu sijoitustuotteita  
1                      2                      3                      4                      5

22. Palvelutapahtuma on pääsääntöisesti onnistunut ja olen saanut vastaukset kysymyksiini nopeasti esim. verkkopankin kautta  
1                      2                      3                      4                      5

23. Minuun ollaan riittävästi yhteydessä pankista  
1                      2                      3                      4                      5

24. Vapaa sana

Yhteydenottopyyntö ja yhteystiedot halutessanne

Parhaat kiitokset vastauksistanne!

**Vastaajan sukupuoli**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Nainen	57	53,8	56,4
Mies	44	41,5	43,6
Vastanneita	101	95,3	100,0
Ei vastausta	5	4,7	
Yhteensä	106	100,0	

**Vastaajan ikäryhmä**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
18-25 v	6	5,7	5,7
26-35 v	8	7,5	7,6
36-50 v	21	19,8	20,0
51-60 v	28	26,4	26,7
61-70 v	23	21,7	21,9
yli 70 v	19	17,9	18,1
Vastanneita	105	99,1	100,0
Ei vastausta	1	,9	
Yhteensä	106	100,0	

**Vastaajan asiointikonttori**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista
Konttori 1	31	29,2
Konttori 2	43	40,6
Konttori 3	32	30,2
Yhteensä	106	100,0

**Vastaajan asiakassuhteen pituus**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista
alle 5 v	13	12,3
5-10 v	39	36,8
11-20 v	28	26,4
21-30 v	11	10,4
yli 30 v	15	14,2
Yhteensä	106	100,0

**Asiointi on helppoa**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista
Olen täysin samaa mieltä	88	83,0
Olen jokseenkin samaa mieltä	13	12,3
Olen jokseenkin eri mieltä	3	2,8
Olen täysin eri mieltä	1	,9
Ei kokemusta	1	,9
Yhteensä	106	100,0

**Henkilöstö on motivoitunutta ja ammattitaitoista**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista
Olen täysin samaa mieltä	79	74,5
Olen jokseenkin samaa mieltä	23	21,7
Olen jokseenkin eri mieltä	1	,9
Olen täysin eri mieltä	3	2,8
Yhteensä	106	100,0

**Asiakaspalvelu on ystävällistä**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista
Olen täysin samaa mieltä	97	91,5
Olen jokseenkin samaa mieltä	4	3,8
Olen jokseenkin eri mieltä	2	1,9
Olen täysin eri mieltä	2	1,9
Ei kokemusta	1	,9
Yhteensä	106	100,0

**Aukioloajat ovat sopivat**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista
Olen täysin samaa mieltä	64	60,4
Olen jokseenkin samaa mieltä	28	26,4
Olen jokseenkin eri mieltä	8	7,5
Olen täysin eri mieltä	3	2,8
Ei kokemusta	3	2,8
Yhteensä	106	100,0

**Kassapalvelujen aukioloajat ovat sopivat**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista
Olen täysin samaa mieltä	66	62,3
Olen jokseenkin samaa mieltä	28	26,4
Olen jokseenkin eri mieltä	5	4,7
Olen täysin eri mieltä	3	2,8
Ei kokemusta	4	3,8
Yhteensä	106	100,0

## Jakaumataulukot

## Jonotusajat ovat lyhyet

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Olen täysin samaa mieltä	84	79,2	80,0
Olen jokseenkin samaa mieltä	14	13,2	13,3
Olen jokseenkin eri mieltä	1	,9	1,0
Olen täysin eri mieltä	1	,9	1,0
Ei kokemusta	5	4,7	4,8
Vastanneita	105	99,1	100,0
Ei vastausta	1	,9	
Yhteensä	106	100,0	

## Pankki on luotettava

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista
Olen täysin samaa mieltä	81	76,4
Olen jokseenkin samaa mieltä	20	18,9
Olen jokseenkin eri mieltä	3	2,8
Olen täysin eri mieltä	1	,9
Ei kokemusta	1	,9
Yhteensä	106	100,0

## Konttori on siisti ja asianmukainen

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Olen täysin samaa mieltä	87	82,1	82,9
Olen jokseenkin samaa mieltä	13	12,3	12,4
Olen jokseenkin eri mieltä	3	2,8	2,9
Ei kokemusta	2	1,9	1,9
Vastanneita	105	99,1	100,0
Ei vastausta	1	,9	
Yhteensä	106	100,0	

**Radion kuuntelu on mukavaa**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Olen täysin samaa mieltä	33	31,1	31,4
Olen jokseenkin samaa mieltä	26	24,5	24,8
Olen jokseenkin eri mieltä	10	9,4	9,5
Olen täysin eri mieltä	4	3,8	3,8
Ei kokemusta	32	30,2	30,5
Vastanneita	105	99,1	100,0
Ei vastausta	1	,9	
Yhteensä	106	100,0	

**Konttoriin erilliset neuvottelutilat**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Olen täysin samaa mieltä	29	27,4	28,4
Olen jokseenkin samaa mieltä	40	37,7	39,2
Olen jokseenkin eri mieltä	19	17,9	18,6
Olen täysin eri mieltä	8	7,5	7,8
Ei kokemusta	6	5,7	5,9
Vastanneita	102	96,2	100,0
Ei vastausta	4	3,8	
Yhteensä	106	100,0	

**Käytössä ovat tarvitsemani tuotteet ja palvelut**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Olen täysin samaa mieltä	72	67,9	69,9
Olen jokseenkin samaa mieltä	27	25,5	26,2
Olen jokseenkin eri mieltä	1	,9	1,0
Olen täysin eri mieltä	2	1,9	1,9
Ei kokemusta	1	,9	1,0
Vastanneita	103	97,2	100,0
Ei vastausta	3	2,8	
Yhteensä	106	100,0	

**Tarpeeni ymmärretään pankissa**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista
Olen täysin samaa mieltä	65	61,3
Olen jokseenkin samaa mieltä	34	32,1
Olen jokseenkin eri mieltä	1	,9
Olen täysin eri mieltä	4	3,8
Ei kokemusta	2	1,9
Yhteensä	106	100,0

**Luotan laina-asioissa toimihenkilöihin**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Olen täysin samaa mieltä	61	57,5	58,7
Olen jokseenkin samaa mieltä	25	23,6	24,0
Olen jokseenkin eri mieltä	2	1,9	1,9
Olen täysin eri mieltä	3	2,8	2,9
Ei kokemusta	13	12,3	12,5
Vastanneita	104	98,1	100,0
Ei vastausta	2	1,9	
Yhteensä	106	100,0	

**Luotan sijoitusasioissa toimihenkilöihin**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista
Olen täysin samaa mieltä	27	25,5
Olen jokseenkin samaa mieltä	32	30,2
Olen jokseenkin eri mieltä	11	10,4
Olen täysin eri mieltä	5	4,7
Ei kokemusta	31	29,2
Yhteensä	106	100,0

**Sijoitustuotteet ovat riittävän laajat**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Olen täysin samaa mieltä	16	15,1	15,4
Olen jokseenkin samaa mieltä	23	21,7	22,1
Olen jokseenkin eri mieltä	14	13,2	13,5
Olen täysin eri mieltä	4	3,8	3,8
Ei kokemusta	47	44,3	45,2
Vastanneita	104	98,1	100,0
Ei vastausta	2	1,9	
Yhteensä	106	100,0	

**Olen kiinnostunut sijoittamisesta**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Olen täysin samaa mieltä	15	14,2	14,7
Olen jokseenkin samaa mieltä	21	19,8	20,6
Olen jokseenkin eri mieltä	18	17,0	17,6
Olen täysin eri mieltä	14	13,2	13,7
Ei kokemusta	34	32,1	33,3
Vastanneita	102	96,2	100,0
Ei vastausta	4	3,8	
Yhteensä	106	100,0	

**Minulle on tarjottu sijoitustuotteita**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Olen täysin samaa mieltä	14	13,2	13,5
Olen jokseenkin samaa mieltä	24	22,6	23,1
Olen jokseenkin eri mieltä	15	14,2	14,4
Olen täysin eri mieltä	15	14,2	14,4
Ei kokemusta	36	34,0	34,6
Vastanneita	104	98,1	100,0
Ei vastausta	2	1,9	
Yhteensä	106	100,0	



**Palvelutapahtuma on pääsääntöisesti onnistunut**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Olen täysin samaa mieltä	51	48,1	50,0
Olen jokseenkin samaa mieltä	25	23,6	24,5
Olen jokseenkin eri mieltä	5	4,7	4,9
Olen täysin eri mieltä	3	2,8	2,9
Ei kokemusta	18	17,0	17,6
Vastanneita	102	96,2	100,0
Ei vastausta	4	3,8	
Yhteensä	106	100,0	

**Minuun ollaan riittävästi yhteydessä pankista**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Olen täysin samaa mieltä	61	57,5	59,2
Olen jokseenkin samaa mieltä	30	28,3	29,1
Olen jokseenkin eri mieltä	7	6,6	6,8
Olen täysin eri mieltä	2	1,9	1,9
Ei kokemusta	3	2,8	2,9
Vastanneita	103	97,2	100,0
Ei vastausta	3	2,8	
Yhteensä	106	100,0	

**Kiinnostuneisuus sijoittamiseen sukupuolten mukaan**

		Olen kiinnostunut sijoittamisesta					Yhteensä
		Olen täysin samaa mieltä	Olen jokseenkin samaa mieltä	Olen jokseenkin eri mieltä	Olen täysin eri mieltä	Ei kokemusta	
Nainen	Lukumäärä	7	9	11	10	17	54
	% sukupuolen sisällä	13,0%	16,7%	20,4%	18,5%	31,5%	100,0%
Mies	Lukumäärä	8	12	7	4	12	43
	% sukupuolen sisällä	18,6%	27,9%	16,3%	9,3%	27,9%	100,0%
Yhteensä	Lukumäärä	15	21	18	14	29	97
	% kaikista vastauksista	15,5%	21,6%	18,6%	14,4%	29,9%	100,0%

**LIITE 3(9).**  
**Jakaumataulukot**