Riikka Mäkynen ja Johanna Pyykkönen

RAHOITUSLAITOKSEN IMAGON TUTKIMINEN CASE: OP KAINUU

Tradenomi

Syksy

2015

KAJAANIN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

KAJAANIN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

TIIVISTELMÄ

Tekijät: Riikka Mäkynen ja Johanna Pyykkönen

Työn nimi: Rahoituslaitoksen imagon tutkiminen

Tutkintonimike: Tradenomi

Asiasanat: imago, brändi, maine, yrityskuva, mielikuva, visuaalisuus, näkyvyys

Opinnäytetyön tavoite oli tutkia OP Kainuun imagoa sen asiakkaiden näkökulmasta. Tavoitteena oli antaa toimeksiantajalle uutta tietoa sen imagosta ja siitä, miten imago näyttäytyy sen asiakkaille. Tutkimuksessa verrattiin myös tutkimustuloksia eri asiakasryhmien kesken.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkastellaan imagoa ja sen lähikäsitteitä brändiä, mainetta ja yrityskuvaa. Lisäksi teoriaosuudessa käsitellään imagoon vaikuttavia tekijöitä ja imagon rakentamista, tutkimista sekä kehittämistä.

Tutkimusaineisto kerättiin sähköisellä – ja paperillisella kyselomakkeella. Sähköinen kyselylomake toteutettiin Digium-ohjelmalla, jonka linkkiä mainostettiin OP Kainuun Facebook-sivuilla. Tutkijat jakoivat paperista kyselylomaketta OP Kainuun toimitiloissa. Sähköisen- ja paperisen kyselylomakkeen tiedot koottiin SPSS-ohjelmistoon. Tutkimustuloksia myös ristiintaulukoitiin SPSS-ohjelmistolla.

Tavoitteena oli tuottaa selkeä kirjallinen esitys toimeksiantajan imagosta sen asiakkaiden näkökulmasta, jonka avulla toimeksiantaja voi verrata saatuja tuloksia tavoiteimagoon.

KAJAANIN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

ABSTRACT

Authors: Riikka Mäkynen and Johanna Pyykkönen

Title of the Publication: Examination of the financial institution's image

Degree title: Bachelor of Business Administration

Keywords: image, brand, reputation, corporate image, visuality, visibility

The purpose of this study was research OP Kainuu's image customer's point of view. The aim of the study was to give new information to OP Kainuu about their image. In this study examiners compare research results between different customer groups.

The theoretical part of this study includes theory about image and related concepts of image as brand and reputation. Study's theoretical part also presents factors which affect image, and how to build, explore and develop company's image.

Research data has collected electric- and paper questionnaire. Electric questionnaire was made by Digium-sofware. Electric questionnaire's link was advertised in OP Kainuu's Facebook-page. Researchers were handing out paper questionnaires at OP Kainuu's office. Electric and paper questionnaire's data were collected to SPSS-software. Researchers also made crosstabs about of research results. The results of the study and development suggestions will be given to OP Kainuu.

The aim of this study is give a clear written presentation about OP Kainuus' image customer's point of view. OP Kainuu can compare this study's results to their target image.

ALKUSANAT

Tutkijat haluavat kiittää toimeksiantajaa mielenkiintoisesta opinnäytetyönaiheesta ja tuesta opinnäytetyön aikana. Kiitoksen ansaitsee myös opinnäytetyönohjaaja Mervi Väisänen, joka on myös ollut suurena apuna opinnäytetyön aikana.

Lisäksi Riikka kiittää Johanna ja Johanna kiittää Riikkaa.

Kajaanissa 24.11.2015

Riikka Mäkynen ja Johanna Pyykkönen

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO 1

2 IMAGO 3
2.1 Imagon muodostuminen 4
2.2 Yrityksen imagon kehittäminen 7
2.3 Imagon tutkiminen 11
2.4 Imagon lähikäsitteet 12

3 OP KAINUUSEEN LIITTYVIEN MIELIKUVIEN TUTKIMINEN 23
3.1 Tutkimuksen tausta 23
3.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma 24
3.3 Tutkimuksen toteutus 25
3.4 Tutkimuksen luotettavuus 26
3.5 Tutkimustulosten virhemahdollisuudet ja työvaiheet 27

4 IMAGOTUTKIMUKSEN TULOKSET 28
4.1 Taustatiedot 28
4.2 Pankkiasiakkuus 31
4.3 Mielikuvat 35
4.4 Väittämät 67
4.5 OP Kainuun näkyvyys 89
4.6 Avoimet kysymykset 91

5 TULOSTEN YHTEENVETO 92

6 POHDINTA 94

LÄHTEET 97

LIITTEET

1 JOHDANTO

Nykyään erottuminen ja kilpaileminen yritysten välillä on haastavaa. Imago on yksi erottumisen keino ja se toimii myös kilpailuetuna. Yritysten tulee olla tietoisia imagostaan, jotta ne voivat kehittää sitä kohti tavoittelemaansa imagoa. Yrityksen perehtyminen imagon rakentamiseen auttaa yritystä saavuttamaan tavoitellun imagon. Imagon rakentaminen ei ole yksiselitteinen prosessi, vaan se koostuu useasta eri vaiheista ja toimista.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana on OP Kainuu. Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia OP Kainuun imagoa sen henkilöasiakkaiden näkökulmasta. OP Kainuun imagoa ei ole aiemmin tutkittu, joten tutkimus tuo toimeksiantajalle uutta tietoa imagostaan. Tutkimuksen ajankohta oli myös otollinen, sillä OP Kainuun on käynyt läpi toiminnallisia muutoksia yhdistyessään OP Sotkamon kanssa vuonna 2015. Lisäksi OP Kainuu on panostanut kuluvan vuoden aikana aiempaa enemmän markkinointiinsa 100. juhlavuotensa kunniaksi. Juhlavuoden hyvät teot ovat myös vaikuttaneet OP Kainuu näkyvyyteen ja imagoon.

OP Kainuu on määrittänyt strategiassaan arvoikseen ihmisläheisyyden, yhdessä menestymisen ja vastuullisuuden. Opinnäytetyössä tutkitaan näyttäytyvätkö määritellyt arvot OP Kainuun asiakkaille. Edellä esitettyjen arvojen lisäksi tutkimuksessa vastaajille on esitetty erilaisia adjektiiveja ja väittämiä, joiden sopivuutta OP Kainuuseen vastaajat arvioivat. Tutkimukseen valittiin adjektiiveja, jotka koetaan liittyvän olennaisesti pankki- ja finanssialaan. Tutkimuksessa kartoitettiin vastaajien mielipiteitä väittämillä muun muassa palveluista ja hinnoista, jotka vaikuttavat imagoon merkittävästi.

Opinnäytetyön teoriaosiossa perehdytään imagoon ja sen lähikäsitteisiin joita ovat maine, brändi sekä yrityskuva. Teoriaosassa käsitellään myös imagon muodostumista ja kehittämistä. Opinnäytetyön teoreettista viitekehystä on käytetty pohjana tutkimuksen laadinnassa ja johtopäätöksiä sekä kehitysideoita mietittäessä. Teoriaosion jälkeen opinnäytetyössä käsitellään tutkimuksen toteutuksen vaiheita. Tutkimuksen toteutusosiossa on jaoteltu tutkimuksen taustat, tavoitteet, tutkimusongelma ja tutkimuksen toteutus. Tutkimuksen lopuksi pohditaan tutkimuksen luotettavuutta ja virhemahdollisuuksia. Viimeisessä osiossa käydään läpi tutkimustulokset, kehitysideat ja johtopäätökset.

2 IMAGO

Imago ei ole käsitteenä yksiselitteinen ja usein se mielletään samankaltaiseksi brändin, maineen ja yrityskuvan kanssa. Imagon, brändin, maineen ja yrityskuvan tarkoituksena on pyrkiä kiteyttämään sidosryhmien ajatukset organisaatiosta ja sen palveluista tai tuotteista. Imago yhdistetään usein yrityskuvaan. (Aula & Heinonen 2002, 47-52.)

Ilman tunnettuutta yrityksellä ei voi olla imagoa, brändiä, mainetta tai yrityskuvaa. Imago, brändi, maine ja yrityskuva ovat kohderyhmän mielikuvia organisaatiosta. Imago perustuu kuitenkin brändiä ja mainetta enemmän visuaalisuuteen. Imagoon vaikuttavat myös mielikuvat ja uskomukset, kun taas esimerkiksi maine rakentuu mielikuvista ja kokemuksista. (Pohjola 2003, 21.)

Karkeasti voidaan sanoa, että brändi on asiakkaan kokonaisvaltainen mielikuva ja kokemus palvelusta tai tuotteesta. Brändi on siis tuotemerkki. Imago sen sijaan yhdistetään tyypillisesti yrityskuvaan. Imagon katsotaan olevan jotain, miltä tuote tai yritys haluaisi näyttää. Imago nähdään visuaalisena asiana, jota ei välttämättä tarvita ja siksi sillä on mediassa negatiivinen sävy. Maine sen sijaan vaikuttaa yrityksen kaikkiin sidosryhmiin, kuten asiakkaisiin, työntekijöihin ja mediaan. Hyvä maine kasvattaa tuotebrändien uskottavuutta asiakkaiden silmissä ja päinvastoin. (Aula & Heinonen 2002, 34-35.) Brändiä, mainetta ja yrityskuvaa käsitellään tarkemmin luvussa 2.4.

Imagon perusominaisuuksia ovat yleiset toiminnalliset tekijät, joita ovat muun muassa laatu ja palvelu. Toiminnallisten tekijöiden lisäksi myös mielikuvat eli tyylitekijät kuuluvat imagon perusominaisuuksiin. Näillä tyylitekijöillä tarkoitetaan esimerkiksi kehittyvyyttä ja nuorekkuutta. (Rope 2000, 50.)

2.1 Imagon muodostuminen

Imago muodostuu viestijän antamasta kuvasta viestin vastaanottajalle, josta vastaanottaja muodostaa subjektiivisen käsityksen yrityksestä ja sen tuotteista, palveluista sekä viestinnästä. (Lindberg & Repo 2005, 67 - 68.) Imago vastaa suomenkielessä sanaa mielikuva tai vaikutelma. Imago nähdään myös eräänlaisena julkisena kuvana yrityksestä, yhteisöstä tai henkilöstä.

Imagon katsotaan olevan mielikuva yrityksestä ja sen tuotteista ihmisten mielissä. Mielikuvaan syntyy vaikuttaa myös yrityksen identiteetti. Yrityksen identiteetti ei kuitenkaan pysty yksin rakentamaan mielikuvia, koska vastaanottajien asenteilla on myös ratkaiseva merkitys mielikuvien luomisessa. (Pohjola 2003, 22.)

Imago on kokonaisuus, joka rakentuu kokemuksista, oletuksista, vaikutelmista ja tiedoista. Imago on hyvin visuaalinen ja sen muodostumiseen pyritään usein vaikuttamaan visuaalisen viestinnän keinoin. Imago perustuu kuitenkin myös todellisuuteen ja sen myötä yrityksen todelliseen toimintaan. (Aula & Heinonen 2002, 47.)

Yrityksen imagoa rakennetaan tietoisesti. Yrityksen imagon rakentamisen perustana toimivat yrityksen omat tavoitteet. Imagon rakentaminen perustuu siihen, miltä yritys haluaa näyttää sidosryhmiensä silmissä. Yrityksen sidosryhmiä ovat muun muassa asiakkaat, henkilöstö ja kilpailijat. (Aula & Heinonen 2002, 52.)

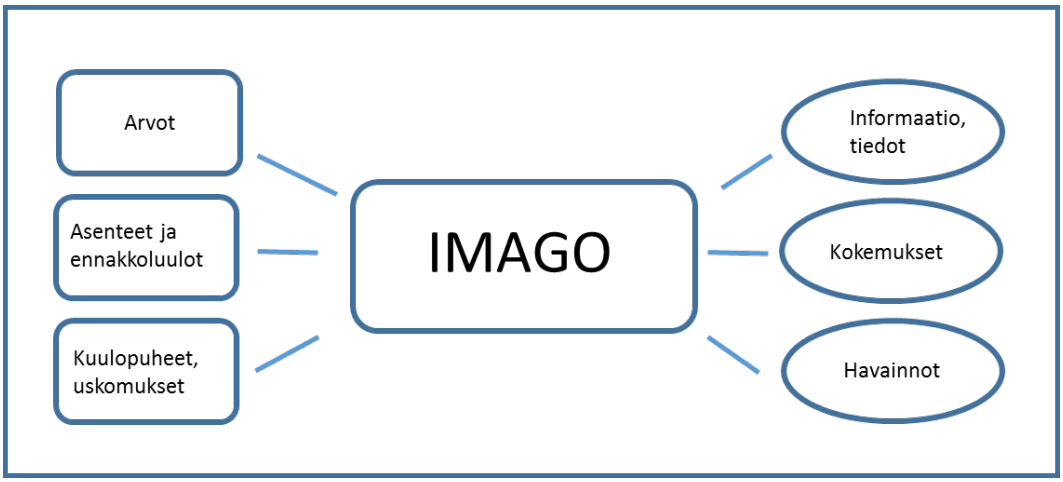
Imago rakentuu tietoisten ratkaisujen seurauksena. Ratkaisujen avulla yritykselle ja sen tarjonnalle pyritään rakentamaan vetovoima, jonka avulla yrityksellä on mahdollisuus menestyä markkinoilla. Tietoiset ratkaisut ovat osa imagotyötä, joka on markkinoinnin ydinsisältöä. Imagotyöstä voidaan puhua myös illuusiotyönä, koska mielikuvan ei tarvitse olla aivan samanlainen kuin mielikuvan kohde. Illuusiotyöllä ei voida muuttaa yrityksen mielikuvaa täysin, mutta yritykseen tai tuotteeseen voidaan tehdä eräänlaisia sävyjä imagotyöllä. (Rope 2005, 53.)

Imagoon vaikuttavat myös erilaiset elementit, jotka jaetaan kahteen ryhmään: elementit joihin yritys pystyy itse vaikuttamaan ja elementit, joihin yritys ei pysty itse suoraan vaikuttamaan. Imagon rakentumiseen vaikuttavat aina vastaanottajan luulot, asenteet ja muutokset kilpailuympäristössä ja yhteisössä. Lisäksi imagon muodostumiseen vaikuttaa myös vastaanotetun viestin virheellinen tulkinta. (Vuokko 2003, 111.)

Arvot, asenteet, ennakkoluulot, kuulopuheet ja uskomukset ovat niitä elementtejä, joihin yritys ei pysty itse suoraan vaikuttamaan. Kohderyhmän ennakkoluulojen, arvostusten ja asenteiden muuttaminen on haastavaa, koska niitä yritys ei voi kumota viestinnällään. Tällaisten käsitysten muokkaamiseen tarvitaan kokemuksia. (Vuokko 2003, 111-112.)

Rahoitusalan yritys ei voi muokata asiakkaan käsitystä yrityksestä pelkästään viestinnällä, vaan mielikuvan muokkaamiseen tarvitaan kokemuksia yrityksestä. Yritys voi vaikuttaa kohderyhmän tietoihin ja kokemuksiin yrityksestä ja sen tuotteista. Hyvä imago muodostuu onnistuneesta toiminnasta ja viestinnästä. Toiminnan tulee olla onnistunutta organisaation sisällä ja ulkopuolella. Viestinnän toteutuksen ja suunnittelun tulee pohjautua imagotavoitteisiin. Viestinnän vastatessa sille asetettuihin tavoitteisiin se auttaa yritystä imagon rakentamisessa.

Yksilöllä, yhteisöllä ja sidosryhmillä on yleensä erilainen kuva yrityksestä. Yrityksen luomaan imagoon vaikuttaa se, mihin sidosryhmään vastaanottaja kuuluu. Yrityskuva muodostuu niiden tekijöiden pohjalta, jotka ovat merkittävässä asemassa sidosryhmän ja yrityksen välisissä suhteissa. Esimerkiksi asiakas arvostaa tuotteen laatua, kun taas alihankkijat arvostavat yrityksen maksuvalmiutta. Sidossuhteiden erilaisuuden takia yrityksen on mahdotonta luoda itsestään samanlaista imagoa jokaiselle sidosryhmälle. Tämän vuoksi kaikki sidosryhmät eivät välttämättä suhtaudu yritykseen imagoon yhtä myönteisesti. Yrityksen tulisi kuitenkin määritellä perusimagonsa ja toimia niin, että eri sidosryhmien muodostama imago sisältäisi yrityksen perusimagon osia. (Vuokko 2003, 111-112.)



Kuva 1. Imagon elementit (Vuokko 2003, 111)

Imagon muodostumisen kolme tasoa

Imagon muodostuminen voidaan jakaa kolmeen eri tasoon. Imagon tasoja ovat puhdas mielikuva, pysyvä mielikuva ja sisäinen totuus. *Puhdas mielikuva* muodostuu arvovapaasta näkemyksestä ja käsityksestä sekä ajatuksesta. Lisäksi puhdas mielikuva muodostuu saadun informaation pohjalta luodusta käsityksestä, jonka vastaanottaja näkee ”sielunsa silmin.” Puhdas mielikuva rakentuu ilman tunne-elementtiä eli vastaanottajalla ei ole ennakko-odotuksia imagosta. Esimerkiksi radiojuontajan ulkonäöstä muodostuu kuuntelijalle puhdas mielikuva. (Mether & Rope 1991, 35.)

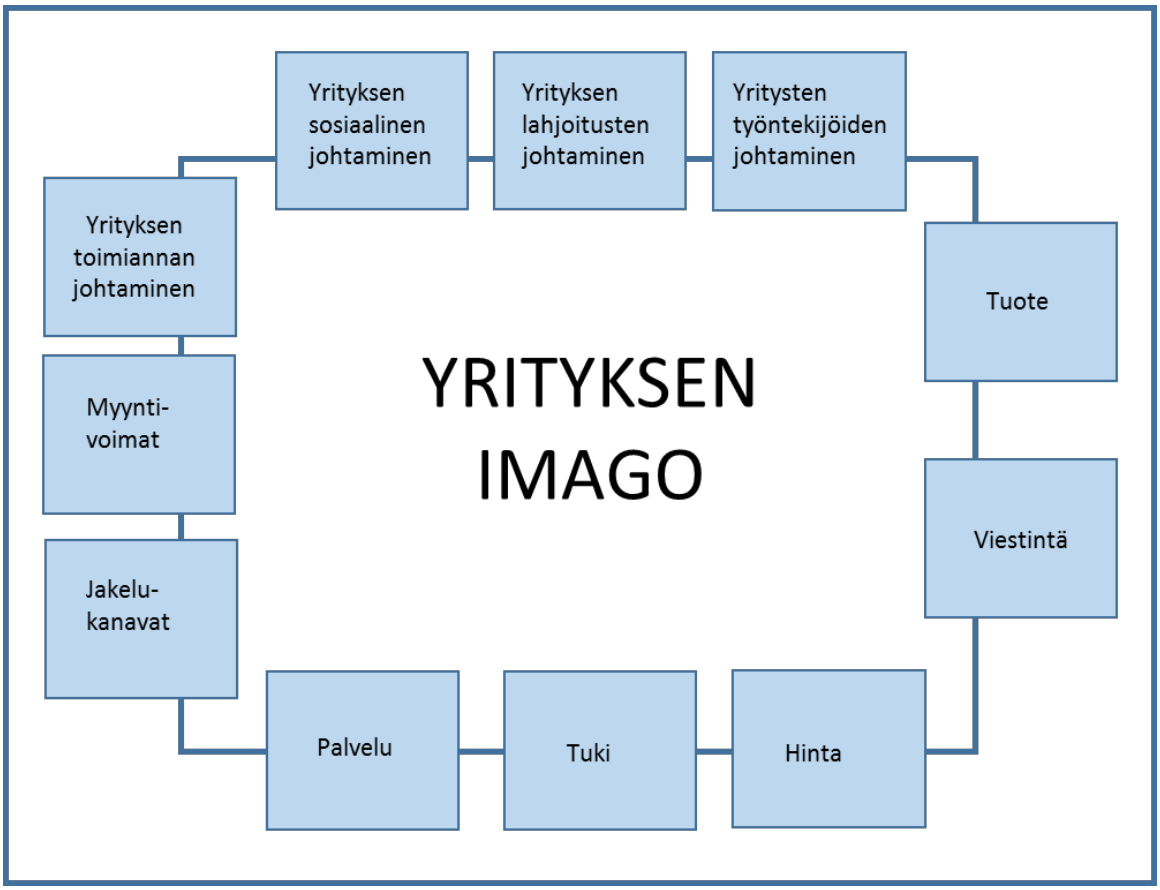
Pysyvä mielikuva muodostuu puhtaasta mielikuvasta ja asenteesta. Asenne voi liittää mielikuvaan positiivisia tai negatiivisia tunteita. Pysyvä mielikuva saattaa olla nimenä harhaanjohtava. Pysyvä mielikuva ei kuitenkaan ole pysyvä, mutta se kestää pitkään ja sitä vaikea muuttaa. (Mether & Rope 1991, 35.)

Sisäinen totuus muodostuu pysyvästä mielikuvasta ja uskosta siihen. Mielikuvat ja niihin uskominen muodostavat ihmisen henkilökohtaisen maailman. Mielikuvaan uskotaan vasta, kun pysyvästä mielikuvasta on muodostunut niin sanottu sisäinen totuus. (Mether & Rope 1991, 35.)

2.2 Yrityksen imagon kehittäminen

Imago on riippuvainen monista eri tekijöistä (kuva 2). Imagoon vaikuttavien tekijöiden avulla yritys kommunikoi asiakkaidensa kanssa. Tällaisia tekijöitä ovat muun muassa yrityksen tuotteet, toimenpiteet ja toimintatavat. (Lindberg-Repo 2005, 206.)

Yrityksen imagoon (kuva 2) vaikuttavia tekijöitä on pyrittävä johtamaan kokonaisvaltaisesti ja yhtenäisesti. Kokonaisvaltaisen ja yhtenäisen johtamisen avulla yritys voi kehittää imagoaan. Muun muassa viestintää, johon kuuluvat mainonta, julkisuus ja promootio tulee johtaa yhtenäisesti ja suunnitelmallisesti imagon kehittämiseksi. Yrityksen johdon tulee huomioida imagon kehittämisessä myös yrityksen sosiaalinen johtaminen, lahjoitusten johtaminen, työntekijöiden johtaminen sekä yrityksen toiminnanjohtaminen. Yritysimagon syntymiseen puolestaan vaikuttavat merkittävästi viestintä, hinta ja tuotteen ominaisuudet. Imagon kehittämiseen vaikuttaa myös merkittävästi myyntivoimat, jakelukanavat ja kompetenssit. (Lindberg-Repo 2005, 206-208.)



Kuva 2. Yrityksen imagoon vaikuttavat tekijät (Lindberg-Repo 2005, 207.)

Yrityksen liikeidea toimii imagon kehittämisen perustana. Liikeidea määrittelee mahdollisuudet, odotukset ja edellytykset joiden avulla imagoa voidaan kehittää. Asiakkaiden odotusten mukainen liikeidea määrittelee rajat yrityksen imagon rakentamiselle. Tällöin resurssit määrittelevät sen, mitä ominaisuuksiaan yritys voi kehittää ja miten. Resurssit jaetaan *määrällisiin* ja *laadullisiin resursseihin.* Laadullisilla ja määrällisillä resursseilla on erilaiset merkitykset imagon rakentamisessa. Määrälliset resurssit rajaavat sen, kuinka montaa ominaisuutta voidaan kehittää. Laadulliset resurssit määrittelevät mitä tekijöitä on kannattavinta kehittää yrityksen imagon rakentamisessa. Tärkeimpiä imagoon vaikuttavia tekijöitä ovat ne tekijät, joiden avulla on helpointa kehittää yrityksen ylivoimaisuutta kilpailijoihin nähden. (Mether & Rope 1991, 145-146.)

Yleinen käsitys on, että imago muodostuu toiminnan seurauksena. Yrityksen toiminta vaikuttaa imagon muodostumiseen, mutta imago tulisi ennen kaikkea nähdä päämääränä. Imagon päämäärä tulisi määrittää ennen yrityksen markkinoinnillisia toimintaratkaisuja ja tuotesisältöjä. Yrityksen toimintaratkaisuja mietittäessä tulee asettaa imagon päämäärät, jotta imagoa on mahdollista rakentaa onnistuneesti. (Rope 2005, 53.)

Yrityksen on huomioitava, että nykyään media on yksi voimakkaimmista imagon rakentajista. Medialle on tyypillistä, ettei se yleensä rakenna positiivista kuvaa yrityksestä. Media on myös keskeisessä asemassa ihmisten elämässä ja sen parissa vietetty aika lisääntyy vuosi vuodelta. (Karvonen 1999, 22)

Imagon kehittämisen strategiat ja vaiheet

Ropen ja Metherin (1991, 155-158.) mukaan imagon kehittämiseen on kaksi strategiaa:

1. *Heikkojen ominaisuuksien pelastamisen -strategia*, jossa kohotetaan imagon heikkoja ominaisuuksia. Strategiassa pyritään vahvistamaan heikkoja ominaisuuksia kilpailijoiden tasolle.

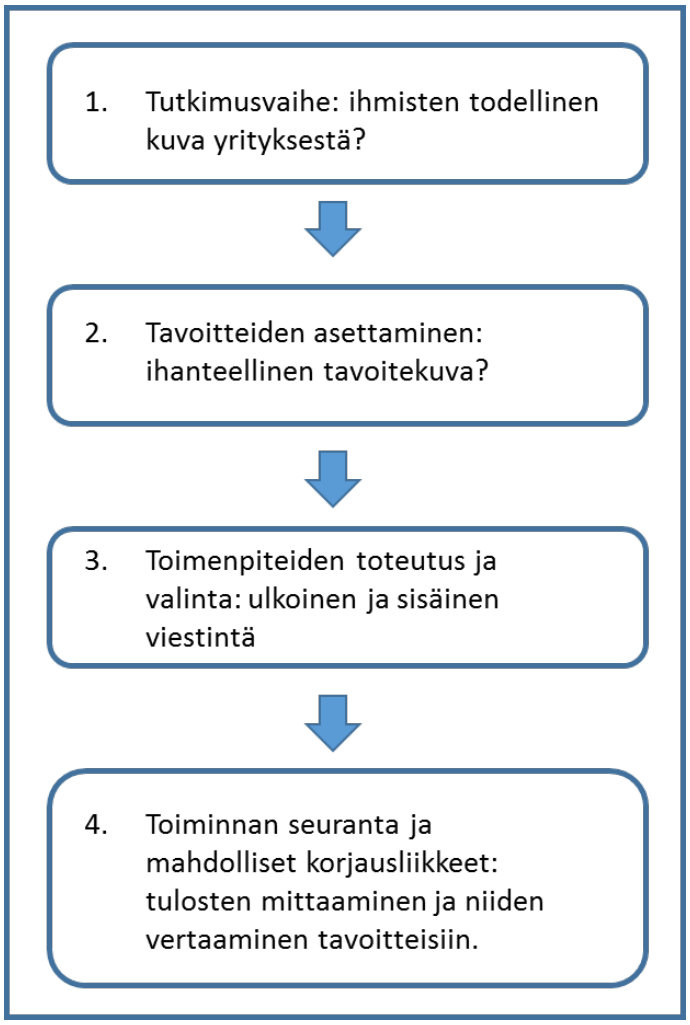
2. *Myyntivalttien luomisen -strategia*, jossa vahvistetaan olemassa olevia vahvuuksia ylivoimaksiksi kilpailijoihin nähden.

Yrityksen käyttävät heikkojen ominaisuuksien pelastamisen -strategiaa enemmän. Yleensä yritys ei usko toimintansa olevan niin heikkoa, kuin yrityksen mielikuva ilmaisee. Strategian heikkoutena on, että imagon ominaisuudet ovat usein käänteisesti liitetty toisiinsa ja tämän seurauksena kokonaismielikuvan vahvistaminen on haastavaa. Heikkojen ominaisuuksia pelastamisen -strategian avulla ei pystytä saavuttamaan ylivoimaista kilpailuetua, toisin kuin myyntivalttien luomisen -strategialla. (Mether & Rope 1991, 155-157.)

Myyntivalttien luominen -strategiassa yrityksen on erilaistettava itsensä kilpailijoista. Myyntivalttien luomisen –strategiassa yrityksen tulee tiedostaa kilpailijoiden

osaaminen ja osaamattomuus. Kilpailijan osaamattomuus antaa yritykselle mahdollisuuden korostaa omaa ylivoimaisuuttaan. Myyntivalttien luomisen-strategian avulla yritys luo myyntivaltit, joilla se on kannattava ja ylivoimainen kilpailijoihin verrattuna. Myyntivalttien luomisen -strategian tavoitteena on olla yhdessä asiassa paras. (Mether & Rope 1991, 155-157.)

Imagon kehittämisessä (kuva 3) on yleensä neljä vaihetta. Ensimmäisessä vaiheessa selvitetään ihmisten mielikuva yrityksestä. Tämän jälkeen luonnehditaan yritykselle ihanteellinen tavoitekuva. Tavoitekuvaa luonnehdittaessa pohditaan, miten olemassa oleva kuva eroaa ihanteellisesta tavoitekuvasta. Kolmannessa vaiheessa aloitetaan toimenpiteet, joilla pyritään rakentamaan olemassa oleva imago vastaamaan tavoiteltua imagoa eli ihanteellista mielikuvaa. Viimeisessä vaiheessa tutkitaan, miten edellä mainitut toimet vaikuttavat imagoon. Jos imago ei kuitenkaan ole kehittynyt haluttuun suuntaan, tulee toimintoja kehittää. Tällaista imagon kehittämismallia sovelletaan yleensä organisaation tai työyhteisöön, mutta mallia voidaan soveltaa myös tuotteisiin tai yksityisiin henkilöihin. (Karvonen 1999, 118).

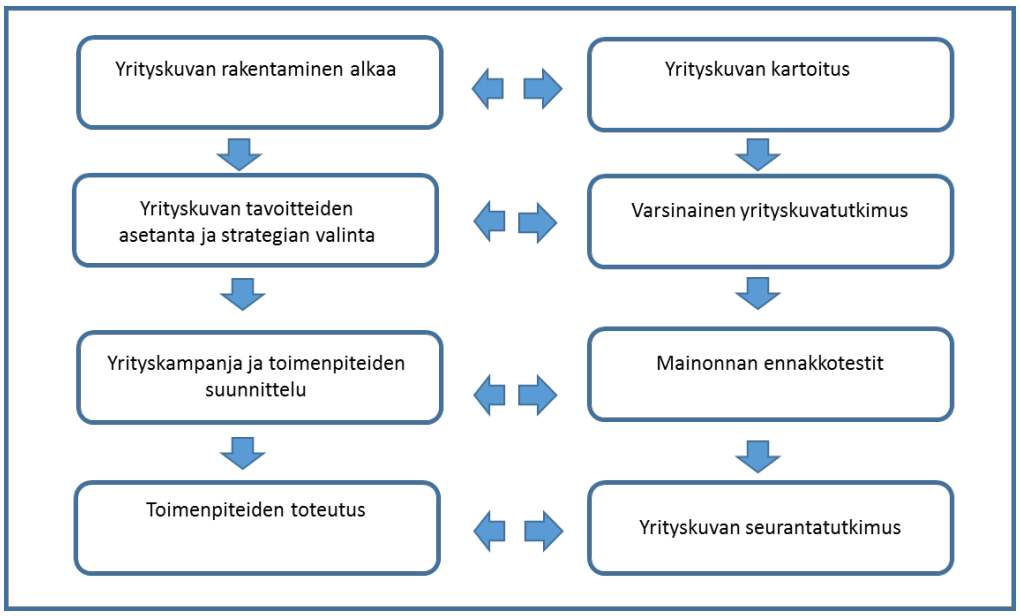


Kuva 3. Imagon kehittämisen vaiheet (Karvonen 1999, 118 – 119.)

2.3 Imagon tutkiminen

Imagotutkimuksessa (kuva 4) selvitetään tutkittavan yrityksen asema verrattuna kilpailijoihin. Imagotutkimus tunnetaan myös nimellä yrityskuvatutkimus. Imagotutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa tietoja yrityksestä ja sen tuotteista sekä käsityksiä yrityksen toimintaan liittyvistä asioista. Imagotutkimus tärkeä on osa imagon rakentamisprosessia. (Lotti 1998, 174.)

Imagon tietojen alustava kartoitus tehdään, kun yritys alkaa tietoisesti rakentaa tai uudistaa imagoaan. Tarkemmassa selvityksessä voidaan asettaa päämäärät tavoitellulle imagolle ja tarkentaa ennalta määrättyjä strategiavaihtoehtoja. Lisäksi yrityskuvatutkimusta käytetään mainos- ja tiedotustoimenpiteiden suunnitellussa ja toteutuksen seurannassa. (Lotti 1998, 173-174.)



Kuva 4. Yrityskuvatutkimus yrityskuvan rakentamisen eri vaiheissa (Lotti 1998, 174.)

2.4 Imagon lähikäsitteet

Imagon lähikäsitteitä ovat brändi, maine ja yrityskuva. Imagossa, brändissä, maineessa ja yrityskuvassa on paljon yhteisiä tekijöitä, mutta ne eivät kuitenkaan tarkoita täysin samaa asiaa. Seuraavissa osioissa esitellään pääpiirteittäin brändi, maine ja yrityskuva.

<u>Brändi</u>

”Brändi on se lisäarvo, jonka kuluttaja on tuotteesta valmis maksamaan lisää verrattuna tavalliseen, nimettömään tuotteeseen, joka kuitenkin täyttää saman tarkoituksen.” Gustav Hafrén

"Brändi on aina mielikuva. Yritys tarjoaa puitteet sen muodostumiselle sopivalla fyysisellä tuotteella tai palveluprosessilla ja tukemalla niitä (markkinointi)viestinnän keinoin." (Von Herzen 2006, 92)

Brändille on useita erilaisia määritelmiä. Yhteistä näille määritelmille on, että niissä korostetaan erottuvuutta ja symboleja. Yksinkertaistettuna brändi on nimi, symboli, muoto, tunnus tai näiden kaikkien yhdistelmä. Brändin avulla tunnistetaan markkinoijan palvelut tai tuotteet. Brändin avulla tuote tai palvelu eroaa kilpailijoista. (Vuokko 2003, 119 - 120.)

Brändi liitetään yleensä tuotemielikuviin, kun imago puolestaan liitetään yritysmielikuviin. Lisäksi brändi mielletään yleensä positiiviseksi tuotemerkiksi, kuten esimerkiksi Lipton-tee. Tuotemerkeillä on erottuva ja erityinen asema sidosryhmien keskuudessa, koska niillä on markkinoilla kilpailullista lisäarvoa. Imago sen sijaan voi tarkoittaa negatiivista tai positiivista mielikuvaa. Imago on myös neutraalimpi ja tarvitsee eteensä määrittelevän kuvauksen. (Vuokko 2003, 119.)

Brändin rakentaminen on välttämätöntä, koska se on keino erottautua kilpailijoista. Yritysten on tehtävä työtä brändin kiinnostavuuden, menestyksen ja tunnettuuden eteen. Kuitenkin, brändi saa vasta lopullisen muotonsa ihmisten mielessä. Tämän vuoksi brändille on ominaista, että se näyttäytyy erilaisena jokaisen ihmisen mielessä. (Von Herzen, 2006, 91.)

Brändikuvaan vaikuttaa myös kilpailijat ja koko toimiala. Alan tunnetuimmat yritykset ja markkinajohtajat leimaavat myös muita alan toimijoita. Tämä näkyy muun muassa siten, että pienemmät yritykset jäljittelevät toiminnassaan ja viestinnässään suurempia toimijoita. Näitä keinoja on esimerkiksi yrityksen nimen valinta. (Von Herzen 2006, 93).

Ostopäätökseen vaikuttaa merkittävästi kuluttajien kiinnostuneisuus tuotteen tai palvelun brändistä. Brändillä on myös suuri merkitys ostotilanteessa, jossa kuluttaja ostaa tuotteen tai palvelun ensimmäistä kertaa. Vastaavasti brändillä on myös suuri merkitys kuluttajalle, joka ostaa saman tuotteen tai palvelun toistuvasti. Kuluttajan ostaessa tuotteen tai palvelun ensimmäistä kertaa, hänen ostopäätöstään ohjaa hänen tietonsa yrityksen tuotteista tai palveluista. Kuluttajalla ei välttämättä

ole henkilökohtaista kokemusta yrityksen tuotteista tai palveluista, joten hän nojautuu saatavilla olevaan tietoon yrityksestä ja sen palveluista ja tuotteista. (Nilson 1998, 63.)

Brändin erilaistaminen kilpailijoiden brändeihin nähden on yrityksen menestyksen kannalta tärkeää. Mikäli yritys onnistuu brändinsä erilaistamaan tuotteen, palvelun tai yrityksen, on tuloksena yrityksen ja kuluttajan välinen kestävä suhde. Kuluttajan ja yrityksen välinen suhde konkretisoituu lopulta taloudellisena tuloksena. Brändistä on muodostunut yrityksen yksi tärkeimmistä taloudellisista tekijöistä. Merkittävän taloudellisen tekijän brändistä tekee se, että sitä on haastava kopioida. Jos yritys haluaa suojata brändinsä, tulee sen määritellä ne piirteet ja ominaisuudet, mitkä erottavan sen kilpailijoista ja muista toimijoista. (Malmelin & Hakala 2007, 27, 32.)

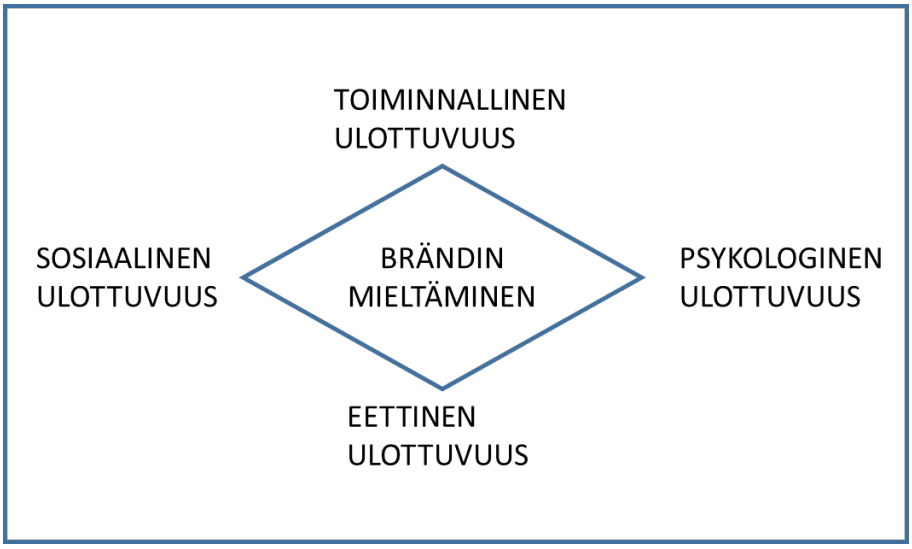
Brändi on taloudellinen suure ja se voidaan laskea yrityksen taseeseen. Brändin rahallinen arvo on se, mitä brändistä oltaisiin valmiita maksamaan sen ollessa kaupan. Brändin arvo muodostuu kahdesta tekijästä. Tekijät ovat brändin tunnettuus ja brändiin liitettävä hyvyys eli arvostus. Arvostus on brändin peitto eli laajuus, joka on ansaittu markkinoilla. Brändiarvo sisältää myös tuotto-odotusta, mikä brändin avulla on joskus mahdollista tavoittaa. (Rope & Mether 2001, 173-176.)

<u>Brändin ulottuvuudet</u>

Thomas Gadin mukaan (Gad 2001, 23.) brändin ulottuvuudet (Kuva 5) jaetaan neljään osaan. Brändin *toiminnallinen ulottuvuus* käsittelee brändiin liitetyn tuotteen tai palvelun hyödyn ymmärtämistä. Brändin toiminnallinen ulottuvuus näkyy esimerkiksi yrityksen tunnuslauseissa, jotka ilmentävät yrityksen toiminnallisia tavoitteita.

Brändin *sosiaalisella ulottuvuudella* luodaan kykyä asiakkaalle samaistua johonkin ryhmään. Käyttämällä brändin tuotteita ihmiset liittävät itsensä johonkin ryhmään ja ominaisuuksiin. Esimerkiksi IKEAn tuotteiden ostajat mieltävät itsensä järkeviksi, koska ostavat IKEAn tuotteita. *Brändin eettiseen ulottuvuuteen* sisältyy paikallisen tai maailmanlaajuisen vastuun ymmärtäminen, jonka tuotteen tai palvelun ostajat ymmärtävät ostopäätöstä tehdessään. Eettinen ulottuvuus näkyy yrityksen sisällä ja sen ulkoisissa toiminnoissa. *Psykologinen ulottuvuus* on brändin kykyä

tukea yksilöitä henkisesti. Brändi tukee yksilöitä henkisesti, kun yksilöt tuntevat saavansa rahoilleen vastinetta ja he ovat omasta mielestään käyttäneet rahansa onnistuneesti. Psykologisen ulottuvuuden takana on käytännöllinen logiikka. (Gad 2001, 23, 42 - 46.)



Kuva 5. Brändin ulottuvuudet (Gad Thomas 2001, 25.)

Brändiviestintä

Yrityksen brändiviestintää suunnitellessa on erityisen tärkeää pohtia, mitä brändistä sanotaan ja kuvataan sekä mitä asioita siihen ei haluta liittää. Lisäksi yrityksen tulee miettiä, että missä medioissa brändin halutaan näkyvän tai missä sen ei haluta näkyvän. Viestinnän linjauksissa määritellään brändin verbaalinen ja visuaalinen viestintä. Viestinnän linjauksia määritellessä pohditaan myös niihin liittyviä mediaratkaisuja, jotka perustuvat yrityksen arvoihin ja ominaisuuksiin. Tavoitteena on löytää brändiviestintään persoonallinen näkökulma, jonka mukaisesti brändiä rakennetaan. Viestinnän linjauksia tulee muuttaa, mikäli yrityksessä, sen tuotteissa tai kilpailutilanteessa tapahtuu olennaisia muutoksia. Jos yritys huomaa brändinsä tarvitsevan ”uutta potkua” ei välttämättä tarvitse muuttaa yrityksen tunnusta tai nimeä, vaan muutoksia voi saada aikaan muuttamalla viestinnän lin-

jausta. Mikäli brändi tarvitsee lisää näkyvyyttä, sen uudistaminen tapahtuu viestinnän linjausta muuttamalla. Näin välttämättä tarvitse muuttaa yrityksen nimeä tai tunnusta. (Von Herzen 2006, 115-116.)

Brändiviestinnässä keskeisessä asemassa ovat pitkäjänteisyys, brändin kiteyttäminen, samalinjaisuus, mielikuvallisuus, erottuvuus/omaleimaisuus ja näkyvyys. Pitkäjänteisyys on erittäin tärkeää brändiviestinnässä. Markkinoija voi esimerkiksi olettaa, että jokainen asiakasryhmään kuuluva henkilö havaitsee markkinoijan viestin heti. Sen sijaan tunnetuimpia brändejä ovat brändit, joilla on pitkä historia ja joita on markkinoitu jo vuosia. Brändin kiteyttäminen liittyy brändiviestintään kahdella tavalla. Kiteyttämisen ideana on, että iskulauseeseen sisällytetään jotain imagon tavoitteesta. Kiteyttämisen tavoitteena on myös luvata peruslupaus viestinnällä. Brändiviestinnän samalinjaisuudella tarkoitetaan viestinnän samankaltaista linjaa. Samankaltaisuuden linja jatkuu esimerkiksi logoista ja tekstityypeistä kaikkeen viestintään. (Rope & Mether 2001,198-205.)

Brändiviestinnän mielikuvallisuudella tarkoitetaan sitä, että viestinnän tulee rohkeasti antaa kohderyhmälle mahdollisuus oivaltaa tuotteen ja sanoman yhteys. Pelkkä toteaminen viestinnässä ei ole kiinnostavaa, vaan mielikuvallisuus luo viestinnästä kiinnostavan. Brändiviestinnän omaleimaisuus vaikuttaa keskeisesti viestin huomioarvoon, koska omaleimaisuus on viestinnän keskeisimpiä toimivuustekijöitä. Viestinnän tulee erottua muiden markkinoijien viesteistä, jotta se tavoittaa tarpeellisen huomioarvon. Lisäksi brändiviestinnässä merkittävää on jatkuvaluonteinen näkyvyys. Brändiviestinnän jatkuvaluonteisen näkyvyyden ideana on, että vaikka brändi olisikin jo osa kohderyhmän jokapäiväistä elinpiiriä, niin nämäkin tuotteet voidaan unohtaa, jos niiden olemassaolosta ei muistuteta. (Rope & Mether 2001, 203-205.)

Perinteisesti brändijohtamisessa on keskitytty kuluttajille suunnattuun markkinoinnin suunnitteluun ja toteuttamiseen. Tulevaisuudessa tarvitaan uudenlaista brändijohtamista, jossa brändiä johdetaan kokonaisvaltaisesti. Tällöin puhutaan kokonaisvaltaisesta viestinnän johtamisesta. Näin ollen brändi ei ole pelkästään markkinointipäällikön asia, vaan brändin johtaminen edellyttää koko yritys toimii laadittujen toimintaedellytysten mukaan. Radikaali brändijohtamisen malli korostaa eri-

tyisesti koko yrityksen johtamista brändin avulla. Radikaalin brändin katsotaan olevan koko yrityksen toiminnan taustalla oleva visio. Radikaalin brändijohtamisen malli koostuu viidestä osa-alueesta, jotka ovat brändi organisaation visiona, brändin viestintä, brändin julkisuus, brändi mielikuvina ja brändi maineena. (Malmelin & Hakala 2007, 38-39.)

Tiivistettynä radikaalin brändin johtamisessa on kyse siitä, että brändin arvojen, visioiden ja tavoitteiden on ohjattava koko organisaation viestintää ja toimintaa. Organisaation viestiessä brändin ohjaamana se näyttäytyy johdonmukaisena eri sidosryhmille. Brändin viestintä näkyy myös julkisuudessa, ja erilaiset julkisuudet vaikuttavat kuluttajien mielikuviin ja tietoihin brändistä. Lisäksi mielikuvat brändistä ja sen tulevaisuudesta muodostuvat kaikista niistä kohtaamisista, joita kuluttajalla ja sidosryhmillä on brändistä. Brändistä kerrotaan myös tarinoita, joista muodostuu yhteisöllinen maine. Yhteisöllinen maine ohjaa mielikuvien kanssa kuluttajien toimintaa ja brändin arvon muodostumista. (Malmelin & Hakala 2007, 40.)

Maine

Brändi voidaan tehdä, imago rakentaa ja maine ansaitaan. Hyvä maine ansaitaan teoilla – ei taruilla. Sidosryhmien näkemys organisaatiosta ohjaa organisaatioita kohtaan koettua uskoa ja luottamusta. Tätä näkemystä kutsutaan maineeksi. Maine liittyy merkittävästi yrityksen aineettomaan pääomaan, koska maine on yrityksestä kerrottujen tarinoiden kokonaisuus. Maineen katsotaan arvottavan yrityksen. Yrityksen maine muodostuu vastaanottajan mielessä, jonka vuoksi maineen rakentamisessa on kyse mielikuviin ja tietämykseen vaikuttamisesta. (Aula & Heinonen, 2002, 26, 32-33.)

Maine on yrityksen aineetonta pääomaa. Maine ohjailee henkilöstön, asiakkaiden ja myös muiden sidosryhmien toimintaa ja päätöksentekoa. Maine nähdään yritykselle tärkeänä voimavarana, koska sen avulla yritys voi vaikuttaa siihen, kuinka vetovoimaisena yritys nähdään. (Siukosaari 2002, 50.)

Imagon tavoin myös maine ohjaa ratkaisevasti ihmisten päätöksiä ja valintoja, kuten ostopäätöksiä. Ostopäätöksessä maine voi toimia myös kilpailuetuna, koska asiakas valitsee todennäköisesti tunnetun ja hyvä maineen omaavan tuotteen kuin

hinnaltaan saman tuntemattoman tuotteen. Tämä johtuu siitä, että tuntemattomuus merkitsee kuluttajalle yleensä samaa kuin arveluttavuus. (Karvonen 1999, 18.)

Yhteistä maineella imagolla, yrityskuvalla, ja brändillä on se, että ne yrittävät tavoittaa sitä, mitä ihmiset ajattelevat organisaatiosta, sen palveluista ja tuotteista. (Aula & Heinonen 2002, 47.)

Hyvällä maineella on useita hyötyjä yritykselle. Hyvä maine hidastaa kilpailijoiden pääsyä markkinoille vaikeuttamalla esimerkiksi kilpailevien palveluiden ja tuotteiden lanseeraamista. Hyvä maine myös viestii asiakkaalle vahvasti yrityksen tuotteiden ja palveluiden hyvästä laadusta. Viestinnän lisäksi hyvä maine luo yrityksestä luotettavan ja uskottavan kuvan pääomamarkkinoilla sekä houkuttelee parhaita ihmisiä yrityksen palvelukseen. Toimiva henkilöstö turvaa toiminnan laatua. (Aula & Heinonen 2002, 39)

Hyvä maine toimii yritykselle eräänlaisena suojana, joka suojaa yritystä pahoina aikoina. Maine on rakennettava ennen kuin yritys kohtaa negatiivista huomiota, koska silloin hyvä maine toimii parhaiten yrityksen suojana. Hyvä maine huomioidaan myös voittona esimerkiksi tilinpäätöksessä. (Karvonen 1999, 20-21)

Maineeseen liittyy olennaisesti kolme asiaa:

1. Maine leviää kertomusten myötä. Mainitut ja sanotut asiat ovat maineen ydin.

2. Maine on myös arvioitavissa joko hyväksi tai huonoksi, joka tekee siitä ainutlaatuisen.

3. Maine on viestinnän termein vastaanottajakeskeinen ilmiö. Maine ei synny kohteessaan, vaan kohdetta arvioivien ja tulkintoja tekevien tahojen silmissä.

Maine on mielikuvia, mutta se sisältää myös kokemuksia ja toimintaa. Maine muodostuu organisaation toiminnasta ja sitä jakavien kokemusten sekä siihen liittyvien mielikuvien vaikutuksessa, jota kutsutaan myös maineen dialogiksi. (Aula & Heinonen 2002, 36-37.)

Yrityksen maine on helppo arvioida hyväksi tai huonoksi, mutta yrityksen toiminnan kehittämisen kannalta se ei riitä. Maineen johtamista ja kehittämistä varten on tunnettava maineeseen vaikuttavat tekijät. On tutkittu, että maine rakentuu kuudesta vetovoimatekijästä. Maineen vetovoimatekijöitä ovat yrityksen tuotteet, palvelut, kulttuuri ja johtaminen, muutos- ja kehityskyky, julkinen kuva, yhteiskuntavastuu sekä menestyminen. Kuusi vetovoimatekijää pitävät sisällään yhteensä 24 erilaista osatekijää. Osatekijöiden merkitys vaihtelee riippuen sidosryhmistä, koska esimerkiksi sijoittaja näkee eri vetovoimatekijän tärkeämmäksi kuin kuluttaja. (Aula & Heinonen 2002, 30-31.)

Yrityskuva

Yrityskuva ja mielikuvat yrityksestä tarkoittavat melkein samaa asiaa, mutta näkökulma erottavat ne toisistaan. Yrityskuva on kuva yrityksestä sen henkilöstön näkökulmasta. Imagon tavoin, yrityskuva on tietoisesti rakennettu. Mielikuvat yrityksestä muodostuvat yrityskuvasta ja muista tekijöistä asiakkaiden ja muiden sidosryhmien mielissä. Muita tekijöitä ovat kokemukset, mielipiteet, faktat, median luomat käsitykset, johtopäätökset uskomukset ja asenteet. (Siukosaari 2002, 45.)

Yrityskuva on ihmisten tajunnassa oleva kuva yrityksestä. Yrityskuva vahvistuu yrityksen tietouden ja tunnettuuden myötä. Yrityksen tuntemattomuus on herkkä kielteisille mielikuville. Tämän vuoksi yrityksen kannattaa panostaa markkinointiinsa, jotta ihmiset olisivat tietoisia yrityksestä ja sen toiminnasta. Selkeä yrityskuva toimii motivointikeinona myös henkilökunnalle, mikä vaikuttaa suoraan yrityksen asiakassuhteisiin. Hyvä yrityskuva voi auttaa yritystä henkilöstön rekrytoinnissa. Henkilöstön motivoinnin ja rekrytoinnin volyymin tehostamisen lisäksi hyvä yrityskuva auttaa yritystä markkinoinnin ja myyntityön onnistumisessa. (Siukosaari 2002, 38-39.)

Yrityskuvan tulee olla selkeä ja se luodaan ymmärrettävillä ja rehellisillä sanomilla. Näitä sanomia tulisi toistaa jatkuvasti, jotta niistä muodostuu eräänlainen perusviesti. Näillä perusviesteillä yrityskuvaa kehitetään yrityksen haluamaan suuntaan. Yrityskuva erottaa yrityksen sen kilpailijoista. Lisäksi yrityskuva toimii suunnannäyttäjänä, koska se kertoo yritykselle mitä tehdään ja miten. Yrityskuvan tulee

olla aina kunnossa, joten siitä täytyy myös pitää huolta silloin, kun yrityksellä menee hyvin. Näin ollen yrityskuva suojelee yritystä myös vaikeina aikoina. (Siukosaari 2002, 39)

Yrityskuvan muodostumisen perustana on yrityksen terve, eettinen ja kannattava liiketoiminta, joka tuottaa kilpailukykyisiä palveluita ja tuotteita. Yritysbrändin keskeisiä elementtejä ovat liiketoiminta-ajatus eli missio, yrityksen arvot ja periaatteet sekä yrityksen tulevaisuuden tavoitteet eli visio. Yrityksen ja kilpailijoiden välisellä suhteella ja markkina-asemalla koetaan olevan myös vaikutusta yritysbrändin muodostumiseen. (Von Herzen 2006, 97.)

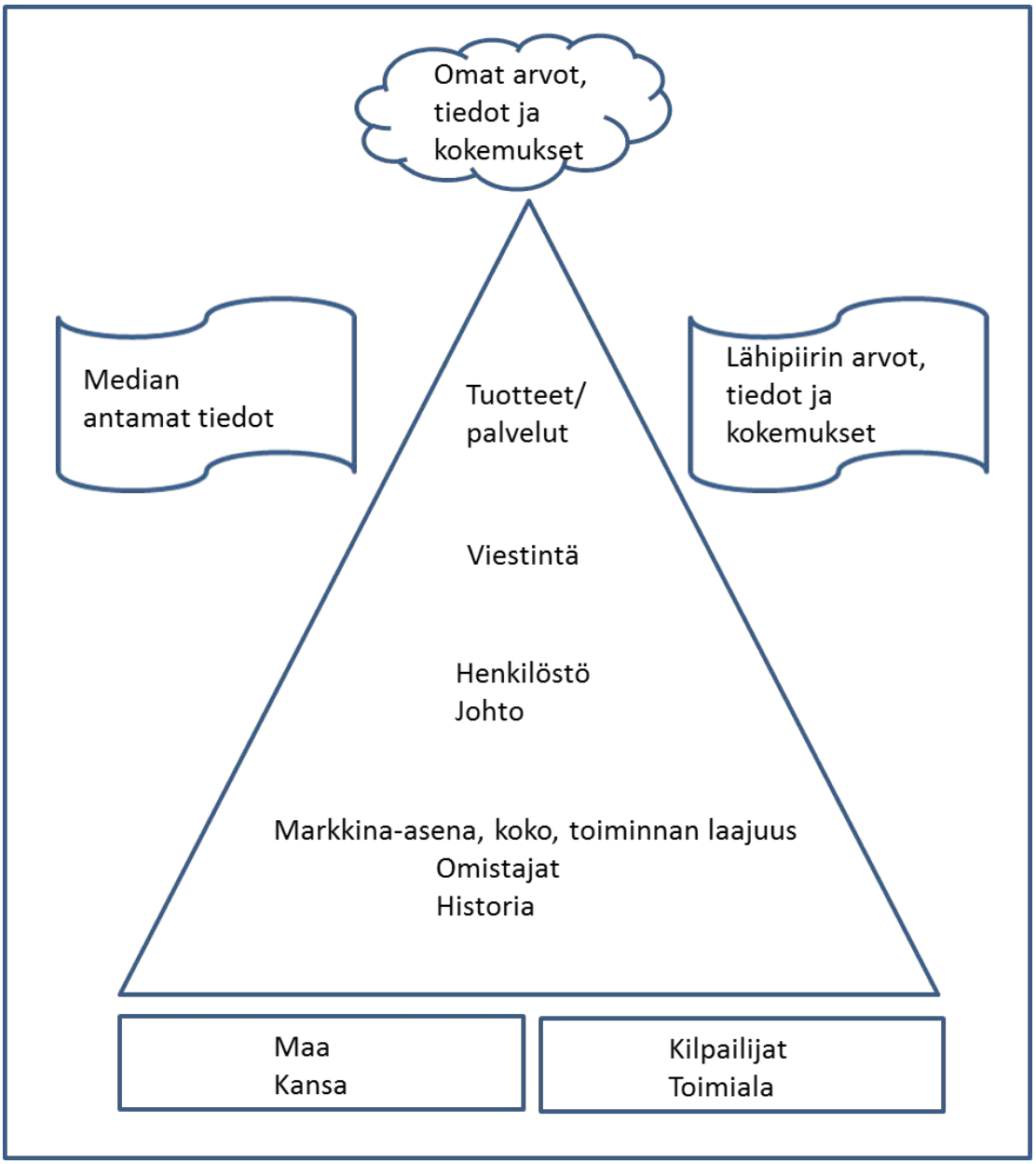
Yrityskuva muodostuu yksilöiden omista arvoista, tiedoista ja kokemuksista (kuva 6). Edellä mainitut tekijät ovat jokaisella yksilöllä omansa, joten jokaisen mieleen yrityskuva muodostuu erilaiselle pohjalle. Yritys voi tietoisesti vaikuttaa eri yksilöiden mieliin muodostuviin yrityskuviin toiminnallaan ja viestinnällään. (Von Herzen 2006, 93.)

Toisaalta yrityskuva voi muodostua nähdyn tai kuullun perusteella, ilman yksilön omia kokemuksia. Yrityskuvaan vaikuttavat myös monet osatekijät, joihin yrityksellä ei itsellään ole mahdollisuutta vaikuttaa. Näitä tekijöitä ovat muun muassa stereotypiat, jotka voivat joko heikentää tai vahvistaa yrityskuvaa. (Von Herzen 2006, 92.)

Kokemusten, tietojen ja arvojen lisäksi yrityskuvaan vaikuttavat toimiala ja kilpailijoiden toiminta. Yleiskuva alasta saattaa myös leimata muita alalla toimijoita joko negatiivisesti tai positiivisesti. Esimerkiksi, kun kilpailijasta julkaistaan huonoja uutisia, tulee myös alan muiden yritysten miettiä uutisen vaikutusta omaan toimintaansa ja yrityskuvaansa. (Von Herzen 2006, 93.)

Yrityksen pitkä historia toimii myös usein positiivisena yrityksen vahvistaja, koska usein vanhoja yrityksiä kunnioitetaan. Yrityksen pitkä historia luo tunnettuutta ja viestii yrityksen elinvoimaisuudesta. Toisaalta vanha mielikuva, joka ei vastaa yrityksen nykytilannetta, voi muodostua taakaksi yritykselle. Tämän vuoksi yrityksen tulee panostaa viestintäänsä jatkuvasti. Historiansa lisäksi yrityksen tulisi tuoda esille omistustaustaansa yrityskuvan rakentamisen onnistumiseksi. (Von Herzen 2006, 94.)

Muut yrityskuvaan vaikuttavat seikat ovat yrityksen päätäntävallassa ja samalla sen toiminnan tulosta. Näitä seikkoja ovat yrityksen johto, joka vaikuttaa omalla esiintymisellään julkisuudessa. Lisäksi henkilökunnalla on suuri merkitys etenkin palveluyrityksessä. Henkilökunnan toiminnan tulisi täyttää yksilön odotusarvo, jotta yrityskuva ei kääntyisi negatiiviseksi. Jos asiakkaan odotusarvo on alhainen ja kokemukset palvelusta tai tuotteesta ovat myönteiset, voi yrityskuva muuttua neutraalista positiiviseksi. (Von Herzen, 2006, 96.)



Kuva 6. Yrityskuvan osatekijät (Von Herzen 2006, 93.)

3 OP KAINUUSEEN LIITTYVIEN MIELIKUVIEN TUTKIMINEN

Tämän imagotutkimuksen toimeksiantajana on OP Kainuu. Tutkimuksen empiirinen osuus suunniteltiin kevään 2015 aikana ja toteutettiin kesäkuussa 2015. Tutkimuksen tulosten analysointi ja raportointi suoritettiin syksyn 2015 aikana. Tutkimusongelmana on OP Kainuun imagoa sen henkilöasiakkaiden näkökulmasta. Myös muiden pankkien asiakkailla oli mahdollista osallistua kyselyyn, jonka vuoksi muiden pankkien asiakkaiden mielipiteet on otettu tässä tutkimuksessa huomioon.

3.1 Tutkimuksen tausta

Pankkien vakavaraisuus on Suomessa vahvistunut vuoden 2014 aikana, mikä johtuu kertyneiden voittovarojen ja pääomahankinnan ansiosta. Lähes jokaisen pankkikonsernin henkilöstö ja konttorit ovat vähentyneet Suomessa. Kuitenkin OP Ryhmä, johon OP Kainuu kuuluu, on Suomen pankkikonsernien vertailussa listan huipulla henkilöstön ja konttorien määrien vertailussa. (Finanssialan Keskusliitto, 2015)

Osuuspankit ovat itsenäisiä talletuspankkeja. Osuuspankkeja on noin 180 ympäri Suomea ja se työllisti vuonna 2013 yli 11 000 henkilöä. Osuuspankit tarjoavat palveluitaan kotitalousasiakkaiden lisäksi myös pk-asiakkaille, maa-ja metsätalousasiakkaille sekä julkiselle sektorille. OP Ryhmä on yksi Suomen suurimmista pankkikonserneista. OP Ryhmä on osuuskunta, joka toimii OP ryhmän tavoitteiden lähtökohtana ja toiminnan perustana. Osuustoiminnallisuus korostuu myös OP ryhmän arvoissa, joita ovat ihmisläheisyys, vastuullisuus sekä yhdessä menestyminen. Näiden arvojen lisäksi OP Kainuu haluaa toiminnassaan tuoda esille paikallisuuttaan. OP Ryhmä pyrkii pääsemään asettamiinsa päämääriin kilpailueduillaan, joita ovat muun muassa kokonaisvaltainen finanssipalvelu, osuustoiminnallisuus, keskittämisedut, toiminnan vakaus ja suomalaisuus. (OP-Pohjola, 2012)

Tutkijoita kiinnosti markkinointitaustansa vuoksi imago ja siihen vaikuttavat tekijät. Tutkijat halusivat toimeksiantajakseen kiinnostavan, menestyvän ja paikallisen toimijan. Finanssiala kiinnosti myös molempia tutkijoita erittäin paljon, jonka vuoksi

OP Kainuu oli luonteva valinta toimeksiantajaksi. Tutkijoiden mielestä oli tärkeää myös, että toimeksiantaja hyötyy tutkimuksesta. Vastaavanlaista kyselyä ei ole ennen tehty OP Kainuulle, joten toimeksiantaja sai tutkimuksen avulla uutta tietoa imagostaan.

Ennen tutkimuksen toteuttamista laadittiin tutkimussuunnitelma, jossa havainnollistettiin tutkimusongelma ja tiedonhakumenetelmät. Tutkimussuunnitelmassa esiteltiin myös tutkimuksen aikataulu ja kustannukset. Tutkimussuunnitelmaan sisällytettiin myös tutkimuksessa käytetyt aineistot sekä analysointi ja raportointi menetelmät.

3.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma

Tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia OP Kainuun imagoa sen henkilöasiakkaiden näkökulmasta. Tutkimusongelmana oli OP Kainuun imagon näkyminen sen asiakkaiden silmissä. Tutkimuksen empiirisen osan tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen eli määrällisen tutkimus. Tutkimus sisältää myös kvalitatiivisen tutkimuksen elementtejä.

Tutkimuksen tavoitteena oli havainnollistaa, mistä asiakkaiden mielikuvat johtuvat ja mitkä tekijät ovat mielikuvien taustalla. Tutkimustulosten pohjalta analysoitiin, millainen mielikuva OP Kainuun asiakkailla on yrityksestä ja miten se vastaa OP Kainuun tavoittelemaa imagoa.

Tutkimuksen tarkoituksena ei ollut verrata OP Kainuun imagoa kilpailevien rahoituslaitosten imagoihin, mutta tutkimuksessa otetaan huomioon kyselyyn osallistuneiden yleinen näkemys rahoituslaitosten imagoista.

Samankaltaista tutkimusta ei OP Kainuulle ole aikaisemmin tehty, joten tutkimuksen tavoitteena oli myös antaa uutta ja hyödynnettävissä olevaa tietoa OP Kainuun imagosta. Lisäksi tutkimuksessa selvitettiin kyselyyn vastanneiden tietoutta OP Kainuusta.

3.3 Tutkimuksen toteutus

Tiedonkeruumenetelmät valittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Kyselylomake sisälsi kvantitatiivisia ja kvalitatiivisia kysymyksiä. Ennen kyselyn julkaisua kyselylomake hyväksytettiin toimeksiantajalla, opinnäytetyönohjaajalla ja tilastotieteen opettajalla. Tutkimuksen tavoitteena oli saada osallistumaan kyselyyn eri-ikäisiä vastaajia. Tämä tavoitteen vuoksi laadittiin paperinen ja sähköinen kyselylomake. Paperisella kyselylomakkeella (Liite 1) tutkimukseen osallistuivat asiakkaat, jotka asioivat pääasiallisesti pelkästään konttorilla. Sähköinen kyselylomake (Liite 2) mahdollisti suuren vastaajamäärän ympäri Kainuuta. Vastaajat, joilla ei ollut mahdollisuutta osallistua kyselyyn sähköisesti, pystyivät osallistumaan kyselyyn parisella kyselylomakkeella OP Kainuun toimitiloissa. Sähköinen kysely tavoitti pääasiallisesti OP Kainuun Facebook-sivuston seuraajat. Kyselylomake oli pääasiassa strukturoitu, mutta se sisälsi myös muutamia avoimia kysymyksiä.

Paperista kyselylomaketta jaettiin OP Kainuun toimitiloissa 04.06.2015, jossa tutkijat olivat kannustamassa asiakkaita osallistumaan kyselyyn. Sähköinen kyselylomake oli avoinna 01.06-11.06.2015. Kyselyyn vastanneiden kesken arvottiin 100 euron rahastolahjakortti, jonka avulla houkuteltiin kyselyyn vastaajia.

Sähköistä kyselylomaketta markkinoitiin OP Kainuun Facebook-sivuilla. Toimeksiantaja huolehti kyselyn markkinoinnista Facebook-sivuillaan. Toimeksiantaja markkinoi sähköisen kyselyn linkkiä ostamalla mainostilaa Facebookilta. Sähköisen kyselyn linkkiä markkinoitiin myös eri Facebook-ryhmissä ja tutkijoiden omissa Facebook-profiileissa. Sähköinen kyselylomake laadittiin Digium-ohjelmalla. Tutkimuksen alkuperäinen tavoite oli saada noin 100 vastaajaa, mutta lopulta tutkimukseen osallistui yhteensä 199 henkilöä. Sähköiseen kyselyyn osallistui 168 henkilöä ja konttorilla kyselyyn osallistui 31 henkilöä.

Saadut vastaukset syötettiin SPSS-ohjelmistoon, jonka avulla muodostettiin erilaisia diagrammeja ja riippuvuussuhteita numeraalisista tuloksista. Avoimet vastaukset (Liite 3) jaoteltiin aihealueittain.

3.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä arvioidaan reliabiliteetin ja validiteetin avulla. Reliabiliteetti ja validiteetti vaikuttavat merkittävästi tutkimuksen onnistumiseen. Otoksen koko ja lomakkeen laajuus vaikuttavat tutkimuksen luotettavuustasoon. Tulosten luotettavuuteen ja laatuun vaikuttavat myös virhemahdollisuudet sekä työvaiheet. Virhemahdollisuuksien ja työvaiheisiin sekä niiden sisältöön perehtyminen auttaa tutkijoita välttämään virheitä tutkimusta suorittaessa. (Lotti 1998, 33.)

Reliabiliteetti

Reliabiliteetti on kvantitatiivisen tutkimuksen perusvaatimuksia. Tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus tarkoittaa tutkimuksen tulosten tarkkuutta. Jotta tutkimus olisi reliaabeli, sen tulokset tulee olla toistettavissa testaajasta riippumatta. Tulokset eivät siis saa olla sattumanvaraisia. Tuloksien sattumanvaraisuuteen vaikuttaa tutkimuksen otoskoko, joka ei saa olla liian pieni. Reliabiliteetin saavuttamiseksi tutkijan tulee olla tutkimuksen ajan kriittinen ja tarkka. (Heikkilä 1998, 30.)

Reliabiliteetilla tarkoitetaan myös tutkimuksen toimintavarmuutta ja pysyvyyttä, eikä se ole herkkä ulkopuolisille vaikutuksille. (Karjalainen 2010, 23.)

Tukijat pyrkivät varmistamaan tutkimuksen reliabiliteetin keräämällä tutkimukseen mahdollisimman paljon osallistujia ja pysymällä objektiivisina tutkimusta kohtaan koko tutkimusprosessin ajan.

Validiteetti

Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä. Pätevyydellä tarkoitetaan tutkimuksen hyvyyttä mitata sitä, mitä tutkimuksen tarkoitus on ollut mitata. (Karjalainen 2012, 23.)

Validiteetilla tarkoitetaan tiivistetysti systemaattisen virheen olemattomuutta. Validiteetit tutkimustulokset ovat keskimäärin oikeita. Tutkimuksen validiteettia on hankala tarkastella jälkikäteen, joten tutkimuksen validiteetti pyritään varmista-

maan harkitulla tiedonkeruulla ja huolellisella suunnittelulla. Tutkimuksen validiteettia auttavat korkea vastausprosentti, tarkkaan määritelty perusjoukko ja suotuisan otoksen saaminen. (Heikkilä 1998, 29)

Tutkimuksen validiteetti pyrittiin varmistamaan huolellisella tutkimusprosessin suunnittelulla. Lisäksi tutkimuksen validiteettia pyrittiin varmistamaan perehtymällä tutkimusongelmaan ja tutkimusmenetelmiin.

3.5 Tutkimustulosten virhemahdollisuudet ja työvaiheet

Tutkimuksen työvaiheet ja virhemahdollisuudet vaikuttavat merkittävästi tutkimustulosten laatuun ja luotettavuuteen. Ensimmäinen virhe voi tapahtua jo tutkimusongelman määrittelyssä. Tutkijoiden tulee pysyä tutkittavassa aiheessa eli mitata sitä, mitä on tarkoitus mitata. Tutkimusongelma tulee asetella oikein virheiden välttämiseksi. Tutkijoiden on myös kiinnitettävä huomiota kohderyhmään, joka määritellään huolellisesti. Otoksen koko määritellään sen mukaan, kuinka tarkkaa tietoa tutkimuksesta halutaan saada. Otantamenetelmä vaikuttaa myös tutkimuksen luotettavuuteen, joten tutkimusmenetelmä valitaan tutkimusongelman mukaan. Tutkimuslomake tulee laatia huolellisesti, jotta vastaajien on helppo tulkita kysymykset oikein. Tutkimuslomakkeen esitestaamisella pyritään välttämään kysymysten mahdolliset virheet kuten harhaanjohtavuudet lopullisessa tutkimuksessa. Tutkimuksen raportointia nopeuttaakseen tutkijoiden päättävät ennalta tietojenkäsittelytavat, jolloin saadun aineiston analysointi nopeutuu. Viimeisenä tutkijat pohtivat, miten tutkimuksesta saatuja tietoja hyödynnetään tulevaisuudessa. Näin tutkijat varmistavat tutkimuksen hyödyllisyyden. (Lotti 1998, 33.)

Tutkimustulosten virhemahdollisuudet pyrittiin minimoimaan kyselylomakkeen esitestaamisella. Kyselyn testaajat antoivat palautetta muun muassa lomakkeen asettelusta ja kieliasusta. Näin lomakkeesta karsittiin muutama epäselvä kohta, jolloin lomakkeesta saatiin selkeämpi. Lisäksi kyselylomake hyväksytettiin tilastotieteen opettajalla, joka antoi vinkkejä lomakkeen kysymysten asetteluun.

4 IMAGOTUTKIMUKSEN TULOKSET

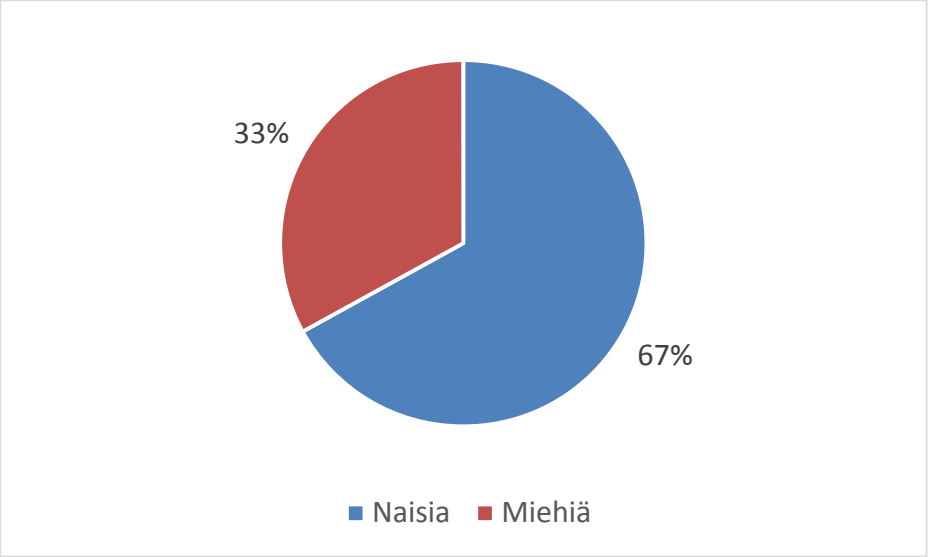
Tässä osiossa havainnollistetaan tutkimuksessa saatuja tuloksia diagrammien avulla. Tutkimuksen SPSS-aineistot (liite 4) on eriteltynä tutkimuksen lopussa. Kaikkia tutkimustuloksia ei ole havainnollistettu kuvien avulla. Kuvien avulla on havainnollistettu vain niitä tutkimustuloksia, joissa ilmenee eniten eroavaisuuksia tai muuta tutkimuksen kannalta oleellista tietoa.

Tutkimustulosten esittely etenee tutkimuksen kyselyssä esitettyjen kysymysten mukaisesti. Ensin esitellään kyselyyn vastanneiden taustatiedot ja sen jälkeen vastaajien pankkiasioihin liittyvät vastaukset, jonka jälkeen siirrytään OP Kainuuta koskeviin mielikuviin ja väittämiin.

4.1 Taustatiedot

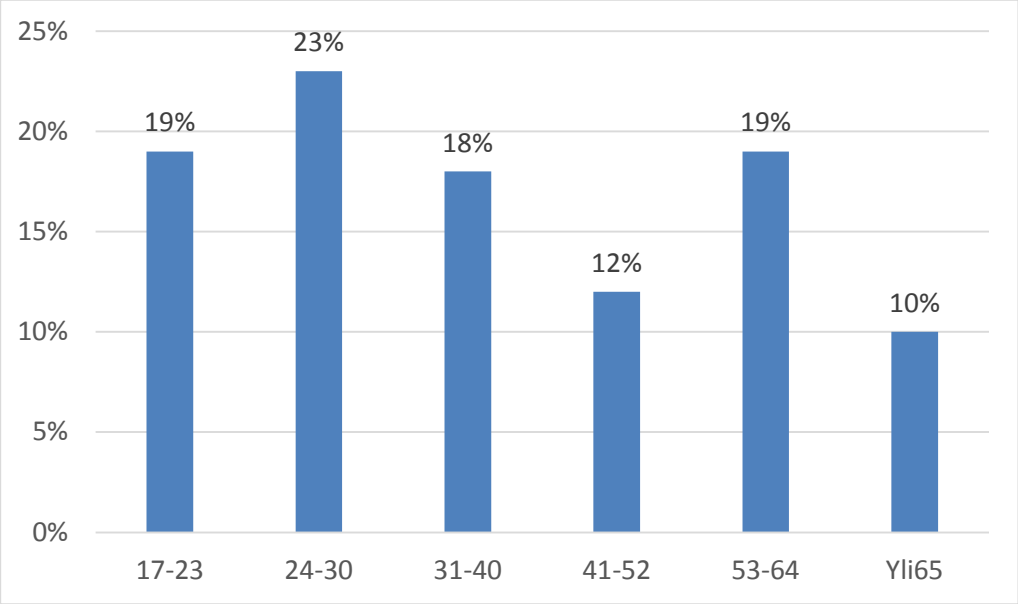
Kyselyn ensimmäisillä kysymyksillä kartoitettiin vastaajien taustatietoja. Taustatiedoissa vastaajia pyydettiin ilmoittamaan sukupuolensa, ikänsä, ammattiryhmänsä ja asuinpaikkakuntansa. Taustatiedoilla pyrittiin kartoittamaan kyselyyn osallistuneiden perustietoja, joiden avulla mielikuvia ja arvosanoja voidaan vertailla sukupuolten ja ikäryhmien ja ammattiryhmien kesken.

Imagotutkimukseen vastasi 199 henkilöä, joista 68 % oli naisia ja 32 % miehiä (kuva 7). Vastaajista 168 henkilöä osallistui kyselyyn sähköisellä kyselylomakkeella ja 31 henkilöä osallistui kyselyyn paperilomakkeella OP Kainuun toimitiloissa.



Kuva 7. Vastaajien sukupuolijakauma (n=199)

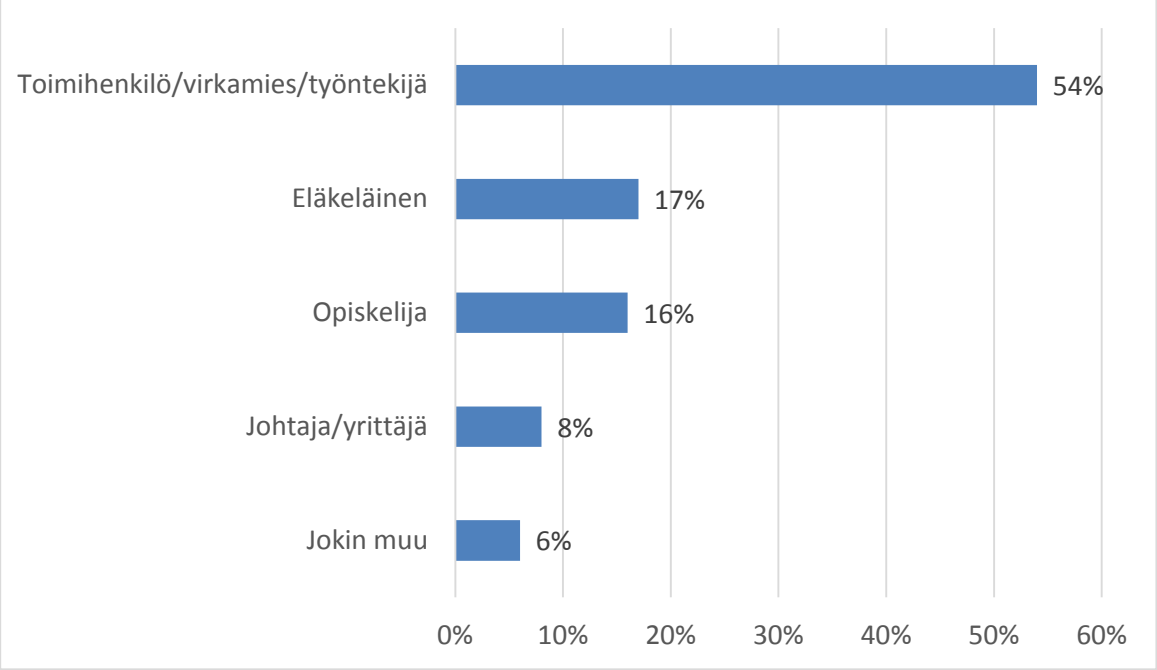
Suurin osa (23 %) kyselyyn vastanneista oli iältään 24-30- vuotiaita (kuva 8). Toiseksi eniten vastaajia oli ikäluokista 17-23 (19%) ja 53-64 (19 %). Yli 65-vuotiaita oli kyselyyn vastanneista vähiten, vain 10 %.



Kuva 8. Vastaajien ikäjakauma (n=195)

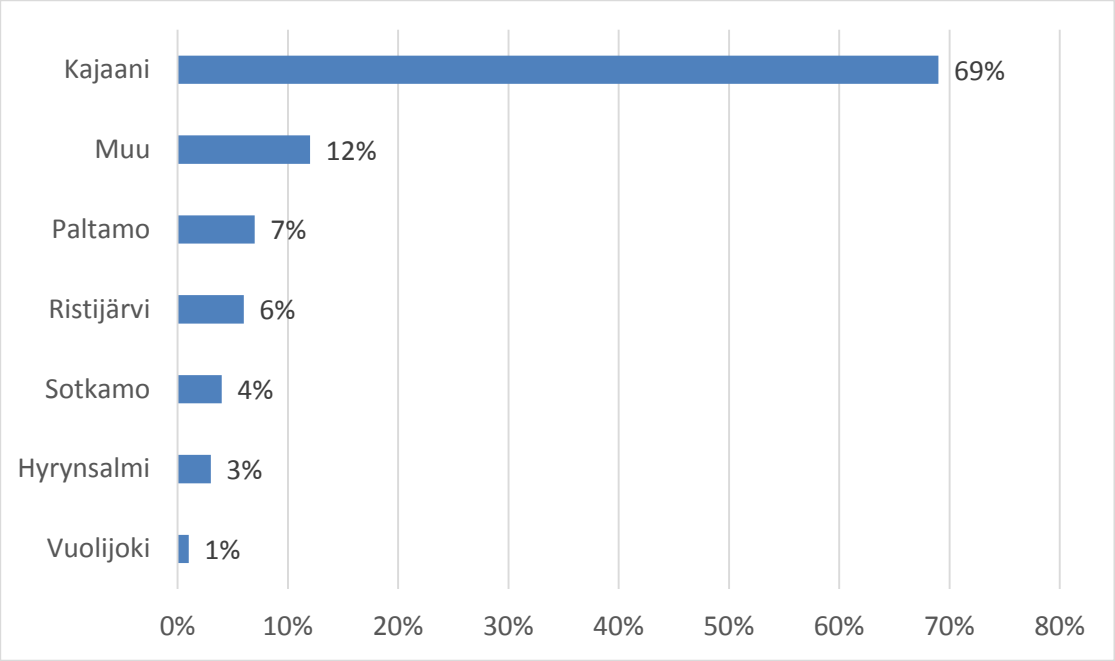
Kyselyn kolmannessa taustamuuttuja kysymyksessä vastaajia pyydettiin ilmoittamaan heidän ammattiryhmänsä (kuva 9). Kyselyyn vastanneista 54 % oli ammatiltaan virkamies, toimihenkilö tai työntekijä (kuva 9). Kyselyyn vastanneista 17 %

ilmoitti ammattiryhmäkseen eläkeläinen ja 16 % ilmoitti ammattiryhmäkseen opiskelijan. Johtavassa asemassa työskenteleviä tai yrittäjiä vastaajista oli 8 %. Jokin muun ammattiryhmäkseen ilmoitti 6 % vastaajista. Vastaajat pystyivät ilmoittamaan oman ammattiryhmänsä avoimeen kysymykseen, mikäli he eivät edustaneet mitään kyselyssä valmiiksi ilmoitettua ammattiryhmää. Vastaajat ilmoittivat myös ammattiryhmikseen; työtön (5 vastaajaa), kotiäiti (2 vastaajaa) ja opettaja (1 vastaaja).



Kuva 9. Vastaajien ammattijakauma (n=199)

Kyselyn viimeisessä taustatietokysymyksessä kysyttiin vastaajien asuinpaikkakuntaa. Vastaajista 69 % ilmoitti asuinpaikkakunnakseen (kuva 10) Kajaanin. Vastaajista 12 % ilmoitti asuinpaikkakunnakseen jonkin muun. Seuraavaksi eniten tuloksista esille nousevat paikkakunnat ovat Paltamo (7 %) ja Ristijärvi (6 %). Myös tässä kysymyksessä vastaajilla, joiden asuinpaikkakuntaa ei ollut valmiiksi listattu, oli mahdollisuus kirjoittaa itse avoimeen kysymykseen asuinpaikkakuntansa. Tämän avoimen kysymyksen vastaukset olivat paikkakuntia ympäri Suomen. Yksi vastaajista oli myös Puolasta. Eniten tämän avoimen kysymyksen vastauksista erottui Oulu (4 vastaajaa).



Kuva 10. Vastaajien asuinpaikkakunta (n=199)

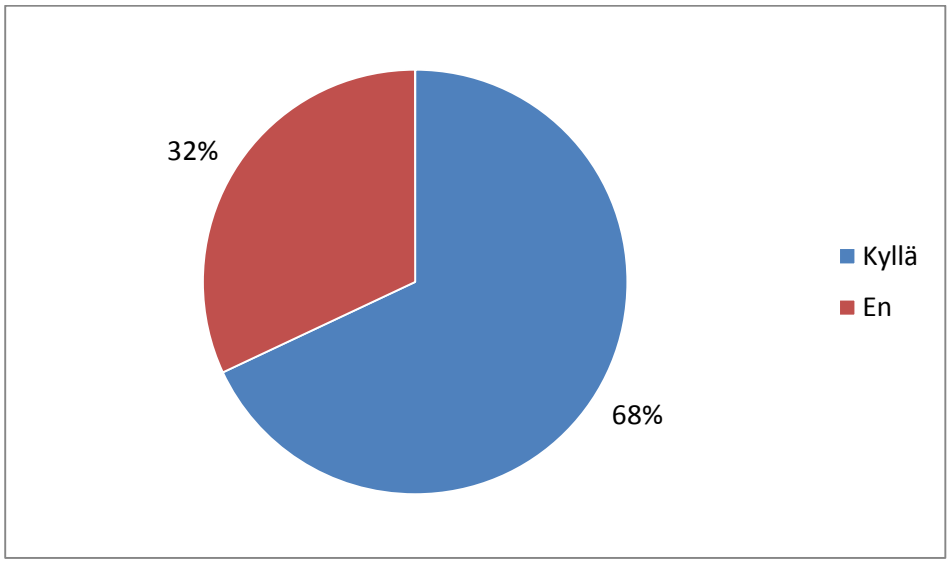
4.2 Pankkiasiakkuus

Taustatietojen jälkeen vastaajia pyydettiin vastaamaan heidän pankkiasiakuuttaan koskeviin kysymyksiin. Kysymyksissä kartoitettiin vastaajien pääasiallisesti käyttämää pankkia ja asiointikanavaa. Lisäksi osiossa kartoitettiin OP Kainuun asiakkuutta, asiakasomistajat, asiakkuuden kestoa ja asiointikanavaa.

Sähköinen ja paperinen kyselylomake poikkesivat hieman toisistaan. Vastaajat, jotka ilmoittavat olevansa jonkin muun pankin kuin OP Kainuun asiakkaita, ohjattiin sähköisessä kyselylomakkeessa suoraan vastaamaan adjektiiveihin, väittämiin ja ’’Oletko kuullut seuraavista asioista? ’’- kysymykseen.

Ensimmäisessä pankkiasiakkuus osion kysymyksessä vastaajilta kysyttiin, ovat he OP Kainuun asiakkaita. Kysymyksellä pystyttiin sähköisessä kyselylomakkeessa ohjaamaan muiden rahoituslaitosten asiakkaat suoraan OP Kainuun imagoa koskeviin kysymyksiin. Paperisessa kyselylomakkeessa ensimmäisenä kysymyksenä oli avoin kysymys, *Mitä pankkia käytät pääasiallisesti?*

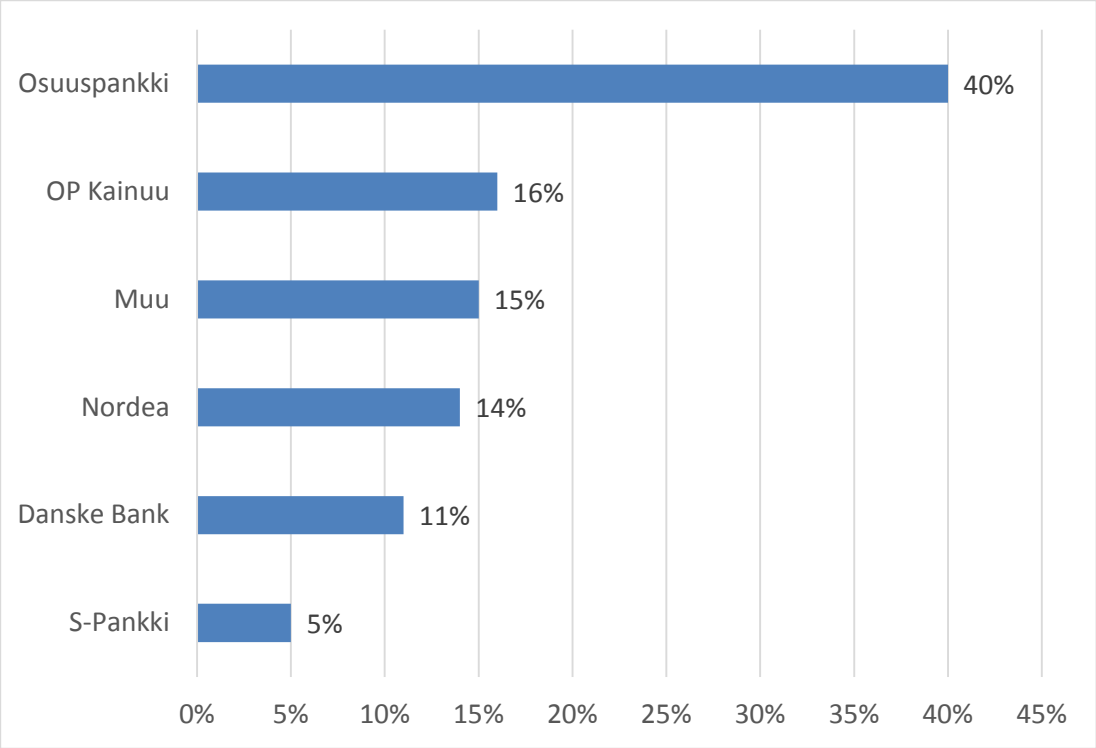
Kyselyyn vastaajista 68 % oli OP Kainuun asiakkaita (kuva 11). 32 % kyselyyn vastanneista eivät olleet OP Kainuun asiakkaita.



Kuva 11. OP Kainuun asiakkaat (n=197)

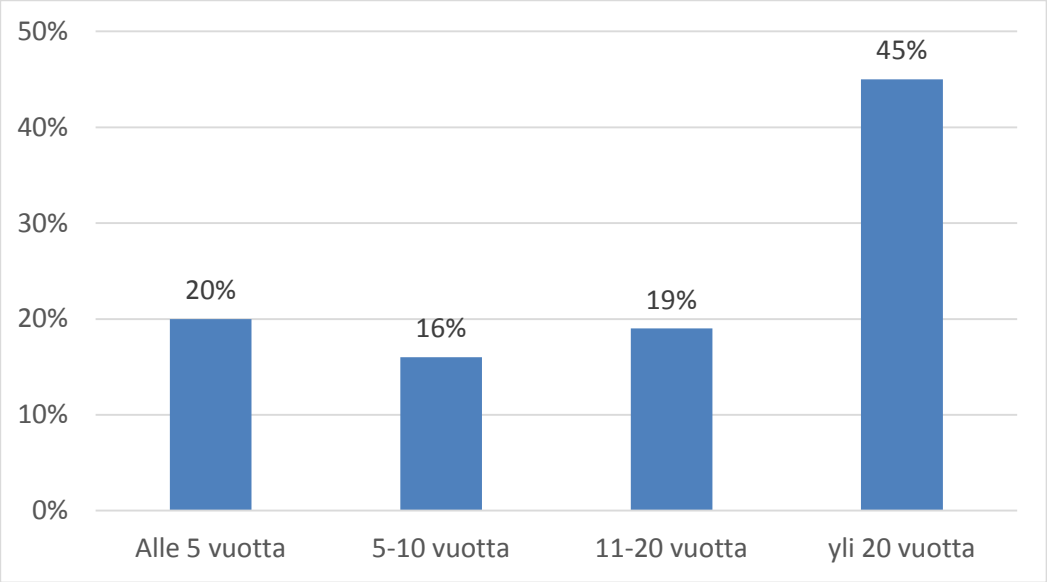
Kysymyksen *Mitä pankkia käytät pääasiallisesti?* tulokset jättivät tulkinnan varaa, koska kysymys oli avoin. Kysymyksen avoimuuden vuoksi, vastaukset olivat tulkittavissa suurpiirteisesti. Tämän kysymyksen tarkoituksena on kartoittaa muiden pankkien asiakkaiden näkemyksiä OP Kainuusta.

Suurin osa (40 %) kaikista kyselyyn vastanneista ovat Osuuspankin asiakkaita (kuva 12). Toiseksi eniten vastanneista ilmoitti olevansa OP Kainuun asiakkaita (16 %) ja kolmanneksi S-Pankin asiakkaita (15 %). Lisäksi moni kyselyyn vastanneista ilmoitti olevansa Nordean (14 %) asiakkaita.



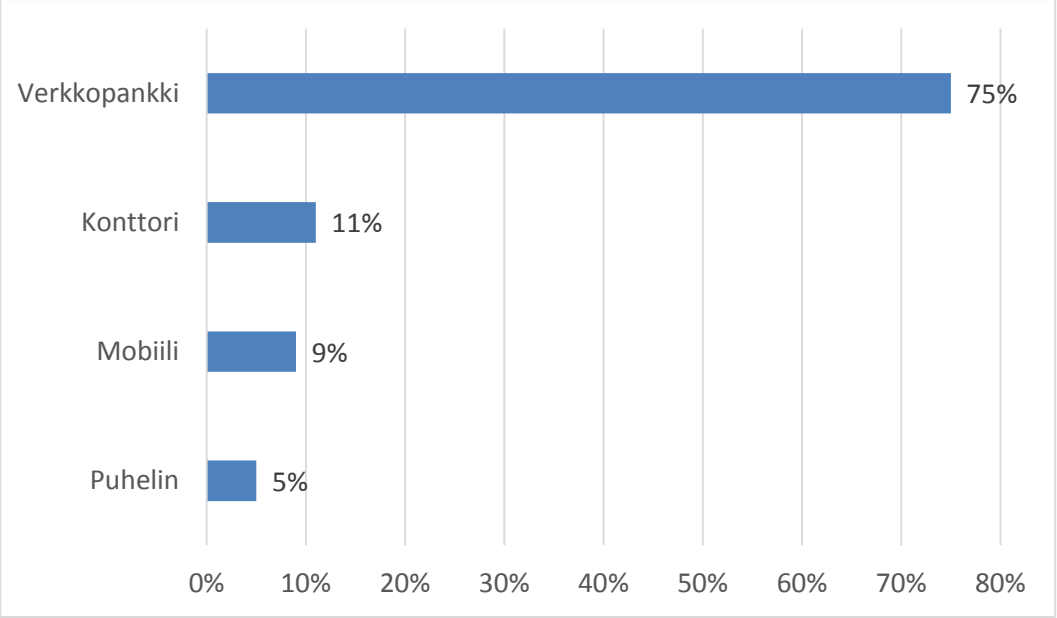
Kuva 12. Pääasiallinen pankki (n=160)

Vastaajien pankkiasiakkuus-osiossa vastaajilta kysyttiin, kuinka kauan he ovat olleet OP Kainuun asiakkaita. Enemmistö vastaajista (45 %) olivat olleet OP Kainuun asiakkaina yli 20 vuotta (kuva 13). Lisäksi 19 % vastaajista oli ollut asiakkaana 11-20 vuotta. Alle 5 vuotta asiakkaina olleita oli 20 % kyselyyn vastanneista.



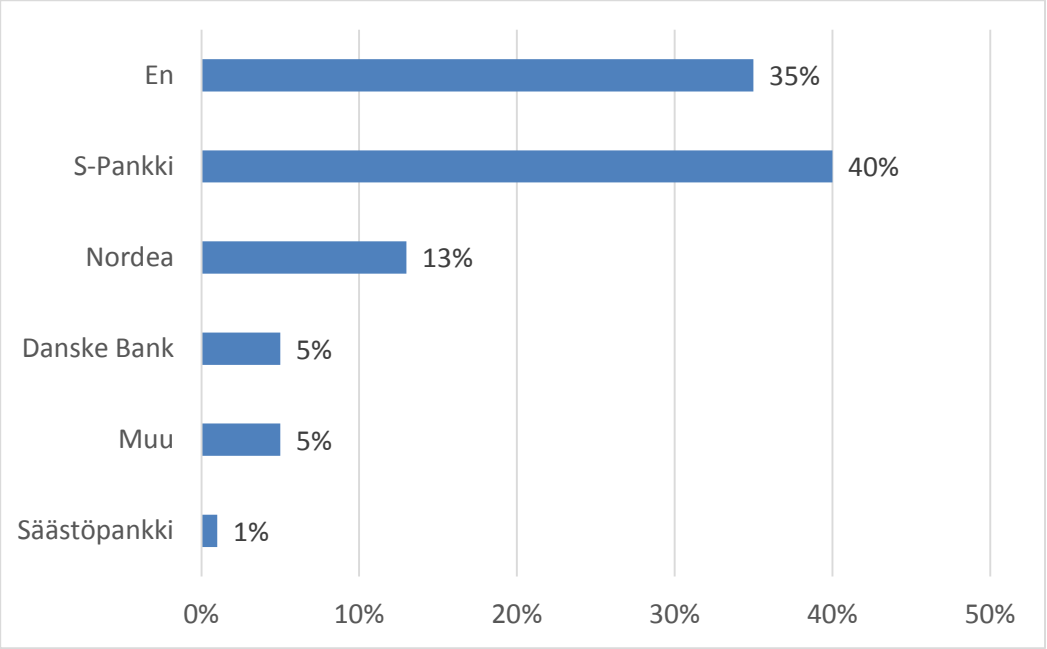
Kuva 13. Asiakkuuden kesto OP Kainuussa (n=132)

Kyselyyn vastanneista 75 % käyttivät pääasiallisena asiointikanavanaan verkkopankkia (kuva 14). Toiseksi eniten (11 %) vastanneet käyttivät pääasiallisena asiointikanavanaan konttoria. Vähiten kyselyyn vastanneet käyttivät puhelinta pääasiallisena asiointikanavanaan.



Kuva 14. Pääasiallinen asiointikanava (n=133)

Vastaajien pankkiasiakkuutta selvitettäessä vastaajilta kysyttiin myös, ovatko he myös jonkin muun pankin kuin OP Kainuun asiakkaita. Kyselyyn vastanneista 40 % ilmoitti olevansa myös S-Pankin asiakkaita (kuva 15). Toiseksi eniten vastaajista (35 %) ilmoitti, ettei ole muun kuin OP Kainuun asiakas. Huomattava osa vastaajista ilmoitti olevansa myös Nordean asiakkaita (13%).



Kuva 15. Muiden pankkien asiakkuudet (n=134)

4.3 Mielikuvat

Vastaajat arvioivat OP Kainuuta erilaisten adjektiivien avulla. Adjektiivien avulla analysoitiin OP Kainuun imagoa. OP Kainuun imagoa pyrittiin kartoittamaan adjektiivien avulla, jotka ovat finanssialalla tärkeitä. Finanssialalla tärkeitä adjektiiveja ovat muun muassa luotettava, asiantunteva, nykyaikainen ja menestyvä.

Kyselyyn osallistujat arvioivat myös adjektiiveja, joita OP Kainuu mieltää kuuluvan arvoihinsa. OP Kainuun arvoja ovat ihmisläheisyys, vastuullisuus ja yhdessä menestyminen. Vastaajat arvioivat adjektiiveja asteikolla 1-4, jossa vaihtoehdot tarkoittivat 1=heikosti, 2=melko heikosti, 3=melko hyvin ja 4=erittäin hyvin.

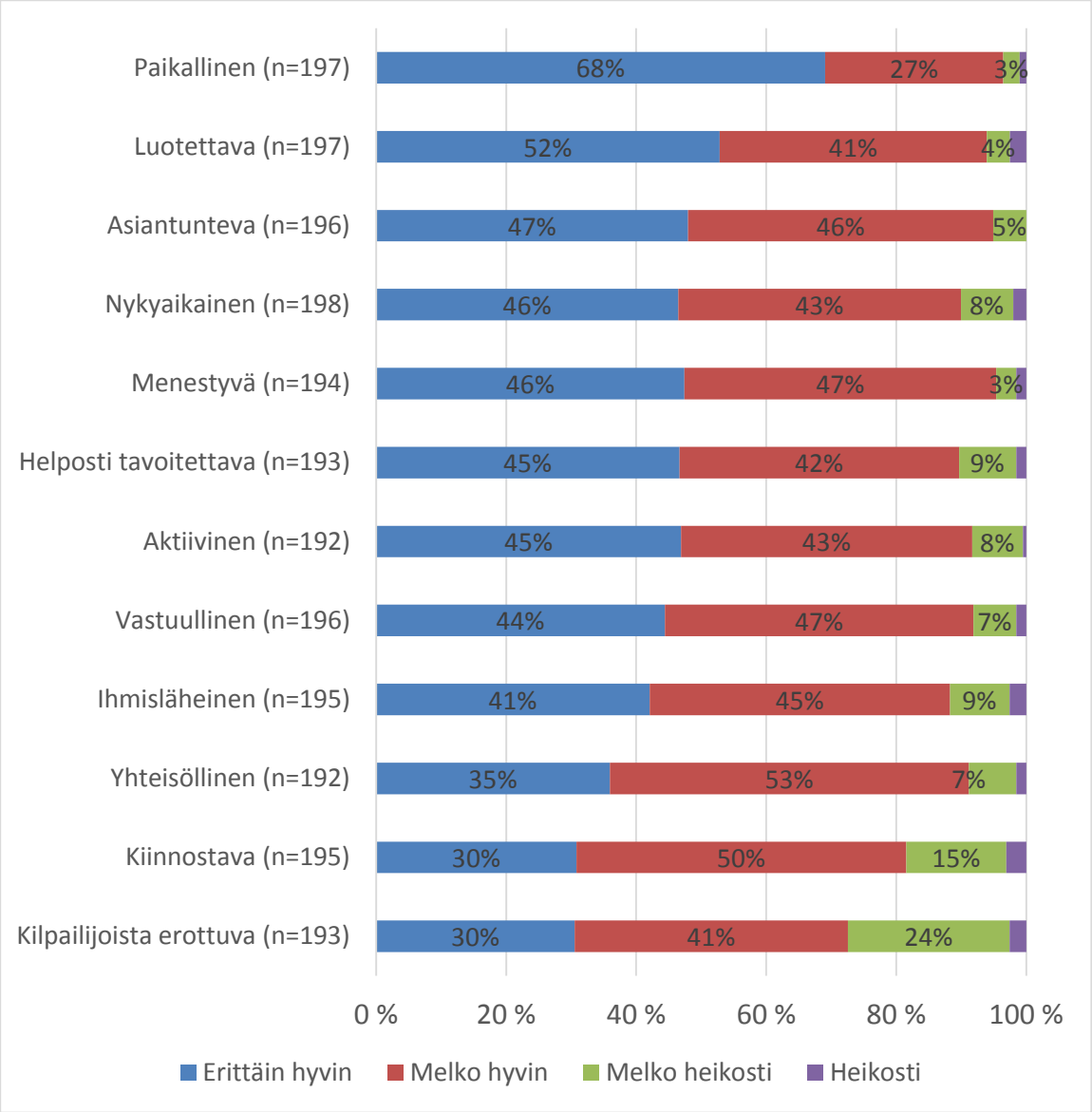
Adjektiivit

Kyselyyn vastanneiden mielestä eniten erittäin hyvin OP Kainuuta kuvaavat adjektiiveja (kuva 16) olivat paikallinen (68 %), luotettava (52 %) ja asiantunteva (47 %). Yhteensä yli 95 % kyselyyn vastanneista mielsi adjektiivin paikallinen kuvaavan OP Kainuuta erittäin tai melko hyvin. Yksikään kyselyyn vastanneista ei mieltänyt adjektiivin asiantunteva kuvaavan OP Kainuuta erittäin heikosti.

Heikoiten OP Kainuuta kuvaaviksi adjektiiveiksi (kuva 16) vastaajat arvioivat kilpailijoista erottuvan, kiinnostavan ja yhteisöllisen. Heikoimmin OP Kainuuta kuvaavaksi adjektiiviksi vastaajat arvioivat kilpailijoista erottuvan. Myös kiinnostava ja ihmisläheinen adjektiivit saivat suhteessa enemmän melko heikosti ääniä muihin adjektiiveihin nähden.

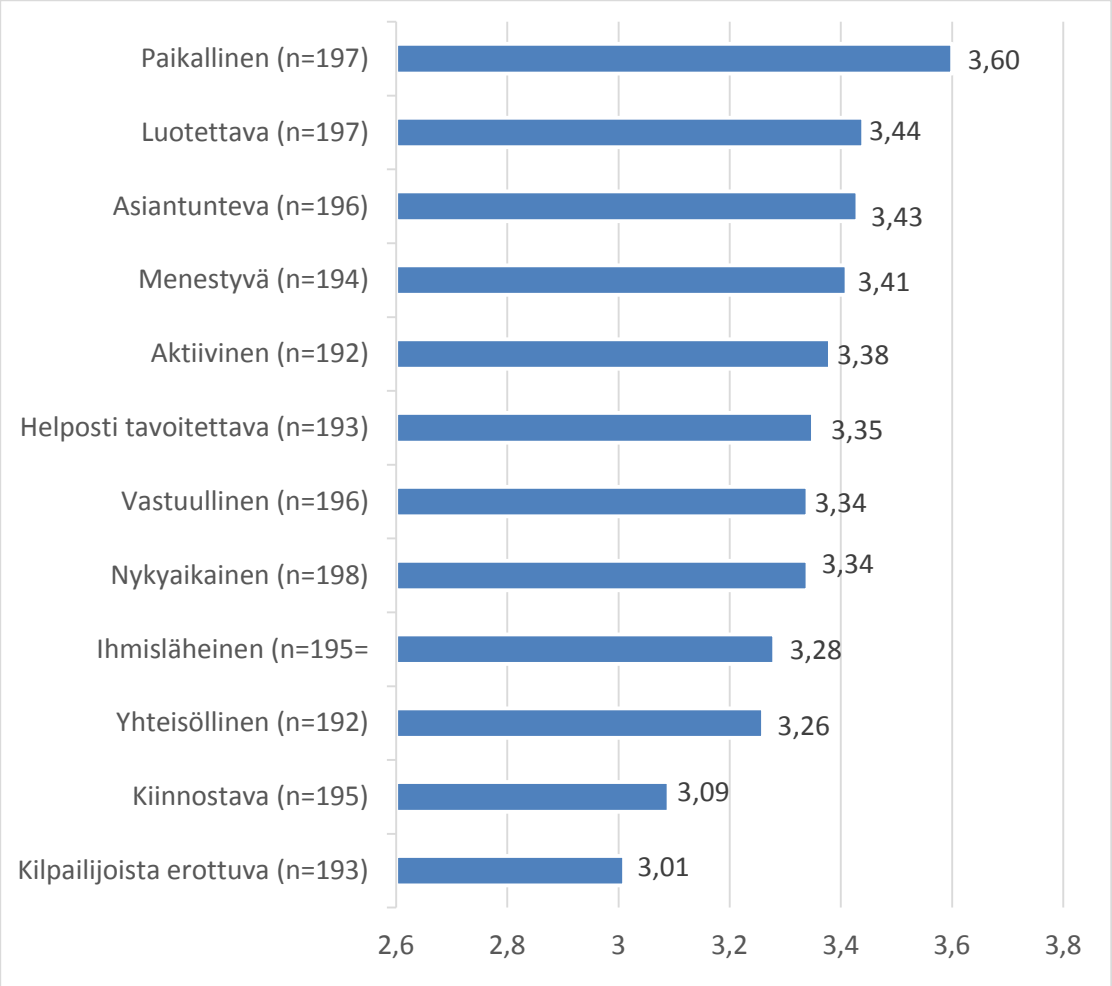
Eniten mielipiteet vastaajien kesken erosivat adjektiivin kiinnostava ja tuloksissa (kuva 16), sillä 30 % kaikista kyselyyn vastanneista mielsi kiinnostava adjektiivin kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Kuitenkin enemmistö (50 %) kyselyyn vastanneista näki kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Vastaajista 15 % näki kiinnostavan sopivan OP Kainuulle melko heikosti. Kaikista vastaajista 5 % näki kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta heikosti.

Myös kilpailijoista erottuva adjektiivi (kuva 16) jakoi hieman vastaajien mielipiteitä. Vastaajista 24 % koki, että kilpailijoista erottuva kuvaa OP Kainuuta melko heikosti. Lisäksi vastaajista 30 % oli sitä mieltä, että kyseinen adjektiivi sopii OP Kainuulle erittäin hyvin. Kuitenkin enemmistö vastaajista (41 %) näki OP Kainuun erottuvan kilpailijoista melko hyvin.



Kuva 16. Adjektiivien jakautuminen kyselyyn vastanneiden kesken

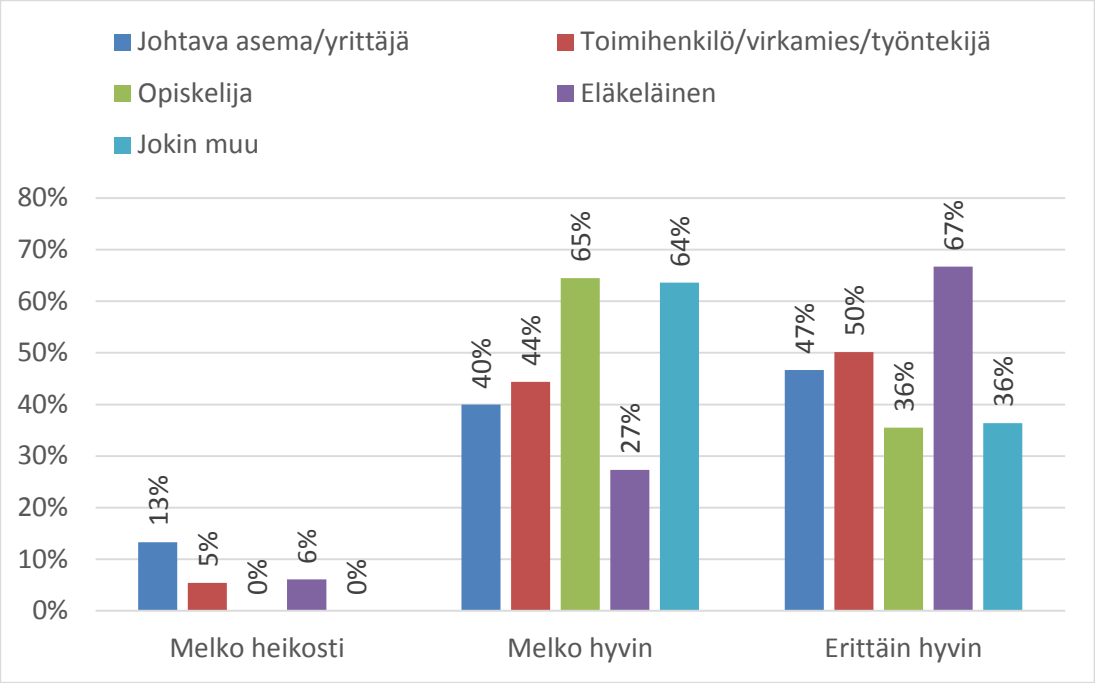
Tutkimuksessa verrattiin myös adjektiivien keskiarvoja. Keskiarvojen avulla selvitettiin OP Kainuuta parhaiten ja heikoiten kuvaavat adjektiivit. Adjektiivi paikallinen (kuva 17) sai parhaimman keskiarvon (3,60). Myös luotettava (3,44) ja asiantunteva (3,43) adjektiivit sijoittuivat keskiarvovertailussa hyvin. Sen sijaan adjektiivi kilpailijoista erottuva (3,01) sijoittui keskiarvovertailussa heikoimmin. Toiseksi heikoin keskiarvo muodostui adjektiiville kiinnostava (3,09).



Kuva 17. Adjektiivien keskiarvot

<u>Asiantunteva</u>

Kyselyyn vastanneista eläkeläisistä enemmistö (67 %) näki asiantuntevan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 18). Toimihenkilöksi, virkamieheksi tai työntekijäksi itsensä ilmoittaneista sekä johtajista/yrittäjistä enemmistöt näkivät asiantuntevan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Muista ammattiryhmistä enemmistö näki asiantuntevan kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Johtajista ja yrittäjistä 13 % näki myös asiantuntevan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti, kun vastaavava luku oli muilla ammattiryhmillä alle 6 %.



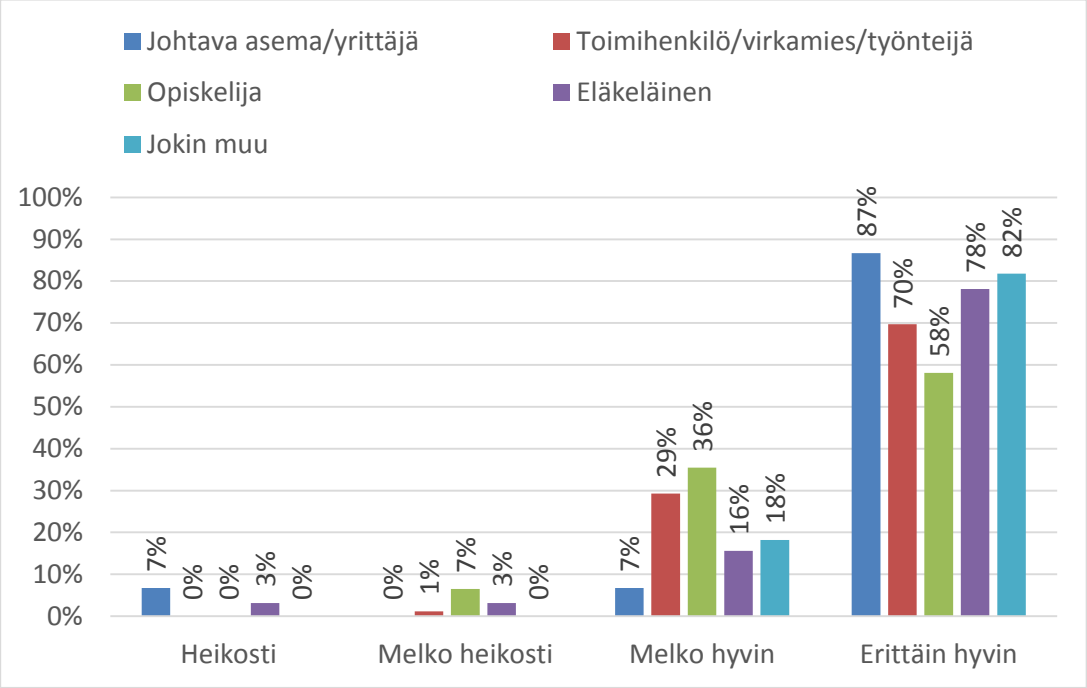
Kuva 18. Adjektiivin asiantunteva vertailu ammattiryhmien välillä (n=196)

Asiantunteva adjektiivia vertailtiin myös OP Kainuun asiakkaiden ja ei asiakkaiden välillä. Kyselyyn vastanneista ei OP Kainuun asiakkaista 75 % koki asiantuntevan kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin, vastaavan luku oli OP Kainuun asiakkailla 35 %. Sen sijaan OP Kainuun asiakkaista yli puolet (59 %) näki asiantunteva adjektiivin kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Ei OP Kainuun asiakkaista 21 % näki kyseisen adjektiivin kuvaava OP Kainuuta erittäin hyvin.

Kyselyyn vastanneista puhelimessa ja konttorissa pääasiallisesti asioivista vastaajista vähintään 80 % oli sitä mieltä, että asiantunteva kuvaa OP Kainuuta erittäin hyvin. Toisaalta pääasiallisesti konttorilla asioivista vastaajista 13 % koki asiantunteva adjektiivin kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Mobiilissa asioivilla vastaava luku oli 9 %, verkkopankissa asioivilla 5 % ja puhelimessa asioivilla 0 %. Yli 45 % mobiilissa ja verkkopankissa pääasiallisesti asioivista kyselyyn vastanneista koki asiantuntevan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin.

<u>Paikallinen</u>

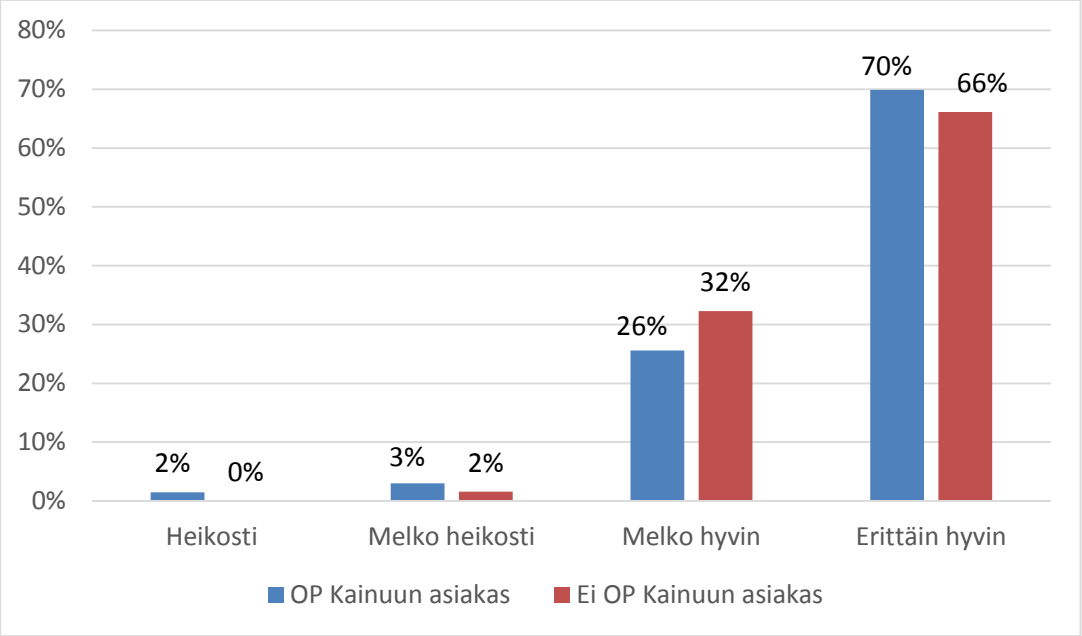
Kaikista ammattiryhmistä (kuva 19) yli puolet (50 %) vastaajista mielsi adjektiivin paikallinen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Johtavassa asemassa työskentelevistä tai yrittäjänä toimivista 87 % koki paikallisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Ammattiryhmäkseen johtajan tai yrittäjän ilmoittaneista 7 % näki paikallisen kuvaavan heikosti OP Kainuuta, kun vastaava luku oli eläkeläisillä 3 % ja muilla ammattiryhmillä 0 %.



Kuva 19. Adjektiivin paikallinen vertailu ammattiryhmien
välillä (n=197)

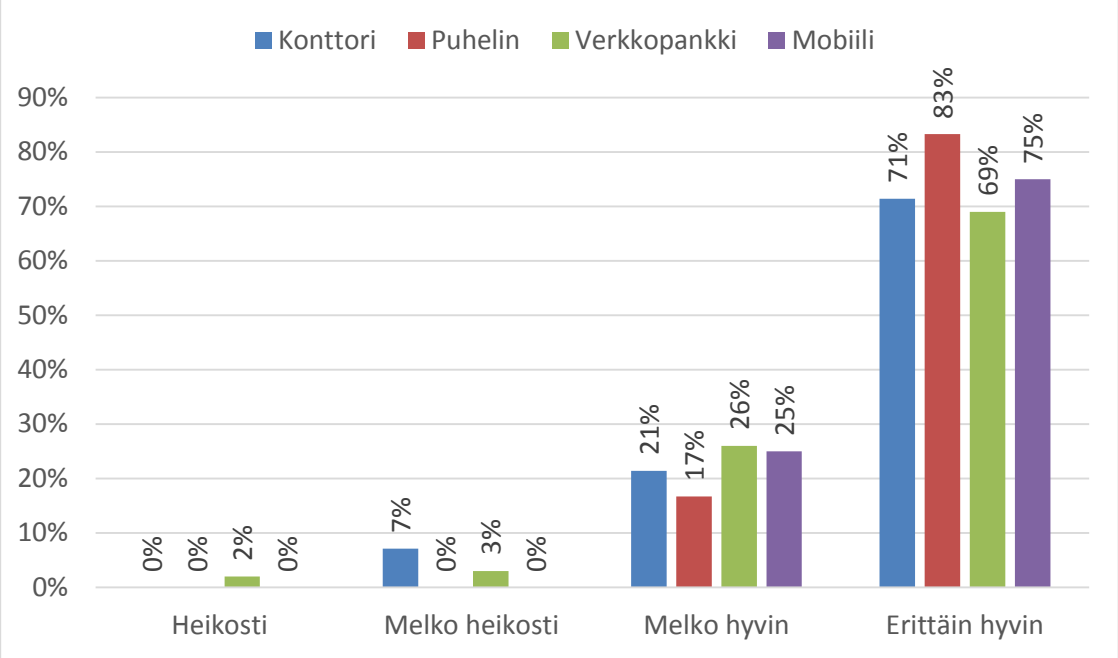
Paikallinen adjektiivin tutkimustulokset eivät eronneet merkittävästi miesten ja naisten välillä. Enemmistö miehistä ja naisista näki paikallisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Kyselyyn osallistuneista naisista 71 % mielsi adjektiivin paikallinen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Vastaava luku kyselyyn osallistuneilla miehillä oli 64 %. Naisista 3 % ja miehistä 2 % koki myös paikallisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti.

Enemmistöt OP Kainuun asiakkaista ja ei OP Kainuun asiakkaista (kuva 20) oli sitä mieltä, että paikallinen kuvaa OP Kainuun erittäin hyvin. Kuitenkin OP Kainuun asiakkaista 2 % koki paikallisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti, kun ei asiakkaiden keskuudessa vastaava luku oli 0 %.



Kuva 20. Adjektiivin paikallinen vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä (n=196)

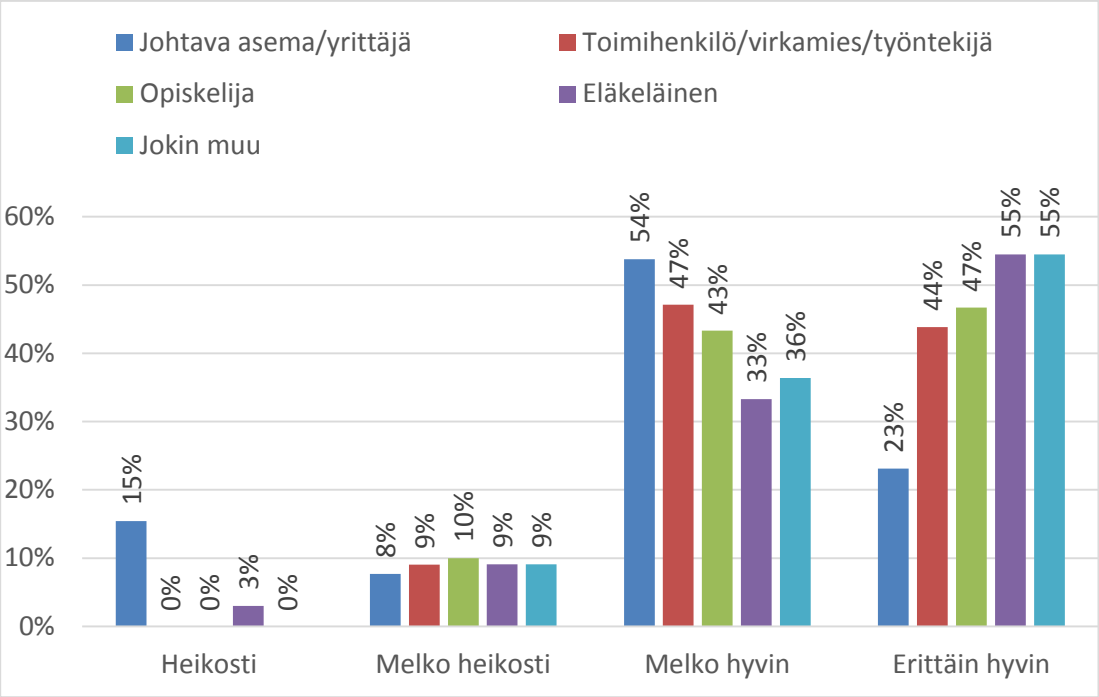
Jokaisen asiointikanavan edustajista vähintään 69 % (kuva 21) näki paikallisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Puhelimessa pääasiallisesti asioivista 83 % mielsi paikallisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Konttorilla pääasiallisesti asioivista 7 % ja verkkopankissa asioivista 3 % näki paikallisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti, vastaavan luku oli muilla asiointikanavilla 0 %. Verkkopankissa pääasiallisesti asioivista 2 % näki adjektiivin paikallinen kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



Kuva 21. Adjektiivin paikallinen vertailu eri asiointikanavissa asioivien henkilöiden välillä (n=132)

Helposti tavoitettava

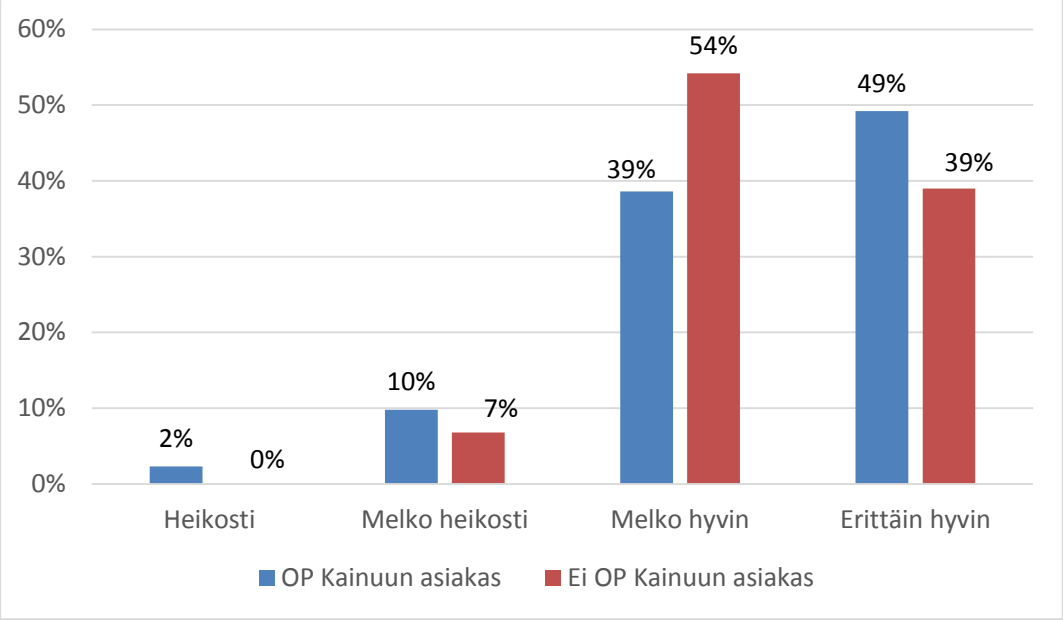
Kaikista muista ammattiryhmistä paitsi johtajista ja yrittäjistä vähintään 40 % oli sitä mieltä, että helposti tavoitettava kuvaa OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 22). Johtavassa asemassa tai yrittäjänä toimivista vastaajista 23 % näki, että helposti tavoitettava kuvaa OP Kainuuta erittäin hyvin. Sen sijaan johtajista ja yrittäjistä 54 % oli sitä mieltä, että helposti tavoitettava kuvaa OP Kainuuta melko hyvin. Kuitenkin jopa 15 % johtajista ja yrittäjistä mielsi helposti tavoitettavan kuvaavan OP Kainuuta heikosti. Myös eläkeläisistä 3 % koki helposti tavoitettavan kuvaavan OP Kainuuta heikosti. Vastaava luku muilla ammattiryhmillä oli 0 %. Lisäksi kaikista ammattiryhmistä vähintään 8 % koki, että OP Kainuu on melko heikosti tavoitettavissa.



Kuva 22. Adjektiivin helposti tavoitettava vertailu ammattiryhmien välillä (n=193)

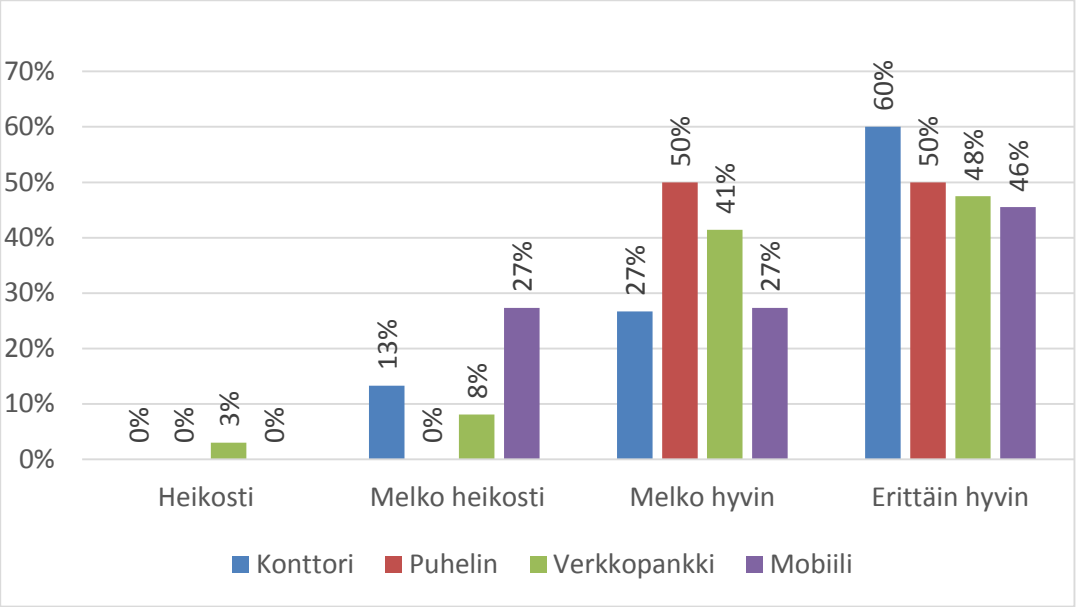
Kyselyyn vastanneista OP Kainuun asiakkaista 49 % mielsi helposti tavoitettavan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 23). Vastaava luku ei OP Kainuun asiakkailla oli 39 %. Ei OP Kainuun asiakkaista 54 % näki helposti tavoitettavan kuvaan OP Kainuuta melko hyvin, kun vastaava luku oli OP Kainuun asiakkailla 39 %. 10 % tutkimukseen vastanneista OP Kainuun asiakkaista koki, että hel-

posti tavoitettava kuvaa OP Kainuuta melko heikosti. Lisäksi OP Kainuun asiakkaista 2 % näki helposti tavoitettavan kuvaavan OP Kainuuta heikosti, vastaavan luvun ollessa ei OP Kainuun asiakkailla 0 %.



Kuva 23. Adjektiivin helposti tavoitettavan vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä (n=193)

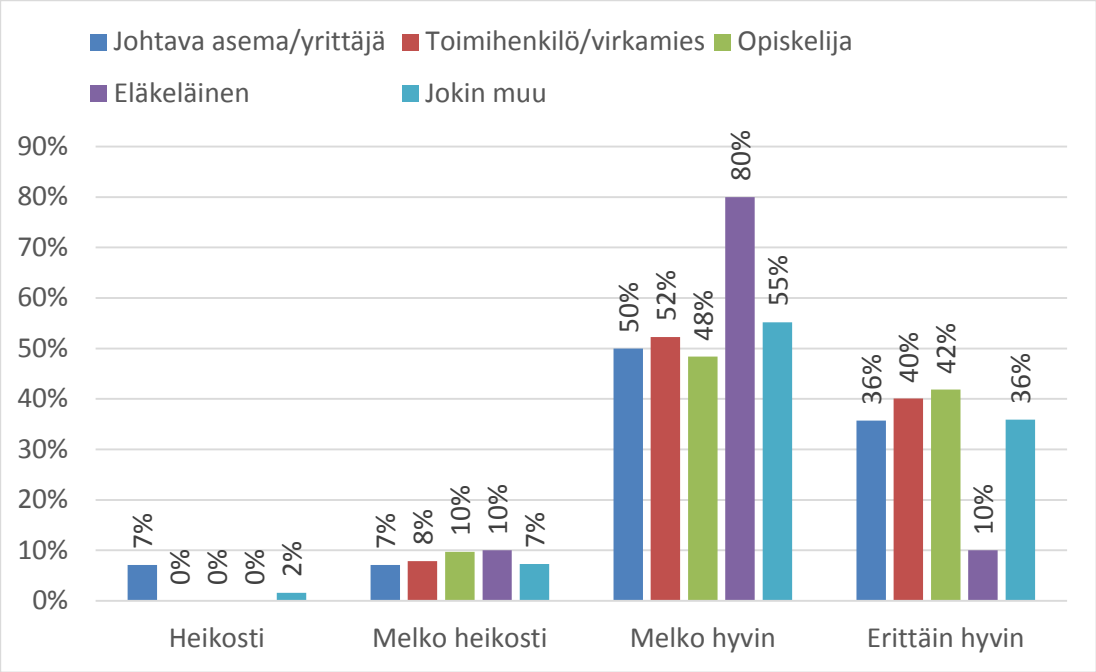
Vähintään 45 % jokaisesta pääasiallisen asiointikanavan ilmoittaneista OP Kainuun asiakkaista koki, että helposti tavoitettavan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 24). Konttorin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 60 % näki, että helposti tavoittava kuvaa OP Kainuuta erittäin hyvin. Pääasiallisesti konttorissa asioivista 13 % oli sitä mieltä, että helposti tavoitettava kuvaa OP Kainuuta melko heikosti. Mobiilin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 27 % mielsi helposti tavoitettavan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Verkkopankin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 3 % koki helposti tavoitettavan kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



Kuva 24. Adjektiivin *helposti tavoitettava* vertailu eri asiointikanavissa asioivien henkilöiden välillä (n=131)

Yhteisöllinen

Kyselyyn vastanneista eläkeläisistä (kuva 25) 10 % näki yhteisöllisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin, kun vastaava luku muilla ammattiryhmillä oli vähintään 35 %. Kyselyyn vastanneista eläkeläisistä 80 % näki yhteisöllisen kuvaava OP Kainuuta melko hyvin. Jokaisesta ammattiryhmästä vähintään 7 % koki yhteisöllisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Lisäksi kyselyyn vastanneista johtavassa asemassa työskentelevistä tai yrittäjistä 7 % näki yhteisöllisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti.

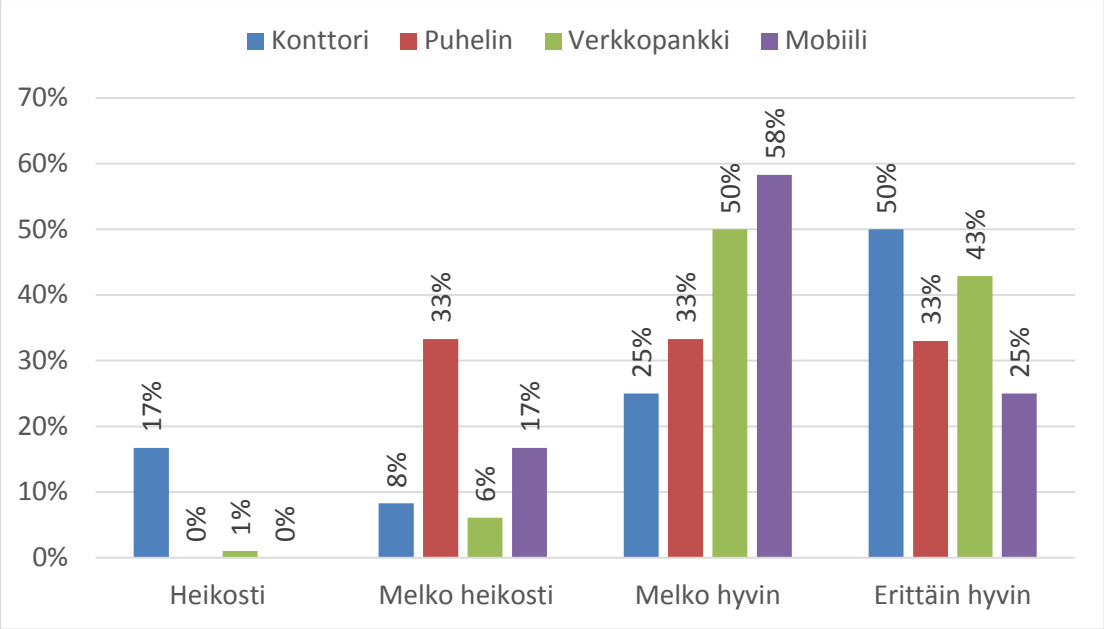


Kuva 25. Adjektiivin yhteisöllinen vertailu ammattiryhmien välillä (n=192)

Enemmistö miehistä ja naisista mielsi yhteisöllisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Naisista kuitenkin 8 % näki, yhteisöllisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti, kun vastaava luku oli miehillä 7 %. Miehistä 3 % koki yhteisöllisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti, kun vastaava luku oli naisilla 1 %.

Ei OP Kainuun asiakkaista 70 % näki yhteisöllisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. OP Kainuun asiakkaista 41 % näki yhteisöllisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Kyselyyn vastanneista ei OP Kainuun asiakkaista 25 % koki kyseisen adjektiivin kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. OP Kainuun asiakkaista 2 % koki yhteisöllisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti, kun vastaava luku ei asiakkailla oli 0 %.

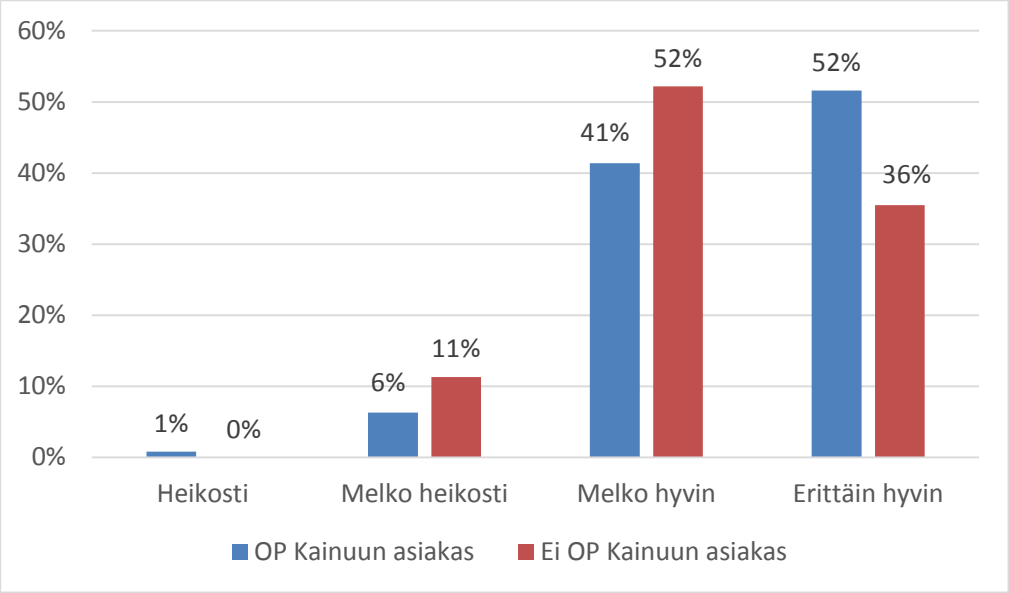
Vähintään 25 % jokaisen asiointikanavan edustajista koki yhteisöllisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 26). Konttorin pääasialliseksi asiointi kanavakseen ilmoittaneista puolet mielsi yhteisöllisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Pääasiallisesti verkkopankissa asioivista 50 % ja mobiilissa asioivista 58 % näki yhteisöllisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Konttorin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 17 % koki, että yhteisöllinen kuvaa OP Kainuuta heikosti. Muilla asiointikanavilla vastaavan luku oli alle 2 %.



Kuva 26. Adjektiivin yhteisöllinen vertailu eri asiointikanavissa asioivien henkilöiden välillä (n=128)

<u>Aktiivinen</u>

Kyselyyn vastanneista ei OP Kainuun asiakkaista 52 % näki aktiivisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin (kuva 27). Ei OP Kainuun asiakkaista 11 % näki aktiivisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti, vastaava luku OP Kainuun asiakkailla oli 6 %. OP Kainuun asiakkaista 52 % koki aktiivisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Yksikään ei OP Kainuun asiakkaista ei kokenut aktiivisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



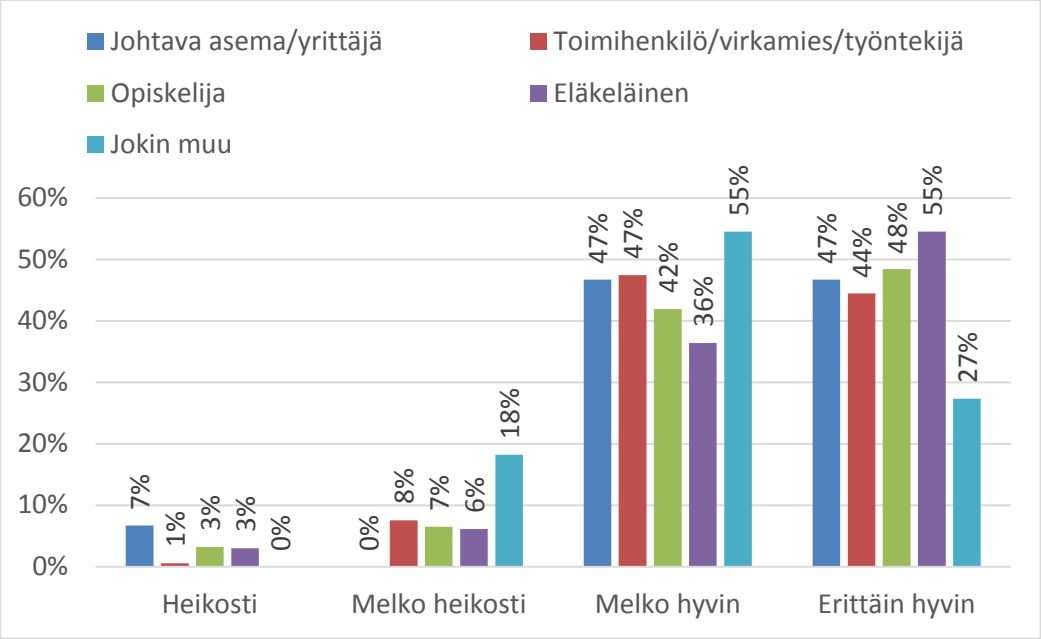
Kuva 27. Adjektiivin aktiivinen vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä (n=192)

Kaikista asiointikanavista, lukuun ottamatta konttoria, enemmistö mielsi aktiivisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Puhelimessa pääasiallisesti asioivista 67 % mielsi aktiivisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Konttorilla pääasiallisesti asioivista enemmistö (46 %) näki aktiivisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Konttorilla pääasiallisesti asioivista 8 % näki aktiivisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti. Vastaava luku muilla asiointikanavilla oli 0 %.

Nykyaikainen

Kaikista muista ammattiryhmistä paitsi jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista, vähintään 44 % näki nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 28). Jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista 55 % näki nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista 18 % koki nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Muilla ammattiryhmillä vastaava luku oli alle 8 %. Johtavassa asemassa olevista tai yrittäjistä yksikään ei kokenut nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Johtavassa asemassa työskentelevistä tai yrittäjistä 7 % näki nykyaikaisen

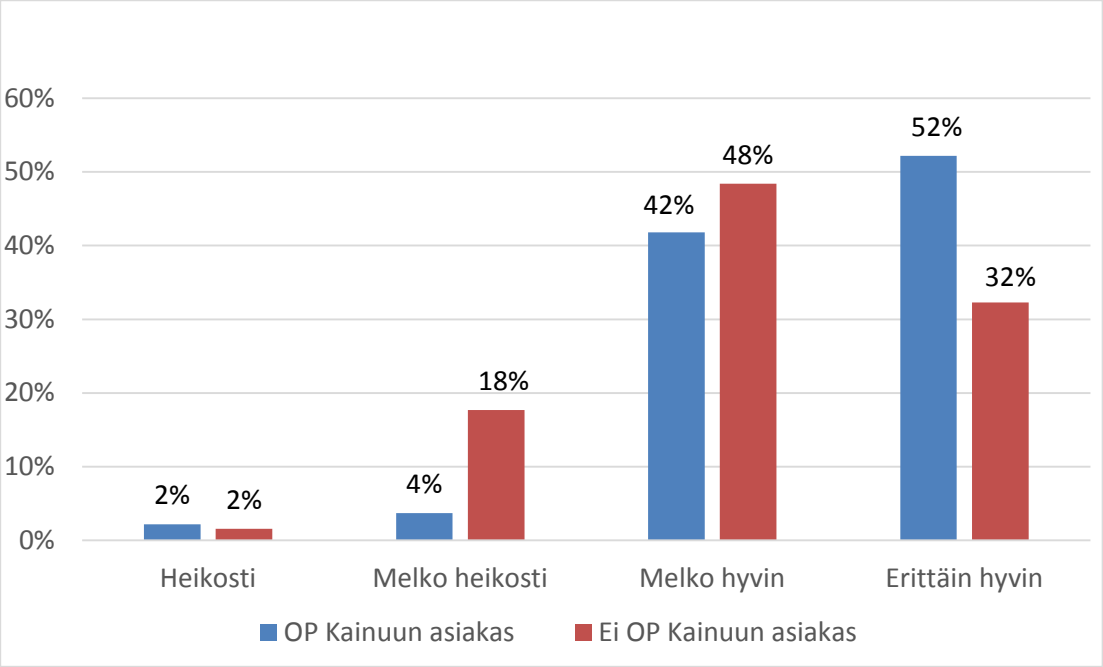
kuvaavan OP Kainuuta heikosti. Muiden ammattiryhmien edustajista alle 3 % koki nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



Kuva 28. Adjektiivin nykyaikainen vertailu ammattiryhmien välillä (n=198)

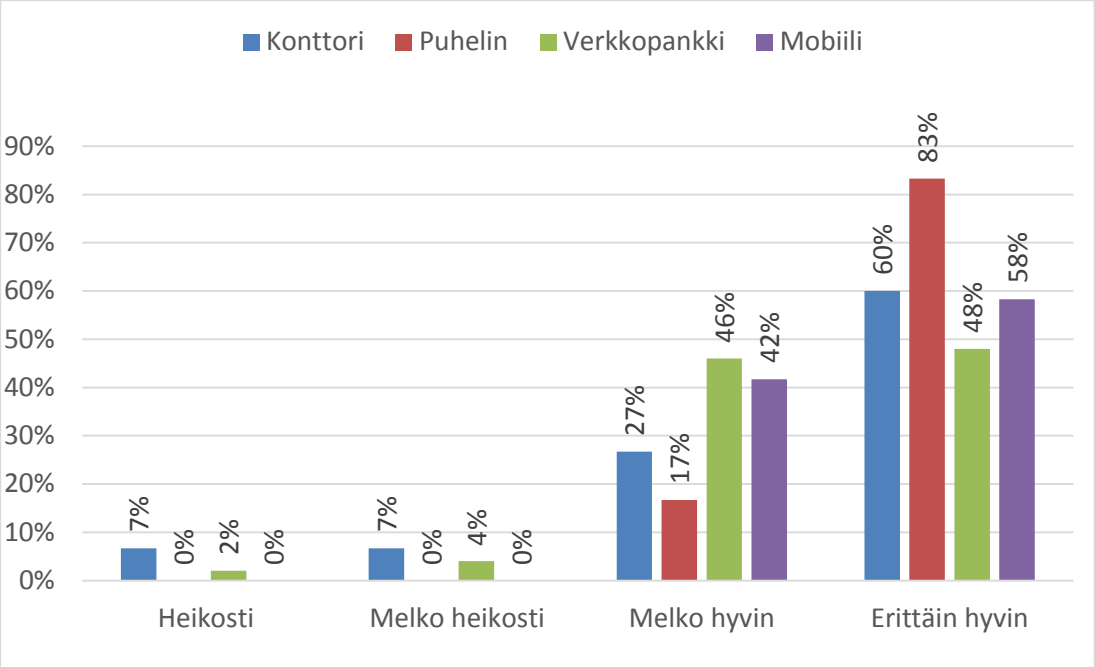
Puolet kyselyyn vastanneista (50 %) naisista koki, että adjektiivi nykyaikainen sopii OP Kainuulle erittäin hyvin. Vastaava luku miehillä oli 40 %. Kyselyyn vastanneista miehistä 10 % koki nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Naisista 7 % koki nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Lisäksi miehistä 5 % näki nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti, kun vastaava luku naisilla oli 1 %.

Kyselyyn vastanneista OP Kainuun asiakkaista 52 % koki nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin, vastaavan luvun ollessa ei OP Kainuun asiakkailla 32 %. Sen sijaan enemmistö (48 %) ei OP Kainuun asiakkaista koki nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Ei OP Kainuun asiakkaista 18 % oli myös sitä mieltä, että nykyaikainen kuvaa OP Kainuuta melko heikosti, vastaava luku oli OP Kainuun asiakkailla 4 %.



Kuva 29. Adjektiivin nykyaikainen vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä (n=198)

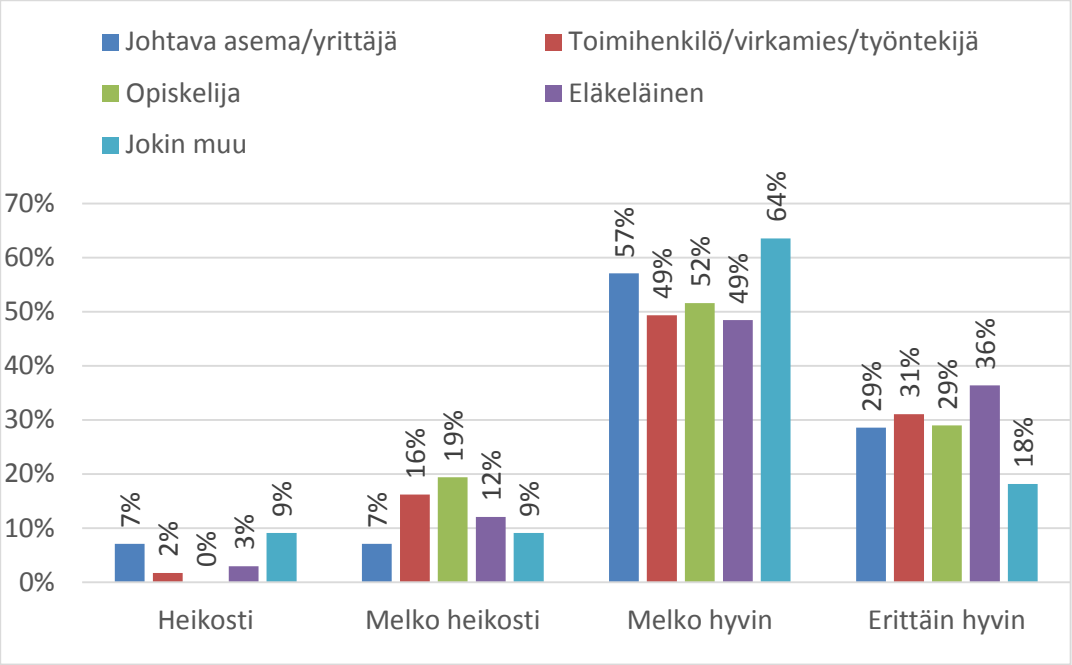
Jokaisesta ammattiryhmästä enemmistö näki nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 30). Puhelimen pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista jopa 83 % koki nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Konttorin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 7 % näki nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti ja 7 % näki sen kuvaavan heikosti. Puhelimen tai mobiilin pääasialliseksi asiointikanavikseen ilmoittaneista yksikään ei kokenut nykyaikaisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti tai heikosti.



Kuva 30. Adjektiivin nykyaikainen vertailu eri asiointikanavissa asioivien henkilöiden välillä (n=133)

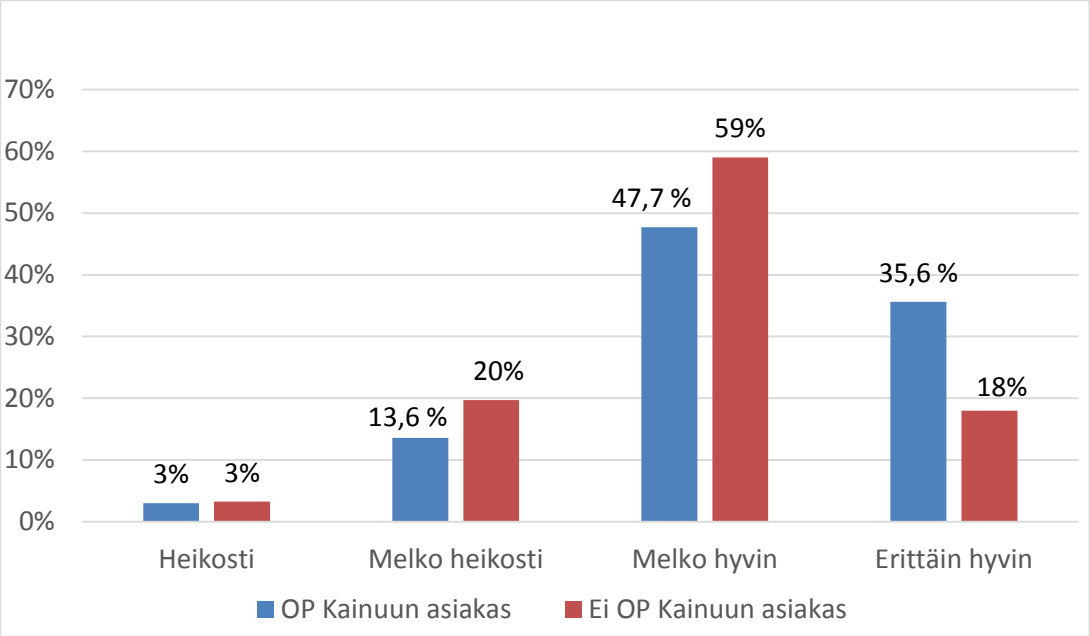
<u>Kiinnostava</u>

Jokaisesta ammattiryhmästä vähintään 48 % oli sitä mieltä, että kiinnostava kuvaa OP Kainuuta melko hyvin (kuva 31). Jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista, opiskelijoista ja johtavassa asemassa työskentelevistä tai yrittäjistä yli puolet mielsi kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Jokaisesta ammattiryhmästä vähintään 7 % oli sitä mieltä, että kiinnostava kuvaa OP Kainuuta melko heikosti. Kyselyyn vastanneista opiskelijoista 19 % näki kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Johtajiksi tai yrittäjiksi itsensä ilmoittaneista 7 % ja jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista 9 % koki kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



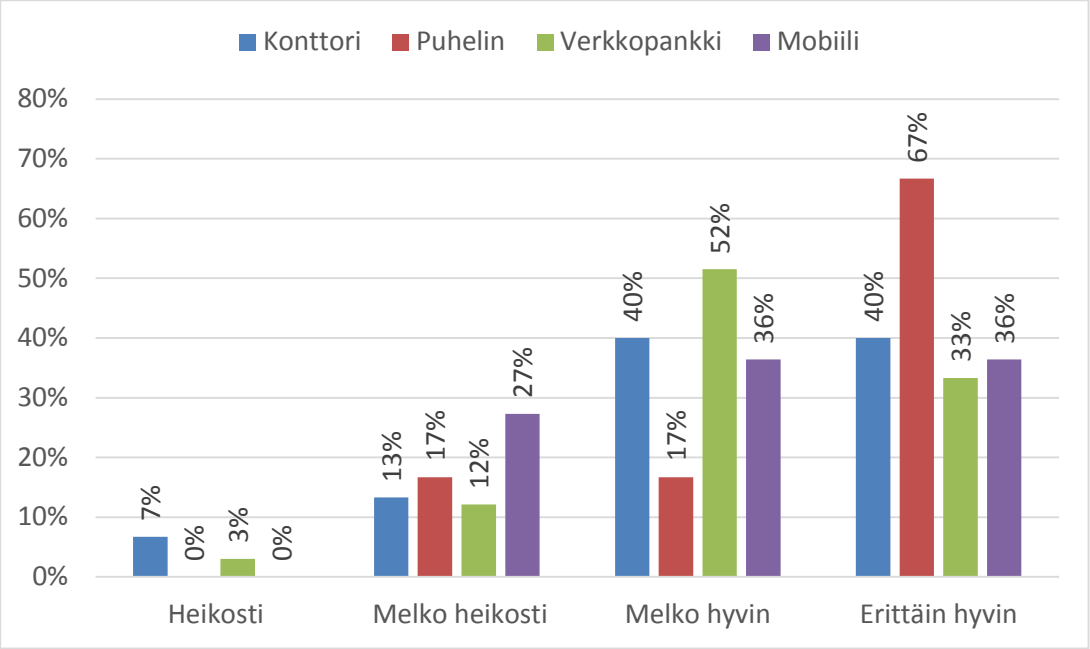
Kuva 31. Adjektiivin kiinnostava vertailu ammattiryhmien välillä (n=195)

Ei OP Kainuun asiakkaista 18 % koki kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin, vastaava luku OP Kainuun asiakkailla oli 36 %. Ei OP Kainuun asiakkaista 59 % koki kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin, kun OP Kainuun asiakkaista 48 % koki kiinnostavan sopivan OP Kainuulle melko hyvin. Ei OP Kainuun asiakkaista 20 % näki kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti, vastaava luku oli OP Kainuun asiakkailla 13,6 %.



Kuva 32. Adjektiivin kiinnostava vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä (n=195)

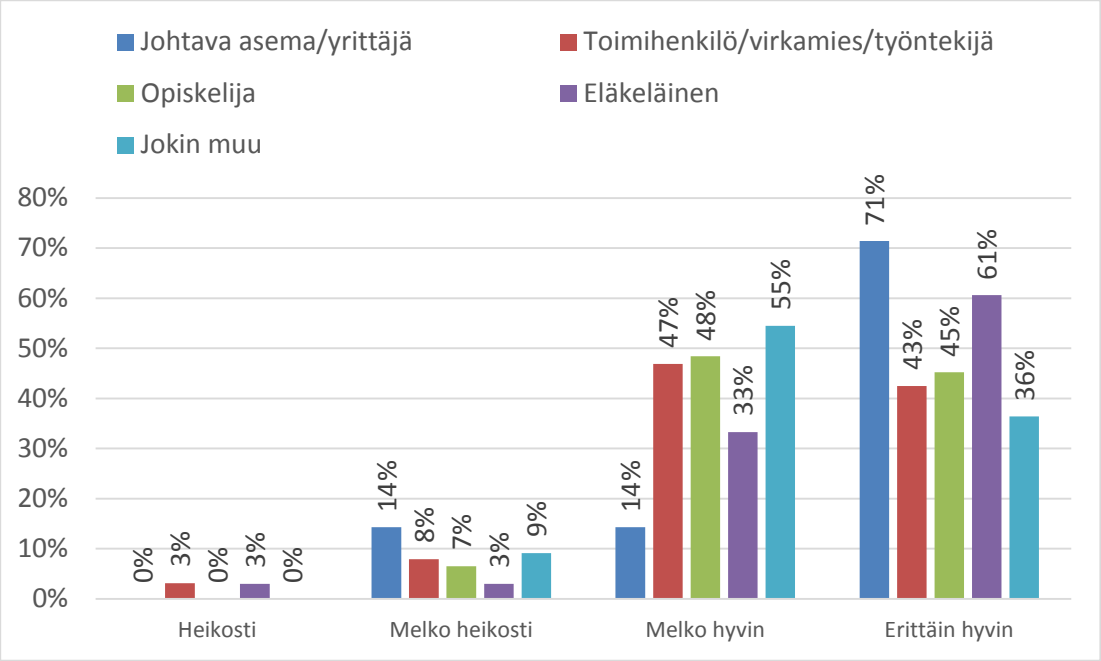
Jokaisen asiointikanavan edustajista vähintään 33 % koki kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 33). Puhelimen pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 67 % koki kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Verkkopankissa pääasiallisesti asioivista enemmistö (52 %) mielsi kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Lisäksi jokaisen asiointikanavan edustajista vähintään 12 % koki, että kiinnostava sopii OP Kainuulle melko heikosti. Mobiilin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 27 % koki, kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Konttorissa pääasiallisesti asioivista 7 % ja verkkopankissa pääasiallisesti asioivista 3 % näki kiinnostavan OP Kainuuta heikosti. Puhelimessa tai mobiilissa pääasiallisesti asioivista yksikään ei kokenut kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



Kuva 33. Adjektiivin kiinnostava vertailu eri asiointikanavissa asioivien henkilöiden välillä (n=131)

<u>Vastuullinen</u>

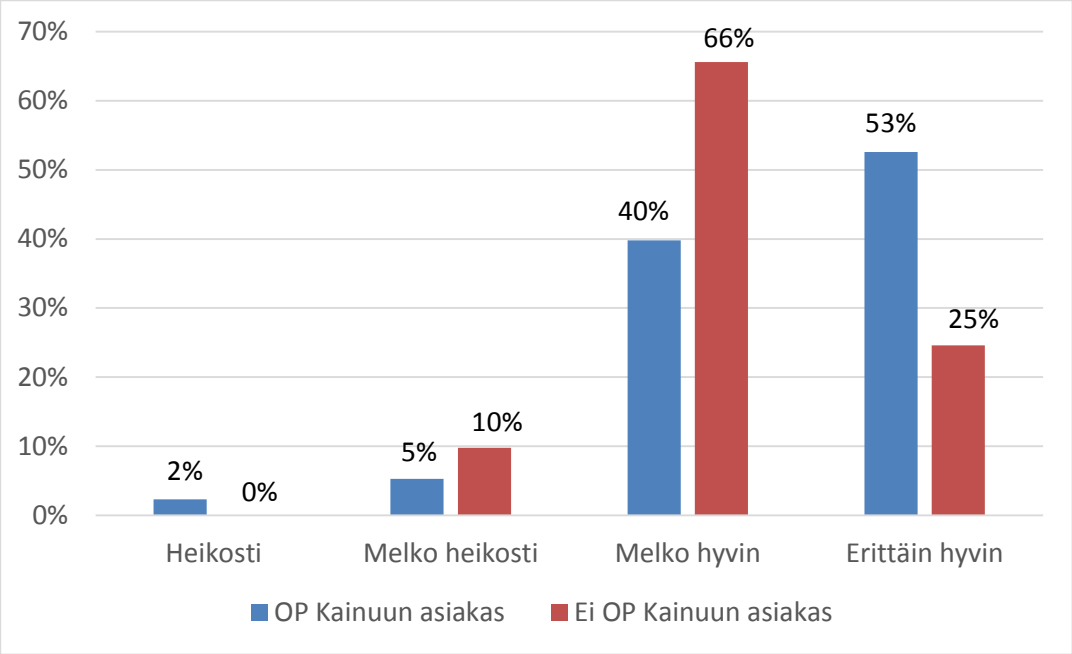
Kaikista ammattiryhmistä (kuva 34), paitsi jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista, vähintään 42 % mielsi vastuullisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Johtavassa asemassa tai yrittäjänä työskentelevistä 71 % ja eläkeläisistä 61 %, näki vastuullisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Toisaalta kyselyyn osallistuneista johtajista tai yrittäjistä 14 % näki vastuullisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti, vastaavan luvun ollessa muilla ammattiryhmillä alle 8 %.



Kuva 34. Adjektiivin vastuullinen vertailu ammattiryhmien välillä (n=196)

Miehistä enemmistö (48 %) näki vastuullisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin, kun naisista enemmistö (52 %) koki vastuullisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Miehistä 11 % oli sitä mieltä, että vastuullinen kuvaa OP Kainuuta melko heikosti, vastaavan luvun ollessa naisilla 5 %.

Enemmistö (66 %) kyselyyn vastanneista (kuva 35) ei OP Kainuun asiakkaista koki vastuullisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin, vastaavan luku oli OP Kainuun asiakkailla 40 %. Yli puolet (53 %) OP Kainuun asiakkaista mielsi vastuullisen kuvaan OP Kainuuta erittäin hyvin, kun ei OP Kainuun asiakkaista 25 % mielsi vastuullisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Ei OP Kainuun asiakkaista 10 % näki vastuullisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. OP Kainuun asiakkaista 5 % koki vastuullisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. OP Kainuun asiakkaista 2 % koki vastuullisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti, vastaava luku ei OP Kainuun asiakkailla oli 0 %.

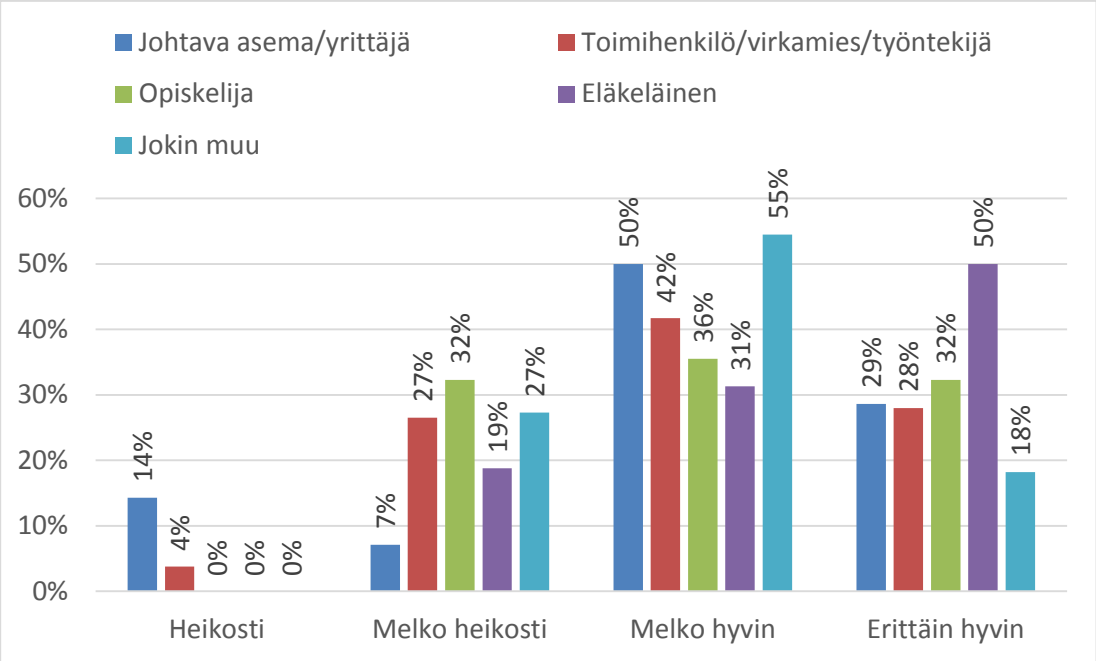


Kuva 35. Adjektiivin vastuullinen vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä (n=195)

Konttorin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista enemmistö (67 %) koki, että vastuullinen sopii OP Kainuulle erittäin hyvin. Noin puolet verkkopankissa pääasiallisesti asioivista (49 %) ja mobiilissa asioivista (50 %) näki vastuullisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Mobiilissa pääasiallisesti asioivista 8 % ja konttorissa pääasiallisesti asioivista 7 % koki vastuullisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti. Vastaava luku verkkopankissa ja puhelimessa pääasiallisesti asioivilla oli alle 1 %.

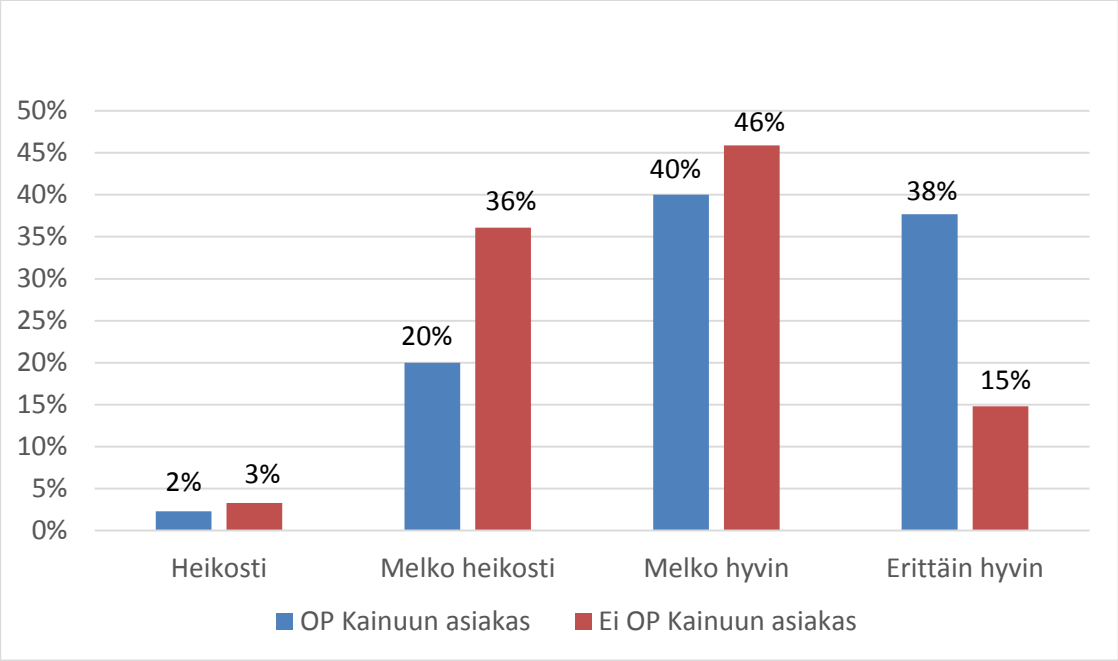
Kilpailijoista erottuva

Kaikkien ammattiryhmien edustajista (kuva 36) vähintään 31 % näki kilpailijoista erottuvan kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Johtavassa asemassa tai yrittäjänä työskentelevistä 50 % ja jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista 55 % mielsi kilpailijoista erottuvan kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Eläkeläisistä 50 % näki OP Kainuun erottuvan kilpailijoista erittäin hyvin. Kaikista ammattiryhmistä, paitsi johtajista tai yrittäjistä vähintään 18 % näki kilpailijoista erottuvan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Opiskelijoista 32 % näki OP Kainuun erottuvan kilpailijoista melko heikosti. Lisäksi johtavassa asemassa työskentelevistä tai yrittäjistä 14 % näki OP Kainuun erottuvan kilpailijoista heikosti.



Kuva 36. Adjektiivin kilpailijoista erottuva vertailu ammattiryhmien välillä (n=193)

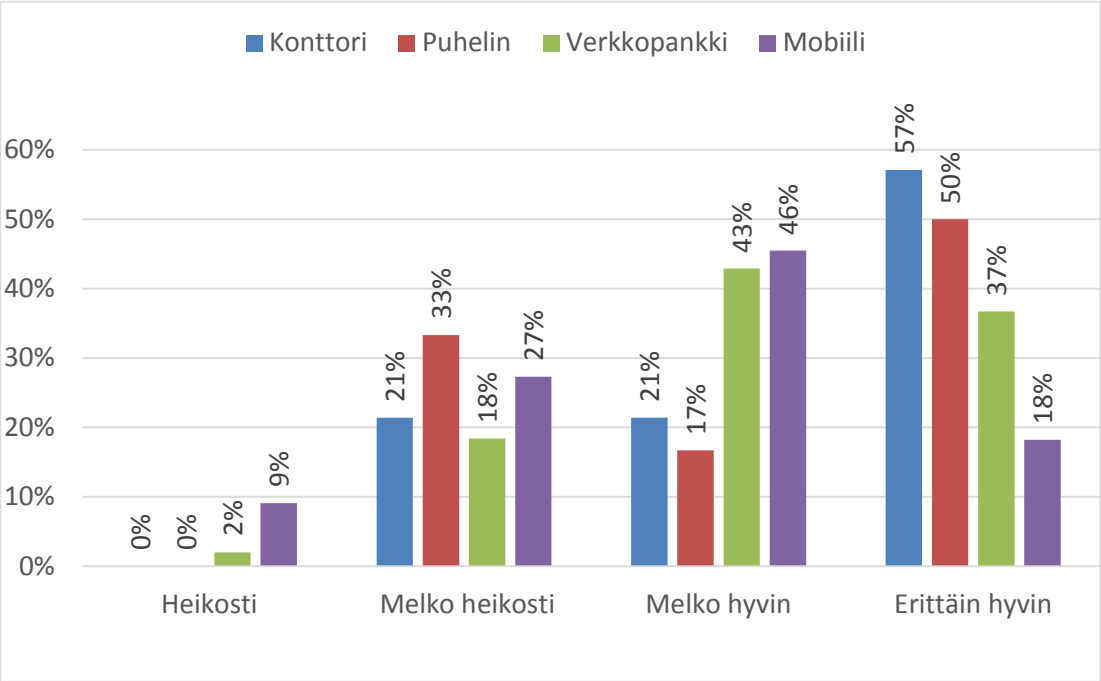
Enemmistö OP Kainuun asiakkaista ja ei OP Kainuun asiakkaista koki kilpailijoista erottuvan sopivan OP Kainuulle melko hyvin (kuva 37). OP Kainuun asiakkailla kyseinen luku oli 40 % ja ei OP Kainuun asiakkailla luku oli 46 %. Kuitenkin kyselyyn vastanneista OP Kainuun asiakkaista 38 % mielsi kilpailijoista erottuvan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin, kun 15 % kyselyyn vastanneista ei OP Kainuun asiakkaista näki kyseisen adjektiivin kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Lisäksi 36 % ei OP Kainuun asiakkaista näki kilpailijoista erottuvan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti, vastaava luku OP Kainuun asiakkailla oli 20 %.



Kuva 37. Adjektiivin kilpailijoista erottuva vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä (n=193)

Pääasiallisesti konttorissa ja puhelimessa pankkiasiansa hoitavista vähintään puolet näki OP Kainuun erottuvan kilpailijoista erittäin hyvin (kuva 38). Mobiilin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 18 % mielsi kilpailijoista erottuvan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Pääasiallisena asiointikanavanaan verkkopankkia ja mobiilia käyttävistä vähintään 43 % näki, että OP Kainuun erottuvan kilpailijoistaan melko hyvin. Jokaisesta asiointikanavasta vähintään 18 % koki, että OP Kainuu erottuu kilpailijoistaan melko heikosti. Mobiilin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 9,1 % mielsi kilpailijoista erottuvan kuvaavan OP Kainuuta heikosti. Verkkopankissa pääasiallisesti asioivista vain 2 %

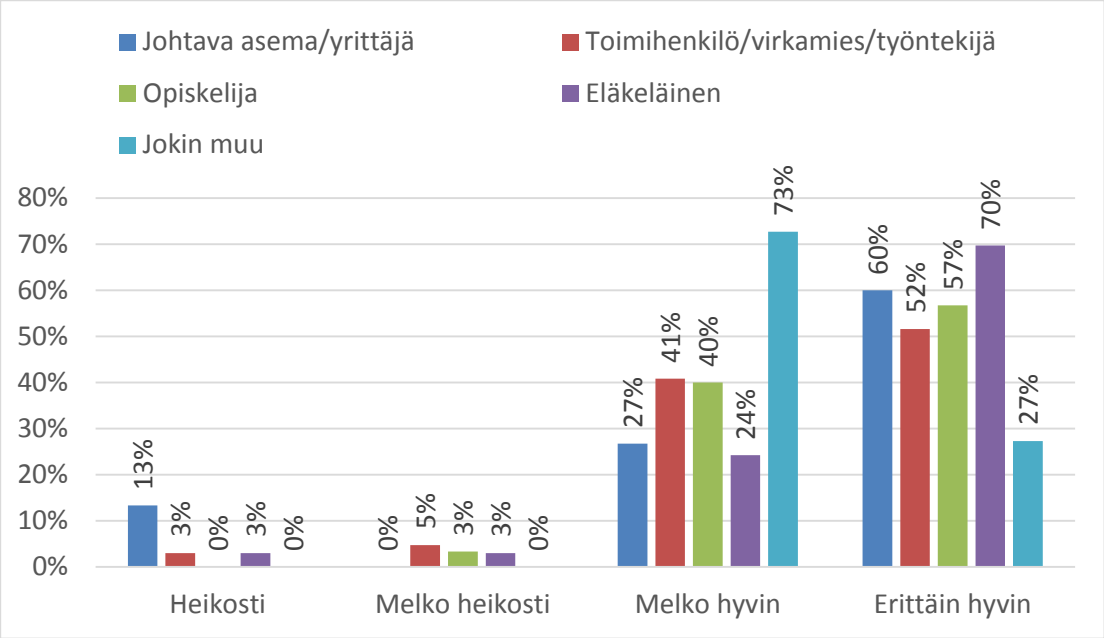
koki kilpailijoista erottuvan kuvaavan OP Kainuuta heikosti. Konttorissa ja puhelimessa pääasiallisesti asioivista yksikään ei nähnyt kilpailijoista erottuvan kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



Kuva 38. Adjektiivin kilpailijoista erottuva vertailu eri asiointikanavissa asioivien henkilöiden välillä (n=193)

Luotettava

Vähintään yli puolet (52 %) jokaisesta ammattiryhmästä, paitsi jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista näki luotettava kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 39). Jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista 73 % mielsi luotettavan kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Johtavassa asemassa tai yrittäjänä työskentelevistä 13 % näki luotettavan kuvaavan OP Kainuuta heikosti. Vastaava luvun muilla ammattiryhmillä oli alle 3 %. Opiskelijoista tai jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista yksikään ei nähnyt luotettavan kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



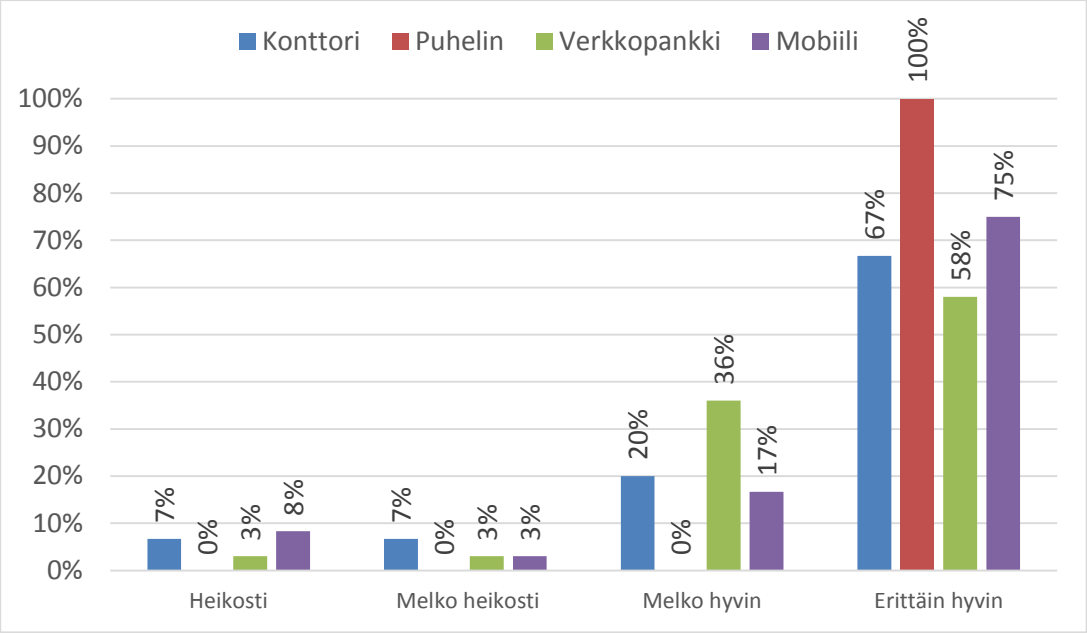
Kuva 39. Adjektiivin luotettava vertailu ammattiryhmien välillä (n=197)

Enemmistö naisista (53 %) ja miehistä (53 %) koki luotettavan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Miehistä 5 % mielsi luotettavan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Naisista 3 % koki luotettavan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Miehistä 5 % koki luotettavan kuvaavan OP Kainuuta heikosti, vastaavan luvun ollessa naisilla 2 %.

Enemmistö (52 %) kyselyn vastanneista OP Kainuun asiakkaista koki luotettavan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin, kun kyselyyn vastanneiden ei OP Kainuun asiakkaista enemmistö (52 %) näki luotettavan kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Ei OP Kainuun asiakkaista 11 % näki luotettavan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti, vastaavan luku OP Kainuun asiakkailla oli 6 %. OP Kainuun asiakkaista 1 % koki luotettavan kuvaavan OP Kainuuta heikosti, kun yksikään ei OP Kainuun asiakkaista ei kokenut OP Kainuun luotettavuutta heikoksi.

Kaikista asiointikanavista enemmistö koki luotettavan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 40). Puhelimen pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista kaikki koki luotettavan kuvaan OP Kainuuta erittäin hyvin. Konttorin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 7 % näki luotettavan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti tai heikosti. Myös mobiilin pääasialliseksi asiointikanavakseen il-

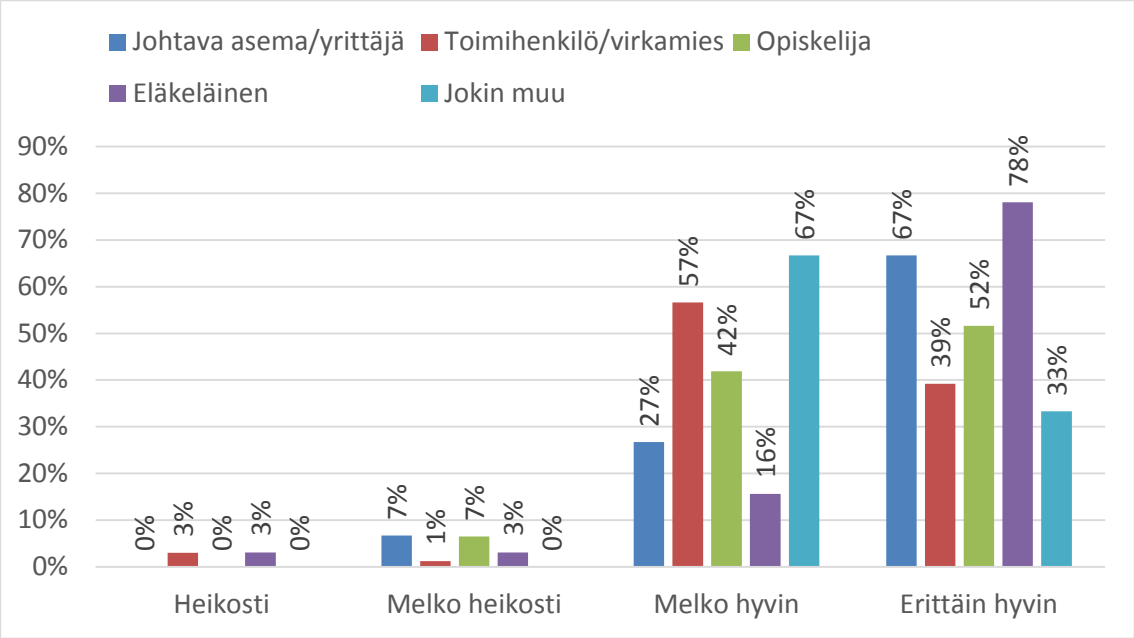
moittaneista 11 % koki luotettavan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti tai heikosti. Mobiilissa pääasiallisesti asioivista 75 % mielsi luotettavan kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin.



Kuva 40. Adjektiivin luotettava vertailu eri asiointikanavissa asioivien henkilöiden välillä (n=197)

Menestyvä

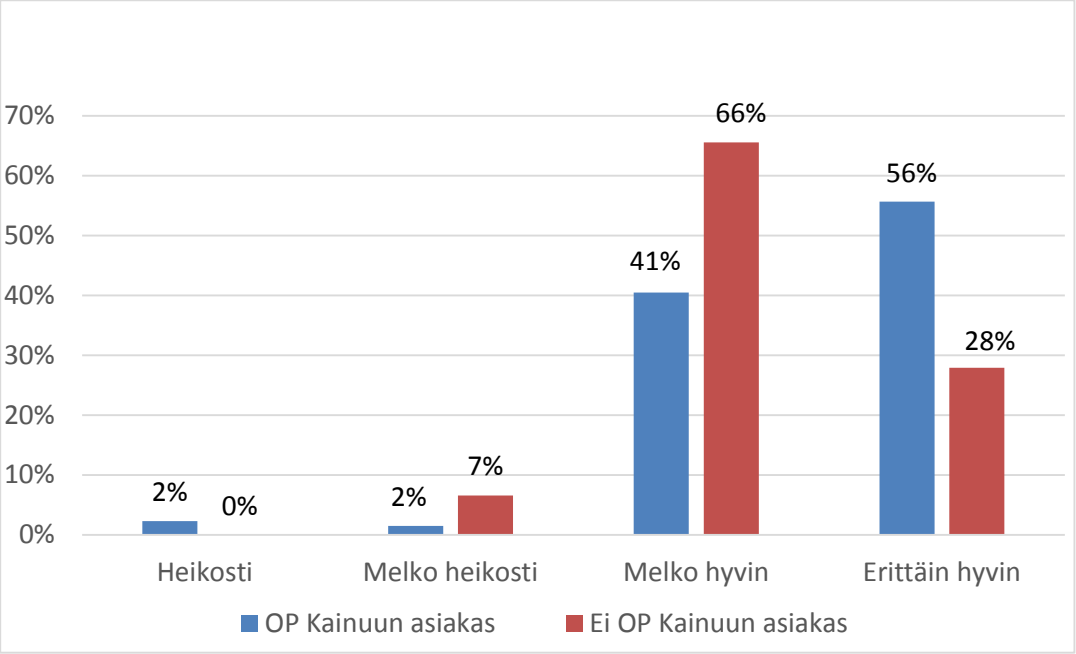
Eläkeläisistä 78 % näki menestyvän (kuva 41) kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Johtavassa asemassa olevista henkilöistä ja yrittäjistä 67 % näki menestyvän kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Myös opiskelijoista enemmistö (52 %) koki menestyvän kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Toimihenkilöistä, virkamiehistä, työntekijöistä ja jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista enemmistö mielsi menestyvän kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Vastanneista toimihenkilöistä, virkamiehistä ja työntekijöistä 3 % näki menestyvän kuvaavan OP Kainuuta heikosti. Eläkeläisistä 3 % näki menestyvän kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti.



Kuva 41. Adjektiivin menestyvä vertailu ammattiryhmien välillä (n=194)

Enemmistö miehistä (51 %) näki menestyvän kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Naisista enemmistö (52 %) näki menestyvän kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Miehistä 7 % mielsi menestyvän kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti, vastaavan luku oli naisilla 2 %.

Kyselyyn vastanneista ei OP Kainuun asiakkaista 28 % näki menestyvän (kuva 42) kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin, vastaavan luku oli OP Kainuun asiakkailla 56 %. Kyselyyn vastanneista ei OP Kainuun asiakkaista enemmistö (66 %) näki menestyvä kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. OP Kainuun asiakkaista 41 % koki menestyvän kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Yksikään ei OP Kainuun asiakkaista ei nähnyt menestyvän kuvaavan OP Kainuuta heikosti. OP Kainuun asiakkaista 2 % näki menestyvän kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



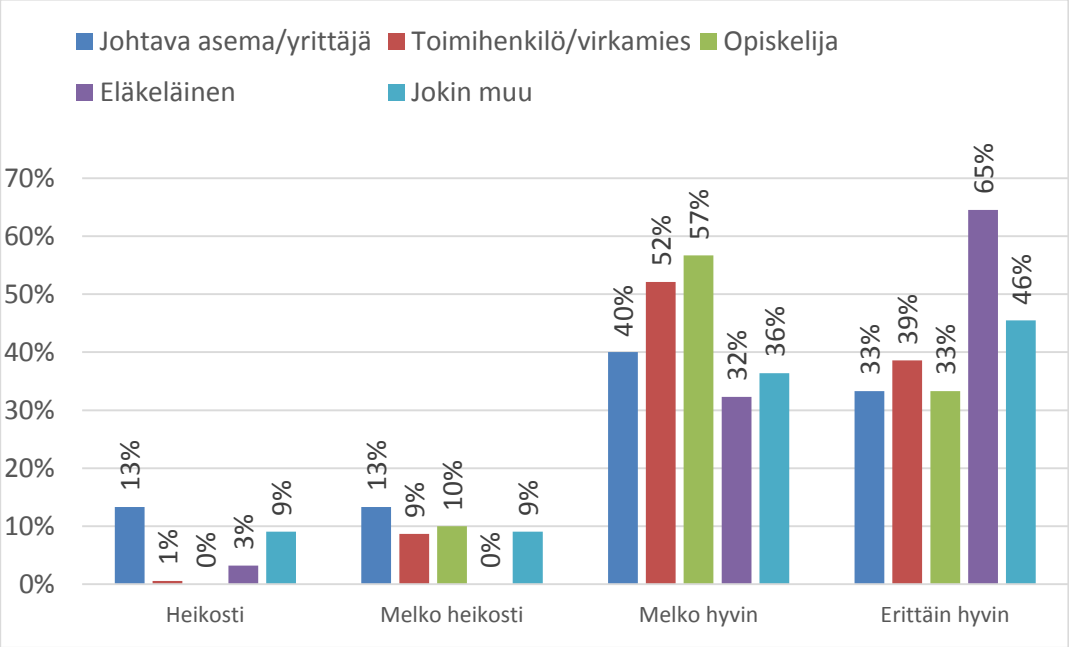
Kuva 42. Adjektiivin menestyvä vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä (n=194)

Enemmistö jokaisesta asiointikanavasta näki menestyvän kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Puhelimessa ja konttorissa pääasiallisesti asioivista yli 66 % mielsi menestyvän kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Pääsialliseksi asiointikanavakseen konttorin ilmoittaneista 7 % ja mobiilin ilmoittaneista 9 % koki menestyvän kuvaavan OP Kainuuta heikosti. Pääasiallisesti konttorissa asioivista 7 % ja verkkopankissa asioivista 1 % näki menestyvän kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Puhelimen pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista yksikään ei katsonut menestyvän kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti tai heikosti.

<u>Ihmisläheinen</u>

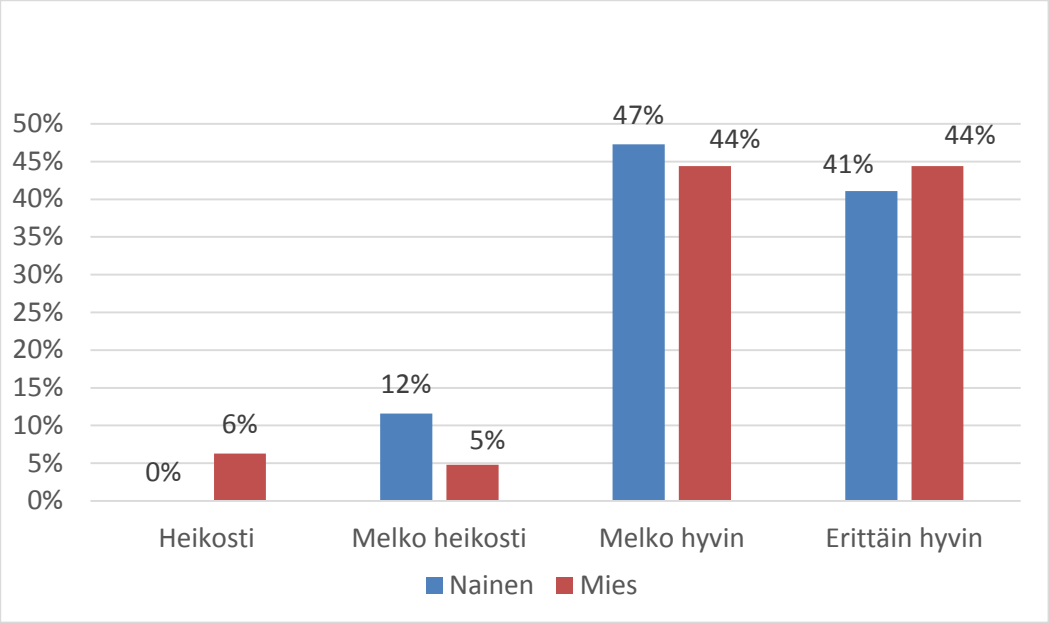
Kyselyyn vastanneista eläkeläisistä 65 % ja jonkin muun ammattiryhmän ilmoittaneista 46 % näki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 43). Jonkin muun ammattiryhmän ilmoittaneista vähintään 40 % näki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Opiskelijoista ja toimihenkilöistä, virkamiehistä ja työntekijöistä enemmistöt mielsi ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Kolmas osa (33 %) johtavassa asemassa työskentelevistä tai yrittäjistä näki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Enemmistö (40 %) johtavassa asemassa työskentelevistä tai yrittäjistä koki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta

melko hyvin. Johtavassa asemassa työskentelevistä tai yrittäjistä 16 % mielsi ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti tai heikosti. Opiskelijoista 10 % ja toimihenkilöistä, virkamiehistä sekä työntekijöistä 9 % näki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista 9 % koki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Yksikään opiskelijoista ei mieltänyt ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



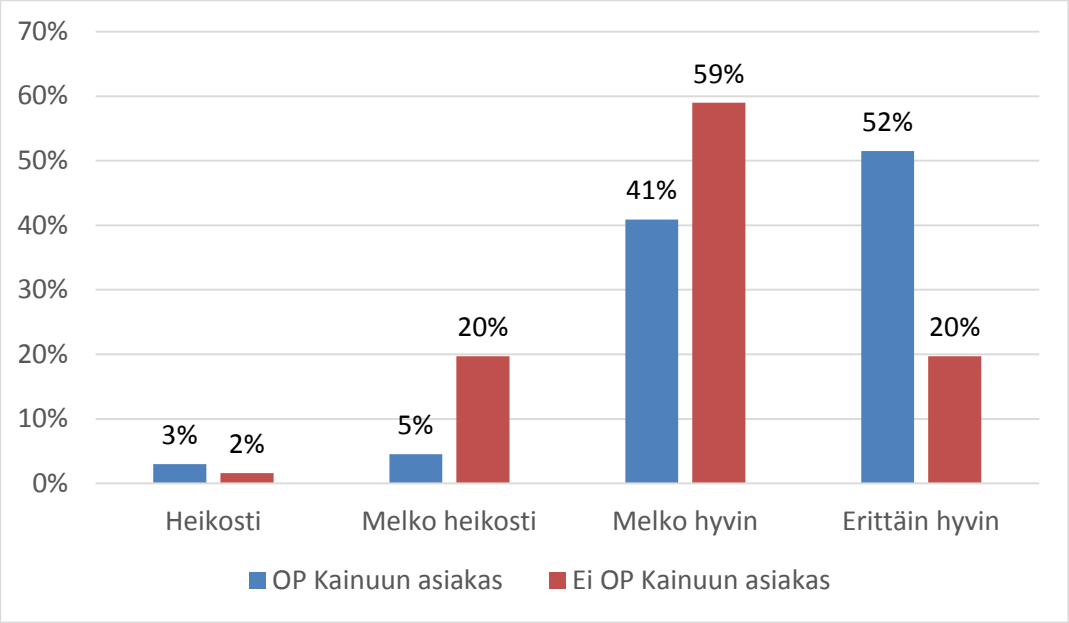
Kuva 43. Adjektiivin ihmisläheinen vertailu ammattiryhmien välillä (n=195)

Suurin osa naisista (47 %) mielsi ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin (kuva 44). Miehistä 44 % koki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin ja melko hyvin. Naisista 12 % näki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti, vastaavan luvun ollessa miehillä 5 %. Miehistä 6 % näki ihmisläheisen sopivan OP Kainuulle heikosti, vastaavan luku oli naisilla 0 %.



Kuva 44. Adjektiivin ihmisläheinen vertailu naisten ja miesten kesken (n=195)

OP Kainuun asiakkaista 52 % mielsi ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 45). Vastaava luku ei OP Kainuun asiakkailla oli 20 %. Kyselyyn vastanneista ei OP Kainuun asiakkaista 59 % näki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. OP Kainuun asiakkaista 41 % näki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Kyselyyn osallistuneista ei OP Kainuun asiakkaista 20 % koki ihmisläheisen sopivan OP Kainuulle melko heikosti, vastaava luku oli OP Kainuun asiakkailla 5 %. Kyselyyn vastanneista OP Kainuun asiakkaista 3 % koki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti, vastaava luku oli ei OP Kainuun asiakkailla 2 %.



Kuva 45. Adjektiivin ihmisläheinen vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä (n=195)

Kaikista asiointikanavista vähintään 47 % näki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Konttorilla pääasiallisesti asioivista 77 % ja puhelimessa pääasiallisesti asioivista 67 % koki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Mobiilia pääasiallisena asiointikanavanaan käyttävistä 17 % koki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Verkkopankissa pääasiallisesti pankkiasiansa hoitavista 7 % mielsi ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti tai heikosti. Konttorin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 8 % koki ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta heikosti. Yksikään puhelimessa pääasiallisesti pankkiasiansa hoitavista ei kokenut ihmisläheisen kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti tai heikosti.

4.4 Väittämät

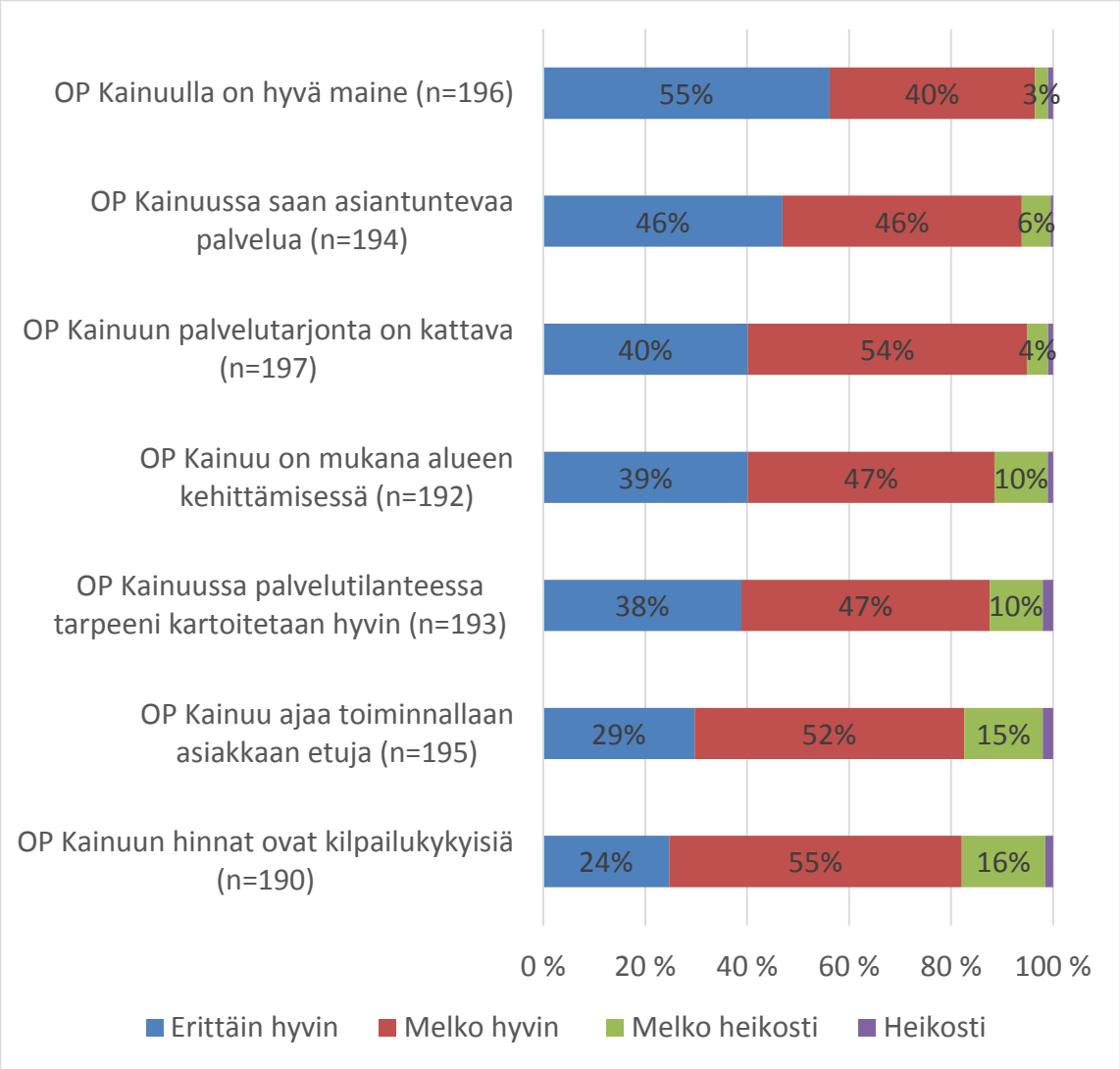
Kyselyssä kartoitettiin vastaajien mielipiteitä OP Kainuusta erilaisten väittämien avulla. Vastaajat arvioivat väittämien sopivuutta OP Kainuuseen 1-4 asteikolla, jossa vaihtoehdot tarkoittivat 1=heikosti, 2=melko heikosti, 3=melko hyvin ja 4=erittäin hyvin. Väittämissä kartoitettiin vastaajien näkemystä OP Kainuusta ja sen tarjoamista palveluista sekä niiden hinnoista.

OP Kainuun imagoa tutkittiin väittämien avulla. Finanssialalle tärkeinä pidettyjä piirteitä käsiteltiin muun muassa *väittämissä OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* ja *OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua*. Lisäksi väittämien avulla kartoitettiin OP Kainuun toiminnan näkyvyyttä ja arvojen viestintää. Tällaisia väittämiä olivat *OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä* ja *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja*. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, vastaako OP Kainuun tavoittelema imago todellista imagoa.

Väittämien tuloksia vertailtiin ammattiryhmien, sukupuolten, OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden sekä eri asiointikanavissa asioivien henkilöiden välillä.

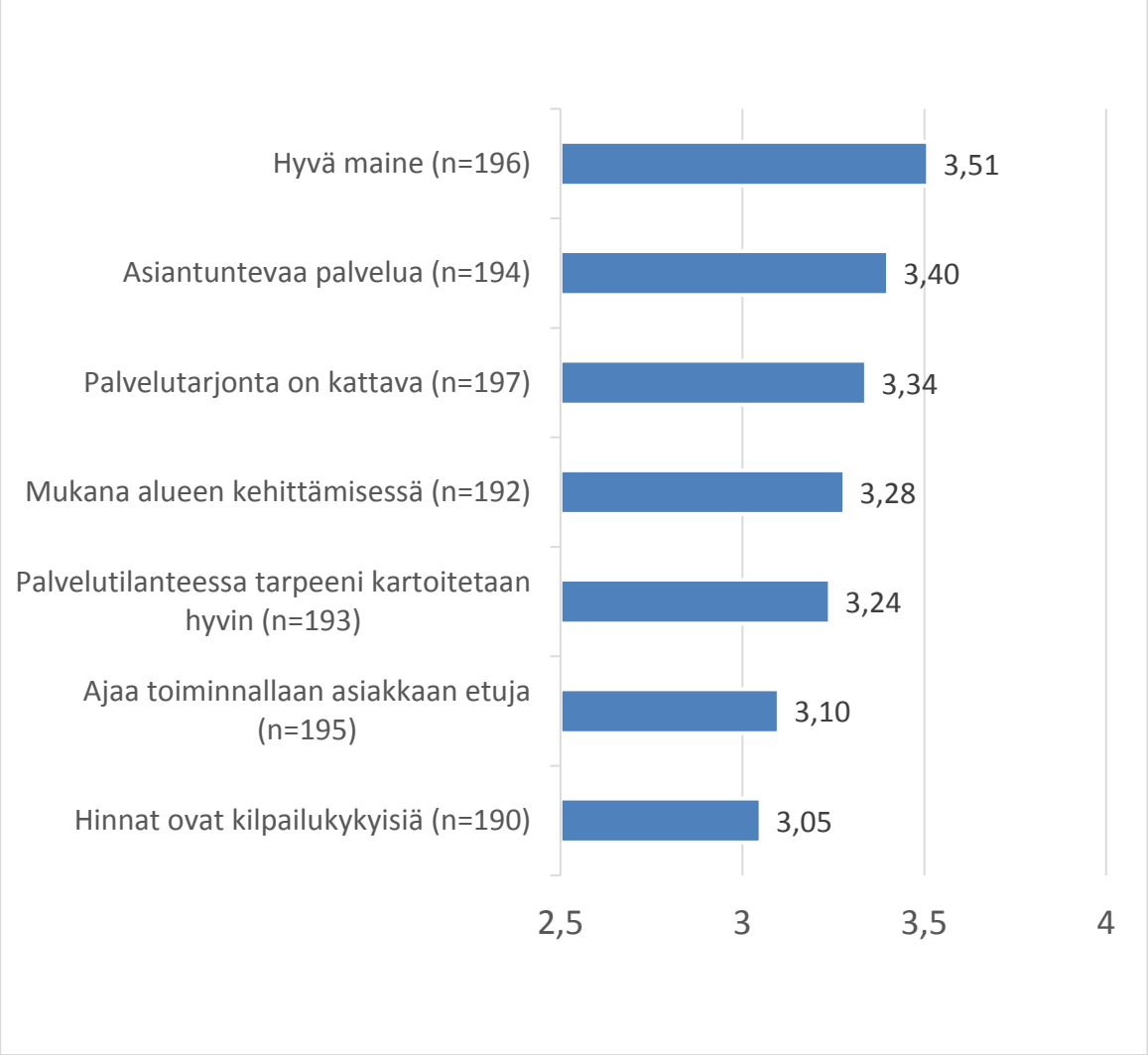
Kyselyyn vastanneet arvioivat väittämän (kuva 46) *OP Kainuulla on hyvä maine*, *OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua* ja *OP Kainuun palvelutarjonta on kattava* kuvaavan OP Kainuuta parhaiten. Kyselyyn vastanneista 55 % koki väittämän *OP Kainuulla on hyvä maine* kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Vastaajista vain 5 % näki väittämän pitävän paikkansa heikosti tai melko heikosti.

Heikoiten OP Kainuuta kuvaaviksi väittämiksi vastaajat arvioivat (kuva 46) väittämät *OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* ja *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja.* Kyselyyn vastanneista 15 % näki väittämän *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* pitävän paikkaansa melko heikosti. Lisäksi 16 % vastaajista näki väittämän *OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* pitävän paikkaansa melko heikosti.



Kuva 46. Väittämien taulukointi kaikkien vastanneiden kesken

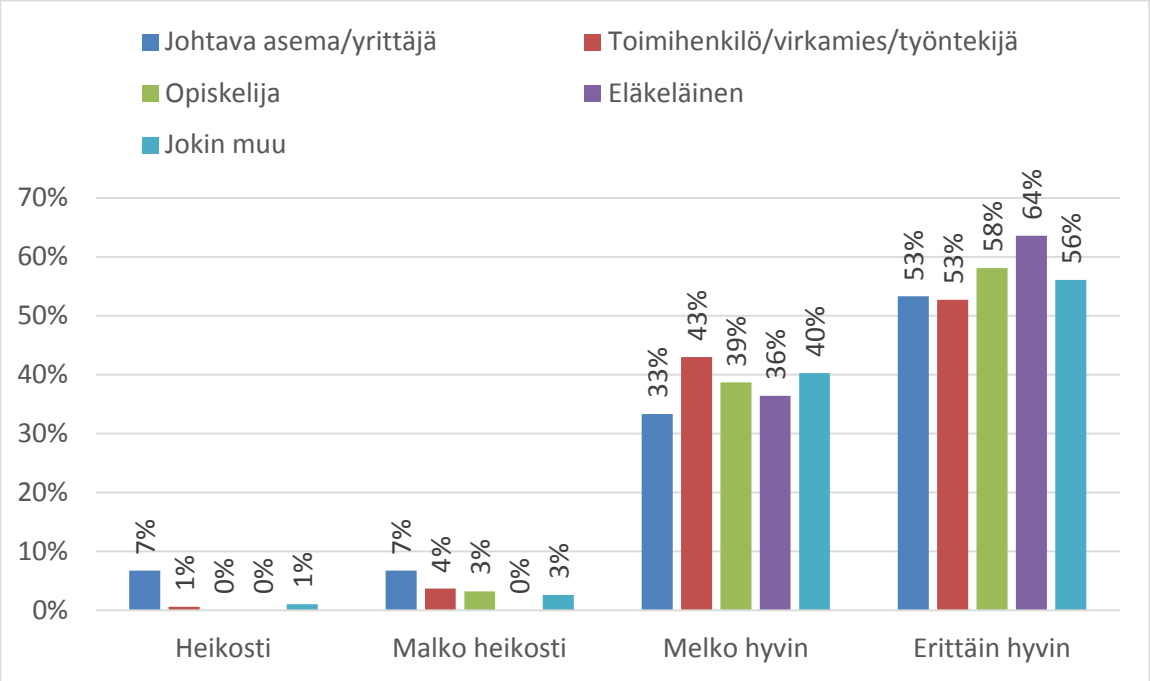
Korkein keskiarvo muodostui (kuva 47) väittämälle *OP Kainuulla on hyvä maine*, jonka keskiarvo on 3,51. Toiseksi parhaimman keskiarvon sai väittämä, *OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua* (3,40). Heikoimmat keskiarvot saivat väittämät, *OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* (3,05) ja *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* (3,10).



Kuva 47. Väittämien keskiarvot

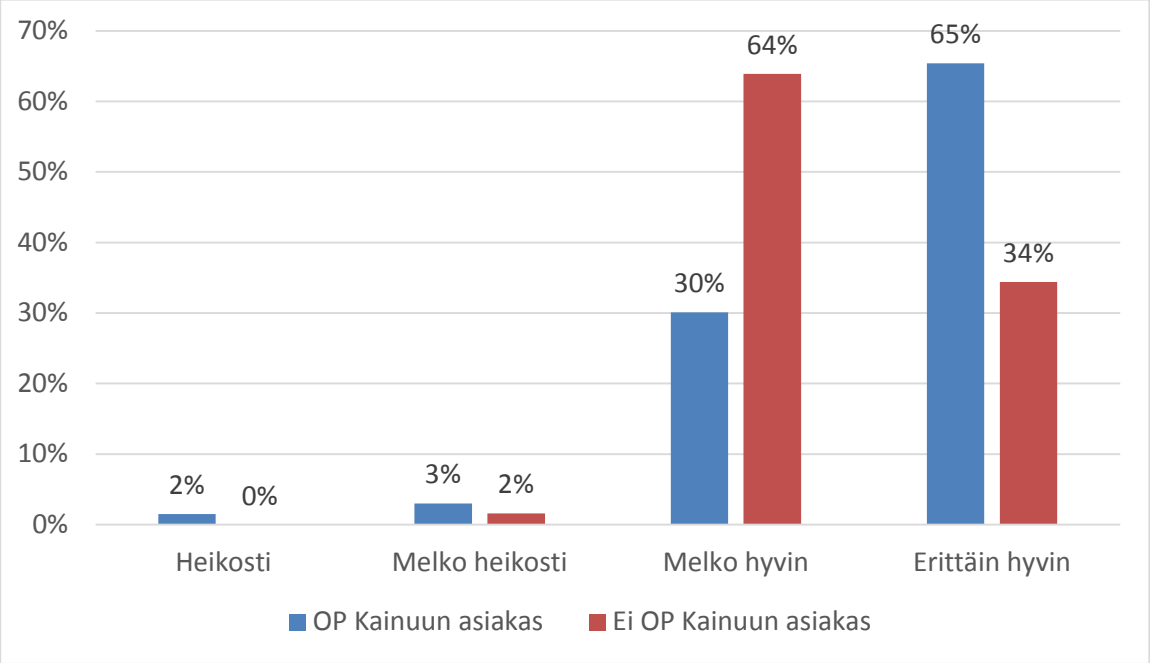
Väittämä - OP Kainuulla on hyvä maine

Suurin osa kaikista ammattiryhmästä koki, että väittämä *OP Kainuulla on hyvä maine* pitää paikkaansa erittäin hyvin (kuva 48). Kuitenkin johtavassa asemassa tai yrittäjänä työskentelevistä 7 % koki, että väittämä *OP Kainuulla on hyvä maine* pitää paikkaansa heikosti, muilla ammattiryhmillä vastaavan luku oli alle 1 %. Johtavassa asemassa olevista ja yrittäjistä 7 % mielsi, että *OP Kainuulla on hyvä maine* kuvaa OP Kainuuta melko heikosti. Vastaava luku muilla ammattiryhmillä oli alle 4 %.



Kuva 48. Väittämän *OP Kainuulla on hyvä maine* vertailu ammattiryhmien välillä (n=196)

OP Kainuun asiakkaista 65 % mielsi väittämän *OP Kainuulla on hyvä maine* pitävän paikkaansa erittäin hyvin, vastaava luku oli ei OP Kainuun asiakkailla 34 % (kuva 49). Kyselyyn vastanneista ei OP Kainuun asiakkaista enemmistö (64 %) näki väittämän pitävän paikkansa melko hyvin. Kyselyyn vastanneista OP Kainuun asiakkaista 3 % näki väittämän *OP Kainuulla on hyvä maine* pitävän paikkaansa melko heikosti ja 2 % näki sen pitävän paikkaansa heikosti.

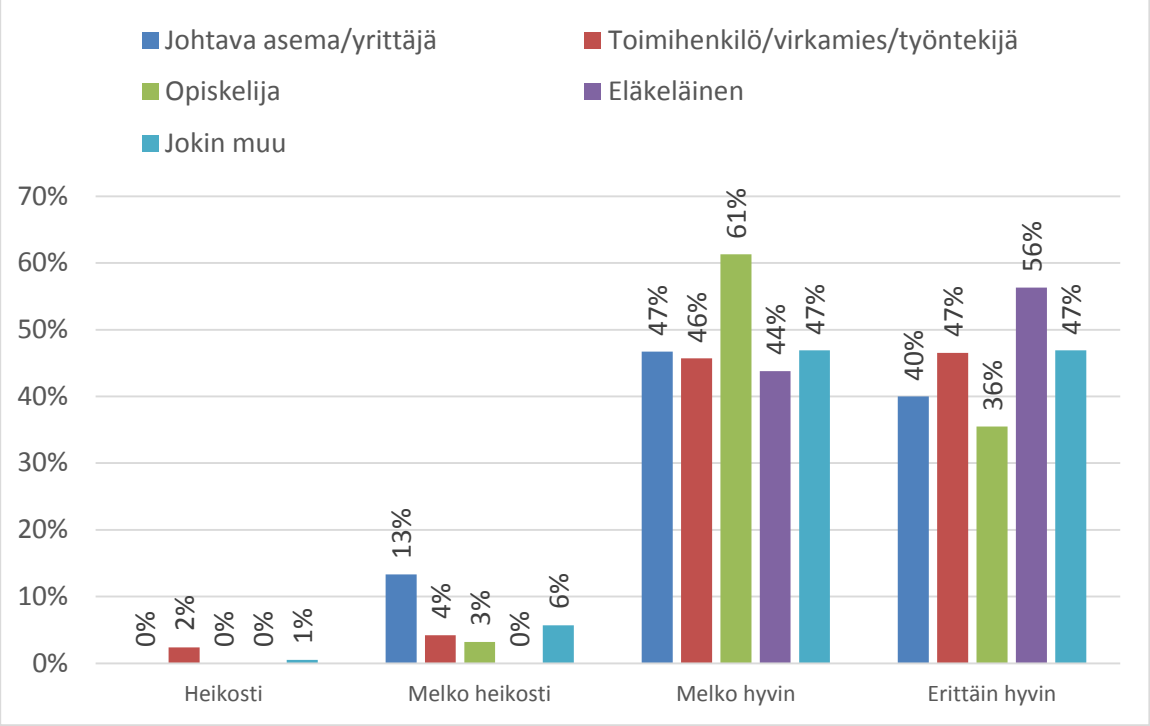


Kuva 49. (n=194) Väittämän *OP Kainuulla on hyvä maine* vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä

Jokaisesta asiointikanavan edustajista vähintään 54 % koki että väittämä *OP Kainuulla on hyvä maine* pitää paikkaansa erittäin hyvin. Kaikki puhelimen pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneet koki väittämän *OP Kainuulla on hyvä maine* sopivan OP Kainuulle erittäin hyvin. Verkkopankin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 93 % mielsi kyseisen väittämän sopivan OP Kainuulle erittäin hyvin. Pääasiallisesti verkkopankissa asioivista 3 % ja mobiilissa asioivista 9 % koki väittämän kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Verkkopankin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 2 % koki, että väittämät pitävät paikkaansa heikosti.

Väittämä – OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua

Kaikista ammattiryhmistä vähintään 36 % mielsi väittämän *OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua* sopivan OP Kainuulle erittäin hyvin (kuva 50). Eläkeläisistä enemmistö (56 %) näki väittämän pitävän paikkaansa erittäin hyvin. Opiskelijoista 61 % mielsi väittämän *OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua* kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Johtavassa asemassa tai yrittäjänä toimivista 13 % koki kyseisen väittämän pitävän paikkaansa melko heikosti, vastaava luku oli muilla ammattiryhmillä 0-6 %. Toimihenkilöistä, virkamiehistä ja työntekijöistä 2 % koki väittämän *OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua* kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



Kuva 50. Väittämän *OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua* vertailu ammattiryhmien välillä (n=192)

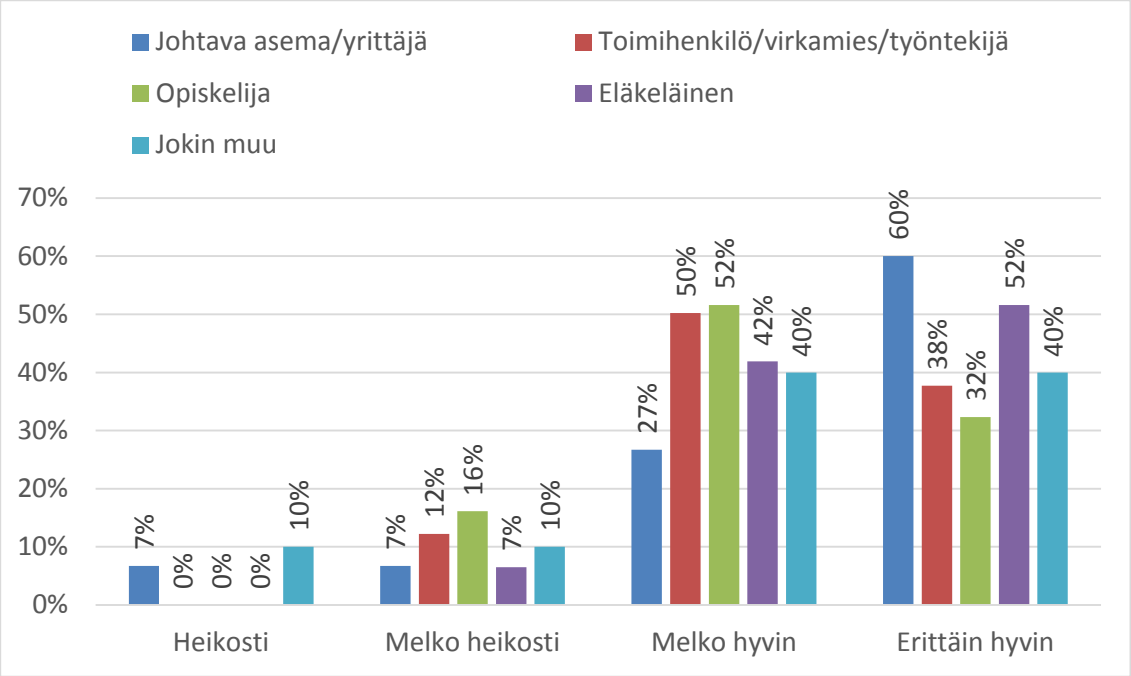
Yli puolet OP Kainuun asiakkaista (59 %) näki väittämän *OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua* pitävän paikkaansa erittäin hyvin, vastaava luku oli ei OP Kainuun asiakkailla 18 %. Enemmistö ei OP Kainuun asiakkaista (72 %) koki kyseisen väittämän pitävän paikkaansa melko hyvin. Kyselyyn vastanneista ei OP Kainuun asiakkaista 10 % koki väittämän *OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua* pitävän paikkaansa melko heikosti, vastaavan luku oli OP Kainuun asiakkailla 4 %.

Yksikään ei OP Kainuun asiakkaista ei katsonut kyseisen väittämän kuvaavan OP Kainuuta heikosti. OP Kainuun asiakkaista 1 % oli sitä mieltä, että väittämä *OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua* kuvaa OP Kainuuta heikosti.

Jokaisesta asiointikanavasta vähintään 50 % näki väittämän *OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua* sopivan OP Kainuulle erittäin hyvin. Verkkopankin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 5 % koki väittämän *OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua* sopivan OP Kainuulle melko heikosti. Mobiilin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 8 % näki väittämän sopivan OP Kainuulle heikosti.

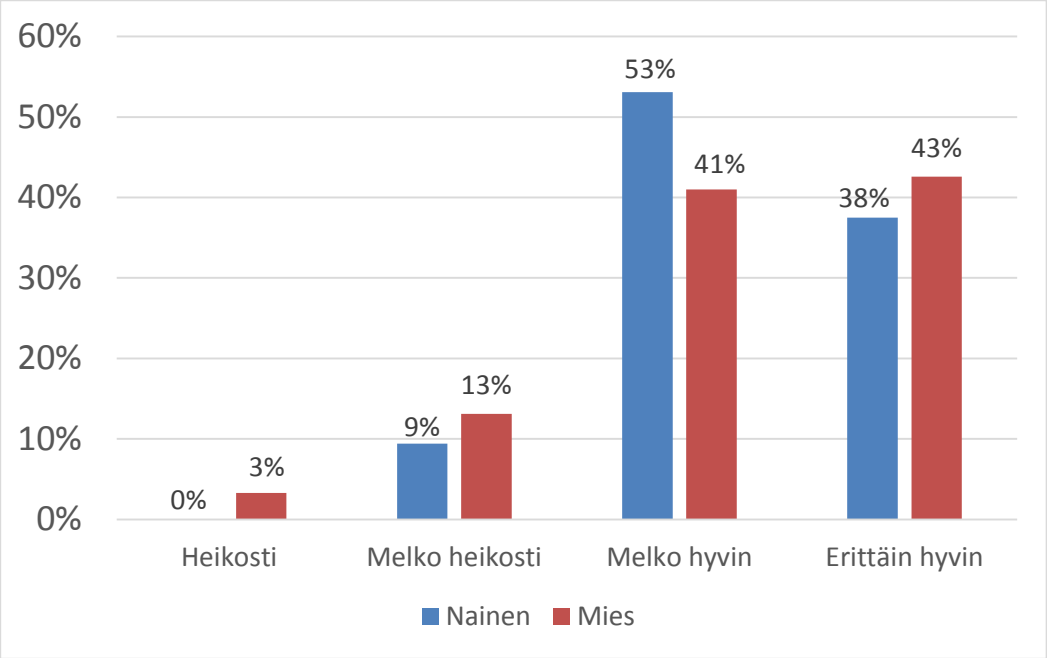
Väittämä – OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä

Johtavassa asemassa tai yrittäjänä työskentelevistä enemmistö (60 %) näki väittämän (kuva 51) *OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä* pitävän paikkaansa erittäin hyvin. Kyselyyn vastanneista eläkeläisistä enemmistö (51,6 %) näki väittämän pitävän paikkaansa erittäin hyvin. Muista ammattiryhmistä enemmistö näki kyseisen väittämän pitävän paikkaansa melko hyvin. Jokaisesta ammattiryhmistä vähintään 7 % näki väittämän *OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä* pitävän paikkaansa melko heikosti. Jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista 10 % ja johtavassa asemassa työskentelevistä sekä yrittäjistä 7 % mielsi väittämän pitävän paikkaansa heikosti.



Kuva 51. Väittämän *OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä* vertailu ammattiryhmien välillä (n=197)

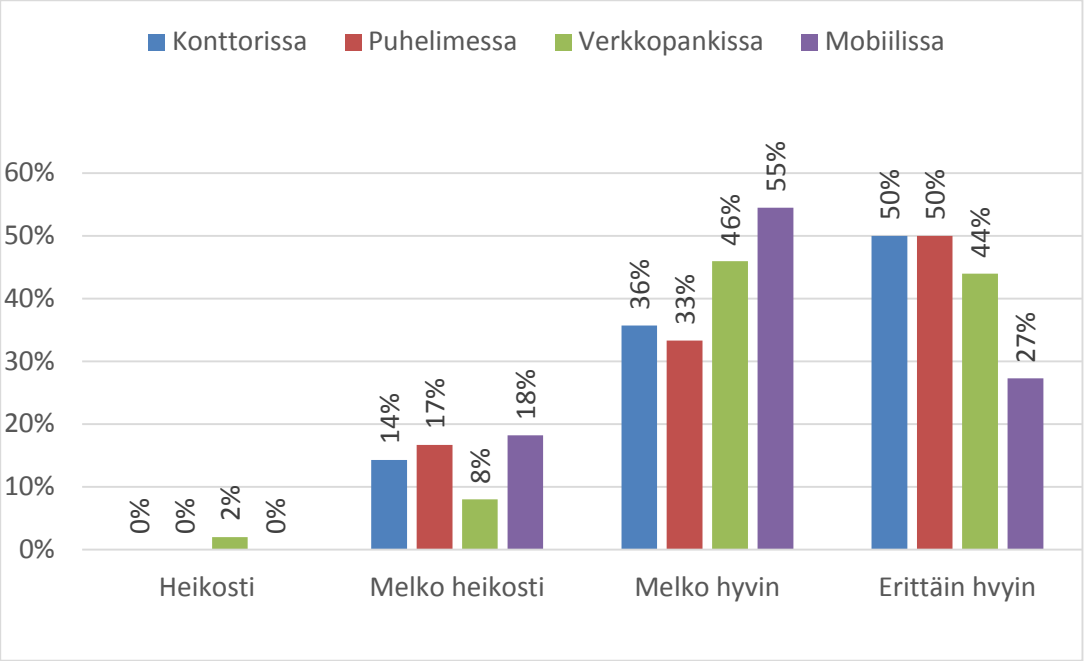
Enemmistö naisista (53 %) koki väittämän *OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä* sopivan OP Kainuulle melko hyvin. Enemmistö miehistä (43 %) mielsi kyseinen väittämän sopivan OP Kainuulle erittäin hyvin (kuva 52). Kyselyyn vastanneista miehistä 13 % näki väittämän *OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä* pitävän paikkaansa melko heikosti, vastaavan luku oli naisilla 9 %. Kyselyyn vastanneista miehistä 3 % näki kyseisen väittämän sopivan OP Kainuulle heikosti, kun naisista ei yksikään ei mieltänyt sen kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



Kuva 52. Väittämän *OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä* vertailu sukupuolten välillä (n=189)

Kyselyyn vastanneista OP Kainuun asiakkaista ja ei OP Kainuun asiakkaista vähintään 45 % näki väittämän *OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä* pitävän paikkaansa melko hyvin. Ei OP Kainuun asiakkaista 12 % ja OP Kainuun asiakkaista 10 % mielsi kyseisen väittämän sopivan OP Kainuulle melko heikosti. Yksikään kyselyyn vastanneista ei OP Kainuun asiakkaista ei ollut sitä mieltä, että väittämä *OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä* kuvaisi OP Kainuuta heikosti. OP Kainuun asiakkaista 2 % mielsi väittämän kuvaavan OP Kainuuta heikosti.

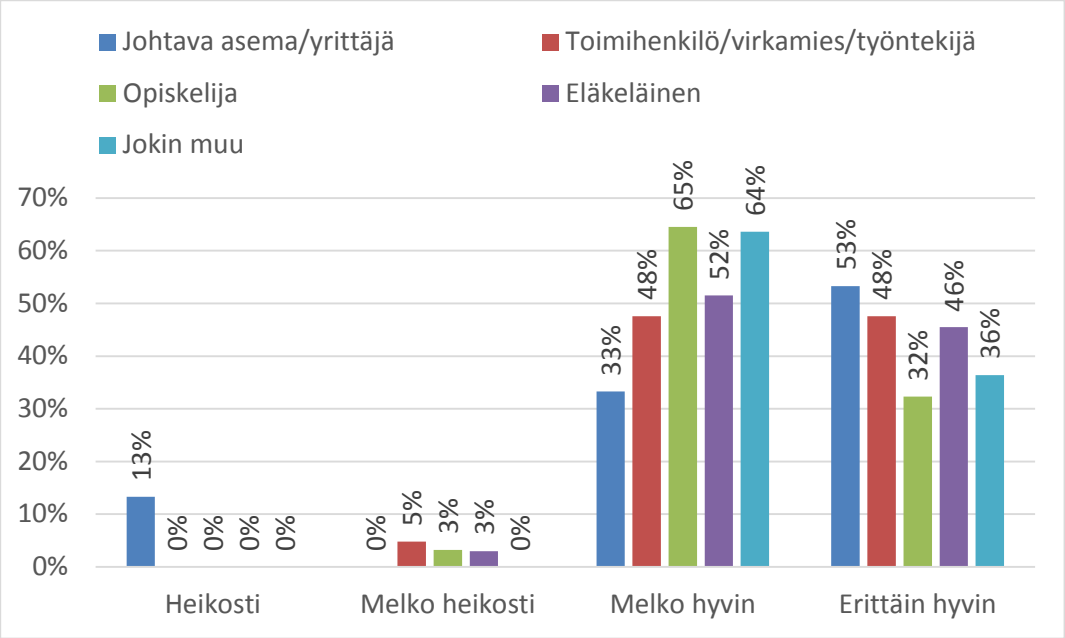
Jokaisesta asiointikanavasta, paitsi mobiilissa pääasiallisesti asioivista, vähintään 44 % näki väittämän *OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä* sopivan OP Kainuulle erittäin hyvin (kuva 53). Mobiilin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista enemmistö (54 %) näki väittämän sopivan OP Kainuulle melko hyvin. Jokaisesta asiointikanavasta vähintään 8 % koki, väittämän *OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä* sopivan OP Kainuulle melko heikosti. Eniten tätä mieltä olivat mobiilin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneet (18 %). Verkkopankin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 2 % koki väittämän sopivan OP Kainuulle heikosti.



Kuva 53. Väittämän *OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä* vertailu eri asiointikanavissa asioivien henkilöiden välillä (n=192)

<u>Väittämä – OP Kainuun palvelutarjonta on kattava</u>

Toimihenkilöksi, virkamieheksi tai työntekijäksi ja johtavassa asemassa työskenteleväksi tai yrittäjäksi ilmoittautuneista enemmistö näki väittämän *OP Kainuun palvelutarjonta on kattava* pitävän paikkaansa erittäin hyvin (kuva 54). Opiskelijoista, eläkeläisistä tai jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista yli 50 % koki väittämän *OP Kainuun palvelutarjonta on kattava* pitävän paikkaansa melko hyvin. Johtajista ja yrittäjistä 13 % näki väittämän pitävän paikkaansa heikosti.



Kuva 54. Väittämän *OP Kainuun palvelutarjonta on kattava* vertailu ammattiryhmien välillä (n=197)

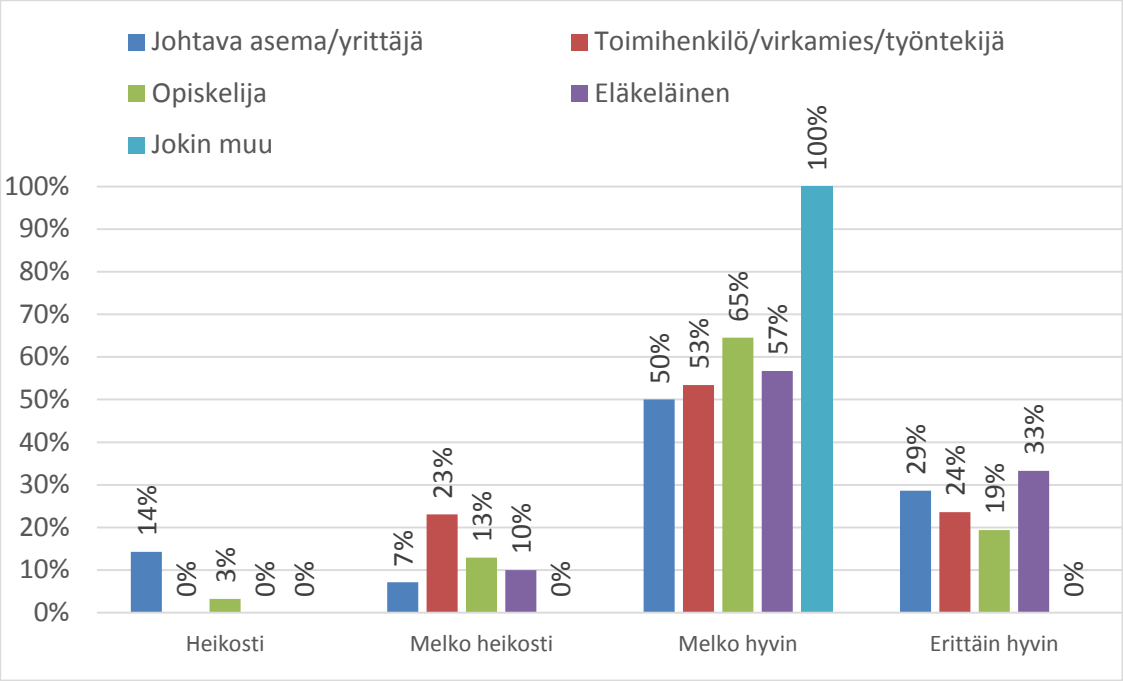
Enemmistö miehistä (51 %) ja naisista (58 %) mielsi väittämän *OP Kainuun palvelutarjonta on kattava* sopivan OP Kainuulle melko hyvin. Kyselyyn vastanneista miehistä 6 % koki väittämän pitävän paikkansa melko heikosti, vastaavan luku oli naisilla 0 %. Miehistä 3 % mielsi väittämän kuvaavan OP Kainuuta heikosti.

Noin puolet kyselyyn vastanneista OP Kainuun asiakkaista (48 %) näki väittämän *OP Kainuun palvelutarjonta on kattava* pitävän erittäin hyvin paikkaansa. Kyselyyn vastanneista ei OP Kainuun asiakkaista enemmistö (74 %) koki kyseisen väittämän pitävän paikkaansa melko hyvin.

Jokaisesta asiointikanavasta vähintään 41 % näki väittämän *OP Kainuun palvelutarjonta on kattava* sopivan OP Kainuulle erittäin hyvin. Konttorissa pääasiallisesti asioivista 60 % mielsi kyseisen väittämän sopivan OP Kainuulle erittäin hyvin. Verkkopankissa pääasiallisesti asioivista 47 % ja mobiilissa pääasiallisesti asioivista 50 % mielsi väittämän *OP Kainuun palvelutarjonta on kattava* kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Mobiilin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 17 % ja verkkopankin ilmoittaneista 3 % näki väittämän sopivan OP Kainuulle melko heikosti. Verkkopankin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 2 % koki väittämän sopivan OP Kainuulle heikosti.

Väittämä – OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä

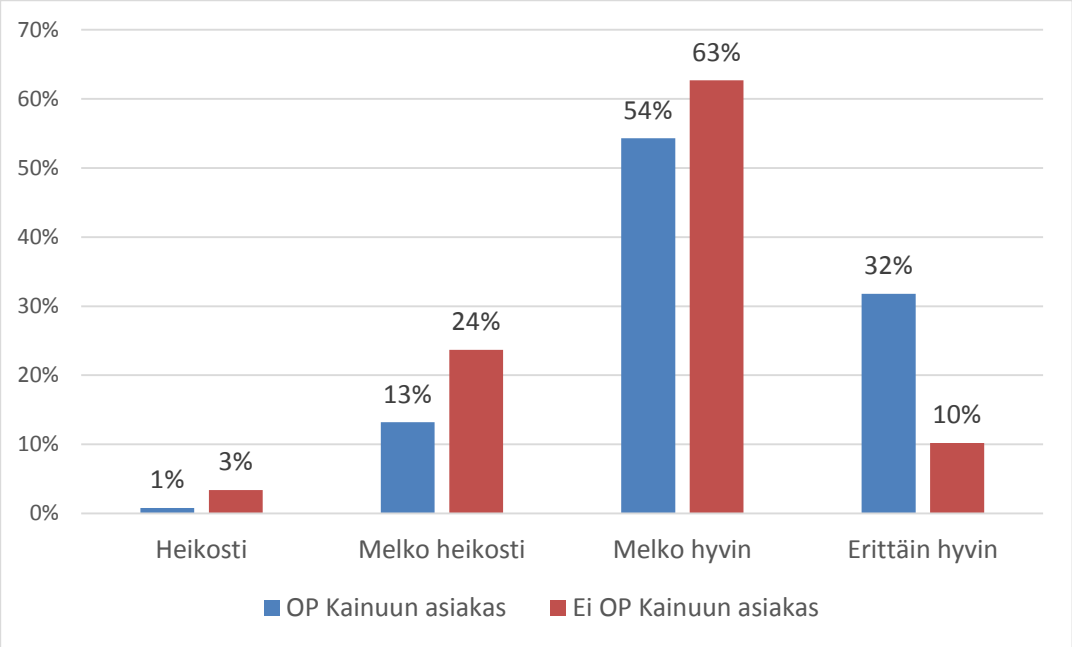
Vähintään puolet kaikista ammattiryhmistä (kuva 55) mielsi väittämän *OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* sopivan OP Kainuulle melko hyvin. Jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista kaikki olivat sitä mieltä että, kyseinen väittämä sopii OP Kainuuseen melko hyvin. Kaikista ammattiryhmistä enintään 33 % mielsi väittämän *OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* pitävän paikkaansa erittäin hyvin. Kyselyyn vastanneista toimihenkilöistä, virkamiehistä ja työntekijöistä 23 % mielsi kyseisen väittämän kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Johtavassa asemassa työskentelevistä ja yrittäjistä 14 % kokivat kyseisen väittämän sopivan OP Kainuulle heikosti.



Kuva 55. Väittämän *OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* vertailu ammattiryhmien välillä (n=190)

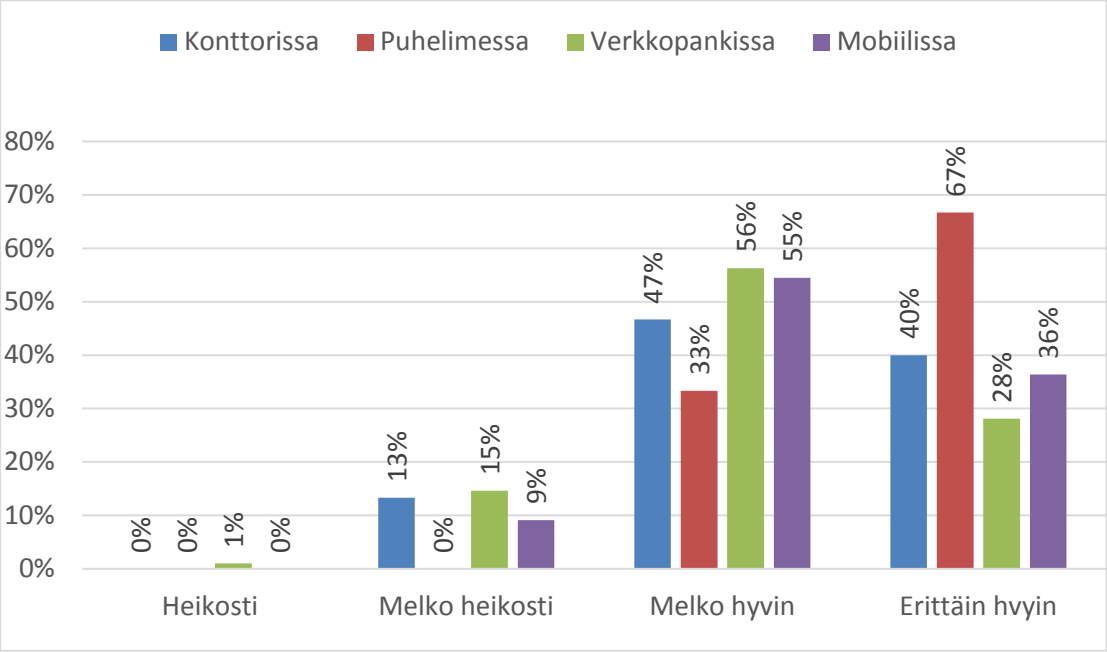
Kyselyyn vastanneista miehistä ja naisista noin 50 % koki väittämän *OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* pitävän paikkaansa melko hyvin. Miehistä 3 % näki väittämän pitävän paikkansa heikosti, vastaavan luku oli naisilla 1 %.

Suurin osa OP Kainuun asiakkaista ja ei OP Kainuun asiakkaista mielsi väittämän *OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* sopivan OP Kainuulle melko hyvin (kuva 56). Ei OP Kainuun asiakkaista 10 % mielsi kyseisien väittämän pitävän paikkaansa erittäin hyvin, vastaava luku oli OP Kainuun asiakkailla 32 %. Ei OP Kainuun asiakkaista 24 % kokivat väittämän *OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* sopivan OP Kainuulle melko heikosti. Vastaava luku oli OP Kainuun asiakkailla 13 %.



Kuva 56. Väittämän *OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä (n=188)

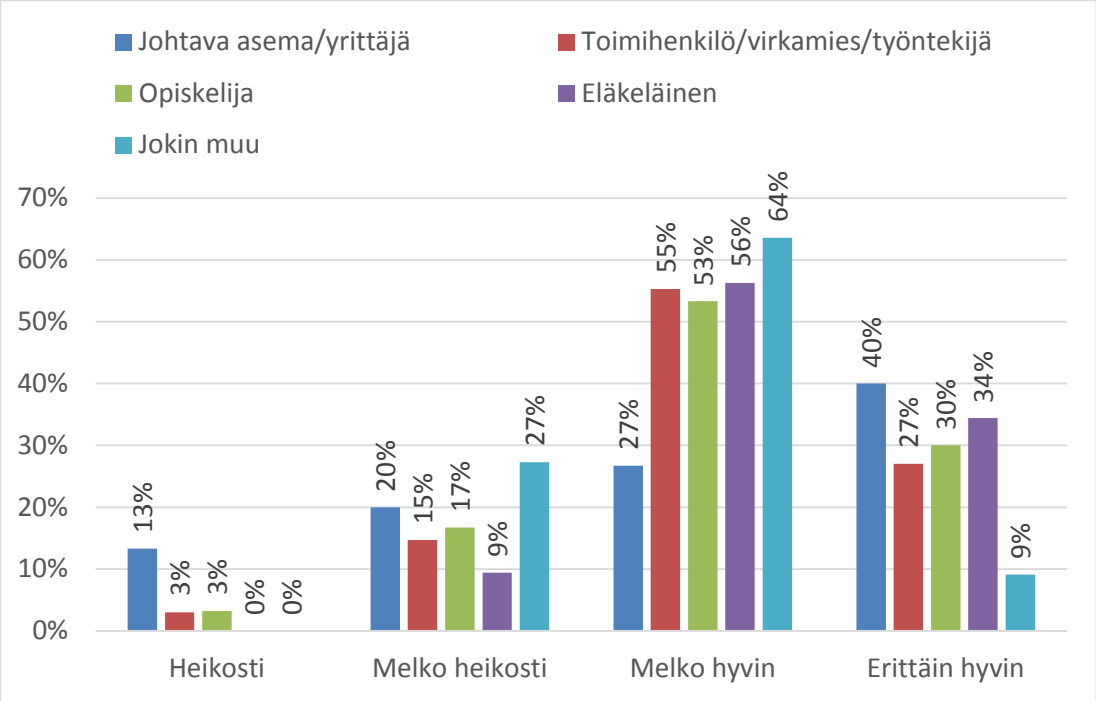
Pääasialliseksi asiointikanavakseen mobiilin, verkkopankin tai konttorin ilmoittaneista vähintään 46 % koki väittämän *OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* pitävän paikkaansa melko hyvin (kuva 57). Puhelimen pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 67 % näki kyseisen väittämän pitävän paikkansa erittäin hyvin. Verkkopankissa asioivista 1 % koki väittämän kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



Kuva 57. Väittämä *OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä* vertailu eri asiointikanavissa asioivien henkilöiden välillä (n=128)

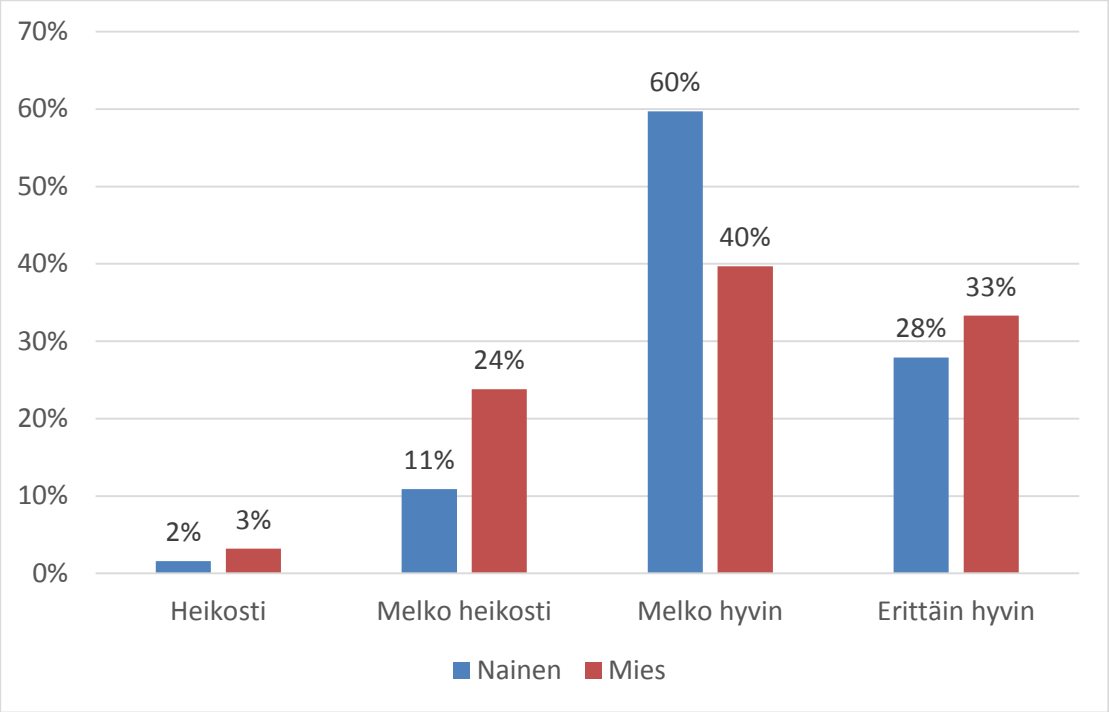
<u>Väittävä – OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja</u>

Kaikista ammattiryhmistä, paitsi jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista, vähintään 27 % koki väittämän *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* pitävän paikkaansa erittäin hyvin (kuva 58). Jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista 9 % mielsi väittämän kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Kaikista ammattiryhmistä vähintään 9 % koki väittämän *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Johtavassa asemassa olevista tai yrittäjistä 13 % katsoi väittämän pitävän paikkaansa heikosti, kun muilla ammattiryhmillä vastaava luku oli alle 3 %.



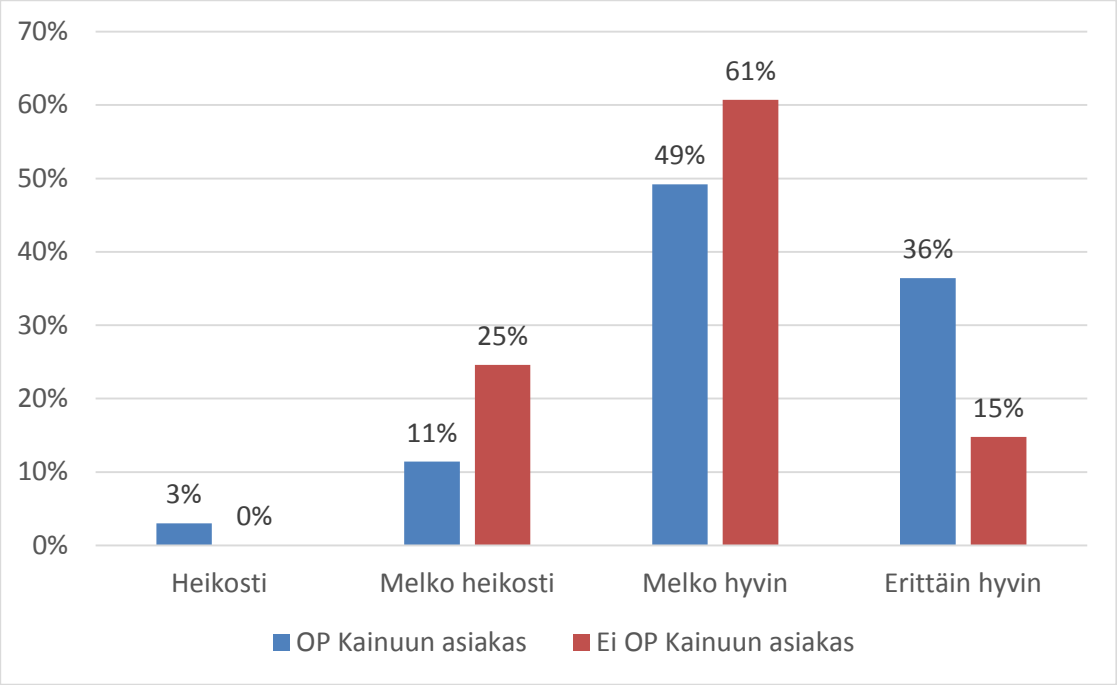
Kuva 58. Väittämän *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* vertailu ammattiryhmien välillä (n=195)

Miehistä enemmistö (40 %) koki, että väittämän *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* pitävän paikkaansa melko hyvin (kuva 59). Naisista 60 % mielsi väittämän *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* sopivan OP Kainuulle melko hyvin. Kyselyyn vastanneista miehistä 33 % näki kyseisen väittämän pitävän paikkaansa erittäin hyvin, kun vastaava luku naisilla oli 28 %. Miehistä 24 % mielsi väittämän *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* kuvaavan OP Kainuut a melko heikosti. Naisista 11 % mielsi väittämän kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti.



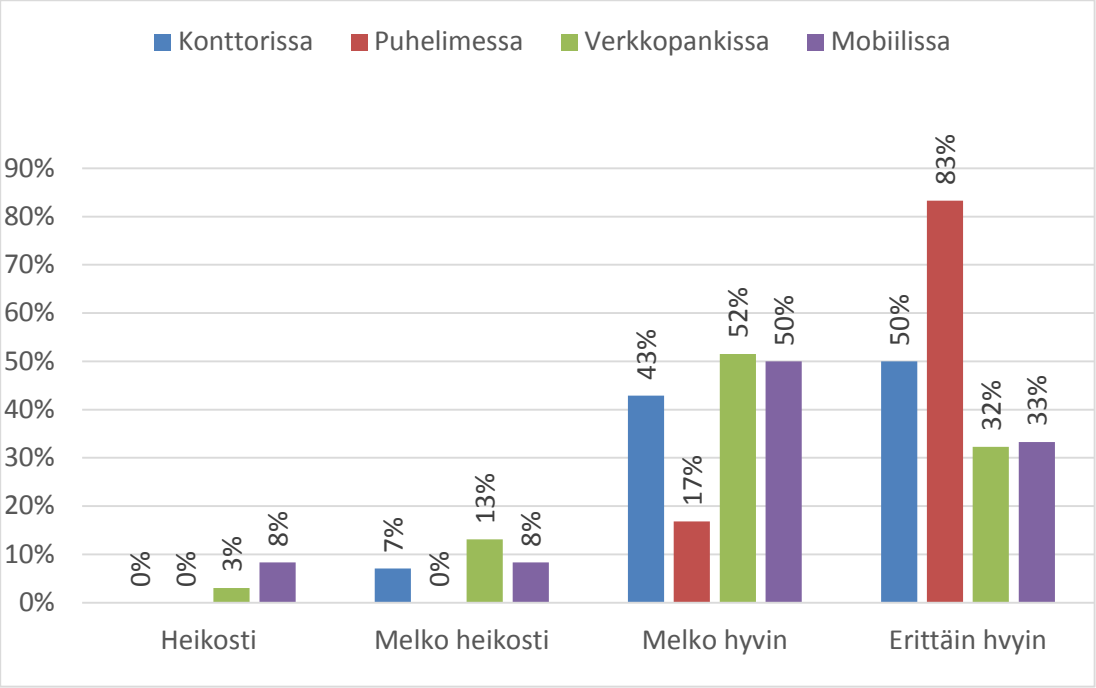
Kuva 59. Väittämän *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* vertailu sukupuolten välillä (n=192)

Ei OP Kainuun asiakkaista 15 % mielsi väittämän *OP Kainuun ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* pitävän paikkaansa erittäin hyvin, vastaavan luvun oli OP Kainuun asiakkailla 36 % (kuva 60). Enemmistö (61 %) ei OP Kainuun asiakkaista mielsi kyseisen väittämän sopivan OP Kainuulle melko hyvin, vastaava luku oli OP Kainuun asiakkailla 49 %. Ei OP Kainuun asiakkaista 25 % mielsi väittämän *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* sopivan OP Kainuulle melko heikosti. Vastaava luku oli OP Kainuun asiakkailla 11 %. Yksikään ei OP Kainuun asiakkaista ei mieltänyt väittämän sopivan OP Kainuulle heikosti, kun OP Kainuun asiakkaista 3 % mielsi sen kuvaavan OP Kainuuta heikosti.



Kuva 60. Väittämän *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä (n=193)

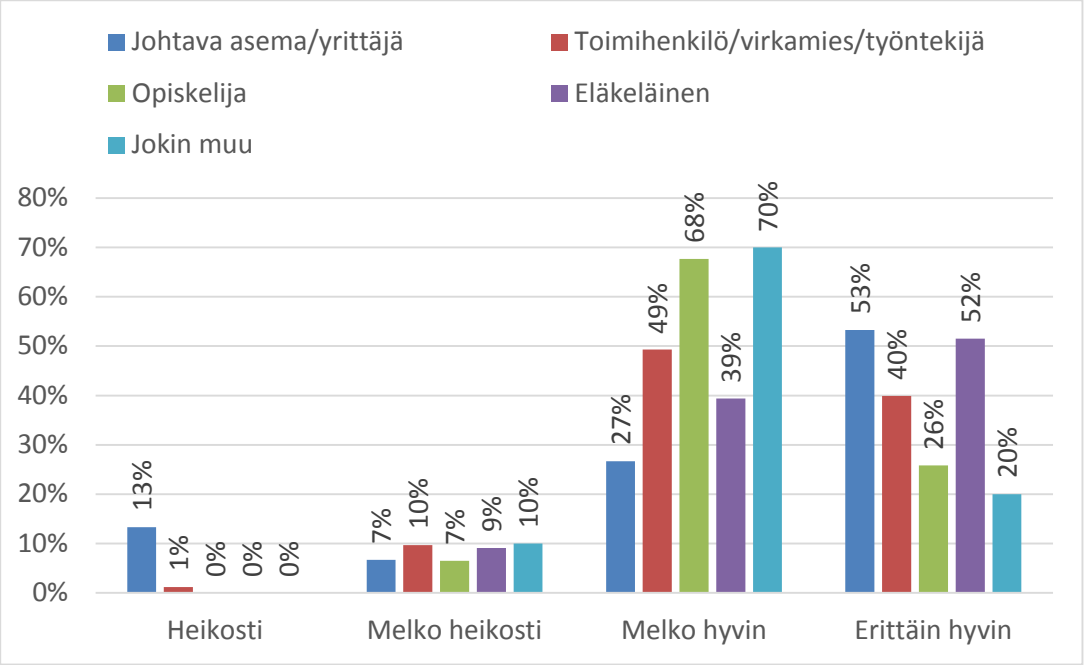
Pääasialliseksi asiointikanavakseen konttorin, verkkopankin ja mobiilin ilmoittaneista vähintään 43 % koki väittämän *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* pitävän paikkaansa melko hyvin (kuva 61). Mobiilin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 8 % ja verkkopankin ilmoittaneista 3 % näki väittämän pitävän paikkaansa heikosti. Puhelimen pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 83 % koki, että kyseinen väittämä kuvaa OP Kainuuta erittäin hyvin.



Kuva 61. Väittämän *OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja* vertailu eri asiointikanavissa asioivien henkilöiden välillä (n=131)

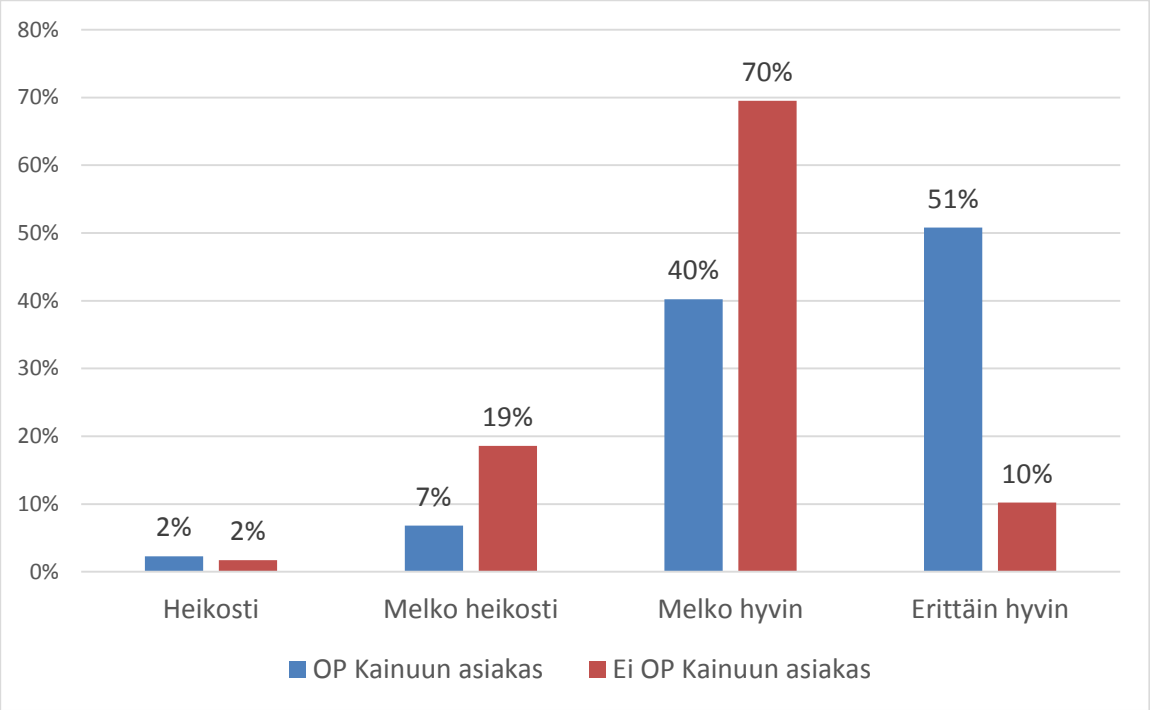
<u>Väittämä – OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin</u>

Kyselyyn vastanneista jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista 20 % ja opiskelijoista 26 % koki väittämän *OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin* pitävän paikkaansa erittäin hyvin (kuva 62). Johtajista, yrittäjistä ja eläkeläisistä enemmistö mielsi kyseisen väittämän kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin. Enemmistö opiskelijoista (68 %) ja jonkin muun ammattiryhmäkseen ilmoittaneista (70 %) mielsi väittämän *OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin* kuvaavan OP Kainuuta melko hyvin. Kaikista ammattiryhmistä vähintään 7 % koki väittämän pitävän paikkaansa melko heikosti. Lisäksi johtavassa asemassa olevista tai yrittäjistä 13 % näki kyseisen väittämän sopivan OP Kainuulle heikosti, muilla ammattiryhmillä vastaavan luku oli alle 1 %.



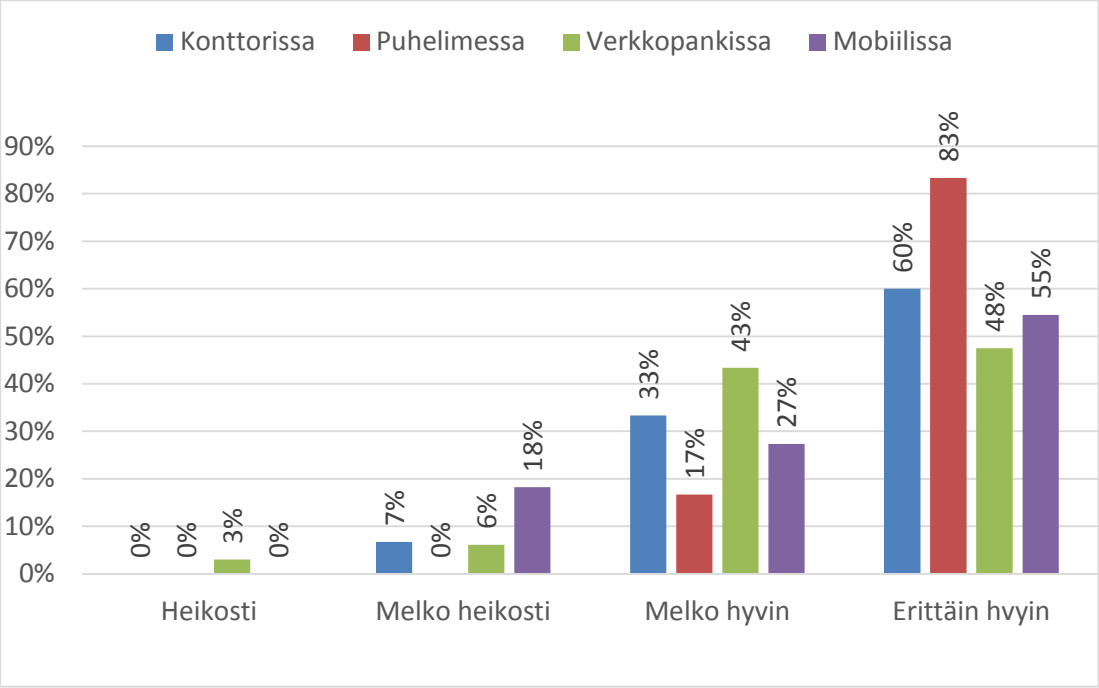
Kuva 62. Väittämän *OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin* vertailu ammattiryhmien välillä (n=193)

Puolet (51 %) kyselyyn vastanneista OP Kainuun asiakkaista mielsi väittämän *OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin* kuvaavan OP Kainuuta erittäin hyvin (kuva 63). Ei OP Kainuun asiakkaista 10 % koki väittämän pitävän paikkaansa erittäin hyvin. Enemmistö (70 %) ei OP Kainuun asiakkaista koki väittämän *OP Kainuussa palvelutilanteessa* tarpeeni kartoitetaan hyvin sopivan OP Kainuuseen melko hyvin. Ei OP Kainuun asiakkaista 19 % mielsi kyseisen väittämän sopivan OP Kainuulle melko heikosti, vastaava luku oli OP Kainuun asiakkailla 7 %.



Kuva 63. Väittämän *OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin* vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä (n=191)

Puhelimessa pääasiallisesti pankkiasiansa hoitaneista 83 % mielsi väittämän *OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin* pitävän paikkaansa erittäin hyvin (kuva 64). Konttorin, verkkopankin tai mobiilin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista vähintään 6 % näki väittämän pitävän paikkansa melko heikosti. Mobiilia pääasiallisena asiointikanavanaan käyttävistä 18 % koki kyseisen väittämän pitävän paikkaansa melko heikosti. Verkkopankin pääasialliseksi asiointikanavakseen ilmoittaneista 3 % koki väittämän pitävän paikkaansa heikosti, kun muista asiointikanavista yksikään ei mieltänyt väittämän kuvaavan OP Kainuuta heikosti.

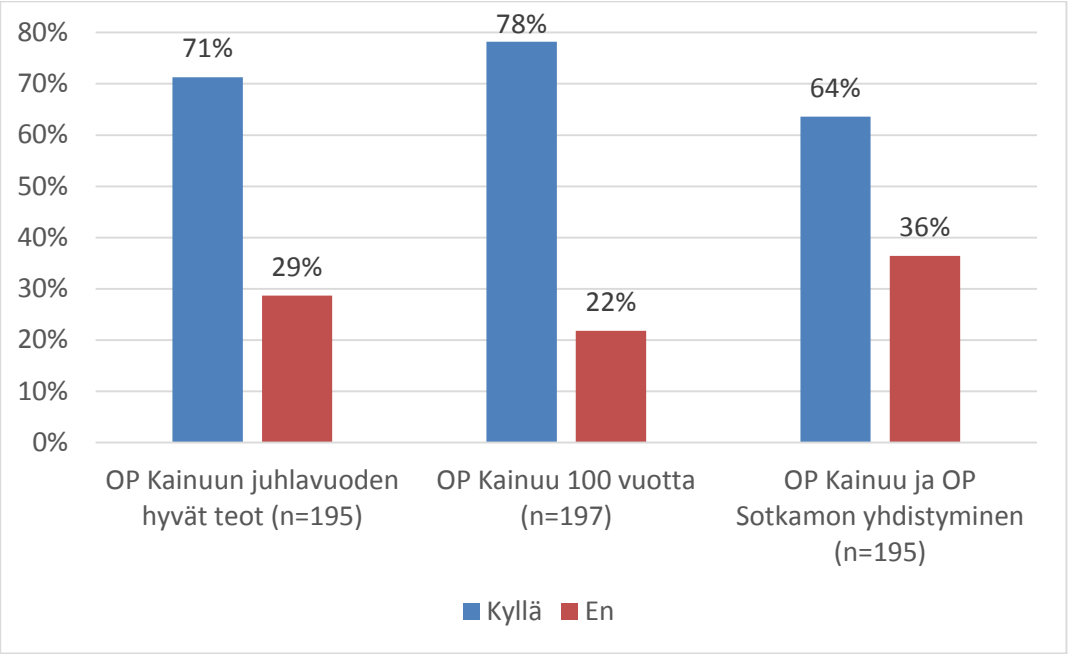


Kuva 64. Väittämän OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin vertailu asiointikanavien välillä (n=131)

4.5 OP Kainuun näkyvyys

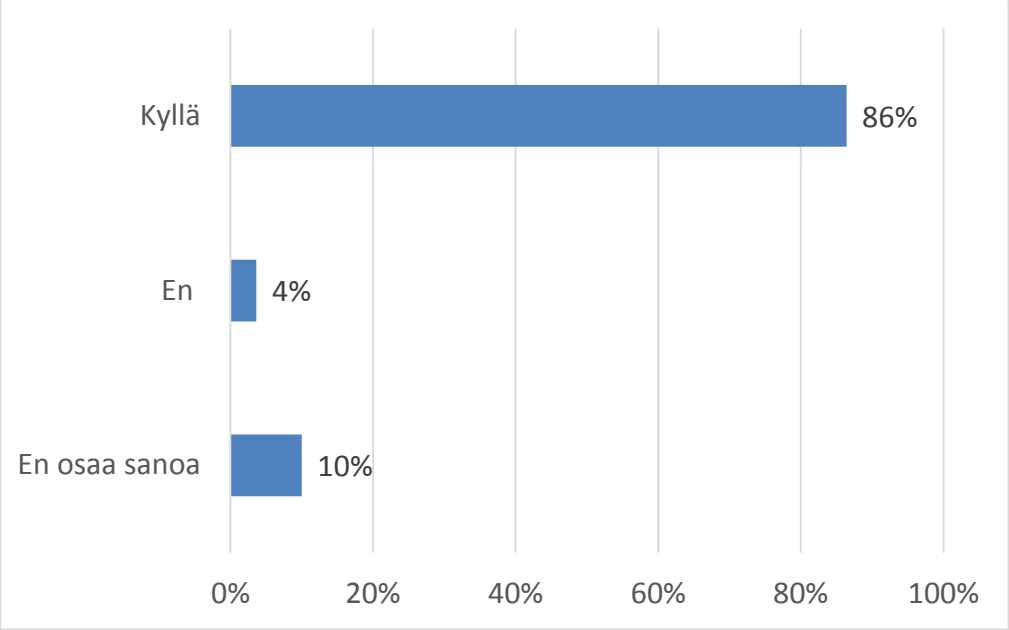
Mielikuvien ja väittämien jälkeen kartoitettiin vastaajien tietoutta OP Kainuun viimeaikaisista merkittävistä tapahtumista ja muutoksista. Viimeaikaisia merkittäviä tapahtumia ovat OP Kainuun juhlavuoden hyvät teot, OP Kainuuta100 vuotta sekä OP Kainuun ja OP Sotkamon yhdistyminen. Nämä kolme tapahtumaa ovat mittavasti esillä eri medioissa.

Vähintään 60 % kyselyyn vastanneista oli kuullut OP Kainuun juhlavuoden hyvistä teoista, OP Kainuu 100 vuotta kuin OP Kainuun ja OP Sotkamon yhdistymisestäkin (kuva 65). Eniten (78 %) vastaajat olivat tietoisia väittämästä OP Kainuu 100 vuotta. Toiseksi eniten vastaajat olivat tietoisia (71 %) OP Kainuun viikoittaisista juhlavuoden hyvistä teoista. Vähiten (64 %) vastaajat olivat tietoisia OP Kainuun ja Sotkamon Osuuspankin yhdistymisestä.



Kuva 65. Kysymyksen ’’Oletko kuullut seuraavista asioista?’’ tulokset

Vastaajilta kysyttiin suosittelisivatko he OP Kainuuta ystävilleen ja sukulaisilleen. Vastaajista 86 % suosittelisi OP Kainuuta ystävilleen ja sukulaisilleen (kuva 66).



Kuva 66. Kysymyksen *Suosittelisitko OP Kainuuta ystävillesi ja sukulaisillesi?* vastaukset (n=140)

4.6 Avoimet kysymykset

Kyselylomakkeen avoimen kysymyksen vastaukset (Liite 3) jaettiin kategorioihin. Näitä kategorioita ovat: palautetta tekijöille, palautetta pankille ja muuta. Palautetta pankille kategorian vastaukset jaettiin positiivista ja kehitettävää ryhmiin.

Vastaajat antoivat palautetta tekijöille avoimessa kysymyksessä. Palautteet koskivat pääasiallisesti sähköistä kyselylomaketta. Vastaajat antoivat avoimessa kysymyksessä myös paljon positiivista palautetta OP Kainuulle. Palautteissa käsiteltiin muun muassa juhlavuoden hyviä tekoja ja asiakaspalvelua. Palautteen mukaan OP Kainuussa on miellyttävää asioida, työntekijät ovat asiantuntevia ja juhlavuoden hyvät teot herättävät arvostusta asiakkaissa. Vastaajat antoivat myös kehitysideoita avoimessa kysymyksessä. Palautteissa mainitaan muun muassa, että asiakaspalvelun laatu riippuu asiakaspalvelijasta.

5 TULOSTEN YHTEENVETO

Tutkimuksen tavoitteena oli tutkia OP Kainuun imagoa sen asiakkaiden näkökulmasta. Lisäksi tavoitteena oli verrata OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden mielipiteitä OP Kainuusta. Tutkimuksessa selvitettiin myös kuinka tietoisia kyselyyn vastanneet ovat OP Kainuun vuoden 2015 toiminnallisista muutoksista ja tapahtumista.

Tutkimustuloksien perusteella voidaan todeta, että OP Kainuu edustaa määrittämiään arvoja. OP Kainuun edustamat adjektiivit saivat tutkimuksessa hyvät keskiarvot. Tutkimustuloksista ilmenee myös, että kriittisimmin OP Kainuuta arvioivat tutkimukseen osallistuneet johtavassa asemassa olevat tai yrittäjät. Lisäksi useissa tutkimustuloksissa ilmenee opiskelijoiden kriittisyys.

OP Kainuun arvoja ovat ihmisläheisyys, vastuullisuus ja yhdessä menestyminen. Tutkimustuloksista ilmenee, yli puolet kyselyyn vastanneista näkee, että paikallinen kuvaa OP Kainuuta erittäin hyvin. OP Kainuun asettamat arvot sijoittuivat myös hyvin vertaillessa mielikuvia OP Kainuun asiakkaiden ja ei asiakkaiden keskuudessa. OP Kainuun asiakkaiden ja ei OP Kainuun asiakkaiden välillä ei esiintynyt merkittäviä eroja mielikuvissa. Tutkimustuloksista voidaan yleistää, että OP Kainuun asiakkailla ja ei OP Kainuun asiakkailla on rahoituslaitoksesta positiivinen mielikuva.

Vastaajien mielestä OP Kainuuta heikoiten kuvaavat adjektiivit kilpailijoista erottuva ja kiinnostava. Kilpailijoista erottuminen finanssialalla on haastavaa, koska palveluiden ja tuotteita on vaikea erilaistaa. Rahoituslaitokset tarjoavat pääasiallisesti samanlaisia palveluita ja tuotteita kuten laina- ja sijoituspalvelut. Esimerkiksi kaikki rahoituslaitokset tarjoavat pääasiallisesti asuntolainaa, mutta kuluttajan on vaikea sisäistää eri rahoituslaitosten lainojen sisältö ilman tarkempaa tutustumista tuotteeseen tai palveluun. Kuluttaja tarvitsee aikaa tutustuakseen tuotteeseen ja sen sisältöön.

Heikoimmin tutkimuksessa sijoittui väittämä OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä.

Tutkimuksen tavoitteena oli myös kartoittaa, kuinka OP Kainuun markkinointi on tavoittanut tutkimukseen osallistuneet. OP Kainuun markkinointi juhlavuoden hyvistä teoista ja paikallisista toimista on tavoittanut myös tutkimukseen vastanneet, jotka eivät ole OP Kainuun asiakkaita. Kyselyyn vastanneista 62-78 % on kuullut jokaisesta OP Kainuun kuluvan vuoden merkittävistä tapahtumista ja toiminnallisista muutoksista. Suurin osa vastaajista on kuullut OP Kainuun juhlavuodesta, kun vähiten kyselyyn vastaajat olivat tietoisia OP Kainuun yhdistymisestä OP Sotkamon kanssa.

Lisäksi kyselyyn vastanneista 87 % suosittelisi OP Kainuuta sukulaisilleen, tuttavilleen ja ystävilleen. Tämän tuloksen voidaan katsoa kertovan, että 87 % kyselyyn vastanneista kokee rahoituslaitoksen toiminnan miellyttävä ja hyvänä. Tämän vuoksi he suosittelisivat rahoituslaitosta läheisilleen.

Tutkimukseen osallistuneista 68 % oli OP Kainuun asiakkaita. Tutkimuksen tavoitteena oli tutkia OP Kainuun imagoa sen asiakkaiden näkökulmasta. Tutkimuksen tarkoituksena oli myös tutkia OP Kainuun imagoa myös muiden pankkien asiakkaiden näkökulmasta.

Tutkimustuloksissa on pieniä eroja eri ammattiryhmien välillä, mutta kokonaisuutena tutkimustulokset ovat yhdenmukaiset. Tutkimustulokset antavat OP Kainuulle kehittämisalueita. Tutkimusta oli mielenkiintoista tehdä, koska OP Kainuu on toimeksiantajana mielenkiintoinen. Toimeksiantajasta mielenkiintoisen tekee paikallisuus, historia ja vuoden 2015 toiminnalliset muutokset. Lisäksi imago on käsitteenä monimuotoinen, jonka muodostumiseen vaikuttavat monet tekijät. Tutkimuksen tekeminen on ollut tutkijoille antoisaa ja samalla tutkimuksen tekeminen on opettanut paljon. Tutkijat ovat kiitollisia, että tutkimus on saatu päätökseen ja toivovat, että tutkimustulokset antavat paljon OP Kainuulle.

6 POHDINTA

Tutkimustulokset olivat OP Kainuulle kokonaisuutena positiiviset. Tutkimustuloksista ilmenee, että OP Kainuu näyttäytyy asiakkailleen asiantuntevana, menestyvänä ja paikallisena pankkina. OP Kainuu on onnistunut luomaan itsestään tavoittelemansa kuvan asiakkailleen ja ei asiakkailleen.

OP Kainuu näkyy muiden rahoituslaitosten asiakkaille positiivisena ja paikallisena rahoituslaitoksena. Ei OP Kainuun asiakkaiden positiivinen mielikuva OP Kainuusta näkyy tutkimustuloksista. OP Kainuun asettamat arvot näkyvät myös ei OP Kainuun asiakkaille, joka kertoo siitä, että OP Kainuu näyttäytyy vahvana rahoituslaitoksena myös muille kuin omille asiakkailleen. OP Kainuun laaja markkinointi on tavoittanut myös muut kuin pankin asiakkaat. Lisäksi ei OP Kainuun asiakkaiden positiivinen kuva kyseisestä pankista kertoo, että OP Kainuu on luonut vankan kuvan itsestään myös muiden kuin asiakkaidensa mieliin, joka on suotuisaa ajatellen uusien asiakkaiden hankintaa.

Suurin osa tutkimukseen osallistuneista henkilöistä käyttää pääasiallisena asiointikanavanaan verkkopankkia. Verkkopankissa asiakas voi hoitaa pankkiasioitaan ympäri vuorokauden, joka on ratkaiseva tekijä palvelun saatavuudessa. Verkkopankin uskotaan olevan suosituin asiointikanava myös kyselyyn vastanneiden keski-iän (36-vuotta) vuoksi. Lisäksi verkkopankin suosio voinee myös johtuvan siitä, että suurin osa vastasi kyselyyn netissä. OP Kainuun toimitiloissa kyselyyn osallistuneet olivat pääasiallisesti eläkeläisiä, kun netissä kyselyyn osallistui kaiken ikäisiä. Kyselyyn vastanneista enemmistö oli naisia, jonka voidaan olettaa johtuvat siitä, että enemmistö myös OP Kainuun Facebook -seuraajista on myös naisia.

Pankkiasiakkuus osion tutkimustuloksia ilmenee, että moni OP Kainuun asiakkaista on myös S-Pankin asiakas. Tämä voinee johtua S-Ryhmän bonusjärjestelmästä. Edellä mainitut asiakkaat eivät välttämättä käytä S-Pankin palveluita kuten sijoitus- ja lainapalveluita, mutta ovat kuitenkin S-Pankin asiakkaita bonuskortin vuoksi.

Tulosten mukaan tutkimukseen vastanneista opiskelijoista 19 % näkee kiinnostavan kuvaavan OP Kainuuta melko heikosti. Kyseisen tuloksen voidaan olettaa johtuvan siitä, etteivät esimerkiksi sijoituspalvelut ole opiskelijoille välttämättä ajankohtaisia vielä. Lisäksi rahoituslaitosten markkinointi ei välttämättä kiinnosta opiskelijoita, koska he eivät hae aktiivisesti eri palveluita rahoituslaitokselta, joten heidän ei tarvitse miettiä eri rahoituslaitoksien sopivuutta omiin tarpeisiinsa. Opiskelijoiden ovat melko tärkeä kohderyhmä rahoituslaitoksille, jonka vuoksi opiskelijoiden kriittiseen kuvaan OP Kainuusta tulisi pyrkiä vaikuttamaan.

Vastaajat olivat arvioineet OP Kainuun hintoja kriittisesti. Tulosten perusteella voidaan kyseenalaistaa oletus, että hinta olisi kuluttajalle merkittävin tekijä pankin valinnassa. Kuluttajan miettiessä itselleen sopivinta pankkia, voi hintaa tärkeämmäksi tekijäksi osoittautua pankin paikallisuus, arvot tai palvelun laatu.

OP Kainuun juhlavuosi on ollut esillä paljon paikallisissa medioissa ja sosiaalisessa mediassa, jonka vuoksi juhlavuoden uutisointi on tavoittanut useamman kuin uutiset OP Kainuun ja OP Sotkamon yhdistymisestä. Yhdistymisestä on tiedotettu enemmän sanomalehdissä. Sanomalehdessä uutisointi on tavoittanut iäkkäämmät vastaajat todennäköisemmin. OP Kainuun juhlavuoden hyviä tekoja on markkinoitu toistuvasti OP Kainuun Facebook-sivuilla, joilla on reilut 2000 seuraajaa. Lisäksi juhlavuoden hyviä tekoja on mainostettu OP Kainuun toimitilojen ulkoseinän kokoisella mainoksella. Mainos on tavoittanut suuren osan Kajaanin keskustassa liikkuvista kajaanilaisista.

Tutkimukseen saatiin osallistumaan suhteellisen paljon OP Kainuun asiakkaita ja ei asiakkaita, jonka vuoksi heidän mielipiteitään voitiin verrata. Väittämien ja adjektiivien vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei asiakkaiden välillä antaa myös paljon uutta ja tärkeää tietoa toimeksiantajalle. Imagotutkimuksen tulosten vertailu OP Kainuun asiakkaiden ja ei asiakkaiden välillä antaa toimeksiantajalle mahdollisuuden verrata omaa toimintaansa. Toimeksiantajalla on mahdollista miettiä, kuinka voisivat parantaa esimerkiksi asiakaspalvelunsa asiantuntevuutta asiakkaidensa keskuudessa. Tuloksista ilmenee myös paljon arvokasta tietoa siitä, mil-

laisena toimijana toisen pankin asiakkaat näkevät OP Kainuun ja missä OP Kainuulla olisi kehitettävää. Tuloksista ilmenee esimerkiksi, että OP Kainuu näyttäytyy myös muiden pankkien asiakkaille voimakkaasti paikallisena toimijana.

Sähköinen ja paperinen kyselylomake oli onnistunut tutkimusmenetelmä imagotutkimukseen. Paperisen kyselylomakkeen yksi avoin kysymys aiheutti vastaajien keskuudessa hieman epäselvyyttä, joten kysymyksen vastausten analysointi oli tulkinnanvaraista. Sähköisessä kyselylomakkeessa oli tekninen vika. Vika ei vaikuttanut tutkimustuloksiin.

Kokonaisuudessaan tutkimuksen tiedonkeruu onnistui hyvin sähköisellä ja paperisella kyselylomakkeella. Sähköinen kyselylomake oli hyvä valinta, koska näin tutkimukseen osallistui vastaajia Kainuun eri kunnista. Lisäksi sähköinen kysely on vaivaton täyttää ja se mahdollistaa tutkimukseen osallistumisen kotoa käsin. Toisaalta paperinen kyselylomake oli tutkijoiden mielestä hyvä valinta, koska näin tutkimukseen saatiin osallistumaan myös vastaajia, joilla ei välttämättä olisi ollut mahdollisuutta osallistua sähköiseen kyselyyn. Tutkimukseen osallistuneista eläkeläisistä suurin osa osallistui kyselyyn paperisella kyselylomakkeella.

LÄHTEET

Aula, P., & Heinonen, J. (2002). Maine : Menestystekijä. Helsinki: WSOY.

Gad, T., & Heinämäki, M. (2001). 4D-brandimalli : Menetelmä tulevaisuuden brandin luomiseen. Helsinki: Kauppakaari.

Heikkilä, T. (2004). Tilastollinen tutkimus (5. uud. p. ed.). Helsinki: Edita.

von Hertzen, P. (2006) Brändi yritysmarkkinoinnissa. Helsinki : Talentum.

Karjalainen, L. (2010). Tilastotieteen perusteet. Ristiina: Pii-kirjat.

Karvonen, E. (1999). Elämää mielikuvayhteiskunnassa: Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Helsinki: Gaudeamus.

Lindberg-Repo, K. (2005). Asiakkaan ja brändin vuorovaikutus: Miten johtaa brändin arvoprosesseja. Helsinki: WSOY.

Lotti, L. (1998). Markkinointitutkimuksen käsikirja (4. p. ed.). [Helsinki]: WSOY.

Malmelin, N., & Hakala, J. (2007) Radikaali brändi Helsinki. Talentum.

Nilson, T. (1998) Competitive Branding: Winning in the Market Place with Value-Added Brands.

Pohjola, J. (2003). Ilme: Visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Inforviestintä.

Rope, T., & Mether, J. (1991). Mielikuvamarkkinointi (2. p. ed.). [Espoo]: Weilin+Göös.

Siukosaari, A. (2002). Yhteisöviestinnän opas: Yrityksen, järjestön, laitoksen, julkishallinnon yksikön ja muun yhteisön yhteydenpito ja tiedotustoiminta (2. tark. p. ed.). Helsinki: Tietosanoma.

Vuokko, P. (2003). *Markkinointiviestintä: Merkitys, vaikutus ja keinot*. Helsinki: WSOY.

SÄHKÖISET LÄHTEET

OP-Pohjola 2012, OP Ryhmä arvot https://www.op.fi/op/op-ryhma/op-ryhma/strategia/arvot?id=80123&srcpl=8 luettu 3.11.2015

Finanssialan Keskusliitto 2015, Pankit Suomessa 2015 https://materiaalipankki/julkaisut/Julkaisut/Pankit_Suomessa_2014.pdf luettu 24.10.2015

Liite 1 Paperinen kyselylomake

Liite 2 Sähköinen kyselylomake

Liite 3 Avoimien kysymyksien vastaukset

Liite 4 SPSS aineisto

OP Kainuu

Hei,

Olemme Kajaanin ammattikorkeakoulun liiketalouden alan opiskelijoita ja teemme opinnäytetyötä OP Kainuulle. Opinnäytetyömme tarkoituksena on tutkia OP Kainuun imagoa se asiakkaiden mielikuvien perusteella.

Toivomme sinun vastaavan alla olevaan kyselyyn. Se on lyhyt ja sen täyttäminen vie aikaa muutaman minuutin. Kaikkien kyselyn vastaajien kesken arvotaan 100 euron arvoinen rahastolahjakortti. Vastaamalla tähän kyselyyn autatte meitä myös opinnäytetyömme toteutuksessa.

Ystävällisin terveisin

Riikka Mäkynen ja Johanna Pyykkönen
Kajaanin ammattikorkeakoulu

Vastaa kysymyksiin merkitsemällä rasti mieleisenne vastausvaihtoehdon kohdalle tai kirjoita vastaus viivalle merkittyyn kohtaan. Tutkimuksen kannalta on tärkeää, että vastaatte kaikkiin kysymyksiin huolellisesti ja totuuden mukaisesti. Antamanne vastaukset käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisina. Tutkimustulokset julkaistaan kokonaistuloksina anonymiteetin säilyttämiseksi.

Perustiedot

1. Sukupuoli mies ☐ nainen ☐

2. Ikä _____

3. Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?

Johtava asema/yrittäjä ☐ Toimihenkilö/virkamies ☐

Työntekijä ☐ Opiskelija ☐

Eläkeläinen ☐ Jokin muu ☐

4. Asuinpaikkakunta

Kajaani ☐ Sotkamo ☐ Ristijärvi ☐ Paltamo ☐

Jokin muu, mikä?

_____

Pankkiasiakkuus

5. Mitä pankkia käytät pääasiallisesti?

_____

6. Jos olet OP Kainuun asiakas, kuinka monta vuotta olet ollut asiakkaana?

alle 5 ☐ 5-10 ☐ 11-20 ☐ yli 20 ☐

7. Jos olet OP Kainuun asiakas, missä asioit pääasiallisesti?

Konttorissa ☐ Puhelimessa ☐ Verkkopankissa ☐ Mobiilissa ☐

6. Oletko Osuuspankin asiakasomistaja? kyllä ☐ en ☐

8. Oletko jonkin muun pankin asiakas? Voit valita useamman vaihtoehdon.

Nordea ☐ Danske Bank ☐ Säästöpankki ☐

S-pankki ☐ Handelsbanken ☐ Aktia ☐

Jokin muu, mikä? _____

9. Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta?
4=erittäin hyvin, 3 =melko hyvin, 2= melko heikosti, 1=heikosti

4 3 2 1

Asiantunteva	☐	☐	☐	☐
Paikallinen	☐	☐	☐	☐
Helposti tavoitettava	☐	☐	☐	☐
Yhteisöllinen	☐	☐	☐	☐
Aktiivinen	☐	☐	☐	☐
Nykyaikainen	☐	☐	☐	☐
Kiinnostava	☐	☐	☐	☐
Vastuullinen	☐	☐	☐	☐
Kilpailijoista erottuva	☐	☐	☐	☐
Luotettava	☐	☐	☐	☐
Menestyvä	☐	☐	☐	☐
Ihmisläheinen	☐	☐	☐	☐

10. Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa?
4=erittäin hyvin, 3 =melko hyvin, 2= melko heikosti, 1=heikosti

	4	3	2	1
OP Kainuulla on hyvä maine	☐	☐	☐	☐
OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua	☐	☐	☐	☐
OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä	☐	☐	☐	☐
OP Kainuun palvelutarjonta on kattava	☐	☐	☐	☐
OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä	☐	☐	☐	☐
OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja	☐	☐	☐	☐
OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin	☐	☐	☐	☐

11. Olen kuullut seuraavista asioista

OP Kainuun juhlavuoden hyvät teot	kyllä ☐	en ☐
OP Kainuu 100-vuotta	kyllä ☐	en ☐

OP Kainuun ja OP Sotkamon yhdistyminen kyllä □ en □

12. Suosittelisin OP Kainuuta ystävilleni ja sukulaisilleni

kyllä □ en □

en ole OP Kainuun asiakas □

13. Nimi ja yhteystiedot

_____

KIITOS VASTAUKSISTANNE!

OP KAINUUN IMAGOTUTKIMUS

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn!

OP Kainuu

Olemme Kajaanin ammattikorkeakoulun liiketalouden alan opiskelijoita ja teemme opinnäytetyötä OP Kainuulle. Opinnäytetyömme tarkoituksena on tutkia OP Kainuun imagoa se asiakkaiden mielikuvien perusteella.

Toivomme sinun vastaavan alla olevaan kyselyyn. Se on lyhyt ja sen täyttäminen vie aikaa muutaman minuutin. Kaikkien kyselyn vastaajien kesken arvotaan 100 euron arvoinen rahastolahjakortti. Vastaamalla tähän kyselyyn autatte meitä myös opinnäytetyömme toteutuksessa.

Tutkimuksen kannalta on tärkeää, että vastaatte kaikkiin kysymyksiin huolellisesti ja totuuden mukaisesti. Antamanne vastaukset
käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisina. Tutkimustulokset julkaistaan kokonaistuloksina anonymiteetin säilyttämiseksi.

Ystävällisin terveisin

Riikka Mäkynen ja Johanna Pyykkönen

Kajaanin ammattikorkeakoulu

Nimi

_____

Puhelinnumero

_____

Sähköpostiosoite

_____

Ikä

_____

Sukupuoli

- ☐ Nainen
- ☐ Mies

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?

- ☐ Johtava asema/yrittäjä
- ☐ Toimihenkilö/virkamies
- ☐ Työntekijä

En

Oletko myös jonkin muun pankin kuin Osuuspankin asiakas? Voit valita useamman vaihtoehdon.

En	☐
Nordea	☐
Danske Bank	☐
Säästöpankki	☐
S-pankki	☐
Handelsbanken	☐
Aktia	☐
Jokin muu, mikä	☐

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta?

	Erittäin hyvin	Melko hyvin	Melko heikosti	Heikosti
Asiantuntevaa	☐	☐	☐	☐
Paikallinen	☐	☐	☐	☐
Helposti tavoitettava	☐	☐	☐	☐
Yhteisöllinen	☐	☐	☐	☐
Aktiivinen	☐	☐	☐	☐
Nykyaikainen	☐	☐	☐	☐
Kiinnostava	☐	☐	☐	☐
Vastuullinen	☐	☐	☐	☐
Kilpailijoista erottuva	☐	☐	☐	☐
Luotettava	☐	☐	☐	☐
Menestyvä	☐	☐	☐	☐
Ihmislähtöinen	☐	☐	☐	☐

Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa?

	Erittäin hyvin	Melko hyvin	Melko heikosti	Heikosti
OP Kainuulla on hyvä maine	☐	☐	☐	☐
OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua	☐	☐	☐	☐

OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä	☐	☐	☐	☐
OP Kainuun palvelutarjonta on kattavaa	☐	☐	☐	☐
OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä	☐	☐	☐	☐
OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja	☐	☐	☐	☐
OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin	☐	☐	☐	☐

Olen kuullut seuraavista asioista

	Kyllä	En
OP Kainuun juhlavuoden hyvät teot	☐	☐
OP Kainuu 100-vuotta	☐	☐
OP Kainuun ja OP Sotkamon yhdistyminen	☐	☐

Suosittelisin OP:ta läheisilleni

Kyllä	☐
En	☐
En osaa sanoa	☐

Vapaa sana

_____

_____

_____

_____

Avoimet vastaukset:

Palautetta tekijöille:

- Puhelinnumero kenttään ei mahtunut viimeistä numeroa 0505712022
- Tsemppiä opinnäytetyöhön ! Tv. Opa
- Puhelinnumero kenttä kyselyssä on numeron liian lyhyt

Palautetta pankille:

Positiivista:

- Kainuussa Osuuspankki on varmasti pitkälti vanhin ja menestyneimpiä pankkeja ja olen itsekin miettinyt asiakkuutta. Olen asiakkaana pankissa, joka aikoinaan oli vanhempieni toimeenpanema.
- Hyvät teot ovat erottuneet positiivisesti edukseen.
- Aivan mahtava tuote: kolikoiden ja seteleiden vastaanottoautomaatti.
- Menestystä opinnoissa!
- Työntekijät ovat asiantuntevia ja auttavia. henkilökohtaiset keskustelut ovat olleet mielyttäviä, tarvittaessa OP:n työntekijät ovat soittaneet ja neuvoneet, kiitos hyvää palvelua olen aina saanut, myös joustavaa
- On ollut ilo asioida Osuuspankissa ja palvelu on ollut moitteetonta.
- Vanhempani olivat jo OP jäseniä ja minä sekä minun lapseni, siis sukupolvelta toiselle
- OP- KAINUUN kanssa pankkiasioiden hoito ja esimerkiksi sijoittaminen toimii sujuvasti. Olen saanut palvelua, jota on helppo ymmärtää. Vakuutusasiatkin ovat toimineet jouhevasti.
- Juhlavuoden hyvät teot ovat erittäin hyvä asia! Arvostus on kyllä silmissäni noussut.

Kehitettävää:

- Palvelun laatu ja taso riippuu todella paljon virkailijasta kenen kanssa asioi. Toiset (yleensä vanhemmat virkailijat) ovat pihalla kuin lumiukki, ja joille joutuu itse selittämään mitä esim. asp tarkoittaa, ja toiset taas kunnon myyntitykkejä ja mainioita asiakaspalvelijoita joiden varaan mielellään suo pankkiasiansa. Suosittelisin systemaattista asiakkaiden seurantaa ja tilanteen tarkistusta. Hyvä asiakaspalvelu on sitä että teiltä soitetaan jo ennen kuin itse on sitä ajatellut. Käsittämättömintä on, ettei minulle oma pankki koskaan suositellut asp-tiliä, vaan kuulin siitä kaverilta ja otin itse selvää. ASP pitäisi kumminkin aloittaa jo 18-vuotiaana.
- Palvelun laatu on vaihdellut erittäin paljon riippuen siitä, kuka on ollut palvelemassa. Aiemmin olin erittäin tyytyväinen, mutta nyt asioita on jäänyt hoitamatta ja esim. sovittuja yhteydenottoja ei ole tullut.
- Valuutanvaihto- ja muu pikainen infopalvelu ovat käydessäni toimineet; ns. tiskillä on ollut yllättävän nuoria virkailijoita. Kaikki muut työntekijät "piilossa lokeroissaan" = "kasvoton OP".
- Asuntolainoihin kilpailukykyiset korot, niin asiakkaita tulee enemmän.
- Kun olen asioinut Osuuspankin Kajaanin konttorissa, olen joutunut jonottamaan useita kymmeniä minuutteja, eikä se miellytä minua. Palvelu on ollut persoonatonta, eikä siellä liioin ole hymyilty asiakkaille. Mielestäni myös vanhuksia kohdellaan pankissa huonosti.
- Jos ei ole lainaa, niin bonukset kuluu vauhdilla, laskeskelin että viimeistään 2018 on pankin vaihto edessä, kun on niin kalliit pankkikulut. S-pankissa ei maksa mitään kun rahat lojuu tilillä.
- Koska paikaliseen pankkiin ei ole suoraa puhelin numeroa, niin hankalaa asiointi kun haluaisi saada jonkun ajan pankkiin. Sovittava aika jonkun valtakunnallisen numeron kautta.
- Valitettavasti en ole päässyt laina- asiakkaaksi koska minulla on liikaa velkaa ennestään. Olisin jossain vaiheessa sen vuoksi vaihtanut pankkia mutta ei onnistunut.

Muuta;

- Vuolijoki ei ole asuinpaikkakunta, vaan Kajaanin taajama/asuinalue. Kysymys olisi pitänyt asetella eri tavalla jos Vuolijoki alueena oman konttorinsa takia haluttiin eritellä Kajaanin kaupunkialueesta. Kaupunkialueella itse asun, mutta entisestä Vuolijoen kunnasta kotoisin olevana toivoisin kovasti sinne näitä op:n hyviä tekoja. Kaupunki kun lakkauttaa kaiken minkä pystyy siltä alueelta ja jäljellä oleviin kouluihin, vanhainkoteihin tms. palveluihin ei panosteta tippaakaan. Myöskään mitään tapahtumia tai kunnon julkista liikennettä ei järjestetä Vuolijoen tai Otamäen alueella. Surettaa varsinkin alle ajokortti-ikäisten nuorten puolesta. Yläasteen jälkeiseen kouluunkin on hankala kulkea tai joutuu jo 16-vuotiaana muuttamaan kaupunkiin omilleen.
- Ei mitään tatsia kyseiseen puljuun.
- Ainut pankin konttori Paltamossa on OP
- Kiitos!
- Perheessä puolison pankkiasiat osaksi OP:ssä Paltamo.
- Pitkään Paltamossa asuneena olen säilyttänyt Paltamon OP:n, vaikka nyt asun Kajaanissa. Tietokoneella hoidan pankkiasiat.
- Kiitos!

SPSS TULOKSET/PERUSTIEDOT

Sukupuoli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nainen	132	66,3	67,3	67,3
	Mies	64	32,2	32,7	100,0
	Total	196	98,5	100,0	
Missing	System	3	1,5		
Total		199	100,0		

Ikä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17,00	1	,5	,5	,5
	18,00	2	1,0	1,0	1,5
	19,00	3	1,5	1,5	3,1
	20,00	5	2,5	2,6	5,6
	21,00	11	5,5	5,6	11,3
	22,00	3	1,5	1,5	12,8
	23,00	11	5,5	5,6	18,5
	24,00	7	3,5	3,6	22,1
	25,00	10	5,0	5,1	27,2
	26,00	7	3,5	3,6	30,8
	27,00	2	1,0	1,0	31,8
	28,00	7	3,5	3,6	35,4
	29,00	8	4,0	4,1	39,5
	30,00	4	2,0	2,1	41,5
	31,00	4	2,0	2,1	43,6
	32,00	4	2,0	2,1	45,6
	33,00	3	1,5	1,5	47,2
	34,00	1	,5	,5	47,7
	35,00	4	2,0	2,1	49,7
	36,00	3	1,5	1,5	51,3
	37,00	3	1,5	1,5	52,8
	38,00	5	2,5	2,6	55,4
	39,00	5	2,5	2,6	57,9
	40,00	3	1,5	1,5	59,5
	41,00	1	,5	,5	60,0
	42,00	6	3,0	3,1	63,1
	43,00	1	,5	,5	63,6
	44,00	1	,5	,5	64,1
	45,00	2	1,0	1,0	65,1
	46,00	3	1,5	1,5	66,7
	47,00	2	1,0	1,0	67,7
	48,00	1	,5	,5	68,2
	49,00	3	1,5	1,5	69,7
	51,00	3	1,5	1,5	71,3
	52,00	1	,5	,5	71,8

	53,00	7	3,5	3,6	75,4
	54,00	2	1,0	1,0	76,4
	55,00	3	1,5	1,5	77,9
	56,00	1	,5	,5	78,5
	57,00	3	1,5	1,5	80,0
	58,00	7	3,5	3,6	83,6
	59,00	4	2,0	2,1	85,6
	60,00	3	1,5	1,5	87,2
	61,00	1	,5	,5	87,7
	62,00	2	1,0	1,0	88,7
	63,00	1	,5	,5	89,2
	64,00	2	1,0	1,0	90,3
	65,00	5	2,5	2,6	92,8
	66,00	1	,5	,5	93,3
	68,00	1	,5	,5	93,8
	69,00	1	,5	,5	94,4
	70,00	3	1,5	1,5	95,9
	73,00	3	1,5	1,5	97,4
	74,00	1	,5	,5	97,9
	75,00	1	,5	,5	98,5
	81,00	1	,5	,5	99,0
	82,00	1	,5	,5	99,5
	84,00	1	,5	,5	100,0
	Total	195	98,0	100,0	
Missing	System	4	2,0		
Total		199	100,0		

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Johtava asema/yrittäjä	15	7,5	7,5	7,5
	Toimihenkilö/virkamies	21	10,6	10,6	18,1
	Työntekijä	87	43,7	43,7	61,8
	Opiskelija	32	16,1	16,1	77,9
	Eläkeläinen	33	16,6	16,6	94,5
	Jokin muu, mikä	11	5,5	5,5	100,0
	Total	199	100,0	100,0	

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? Jokin muu, mikä "Jokin muu mikä" vaihtoehdon vastausteksti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		190	95,5	95,5	95,5
	Kodinhoitotuella hoidan lapsia kotona	1	,5	,5	96,0
	Kotiäiti	1	,5	,5	96,5
	Opettaja	1	,5	,5	97,0
	Opiskelija/äitiysvapaa	1	,5	,5	97,5
	työtön	5	2,5	2,5	100,0
	Total	199	100,0	100,0	

Asuinpaikkakunta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kajaani	137	68,8	68,8	68,8
	Sotkamo	7	3,5	3,5	72,4
	Ristijärvi	11	5,5	5,5	77,9
	Hyrynsalmi	5	2,5	2,5	80,4
	Paltamo	13	6,5	6,5	86,9
	Vuolijoki	2	1,0	1,0	87,9
	Jokin muu, mikä	24	12,1	12,1	100,0
	Total	199	100,0	100,0	

Asuinpaikkakunta Jokin muu, mikä "Jokin muu mikä" vaihtoehdon vastausteksti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		177	88,9	88,9	88,9
	Helsinki	1	,5	,5	89,4
	Jämsä	2	1,0	1,0	90,5
	Katowice Puola	1	,5	,5	91,0
	Kautta Kerava	1	,5	,5	91,5
	Kuhmo	1	,5	,5	92,0
	kuopio	2	1,0	1,0	93,0
	Kuopio	1	,5	,5	93,5
	lahti	1	,5	,5	94,0
	Laihia	1	,5	,5	94,5
	Mikkeli	2	1,0	1,0	95,5
	Oulu	4	2,0	2,0	97,5
	pyhäntä	1	,5	,5	98,0
	Rovaniemi	1	,5	,5	98,5
	Tampere	1	,5	,5	99,0
	Turku	1	,5	,5	99,5
	Vaala	1	,5	,5	100,0
	Total	199	100,0	100,0	

SPSS TULOKSET/PANKKIASIAKKUUS

Oletko OP Kainuun asiakas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	134	67,3	68,0	68,0
	En	63	31,7	32,0	100,0
	Total	197	99,0	100,0	
Missing	System	2	1,0		
Total		199	100,0		

KUINKA MONTA VUOTTA OLETTE OLLEET OP KAINUUN ASIAKKAAN

Kuinka monta vuotta olet ollut OP Kainuun asiakkaana?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Alle 5	26	13,1	19,7	19,7
	5-10	21	10,6	15,9	35,6
	11-20	25	12,6	18,9	54,5
	Yli 20	60	30,2	45,5	100,0
	Total	132	66,3	100,0	
Missing	System	67	33,7		
Total		199	100,0		

MISSÄ HOIDAT PÄÄASIALLISESTI PANKKIASIASI

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Konttorissa	15	7,5	11,3	11,3
	Puhelimessa	6	3,0	4,5	15,8
	Verkkopankissa	100	50,3	75,2	91,0
	Mobiilissa	12	6,0	9,0	100,0
	Total	133	66,8	100,0	
Missing	System	66	33,2		
Total		199	100,0		

Mitä pankkia käytät pääasiallisesti?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		38	19,1	19,1	19,1
	Danske	1	,5	,5	19,6
	Danske bank	4	2,0	2,0	21,6
	Danske Bank	6	3,0	3,0	24,6
	Danskebank	5	2,5	2,5	27,1
	Danskebank ja S-Pankki	1	,5	,5	27,6
	Hyrynsalmi	1	,5	,5	28,1
	Ing bank	1	,5	,5	28,6
	Kainuu op	1	,5	,5	29,1
	kainuun op	1	,5	,5	29,6
	Kainuun op	2	1,0	1,0	30,7
	Kainuun Op	1	,5	,5	31,2
	Kainuun OP	2	1,0	1,0	32,2
	kainuun op kajaani	1	,5	,5	32,7
	kainuun OP vaalankonttori	1	,5	,5	33,2
	kainuun osuuspankki	1	,5	,5	33,7
	Kainuun osuuspankki	1	,5	,5	34,2
	Kainuun Osuuspankki	1	,5	,5	34,7
	Kainuun osuuspankkia	1	,5	,5	35,2
	Kajaani op	1	,5	,5	35,7
	Kajaanin Op	1	,5	,5	36,2
	Kiteen seudun osuuspankki	1	,5	,5	36,7
	laihian paikallisosuuspankki	1	,5	,5	37,2
	Lähitapiola	1	,5	,5	37,7
	nordea	4	2,0	2,0	39,7
	Nordea	14	7,0	7,0	46,7
	Nordea, Kajaani	1	,5	,5	47,2
	Nordea, S-pankki	1	,5	,5	47,7
	Nordea,OP	1	,5	,5	48,2
	Nordean	1	,5	,5	48,7
	op	15	7,5	7,5	56,3
	Op	8	4,0	4,0	60,3
	OP	16	8,0	8,0	68,3
	op kainuu	1	,5	,5	68,8
	Op kainuu	1	,5	,5	69,3

Op Kainuu	2	1,0	1,0	70,4
OP Kainuu	2	1,0	1,0	71,4
Op Kajaani	2	1,0	1,0	72,4
OP kajaani	1	,5	,5	72,9
OP Kestilä	1	,5	,5	73,4
OP Sotkamo	1	,5	,5	73,9
OP toistaiseksi	1	,5	,5	74,4
op-kajaani	1	,5	,5	74,9
opSotkamo	1	,5	,5	75,4
osuus oankkia	1	,5	,5	75,9
osuuspankin	1	,5	,5	76,4
osuuspankki	4	2,0	2,0	78,4
Osuuspankki	13	6,5	6,5	84,9
Osuuspankki ja S-Pankki	1	,5	,5	85,4
osuuspankkia	1	,5	,5	85,9
Osuuspankkia	3	1,5	1,5	87,4
paltamo	1	,5	,5	87,9
paltamon op	1	,5	,5	88,4
Paltamon op	1	,5	,5	88,9
Paltamon OP	2	1,0	1,0	89,9
Paltamon osuuspankki	2	1,0	1,0	91,0
Puolangan osuuspankki	1	,5	,5	91,5
s-pankki	2	1,0	1,0	92,5
S-pankki	1	,5	,5	93,0
S-Pankki	2	1,0	1,0	94,0
sampo pankki	1	,5	,5	94,5
Suomissalmen op	1	,5	,5	95,0
suomussalmen op	1	,5	,5	95,5
Suomussalmen Op	2	1,0	1,0	96,5
suomussalmen osuuspankki	1	,5	,5	97,0
Säästöpankki	2	1,0	1,0	98,0
Säästöpankki optia	1	,5	,5	98,5
Säästöpankki Optia	1	,5	,5	99,0
Tapiola	1	,5	,5	99,5
Vaalan osuuspankki	1	,5	,5	100,0
Total	199	100,0	100,0	

Oletko myös jonkin muun pankin kuin Osuuspankin asiakas? Voit valita useamman vaihtoehdon. | Nordea

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nordea	20	10,1	100,0	100,0
Missing	System	179	89,9		
Total		199	100,0		

Oletko myös jonkin muun pankin kuin Osuuspankin asiakas? Voit valita useamman vaihtoehdon. | Danske Bank

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Danske Bank	8	4,0	100,0	100,0
Missing	System	191	96,0		
Total		199	100,0		

Oletko myös jonkin muun pankin kuin Osuuspankin asiakas? Voit valita useamman vaihtoehdon. | S-pankki

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S-pankki	60	30,2	100,0	100,0
Missing	System	139	69,8		
Total		199	100,0		

Oletko myös jonkin muun pankin kuin Osuuspankin asiakas? Voit valita useamman vaihtoehdon. | En

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En	51	25,6	100,0	100,0
Missing	System	148	74,4		
Total		199	100,0		

Oletko myös jonkin muun pankin kuin Osuuspankin asiakas? Voit valita useamman vaihtoehdon. | Jokin muu, mikä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jokin muu, mikä	7	3,5	100,0	100,0
Missing	System	192	96,5		
Total		199	100,0		

Oletko myös jonkin muun pankin kuin Osuuspankin asiakas? Voit valita useamman vaihtoehdon. Jokin muu, mikä "Jokin muu mikä" vaihtoehdon vastausteksti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		192	96,5	96,5	96,5
	alexandria	1	,5	,5	97,0
	Kemin seudun OP	1	,5	,5	97,5
	laihian pop pankki	1	,5	,5	98,0
	Lähitapiola	1	,5	,5	98,5
	POP	1	,5	,5	99,0
	SP Optia	1	,5	,5	99,5
	Tapiola	1	,5	,5	100,0
	Total	199	100,0	100,0	

SPSS TULOKSET/MIELIKUVAT

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Asiantunteva

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Melko heikosti	10	5,0	5,1	5,1
	Melko hyvin	92	46,2	46,9	52,0
	Erittäin hyvin	94	47,2	48,0	100,0
	Total	196	98,5	100,0	
Missing	System	3	1,5		
Total		199	100,0		

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Paikallinen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	2	1,0	1,0	1,0
	Melko heikosti	5	2,5	2,5	3,6
	Melko hyvin	54	27,1	27,4	31,0
	Erittäin hyvin	136	68,3	69,0	100,0
	Total	197	99,0	100,0	
Missing	System	2	1,0		
Total		199	100,0		

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Helposti tavoitettava

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	3	1,5	1,6	1,6
	Melko heikosti	17	8,5	8,8	10,4
	Melko hyvin	83	41,7	43,0	53,4
	Erittäin hyvin	90	45,2	46,6	100,0
	Total	193	97,0	100,0	
Missing	System	6	3,0		
Total		199	100,0		

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Yhteisöllinen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	3	1,5	1,6	1,6
	Melko heikosti	14	7,0	7,3	8,9
	Melko hyvin	106	53,3	55,2	64,1
	Erittäin hyvin	69	34,7	35,9	100,0
	Total	192	96,5	100,0	
Missing	System	7	3,5		
Total		199	100,0		

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Nykyaikainen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	4	2,0	2,0	2,0
	Melko heikosti	16	8,0	8,1	10,1
	Melko hyvin	86	43,2	43,4	53,5
	Erittäin hyvin	92	46,2	46,5	100,0
	Total	198	99,5	100,0	
Missing	System	1	,5		
Total		199	100,0		

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Aktiivinen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	1	,5	,5	,5
	Melko heikosti	15	7,5	7,8	8,3
	Melko hyvin	86	43,2	44,8	53,1
	Erittäin hyvin	90	45,2	46,9	100,0
	Total	192	96,5	100,0	
Missing	System	7	3,5		
Total		199	100,0		

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kiinnostava

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	6	3,0	3,1	3,1
	Melko heikosti	30	15,1	15,4	18,5
	Melko hyvin	99	49,7	50,8	69,2
	Erittäin hyvin	60	30,2	30,8	100,0
	Total	195	98,0	100,0	
Missing	System	4	2,0		
Total		199	100,0		

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Vastuullinen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	3	1,5	1,5	1,5
	Melko heikosti	13	6,5	6,6	8,2
	Melko hyvin	93	46,7	47,4	55,6
	Erittäin hyvin	87	43,7	44,4	100,0
	Total	196	98,5	100,0	
Missing	System	3	1,5		
Total		199	100,0		

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kilpailijoista erottuva

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	5	2,5	2,6	2,6
	Melko heikosti	48	24,1	24,9	27,5
	Melko hyvin	81	40,7	42,0	69,4
	Erittäin hyvin	59	29,6	30,6	100,0
	Total	193	97,0	100,0	
Missing	System	6	3,0		
Total		199	100,0		

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Luotettava

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	5	2,5	2,5	2,5
	Melko heikosti	7	3,5	3,6	6,1
	Melko hyvin	81	40,7	41,1	47,2
	Erittäin hyvin	104	52,3	52,8	100,0
	Total	197	99,0	100,0	
Missing	System	2	1,0		
Total		199	100,0		

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Menestyvä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	3	1,5	1,5	1,5
	Melko heikosti	6	3,0	3,1	4,6
	Melko hyvin	93	46,7	47,9	52,6
	Erittäin hyvin	92	46,2	47,4	100,0
	Total	194	97,5	100,0	
Missing	System	5	2,5		
Total		199	100,0		

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Ihmisläheinen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	5	2,5	2,6	2,6
	Melko heikosti	18	9,0	9,2	11,8
	Melko hyvin	90	45,2	46,2	57,9
	Erittäin hyvin	82	41,2	42,1	100,0
	Total	195	98,0	100,0	
Missing	System	4	2,0		
Total		199	100,0		

KESKIARVOT ADJEKTIIVEISTA KAIKKIEN VASTANNEIDEN KESKEN

Asian-tun-teva	Pai-kalli-nen	Hel-posti tavoi-tettava	Yhtei-sölli-nen	Aktiivi-nen	Nykyai-kainen	Kiin-nos-tava	Vas-tuulli-nen	Kilpaili-joista erot-tuva	Luo-tet-tava	Me-nes-tyvä	Ihmis-nen
3	4	3	3	3	3	3	4	1	4	3	2
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3		4
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	2	3	1	3	2	3	3	3
3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3
4	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3
3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3
3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3
3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
3	4		3	3	3	4	3	3	4	3	3
3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	1	3	3	2	4	4	3

3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	4	2	2	2	2	2	2	4	2
3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4
4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3
3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	2	1	2	1	3	3	2
3	4	3	2	2	2	3	3	2	4	2	2
3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	2
3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2
3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4
3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4
3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	2	2	3	2	3	3	1
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	3	2	3	4	3	4	4	4	4	3
3	3	3	3		2	2	2	2	3	3	3
3	1	1	3	2	3	3	3	3	4	4	3
3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	3

3	3	3	3	3	2	2	3	3	3		4
3	4				4				4	4	3
3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3		3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3
3	4		3	4	4	4	4	3		3	
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
2	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3
3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	2	3		2	1	3	2	3	4	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3
3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	2	4	2	3	4	2
3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3
4	4	3	3	4	4	4	4		3	4	4
	4		4		4		4		4		4
4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4
2	3	2	2	2	3	2	1	1	1	1	2
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
4	4	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4	2	3	2	3	3	2

4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3
3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
	4	4	4	4	4				3	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4
3	4	3	2	4	3	3	4	2	4	3	3
3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	4	2	3	3	4	4	4	2	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4
3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3
3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3
4		3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3		3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	1		3	2	3	2	2	4	
2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4			4	3	4		4	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3		3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	2	2	2	3	2	3	3	2
4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
2	1	1	1	2	1	1	2	4	1	2	1
4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3
2	4	1	2	4	4	2	2	1	1	3	1
4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3
4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4
3	4	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3
4	4	4	4	3	2	2	2	2	4	2	4
2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3		2	3	3	4	3	4	4	3
3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	4	4	3	4	3	3	2	2	3		4
3,428	3,645	3,347	3,255	3,380	3,343	3,092	3,347	3,005	3,442	3,412	3,277

ADJEKTIIVIT AMMATTIRYHMITTÄIN

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Asiantunteva Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Asiantunteva			
			Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	2	6	7	15
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	13,3%	40,0%	46,7%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	1	8	11	20
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	5,0%	40,0%	55,0%	100,0%
	Työntekijä	Count	5	42	39	86
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	5,8%	48,8%	45,3%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	20	11	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	64,5%	35,5%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	2	9	22	33
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	6,1%	27,3%	66,7%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	7	4	11
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	63,6%	36,4%	100,0%
Total		Count	10	92	94	196
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	5,1%	46,9%	48,0%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Paikallinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Paikallinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	1	0	1	13	15
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	6,7%	,0%	6,7%	86,7%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	0	5	16	21
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	,0%	23,8%	76,2%	100,0%
	Työntekijä	Count	0	2	30	55	87
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	2,3%	34,5%	63,2%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	2	11	18	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	6,5%	35,5%	58,1%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	1	1	5	25	32
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,1%	3,1%	15,6%	78,1%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	0	2	9	11
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	,0%	18,2%	81,8%	100,0%
Total		Count	2	5	54	136	197
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,0%	2,5%	27,4%	69,0%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Helposti tavoitettava Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Helposti tavoitettava				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	2	1	7	3	13
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	15,4%	7,7%	53,8%	23,1%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	2	10	8	20
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	10,0%	50,0%	40,0%	100,0%
	Työntekijä	Count	0	7	38	41	86
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	8,1%	44,2%	47,7%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	3	13	14	30
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	10,0%	43,3%	46,7%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	1	3	11	18	33
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,0%	9,1%	33,3%	54,5%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	1	4	6	11
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	9,1%	36,4%	54,5%	100,0%
Total		Count	3	17	83	90	193

	% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,6%	8,8%	43,0%	46,6%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Yhteisöllinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Yhteisöllinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	1	1	7	5	14
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	7,1%	7,1%	50,0%	35,7%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	2	9	10	21
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	9,5%	42,9%	47,6%	100,0%
	Työntekijä	Count	0	5	53	28	86
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	5,8%	61,6%	32,6%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	3	15	13	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	9,7%	48,4%	41,9%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	2	2	14	12	30
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	6,7%	6,7%	46,7%	40,0%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	1	8	1	10
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	10,0%	80,0%	10,0%	100,0%
Total		Count	3	14	106	69	192

	% within Mihin seuraa-vista ammattiryhmistä kuulutte?	1,6%	7,3%	55,2%	35,9%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Aktiivinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Aktiivinen				Total
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	0	1	5	8	14
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	7,1%	35,7%	57,1%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	1	11	8	20
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	5,0%	55,0%	40,0%	100,0%
	Työntekijä	Count	0	6	37	43	86
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	7,0%	43,0%	50,0%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	2	12	17	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	6,5%	38,7%	54,8%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	1	4	14	12	31

		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,2%	12,9%	45,2%	38,7%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	1	7	2	10
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	10,0%	70,0%	20,0%	100,0%
Total		Count	1	15	86	90	192
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,5%	7,8%	44,8%	46,9%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Aktiivinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Aktiivinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	0	1	5	8	14
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	7,1%	35,7%	57,1%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	1	11	8	20
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	5,0%	55,0%	40,0%	100,0%
	Työntekijä	Count	0	6	37	43	86
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	7,0%	43,0%	50,0%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	2	12	17	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	6,5%	38,7%	54,8%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	1	4	14	12	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,2%	12,9%	45,2%	38,7%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	1	7	2	10
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	10,0%	70,0%	20,0%	100,0%
Total		Count	1	15	86	90	192
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,5%	7,8%	44,8%	46,9%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Nykyaikainen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Nykyaikainen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	1	0	7	7	15
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	6,7%	,0%	46,7%	46,7%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	1	11	9	21
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	4,8%	52,4%	42,9%	100,0%
	Työntekijä	Count	1	9	37	40	87
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,1%	10,3%	42,5%	46,0%	100,0%
	Opiskelija	Count	1	2	13	15	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,2%	6,5%	41,9%	48,4%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	1	2	12	18	33
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,0%	6,1%	36,4%	54,5%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	2	6	3	11
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	18,2%	54,5%	27,3%	100,0%
Total		Count	4	16	86	92	198

	% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	2,0%	8,1%	43,4%	46,5%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Vastuullinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Vastuullinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	0	2	2	10	14
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	14,3%	14,3%	71,4%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	1	2	7	11	21
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	4,8%	9,5%	33,3%	52,4%	100,0%
	Työntekijä	Count	1	5	52	28	86
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,2%	5,8%	60,5%	32,6%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	2	15	14	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	6,5%	48,4%	45,2%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	1	1	11	20	33
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,0%	3,0%	33,3%	60,6%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	1	6	4	11
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	9,1%	54,5%	36,4%	100,0%
Total		Count	3	13	93	87	196

	% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,5%	6,6%	47,4%	44,4%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kiinnostava Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kiinnostava				Total
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	1	1	8	4	14
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	7,1%	7,1%	57,1%	28,6%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	3	10	7	20
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	15,0%	50,0%	35,0%	100,0%
	Työntekijä	Count	3	15	42	26	86
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,5%	17,4%	48,8%	30,2%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	6	16	9	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	19,4%	51,6%	29,0%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	1	4	16	12	33
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,0%	12,1%	48,5%	36,4%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	1	1	7	2	11
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	9,1%	9,1%	63,6%	18,2%	100,0%
Total		Count	6	30	99	60	195

	% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,1%	15,4%	50,8%	30,8%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kilpailijoista erottuva Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kilpailijoista erottuva				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	2	1	7	4	14
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	14,3%	7,1%	50,0%	28,6%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	1	5	7	6	19
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	5,3%	26,3%	36,8%	31,6%	100,0%
	Työntekijä	Count	2	23	40	21	86
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	2,3%	26,7%	46,5%	24,4%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	10	11	10	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	32,3%	35,5%	32,3%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	0	6	10	16	32
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	18,8%	31,3%	50,0%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	3	6	2	11
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	27,3%	54,5%	18,2%	100,0%
Total		Count	5	48	81	59	193
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	2,6%	24,9%	42,0%	30,6%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Luotettava Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Luotettava				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	2	0	4	9	15
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	13,3%	,0%	26,7%	60,0%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	1	1	7	12	21
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	4,8%	4,8%	33,3%	57,1%	100,0%
	Työntekijä	Count	1	4	42	40	87
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,1%	4,6%	48,3%	46,0%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	1	12	17	30
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	3,3%	40,0%	56,7%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	1	1	8	23	33
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,0%	3,0%	24,2%	69,7%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	0	8	3	11

	% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	*,0%*	*,0%*	*72,7%*	*27,3%*	*100,0%*
Total	*Count*	*5*	*7*	*81*	*104*	*197*
	% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	*2,5%*	*3,6%*	*41,1%*	*52,8%*	*100,0%*

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Menestyvä Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Menestyvä				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	0	1	4	10	15
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	6,7%	26,7%	66,7%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	1	0	10	9	20
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	5,0%	,0%	50,0%	45,0%	100,0%
	Työntekijä	Count	1	2	55	29	87
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,1%	2,3%	63,2%	33,3%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	2	13	16	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	6,5%	41,9%	51,6%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	1	1	5	25	32
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,1%	3,1%	15,6%	78,1%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	0	6	3	9
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	,0%	66,7%	33,3%	100,0%
Total		Count	3	6	93	92	194
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,5%	3,1%	47,9%	47,4%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Ihmisläheinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Ihmisläheinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	2	2	6	5	15
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	13,3%	13,3%	40,0%	33,3%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	1	12	8	21
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	4,8%	57,1%	38,1%	100,0%
	Työntekijä	Count	1	11	41	34	87
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,1%	12,6%	47,1%	39,1%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	3	17	10	30
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	10,0%	56,7%	33,3%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	1	0	10	20	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,2%	,0%	32,3%	64,5%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	1	1	4	5	11
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	9,1%	9,1%	36,4%	45,5%	100,0%
Total		Count	5	18	90	82	195

	% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	2,6%	9,2%	46,2%	42,1%	100,0%

ADJEKTIIVIEN RISTIINTAULUKOINTI SUKUPUOLEN MUKAAN

Sukupuoli * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Asiantunteva Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Asiantunteva			
			Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	6	60	64	130
		% within Sukupuoli	4,6%	46,2%	49,2%	100,0%
	Mies	Count	4	30	29	63
		% within Sukupuoli	6,3%	47,6%	46,0%	100,0%
Total		Count	10	90	93	193
		% within Sukupuoli	5,2%	46,6%	48,2%	100,0%

Sukupuoli * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Paikallinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Paikallinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	1	4	33	93	131
		% within Sukupuoli	,8%	3,1%	25,2%	71,0%	100,0%
	Mies	Count	1	1	21	40	63
		% within Sukupuoli	1,6%	1,6%	33,3%	63,5%	100,0%
Total		Count	2	5	54	133	194
		% within Sukupuoli	1,0%	2,6%	27,8%	68,6%	100,0%

Sukupuoli * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Helposti tavoitettava Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Helposti tavoitettava				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	1	10	57	61	129
		% within Sukupuoli	,8%	7,8%	44,2%	47,3%	100,0%
	Mies	Count	2	6	26	28	62
		% within Sukupuoli	3,2%	9,7%	41,9%	45,2%	100,0%
Total		Count	3	16	83	89	191
		% within Sukupuoli	1,6%	8,4%	43,5%	46,6%	100,0%

Sukupuoli * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Yhteisöllinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Yhteisöllinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	1	10	71	45	127
		% within Sukupuoli	,8%	7,9%	55,9%	35,4%	100,0%
	Mies	Count	2	4	33	23	62
		% within Sukupuoli	3,2%	6,5%	53,2%	37,1%	100,0%
Total		Count	3	14	104	68	189
		% within Sukupuoli	1,6%	7,4%	55,0%	36,0%	100,0%

Sukupuoli * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Aktiivinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Aktiivinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	0	9	57	61	127
		% within Sukupuoli	,0%	7,1%	44,9%	48,0%	100,0%
	Mies	Count	1	6	28	28	63
		% within Sukupuoli	1,6%	9,5%	44,4%	44,4%	100,0%
Total		Count	1	15	85	89	190
		% within Sukupuoli	,5%	7,9%	44,7%	46,8%	100,0%

Sukupuoli * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Vastuullinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Vastuullinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	2	6	67	55	130
		% within Sukupuoli	1,5%	4,6%	51,5%	42,3%	100,0%
	Mies	Count	1	7	25	30	63
		% within Sukupuoli	1,6%	11,1%	39,7%	47,6%	100,0%
Total		Count	3	13	92	85	193
		% within Sukupuoli	1,6%	6,7%	47,7%	44,0%	100,0%

Sukupuoli * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kiinnostava Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kiinnostava				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	2	20	68	39	129
		% within Sukupuoli	1,6%	15,5%	52,7%	30,2%	100,0%
	Mies	Count	3	10	30	20	63
		% within Sukupuoli	4,8%	15,9%	47,6%	31,7%	100,0%
Total		Count	5	30	98	59	192
		% within Sukupuoli	2,6%	15,6%	51,0%	30,7%	100,0%

Sukupuoli * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Vastuullinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Vastuullinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	2	6	67	55	130
		% within Sukupuoli	1,5%	4,6%	51,5%	42,3%	100,0%
	Mies	Count	1	7	25	30	63
		% within Sukupuoli	1,6%	11,1%	39,7%	47,6%	100,0%
Total		Count	3	13	92	85	193
		% within Sukupuoli	1,6%	6,7%	47,7%	44,0%	100,0%

Sukupuoli * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kilpailijoista erottuva Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kilpailijoista erottuva				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	3	30	56	38	127
		% within Sukupuoli	2,4%	23,6%	44,1%	29,9%	100,0%
	Mies	Count	2	17	24	20	63
		% within Sukupuoli	3,2%	27,0%	38,1%	31,7%	100,0%
Total		Count	5	47	80	58	190
		% within Sukupuoli	2,6%	24,7%	42,1%	30,5%	100,0%

Sukupuoli * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Luotettava Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Luotettava				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	2	4	56	69	131
		% within Sukupuoli	1,5%	3,1%	42,7%	52,7%	100,0%
	Mies	Count	3	3	23	34	63
		% within Sukupuoli	4,8%	4,8%	36,5%	54,0%	100,0%
Total		Count	5	7	79	103	194
		% within Sukupuoli	2,6%	3,6%	40,7%	53,1%	100,0%

Sukupuoli * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Menestyvä Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Menestyvä				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	2	2	67	59	130
		% within Sukupuoli	1,5%	1,5%	51,5%	45,4%	100,0%
	Mies	Count	1	4	25	31	61
		% within Sukupuoli	1,6%	6,6%	41,0%	50,8%	100,0%
Total		Count	3	6	92	90	191
		% within Sukupuoli	1,6%	3,1%	48,2%	47,1%	100,0%

Sukupuoli * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Ihmisläheinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Ihmisläheinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	0	15	61	53	129
		% within Sukupuoli	,0%	11,6%	47,3%	41,1%	100,0%
	Mies	Count	4	3	28	28	63
		% within Sukupuoli	6,3%	4,8%	44,4%	44,4%	100,0%
Total		Count	4	18	89	81	192
		% within Sukupuoli	2,1%	9,4%	46,4%	42,2%	100,0%

ADJEKTIIVIEN RISTIINTAULUKOINTI OP KAINUUN ASIAKKAIDEN JA EI OP KAINUUN ASIAKKAIDEN KESKEN

Oletko OP Kainuun asiakas? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Asiantunteva Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Asiantunteva			
			Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	8	46	79	133
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	6,0%	34,6%	59,4%	100,0%
	En	Count	2	46	13	61
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	3,3%	75,4%	21,3%	100,0%
Total		Count	10	92	92	194
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	5,2%	47,4%	47,4%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Paikallinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Paikallinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	2	4	34	93	133
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,5%	3,0%	25,6%	69,9%	100,0%
	En	Count	0	1	20	41	62
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,0%	1,6%	32,3%	66,1%	100,0%
Total		Count	2	5	54	134	195
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,0%	2,6%	27,7%	68,7%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Helposti tavoitettava Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Helposti tavoitettava				Total
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	3	13	51	65	132
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,3%	9,8%	38,6%	49,2%	100,0%
	En	Count	0	4	32	23	59
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,0%	6,8%	54,2%	39,0%	100,0%
Total		Count	3	17	83	88	191
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,6%	8,9%	43,5%	46,1%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Yhteisöllinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Yhteisöllinen				Total
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	3	11	62	53	129
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,3%	8,5%	48,1%	41,1%	100,0%
	En	Count	0	3	43	15	61
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,0%	4,9%	70,5%	24,6%	100,0%
Total		Count	3	14	105	68	190
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,6%	7,4%	55,3%	35,8%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Aktiivinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Aktiivinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	1	8	53	66	128
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,8%	6,3%	41,4%	51,6%	100,0%
	En	Count	0	7	33	22	62
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,0%	11,3%	53,2%	35,5%	100,0%
Total		Count	1	15	86	88	190
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,5%	7,9%	45,3%	46,3%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Nykyaikainen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Nykyaikainen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	3	5	56	70	134
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,2%	3,7%	41,8%	52,2%	100,0%
	En	Count	1	11	30	20	62
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,6%	17,7%	48,4%	32,3%	100,0%
Total		Count	4	16	86	90	196
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,0%	8,2%	43,9%	45,9%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kiinnostava Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kiinnostava				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	4	18	63	47	132
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	3,0%	13,6%	47,7%	35,6%	100,0%
	En	Count	2	12	36	11	61
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	3,3%	19,7%	59,0%	18,0%	100,0%
Total		Count	6	30	99	58	193
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	3,1%	15,5%	51,3%	30,1%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Vastuullinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Vastuullinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	3	7	53	70	133
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,3%	5,3%	39,8%	52,6%	100,0%
	En	Count	0	6	40	15	61
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,0%	9,8%	65,6%	24,6%	100,0%
Total		Count	3	13	93	85	194
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,5%	6,7%	47,9%	43,8%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kilpailijoista erottuva Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kilpailijoista erottuva				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	3	26	52	49	130
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,3%	20,0%	40,0%	37,7%	100,0%
	En	Count	2	22	28	9	61
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	3,3%	36,1%	45,9%	14,8%	100,0%
Total		Count	5	48	80	58	191
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,6%	25,1%	41,9%	30,4%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Luotettava Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Luotettava				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	5	4	41	84	134
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	3,7%	3,0%	30,6%	62,7%	100,0%
	En	Count	0	3	40	18	61
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,0%	4,9%	65,6%	29,5%	100,0%
Total		Count	5	7	81	102	195
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,6%	3,6%	41,5%	52,3%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Menestyvä Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Menestyvä				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	3	2	53	73	131
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,3%	1,5%	40,5%	55,7%	100,0%
	En	Count	0	4	40	17	61
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,0%	6,6%	65,6%	27,9%	100,0%
Total		Count	3	6	93	90	192
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,6%	3,1%	48,4%	46,9%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Ihmisläheinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Ihmisläheinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	4	6	54	68	132
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	3,0%	4,5%	40,9%	51,5%	100,0%
	En	Count	1	12	36	12	61
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,6%	19,7%	59,0%	19,7%	100,0%
Total		Count	5	18	90	80	193
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,6%	9,3%	46,6%	41,5%	100,0%

ADJEKTIIVIEN RISTIINTALUKOINTI ASOINITKANAVITTAIN

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Asiantunteva Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Asiantunteva			
			Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	2	1	12	15
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	13,3%	6,7%	80,0%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	1	5	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	16,7%	83,3%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	5	39	56	100
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	5,0%	39,0%	56,0%	100,0%
	Mobiilissa	Count	1	5	5	11
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	9,1%	45,5%	45,5%	100,0%
Total		Count	8	46	78	132
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	6,1%	34,8%	59,1%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Paikallinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Paikallinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	0	1	3	10	14
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	7,1%	21,4%	71,4%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	1	5	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	16,7%	83,3%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	2	3	26	69	100
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,0%	3,0%	26,0%	69,0%	100,0%
	Mobiilissa	Count	0	0	3	9	12
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	25,0%	75,0%	100,0%
Total		Count	2	4	33	93	132
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	1,5%	3,0%	25,0%	70,5%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Helposti tavoitettava Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Helposti tavoitettava				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankki-asiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	0	2	4	9	15
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	13,3%	26,7%	60,0%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	3	3	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	3	8	41	47	99
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	3,0%	8,1%	41,4%	47,5%	100,0%
	Mobiilissa	Count	0	3	3	5	11
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	27,3%	27,3%	45,5%	100,0%
Total		Count	3	13	51	64	131
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,3%	9,9%	38,9%	48,9%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Yhteisöllinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Yhteisöllinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	2	1	3	6	12
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	16,7%	8,3%	25,0%	50,0%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	2	2	2	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	1	6	49	42	98
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	1,0%	6,1%	50,0%	42,9%	100,0%
	Mobiilissa	Count	0	2	7	3	12
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	16,7%	58,3%	25,0%	100,0%
Total		Count	3	11	61	53	128
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,3%	8,6%	47,7%	41,4%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Aktiivinen
Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Aktiivinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankki-asiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	1	1	6	5	13
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	7,7%	7,7%	46,2%	38,5%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	2	4	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	33,3%	66,7%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	0	6	40	51	97
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	6,2%	41,2%	52,6%	100,0%
	Mobiilissa	Count	0	1	4	6	11
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	9,1%	36,4%	54,5%	100,0%
Total		Count	1	8	52	66	127
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,8%	6,3%	40,9%	52,0%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Nykyaikainen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Nykyaikainen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	1	1	4	9	15
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	6,7%	6,7%	26,7%	60,0%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	1	5	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	16,7%	83,3%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	2	4	46	48	100
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,0%	4,0%	46,0%	48,0%	100,0%
	Mobiilissa	Count	0	0	5	7	12
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	41,7%	58,3%	100,0%
Total		Count	3	5	56	69	133
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,3%	3,8%	42,1%	51,9%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kiinnostava Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kiinnostava				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	1	2	6	6	15
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	6,7%	13,3%	40,0%	40,0%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	1	1	4	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	16,7%	16,7%	66,7%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	3	12	51	33	99
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	3,0%	12,1%	51,5%	33,3%	100,0%
	Mobiilissa	Count	0	3	4	4	11
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	27,3%	36,4%	36,4%	100,0%
Total		Count	4	18	62	47	131
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	3,1%	13,7%	47,3%	35,9%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Vastuullinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Vastuullinen				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	1	1	3	10	15
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	6,7%	6,7%	20,0%	66,7%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	0	6	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	1	6	44	48	99
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	1,0%	6,1%	44,4%	48,5%	100,0%
	Mobiilissa	Count	1	0	5	6	12
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	8,3%	,0%	41,7%	50,0%	100,0%
Total		Count	3	7	52	70	132
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,3%	5,3%	39,4%	53,0%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kilpailijoista erottuva Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Kilpailijoista erottuva				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	0	3	3	8	14
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	21,4%	21,4%	57,1%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	2	1	3	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	33,3%	16,7%	50,0%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	2	18	42	36	98
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,0%	18,4%	42,9%	36,7%	100,0%
	Mobiilissa	Count	1	3	5	2	11
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	9,1%	27,3%	45,5%	18,2%	100,0%
Total		Count	3	26	51	49	129
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,3%	20,2%	39,5%	38,0%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Luotettava
Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Luotettava				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankki-asiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	1	1	3	10	15
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	6,7%	6,7%	20,0%	66,7%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	0	6	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	3	3	36	58	100
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	3,0%	3,0%	36,0%	58,0%	100,0%
	Mobiilissa	Count	1	0	2	9	12
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	8,3%	,0%	16,7%	75,0%	100,0%
Total		Count	5	4	41	83	133
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	3,8%	3,0%	30,8%	62,4%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Menestyvä Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Menestyvä				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	1	1	3	10	15
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	6,7%	6,7%	20,0%	66,7%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	2	4	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	33,3%	66,7%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	1	1	43	53	98
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	1,0%	1,0%	43,9%	54,1%	100,0%
	Mobiilissa	Count	1	0	5	5	11
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	9,1%	,0%	45,5%	45,5%	100,0%
Total		Count	3	2	53	72	130
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,3%	1,5%	40,8%	55,4%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Ihmisläheinen Crosstabulation

			Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat mielestäsi OP Kainuuta? Ihmisläheinen				Total
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	1	0	2	10	13
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	7,7%	,0%	15,4%	76,9%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	2	4	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	33,3%	66,7%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	3	4	46	47	100
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	3,0%	4,0%	46,0%	47,0%	100,0%
	Mobiilissa	Count	0	2	4	6	12
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	16,7%	33,3%	50,0%	100,0%
Total		Count	4	6	54	67	131
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	3,1%	4,6%	41,2%	51,1%	100,0%

VÄITTÄMIEN JAKAUTUMINEN KAIKKIEN VASTANNEIDEN KESKEN

Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuulla on hyvä maine

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	2	1,0	1,0	1,0
	Melko heikosti	5	2,5	2,6	3,6
	Melko hyvin	79	39,7	40,3	43,9
	Erittäin hyvin	110	55,3	56,1	100,0
	Total	196	98,5	100,0	
Missing	System	3	1,5		
Total		199	100,0		

Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	1	,5	,5	,5
	Melko heikosti	11	5,5	5,7	6,2
	Melko hyvin	91	45,7	46,9	53,1
	Erittäin hyvin	91	45,7	46,9	100,0
	Total	194	97,5	100,0	
Missing	System	5	2,5		
Total		199	100,0		

Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	2	1,0	1,0	1,0
	Melko heikosti	20	10,1	10,4	11,5
	Melko hyvin	93	46,7	48,4	59,9
	Erittäin hyvin	77	38,7	40,1	100,0
	Total	192	96,5	100,0	
Missing	System	7	3,5		
Total		199	100,0		

Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	3	1,5	1,6	1,6
	Melko heikosti	31	15,6	16,3	17,9
	Melko hyvin	109	54,8	57,4	75,3
	Erittäin hyvin	47	23,6	24,7	100,0
	Total	190	95,5	100,0	
Missing	System	9	4,5		
Total		199	100,0		

Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	4	2,0	2,1	2,1
	Melko heikosti	30	15,1	15,4	17,4
	Melko hyvin	103	51,8	52,8	70,3
	Erittäin hyvin	58	29,1	29,7	100,0
	Total	195	98,0	100,0	
Missing	System	4	2,0		
Total		199	100,0		

Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Heikosti	4	2,0	2,1	2,1
	Melko heikosti	20	10,1	10,4	12,4
	Melko hyvin	94	47,2	48,7	61,1
	Erittäin hyvin	75	37,7	38,9	100,0
	Total	193	97,0	100,0	
Missing	System	6	3,0		
Total		199	100,0		

VÄITTÄMIEN KESKIARVOT

OP Kainuulla on hyvä maine	OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua	OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä	OP Kainuun palvelutarjonta on kattava	OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä	OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja	OP Kainuussa tarpeeni kartoitetaan hyvin
3	3	4	3	1	2	2
3	3	3	3	4	2	3
4	4	3	3	2	2	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	2	3	2
4	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	
4	4	3	3	3	3	
4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	3
3	4	2	3	3	2	3
3	2	3	2	3	2	1
4	3	3	3	3	4	4
3	3	3	2	2	3	2

4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	3	2	2	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	2	2	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	4	4
4	3	4	4	3	4	3
4	4	3	4	3	3	3
2	2	2	3	3	2	3
3	3	3	3	3		3
4	4	3	4	4	3	3
4	4	2	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	3	4	4
2	2	4	4	4	2	2
4	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	2	3	2
3	3	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	2	3
3	3	3	3	2	2	3
3	3	3	3	2	3	4
3	3	2	3	2	2	2
3	3	4	4	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	2	3	4
4	3	3	4	3	3	4
4	4	3	3	3	3	4
3	3	4	3	2	3	3
4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4		4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	2		3	2	2	2
4	4	3	3	3	3	3

4	2	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	2	2	2	2
4		3	3	4	4	4
4	4	3	3	3	3	4
4	3	2	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	2	3	2
4	4	4	4	3	3	3
3	3	4	4	3	3	3
4	4	2	3	3	3	4
3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	2	3	3	2
3	3	2	3	3	2	
4	4	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4
3		2	3	2	2	4
4	4	4	4		4	4
4	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	4
3	3	4	4	3	3	3
3	3	4	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	3
3	2	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	4	4
3	2	4	4	3	2	2
4	4	3	4	3	4	4
3	4	3	4	3	3	4
3	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	3	4	4	4
2	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4	3

4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4	3
4	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	3	4
4	3	4	4	3	3	3
	4		4		4	
4	4	4	4	3	4	4
2	1	2	2	3	1	2
4	3	3	3	4	3	4
4	3	4	4	3	3	3
4	3	2	3	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	2	2	3	2
4	4	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3	3
4	4	3	3	3	3	3
3	3	4	3	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	2	3	3
1		2	2	2	1	1
4	4	4	3	4	4	4
4	4	3	3	4	3	4
4	3	2	3	3	3	3
3	3	2	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	2
4	4	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	2	1	2	2
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3		3	2

4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
4	3		4	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3		4
3	4	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3		3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	2	3
2	2	1	1	1	1	1
3	3	2	3	2	2	3
1	2	4	1	3	1	1
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	3	3
4	3	3	3	4	4	4
4	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	2	2	3
4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	2	2
4	4	3	4	3	4	4
3	4	3	4	3	4	4
3	4	3	3	2	3	3
3	3	3	3	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3		2	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4
4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	3	4
4	4		4		3	3
4	4	4	4	3	3	3
4	3	2	3	2	2	2

4	4	4	4	3	3	3
4	4	1	4		2	3
3,515	3,402	3,276	3,340	3,053	3,103	3,244

VÄITTÄMIEN RISTIINTALUKOINTI AMMATTIRYHMIEN KESKEN

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuulla on hyvä maine Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuulla on hyvä maine				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	1	1	5	8	15
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	6,7%	6,7%	33,3%	53,3%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	1	7	12	20
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	5,0%	35,0%	60,0%	100,0%
	Työntekijä	Count	1	2	44	39	86
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,2%	2,3%	51,2%	45,3%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	1	12	18	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	3,2%	38,7%	58,1%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	0	0	7	26	33
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	,0%	21,2%	78,8%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	0	4	7	11
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	,0%	36,4%	63,6%	100,0%
Total		Count	2	5	79	110	196
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,0%	2,6%	40,3%	56,1%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	0	2	7	6	15
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	13,3%	46,7%	40,0%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	1	0	11	9	21
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	4,8%	,0%	52,4%	42,9%	100,0%
	Työntekijä	Count	0	7	35	42	84
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	8,3%	41,7%	50,0%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	1	19	11	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	3,2%	61,3%	35,5%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	0	0	14	18	32
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	,0%	43,8%	56,3%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	1	5	5	11
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	9,1%	45,5%	45,5%	100,0%
Total		Count	1	11	91	91	194
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,5%	5,7%	46,9%	46,9%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	1	1	4	9	15
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	6,7%	6,7%	26,7%	60,0%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	3	9	8	20
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	15,0%	45,0%	40,0%	100,0%
	Työntekijä	Count	0	8	47	30	85
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	9,4%	55,3%	35,3%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	5	16	10	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	16,1%	51,6%	32,3%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	0	2	13	16	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	6,5%	41,9%	51,6%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	1	1	4	4	10
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	10,0%	10,0%	40,0%	40,0%	100,0%
Total		Count	2	20	93	77	192
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,0%	10,4%	48,4%	40,1%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun palvelutarjonta on kattavaa Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun palvelutarjonta on kattavaa				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	2	0	5	8	15
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	13,3%	,0%	33,3%	53,3%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	1	10	10	21
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	4,8%	47,6%	47,6%	100,0%
	Työntekijä	Count	0	5	49	32	86
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	5,8%	57,0%	37,2%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	1	20	10	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	3,2%	64,5%	32,3%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	0	1	17	15	33
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	3,0%	51,5%	45,5%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	0	7	4	11
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	,0%	63,6%	36,4%	100,0%
Total		Count	2	8	108	79	197
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,0%	4,1%	54,8%	40,1%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	2	1	7	4	14
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	14,3%	7,1%	50,0%	28,6%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	5	11	4	20
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	25,0%	55,0%	20,0%	100,0%
	Työntekijä	Count	0	18	44	23	85
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	21,2%	51,8%	27,1%	100,0%
	Opiskelija	Count	1	4	20	6	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	3,2%	12,9%	64,5%	19,4%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	0	3	17	10	30
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	10,0%	56,7%	33,3%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	0	10	0	10
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
Total		Count	3	31	109	47	190
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,6%	16,3%	57,4%	24,7%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	2	3	4	6	15
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	13,3%	20,0%	26,7%	40,0%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	1	3	12	5	21
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	4,8%	14,3%	57,1%	23,8%	100,0%
	Työntekijä	Count	1	13	46	26	86
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	1,2%	15,1%	53,5%	30,2%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	5	16	9	30
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	16,7%	53,3%	30,0%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	0	3	18	11	32
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	9,4%	56,3%	34,4%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	3	7	1	11
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	27,3%	63,6%	9,1%	100,0%
Total		Count	4	30	103	58	195
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	2,1%	15,4%	52,8%	29,7%	100,0%

Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	Johtava asema/yrittäjä	Count	2	1	4	8	15
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	13,3%	6,7%	26,7%	53,3%	100,0%
	Toimihenkilö/virkamies	Count	0	1	10	8	19
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	5,3%	52,6%	42,1%	100,0%
	Työntekijä	Count	2	12	39	32	85
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	2,4%	14,1%	45,9%	37,6%	100,0%
	Opiskelija	Count	0	2	21	8	31
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	6,5%	67,7%	25,8%	100,0%
	Eläkeläinen	Count	0	3	13	17	33
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	9,1%	39,4%	51,5%	100,0%
	Jokin muu, mikä	Count	0	1	7	2	10
		% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	,0%	10,0%	70,0%	20,0%	100,0%
Total		Count	4	20	94	75	193

% within Mihin seuraavista ammattiryhmistä kuulutte?	2,1%	10,4%	48,7%	38,9%	100,0%

VÄITTÄMIEN RISTIINTAULUKOINTI SUKUPUOLTEN KESKEN

Sukupuoli * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuulla on hyvä maine Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuulla on hyvä maine				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	1	4	52	73	130
		% within Sukupuoli	,8%	3,1%	40,0%	56,2%	100,0%
	Mies	Count	1	1	26	35	63
		% within Sukupuoli	1,6%	1,6%	41,3%	55,6%	100,0%
Total		Count	2	5	78	108	193
		% within Sukupuoli	1,0%	2,6%	40,4%	56,0%	100,0%

Sukupuoli * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	1	6	60	62	129
		% within Sukupuoli	,8%	4,7%	46,5%	48,1%	100,0%
	Mies	Count	0	4	31	27	62
		% within Sukupuoli	,0%	6,5%	50,0%	43,5%	100,0%
Total		Count	1	10	91	89	191
		% within Sukupuoli	,5%	5,2%	47,6%	46,6%	100,0%

Sukupuoli * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	0	12	68	48	128
		% within Sukupuoli	,0%	9,4%	53,1%	37,5%	100,0%
	Mies	Count	2	8	25	26	61
		% within Sukupuoli	3,3%	13,1%	41,0%	42,6%	100,0%
Total		Count	2	20	93	74	189
		% within Sukupuoli	1,1%	10,6%	49,2%	39,2%	100,0%

Sukupuoli * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun palvelutarjonta on kattavaa Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun palvelutarjonta on kattavaa				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	0	8	76	47	131
		% within Sukupuoli	,0%	6,1%	58,0%	35,9%	100,0%
	Mies	Count	2	0	32	29	63
		% within Sukupuoli	3,2%	,0%	50,8%	46,0%	100,0%
Total		Count	2	8	108	76	194
		% within Sukupuoli	1,0%	4,1%	55,7%	39,2%	100,0%

Sukupuoli * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	1	20	78	29	128
		% within Sukupuoli	,8%	15,6%	60,9%	22,7%	100,0%
	Mies	Count	2	11	29	17	59
		% within Sukupuoli	3,4%	18,6%	49,2%	28,8%	100,0%
Total		Count	3	31	107	46	187
		% within Sukupuoli	1,6%	16,6%	57,2%	24,6%	100,0%

Sukupuoli * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	2	14	77	36	129
		% within Sukupuoli	1,6%	10,9%	59,7%	27,9%	100,0%
	Mies	Count	2	15	25	21	63
		% within Sukupuoli	3,2%	23,8%	39,7%	33,3%	100,0%
Total		Count	4	29	102	57	192
		% within Sukupuoli	2,1%	15,1%	53,1%	29,7%	100,0%

Sukupuoli * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Sukupuoli	Nainen	Count	2	11	64	51	128
		% within Sukupuoli	1,6%	8,6%	50,0%	39,8%	100,0%
	Mies	Count	2	8	29	23	62
		% within Sukupuoli	3,2%	12,9%	46,8%	37,1%	100,0%
Total		Count	4	19	93	74	190
		% within Sukupuoli	2,1%	10,0%	48,9%	38,9%	100,0%

VÄITTÄMIEN RISTIINTALUKOINTI ASIAKKAIDEN JA EI ASIAKKAIDEN KESKEN

Oletko OP Kainuun asiakas? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuulla on hyvä maine Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuulla on hyvä maine				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	2	4	40	87	133
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,5%	3,0%	30,1%	65,4%	100,0%
	En	Count	0	1	39	21	61
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,0%	1,6%	63,9%	34,4%	100,0%
Total		Count	2	5	79	108	194
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,0%	2,6%	40,7%	55,7%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	1	5	48	78	132
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,8%	3,8%	36,4%	59,1%	100,0%
	En	Count	0	6	43	11	60
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,0%	10,0%	71,7%	18,3%	100,0%
Total		Count	1	11	91	89	192
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,5%	5,7%	47,4%	46,4%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	2	13	60	57	132
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,5%	9,8%	45,5%	43,2%	100,0%
	En	Count	0	7	33	18	58
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,0%	12,1%	56,9%	31,0%	100,0%
Total		Count	2	20	93	75	190
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,1%	10,5%	48,9%	39,5%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun palvelutarjonta on kattavaa Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun palvelutarjonta on kattavaa				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	2	5	63	64	134
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,5%	3,7%	47,0%	47,8%	100,0%
	En	Count	0	3	45	13	61
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,0%	4,9%	73,8%	21,3%	100,0%
Total		Count	2	8	108	77	195
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,0%	4,1%	55,4%	39,5%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	1	17	70	41	129
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,8%	13,2%	54,3%	31,8%	100,0%
	En	Count	2	14	37	6	59
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	3,4%	23,7%	62,7%	10,2%	100,0%
Total		Count	3	31	107	47	188
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,6%	16,5%	56,9%	25,0%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	4	15	65	48	132
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	3,0%	11,4%	49,2%	36,4%	100,0%
	En	Count	0	15	37	9	61
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	,0%	24,6%	60,7%	14,8%	100,0%
Total		Count	4	30	102	57	193
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,1%	15,5%	52,8%	29,5%	100,0%

Oletko OP Kainuun asiakas? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Oletko OP Kainuun asiakas?	Kyllä	Count	3	9	53	67	132
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,3%	6,8%	40,2%	50,8%	100,0%
	En	Count	1	11	41	6	59
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	1,7%	18,6%	69,5%	10,2%	100,0%
Total		Count	4	20	94	73	191
		% within Oletko OP Kainuun asiakas?	2,1%	10,5%	49,2%	38,2%	100,0%

VÄITTÄMIEN RISTIINTAULUKOINTI ASOINTIKANAVIEN KESKEN

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuulla on hyvä maine Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuulla on hyvä maine				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	0	0	1	14	15
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	6,7%	93,3%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	0	6	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	2	3	34	61	100
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,0%	3,0%	34,0%	61,0%	100,0%
	Mobiilissa	Count	0	1	4	6	11
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	9,1%	36,4%	54,5%	100,0%
Total		Count	2	4	39	87	132
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	1,5%	3,0%	29,5%	65,9%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa saan asiantuntevaa palvelua				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	0	0	4	11	15
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	26,7%	73,3%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	2	4	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	33,3%	66,7%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	0	5	37	56	98
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	5,1%	37,8%	57,1%	100,0%
	Mobiilissa	Count	1	0	5	6	12
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	8,3%	,0%	41,7%	50,0%	100,0%
Total		Count	1	5	48	77	131
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,8%	3,8%	36,6%	58,8%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu on mukana alueen kehittämisessä				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	0	2	5	7	14
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	14,3%	35,7%	50,0%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	1	2	3	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	16,7%	33,3%	50,0%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	2	8	46	44	100
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,0%	8,0%	46,0%	44,0%	100,0%
	Mobiilissa	Count	0	2	6	3	11
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	18,2%	54,5%	27,3%	100,0%
Total		Count	2	13	59	57	131
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	1,5%	9,9%	45,0%	43,5%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun palvelutarjonta on kattavaa Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun palvelutarjonta on kattavaa				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	0	0	6	9	15
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	40,0%	60,0%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	3	3	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	2	3	48	47	100
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,0%	3,0%	48,0%	47,0%	100,0%
	Mobiilissa	Count	0	2	5	5	12
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	16,7%	41,7%	41,7%	100,0%
Total		Count	2	5	62	64	133
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	1,5%	3,8%	46,6%	48,1%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuun hinnat ovat kilpailukykyisiä				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	0	2	7	6	15
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	13,3%	46,7%	40,0%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	2	4	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	33,3%	66,7%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	1	14	54	27	96
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	1,0%	14,6%	56,3%	28,1%	100,0%
	Mobiilissa	Count	0	1	6	4	11
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	9,1%	54,5%	36,4%	100,0%
Total		Count	1	17	69	41	128
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,8%	13,3%	53,9%	32,0%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuu ajaa toiminnallaan asiakkaan etuja				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	0	1	6	7	14
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	7,1%	42,9%	50,0%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	1	5	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	16,7%	83,3%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	3	13	51	32	99
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	3,0%	13,1%	51,5%	32,3%	100,0%
	Mobiilissa	Count	1	1	6	4	12
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	8,3%	8,3%	50,0%	33,3%	100,0%
Total		Count	4	15	64	48	131
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	3,1%	11,5%	48,9%	36,6%	100,0%

Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti? * Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin Crosstabulation

			Miten seuraavat OP Kainuuta koskevat väittämät pitävät mielestäsi paikkaansa? OP Kainuussa palvelutilanteessa tarpeeni kartoitetaan hyvin				
			Heikosti	Melko heikosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	Total
Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	Konttorissa	Count	0	1	5	9	15
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	6,7%	33,3%	60,0%	100,0%
	Puhelimessa	Count	0	0	1	5	6
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	,0%	16,7%	83,3%	100,0%
	Verkkopankissa	Count	3	6	43	47	99
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	3,0%	6,1%	43,4%	47,5%	100,0%
	Mobiilissa	Count	0	2	3	6	11
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	,0%	18,2%	27,3%	54,5%	100,0%
Total		Count	3	9	52	67	131
		% within Missä hoidat pankkiasiasi pääasiallisesti?	2,3%	6,9%	39,7%	51,1%	100,0%

OLETKO KUULLUT SEURAAVISTA ASIOISTA

Olen kuullut seuraavista asioista OP Kainuun juhlavuoden hyvät teot

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En	56	28,1	28,7	28,7
	Kyllä	139	69,8	71,3	100,0
	Total	195	98,0	100,0	
Missing	System	4	2,0		
Total		199	100,0		

Olen kuullut seuraavista asioista OP Kainuu 100-vuotta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En	43	21,6	21,8	21,8
	Kyllä	154	77,4	78,2	100,0
	Total	197	99,0	100,0	
Missing	System	2	1,0		
Total		199	100,0		

Olen kuullut seuraavista asioista OP Kainuun ja OP Sotkamon yhdistyminen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En	71	35,7	36,4	36,4
	Kyllä	124	62,3	63,6	100,0
	Total	195	98,0	100,0	
Missing	System	4	2,0		
Total		199	100,0		

SUOSITTELISITKO OP KAINUUTA LÄHEISILLESI

Suosittelisin OP:ta läheisilleni

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	121	60,8	86,4	86,4
	En	5	2,5	3,6	90,0
	En osaa sanoa	14	7,0	10,0	100,0
	Total	140	70,4	100,0	
Missing	System	59	29,6		
Total		199	100,0		