

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

Sähköisen liiketoiminnan kv-osaaja

2016

Jaakko Alén

# PANKKIPALVELUIDEN KEHITTÄMINEN NUORILLE AIKUISILLE

– Someron Säästöpankki



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous | Sähköisen liiketoiminnan kv-osaaja

2016 | 42

Markku Rajala

Jaakko Alén

# PANKKIPALVELUIDEN KEHITTÄMINEN NUORILLE AIKUISILLE – SOMERON SÄÄSTÖPANKKI

Tässä opinnäytetyössä käsitellään 18-25-vuotiaiden nuorten aikuisten asenteita pankkipalveluihin, sekä nuoria kuluttajina ja pankin asiakkaina. Tämä opinnäytetyö vastaa mm. kysymyksiin, mikä saa nuoren suosittamaan pankkia kavereilleen, ja siihen mitä asioita nuoret haluavat hoitaa pankissa, verkkopankin sijaan. Johtopäätöksiin ja kehitysehdotuksiin päästään analysoimalla tutkimusta, joka koostuu kyselystä ja haastatteluista, sekä vertaamalla sitä aiempiin tutkimuksiin aiheesta.

Teoriaosuudessa määritellään opinnäytetyön keskeiset käsitteet, sekä käsitellään sitä millaisen asiakasryhmän nuoret muodostavat kuluttajina ja pankin asiakkaina. Teoriaosuuden lopussa on tiivistelmät kahdesta aiemmasta tutkimuksesta, jotka käsittelevät samaa aihetta - nuorten asenteita pankkipalveluita kohtaan. Nämä tutkimukset tukevat tämän opinnäytetyön esittämiä havaintoja.

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena joulukuussa 2014. Kysely lähetettiin Facebookissa yksityisviestin liitteenä, ja haastattelut tehtiin tammikuussa 2015 kasvotusten. Tutkimus koostuu 14 nuoren kyselyvastauksista, sekä heistä kahdelle pankkipalvelusta kiinnostuneelle toteutetuista haastatteluista. Tuloksista käy ilmi hinnan ja laadun saama tasapuolinen painoarvo, ja se että nuoret kokevat pankkipalveluiden olevan ajan tasalla.

ASIASANAT: Pankkipalvelut, nuoret kuluttajat, palvelukehitys

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business | International e-Business

2016 | 42

Markku Rajala

Jaakko Alén

## DEVELOPING BANKING SERVICES FOR YOUNG ADULTS – SOMERON SÄÄSTÖPANKKI

This thesis discusses the attitudes of young adults, between the ages of 18-25, towards banking services. It also looks into their role as consumers as well as customers of the bank. This thesis answers questions such as, what makes a young adult to recommend his/her bank to his/her friends, and which matters s/he rather handles in the bank office than on the Online Bank. Conclusions and development proposals are reached by analyzing the research, which consists of survey and interviews, and by comparing the research to earlier researches of the topic.

The central concepts of the thesis are defined in the theory, which also discusses the type of group young adults make up as consumers and as customers of the bank. The final part of the theory includes abstracts of two earlier researches, that discuss the same topic – the attitudes of young adults towards banking services. These researches support the observations made in this thesis.

The small-scale research was executed as qualitative research during December of 2014. Inquiry was sent as attachment of private message on Facebook, and interviews were done face-to-face on January 2015. The small-scale research consists of the answers of 14 young adults, and of the material gathered from the interviews of two respondents interested in banking services. The results show that the quality and the price of the services reached the same noteworthiness, and that banking services are seen as up-to-date among young adults.

**KEY WORDS:** Banking services, young consumers, service development

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2 KESKEISTEN KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY</b>	<b>8</b>
2.1 Palvelu	8
2.2 Asiakaspalvelu	8
2.3 Finanssi- ja pankkipalvelut	9
2.4 Segmentointi	10
<b>3 NUORET KULUTTAJINA</b>	<b>11</b>
<b>4 NUORET PANKIN ASIAKKAANA</b>	<b>13</b>
4.1 Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat	13
4.2 Nuorten ostamat pankkipalvelut Someron Säästöpankissa	18
<b>5 AIEMMAT TUTKIMUKSET AIHEESTA</b>	<b>19</b>
5.1 The Future of Banking Services	19
5.2 Miten kehittää nuorten pankkipalveluja: case POP pankki, Vaskion Osuuspankki	21
<b>6 PANKKIPALVELUIDEN KEHITTÄMINEN NUORILLE - TUTKIMUS</b>	<b>25</b>
6.1 Tutkimusmenetelmä	25
6.2 Kysely	25
6.3 Haastattelut	31
<b>7 YHTEENVETO JA KRITIIKKI</b>	<b>35</b>
<b>8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET</b>	<b>37</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>41</b>

## LIITTEET

Liite 1. Kysely.

## KUVIOT

Kuvio 1. Kuinka pitkällä aikavälillä yleensä suunnittelette raha-asioitanne? (Finanssialan keskusliitto 2015)	14
Kuvio 2. Seuraatteko omia menojanne jollakin tavalla? (FK 2015)	15
Kuvio 3. Onko teillä tällä hetkellä jotain lainaa tai luottoa? (FK 2015)	16
Kuvio 4. Missä seuraavista kohteista teillä on säästöjä tai sijoituksia? (FK 2015)	17
Kuvio 5. Pankin valintaan vaikuttavat syyt (Peltola 2013)	22
Kuvio 6. Pankin vaihtoon vaikuttavat syyt. (Peltola 2013)	24

## TAULUKOT

Taulukko 1. Someron Säästöpankin 18-25-vuotiaiden asiakkaiden ostamat palvelut	18
--	----

# 1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan nuorten asenteita pankkipalveluita kohtaan, sekä nuoria kuluttajina ja pankin asiakkaina. Tutkimuskysymyksenä on, miten kehittää pankkipalveluita nuorille. Työn toimeksiantaja on Someron Säästöpankki. Someron Säästöpankki on kotikuntansa Someron suosituin pankki, ja sillä on konttorit myös Salossa, Perniössä, Forssassa ja Urjalassa. Työn tavoite on tutkimuskysymykseen vastaamalla tuottaa pankille tietoa nuorista aikuisista pankin asiakkaana.

Opinnäytetyötä edelsi pankkimaailmaan ja sen palveluihin tutustuminen työharjoitteluni kautta. Toimitin liiketoiminnan tuen taustatehtäviä, kuten yritysasiakkaiden laskutusta, ja henkilöasiakkaiden perintäasioissa avustamista. Toimeksiantajani, ja työharjoitteluni mahdollistanut Someron Säästöpankki tarjosi minulle materiaalia luettavaksi ja tarjosi vastauksia kysymyksiini. Pankkimaailman perusteiden jälkeen tutustuin pankkeja kohtaavaan murrokseen, jossa lainsäädäntö muuttuu ja kilpailijat tulevat perinteisen pankkisektorin ulkopuolelta. Esi mieheni oli usein kiinnostunut kuulemaan mielipiteeni pankkeihin liittyvissä asioissa, ja opinnäytetyön aiheesta keskustellessamme, päätyi hän vaiheiden kautta ehdottamaan, että tutkisin, miten pankkipalveluita voisi kehittää nuorille sopivammiksi.

Nuoret omaksuvat muutokset ympäristössään nopeasti, osaksi siitä syystä, etteivät ole ehtineet kiintyä vanhoihin käytäntöihin, ja he usein hallitsevat teknologian jota uusi käytäntö vaatii. Nuoret myös muodostavat seuraavan ruuhkavuosia elävän, lainoja tarvitsevan ja varallisuutta keräävän asiakasryhmän. On siis loogista, että pankki haluaa ymmärtää nuorten tapaa ajatella tarjoamistaan palveluista. Sitä millaisen asiakassegmentin nuoret aikuiset muodostavat pankille, on pohjustettu esittämällä tietoa nuorista kuluttajina, ja sitten analysoitu Finanssialan Keskusliiton tekemän tutkimuksen pohjalta.

Tutkimusmenetelmä on laadullinen, eli kvalitatiivinen tutkimus, johon kuuluu 18-25-vuotiaille nuorille Facebookissa lähetetty kyselylomake, sekä haastattelut,

jotka toteutin kahdelle kyselyyn vastanneista. Kyselyssä kartoitettiin nuorten asennetta nykyisiin, ja tutkimushetkellä vasta tulossa olleisiin palveluihin, sekä pankin valintaan vaikuttaviin tekijöihin. Kyselyn sisältöä on käyty läpi esimieheni kanssa, ja hän on vaikuttanut sen sisältöön ja hyväksynyt lopputuloksen. Tutkimuksessa on käytetty nuorten vastauksia kyselystä, haastatteluista, sekä pohdintaani niihin liittyen. Tuloksia on verrattu kahteen samasta aiheesta aiemmin tehtyyn tutkimukseen, joiden sisältöä on esitetty teoriaosuudessa.

Kyselyyn vastasi 14 18-25-vuotiasta nuorta. Pienestä vastaajamäärästä johtuen johtopäätösten tekeminen pelkästään kyselystä saadusta materiaalista olisi ollut haastavaa, joten aikaisempien tutkimuksien havainnot olivat merkittävässä osassa johtopäätöksiä ja kehitysehdotuksia laatiessa.

## 2 KESKEISTEN KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

### 2.1 Palvelu

Palvelu sanana on merkitykseltään vaihteleva ja laaja. Tässä opinnäytetyössä siitä puhutaan taloustieteen näkökulmasta. Palvelu on aineettoman hyödykkeen tuottamista asiakkaalle. Näin ollen palvelun voi nähdä vastakohtaisena hyödykkeenä tuotteelle. Kuitenkin palvelu mielletään enenevissä määrin myös tuotteeksi, ja puhutaankin palvelun tuotteistamisesta.

”Palvelua määrittää aineettomuus, prosessimaisuus ja asiakkaan osallistuminen sen tuotantoon” (Jaakkola ym. 2009, 11).

Palvelun sisältö voidaan usein jakaa ydinpalveluun, tuki- ja lisäpalveluihin.

Ydinpalvelu on palvelun oleellisin ominaisuus ja syy miksi asiakas haluaa ostaa sen, lisäpalvelut ovat asiakkaille tarjottavia tai myytäviä rahanarvoisia etuja, joilla tuottaa lisäarvoa. Tukipalvelut ovat ydinpalvelun käytettävyydelle välttämättömiä oheispalveluja: kuten laskutus, ja yhteydenpito (Jaakkola ym. 2009, 11.)

### 2.2 Asiakaspalvelu

”Asiakaspalvelu on yksilön ja ryhmän halukkuus ja kyvykkyys palvella asiakkaita” (Henriksson 2014, 26).

Asiakaspalvelu on vuorovaikutustilanne, johon asiakas osallistuu palvelutilanteessa. Laajemmin se voidaan määritellä kokonaisvaltaiseksi huolenpidoksi asiakkaista, jolloin tarkoitetaan sekä yksittäisten palvelutilanteiden että asiakassuhteiden hoitamista parhaalla mahdollisella tavalla. (Järvinen ym. 2006, 14)

Asiakaspalvelun merkitys korostuu finanssialalla, missä palvelut koostuvat henkilökohtaisen palvelun lisäksi juridisista sopimuksista, jotka voivat olla keskiverto asiakkaalle vaikeita ymmärtää. Vaikka osa palveluista onkin asiakkaan käy-



tettävissä itsepalveluna, monissa palveluissa asiakas tarvitsee asiakaspalvelijan apua. (Järvinen ym. 2006, 3.)

### 2.3 Finanssi- ja pankkipalvelut

Finanssipalvelut kuulostavat synonyymilta pankkipalveluille. Ja näin asia lähes onkin, sillä pankkien tarjoamat palvelut ovat finanssipalveluita. Finanssipalvelut pitävät kuitenkin sisällään myös vakuutusliiketoiminnan, jota tämä työ ei käsittele. Osa pankeista myy myös vakuutustuotteita.

”Alun perin sanalla finanssit on viitattu valtion varoihin ja julkiseen talouteen. Nykyisin ilmaisu finanssi tai finanssit, kuvaa yleensä raha-asioita, varallisuutta ja talousasioita. Termi finanssipalvelut on vakiintunut merkitsemään raha-asioden hoitamiseen liittyviä palveluita, vaikka täysin tyhjentävää määritelmää käsitteelle ei ole esitetty” (Järvinen ym. 2006, 9).

Suomen Kuluttajalainsäädäntöön vuonna 2005 otetussa EU:n direktiivissä luetellaan finanssipalvelut seuraavasti: (Järvinen ym. 2006, 9.)

- talletus- ja asiakastilit
- maksujenvälityspalvelut
- luotot ja niiden välitys
- vakuutukset ja niiden välitys
- rahasto-osuudet ja muut arvopaperit, joihin sovelletaan arvopaperimarkkinalakia
- arvopaperinvälitys tai muut sijoituspalvelut
- sijoitusneuvonta tai
- muut rahoituspalvelut tai rahoitusvälineet

Finanssipalvelut ovat asiantuntijapalveluita, joiden onnistumisen edellytyksenä on asiakkaan tarpeiden, toiveiden, ongelmien ja taustatietojen huomioon ottaminen. Asiantuntijuutta vaaditaan asiakaspalvelijalta niin oikean ratkaisun löytämiseen, kuin sen esittelyyn asiakkaalle, että hyvän asiakaskokemuksen luomiseen. (Järvinen ym. 2006, 9.)

## 2.4 Segmentointi

Pankkien asiakkaat eroavat toisistaan muun muassa tarpeiden ja ostoskäyttämisen perusteella. Esimerkiksi yritysasiakkaiden ja kotitalouksien tarpeet ovat joissakin finanssipalveluissa hyvin erilaisia. Kuten muuallakin liikemaailmassa, ymmärtävät pankit, että sama palvelu ei voi tyydyttää kaikkien asiakkaiden tarpeita, vaan asiakaskunta kannattaa jakaa keskenään samankaltaisista asiakkaista koostuviin, toisistaan selkeästi erottuviin kokonaisuuksiin, eli segmentoida. (Järvinen ym. 2006, 20.)

Segmentointi saattaa johtaa asiakassegmenteille tarjottavien erilaisten palveluratkaisujen lisäksi erilaisiin tapoihin markkinoida, ja hoitaa asiakassuhdetta. Jokin asiakassegmentti saattaa esimerkiksi olla parhaiten tavoitettavissa sosiaalisesta mediasta, toisen vieroksuessa sitä.

### 3 NUORET KULUTTAJINA

Muita ikäryhmiä useammin nuoret ovat tilanteessa, jossa menot ovat tuloihin nähden suuret. Tähän vaikuttavat mm. Opiskelu, osa-aikaiset työsuhteet, ja epäsäännölliset tulot. (Leskinen 2005, 107.)

Aikana jona palkataan vähän uusia työntekijöitä, erityisesti nuoret ovat vaikeuksissa. Työttömyysaste on ollut korkea Suomessa viimevuodet - työttömiä nuoria on jo yli kaksinkertainen määrä verrattuna vuoteen 2008, jolloin Suomen talous kääntyi laskuun. Jo yli 85 000 alle 30-vuotiasta suomalaista on työttömänä. Valtaosa työttömistä nuorista on alle 25-vuotiaita, joista lähes joka viides on työtön. Työttömien alle 25-vuotiaiden osuus työvoimasta oli 17,7 prosenttia elokuun lopussa. (YLE 2015.)

Käyttäytymistämme kuluttajina määräävät ulkoiset ja sisäiset tekijät. Ulkoisia tekijöitä ovat tarjolla oleva valikoima ja varallisuutemme. Joitain tuotteita ja palveluita emme kuluta siitä syystä, ettei niitä ole vaivattomasti tai laisinkaan tarjolla – joihinkin meillä taas ei ole varaa. Sisäiset tekijät sen sijaan liittyvät motiiveihin, mieltymyksiin ja tarpeisiin. Sisäisiin tekijöihin vaikuttavat monet asiat, mm. Ympärillä olevien ihmisten kulutustottumukset sekä kaupallinen viestintä, jonka sanotaan vaikuttavan nuoriin muita enemmän. (Reisch 2014.)

Koska ympäristömme kulutustavat heijastuvat meihin niin vahvasti, lienee ilmi selvää, että vanhemmillamme on osuutensa kulutuskäyttäytymisemme muovautumiseen. Ihmisillä on tapana kuluttaa läpi elämänsä tuotteita ja palveluita tavalla, jonka omaksumme nuoruudessa ja varhaisaikuisuudessa. Tunneimme tyytyväisyyttä, kun tunneimme saavuttaneemme vanhempien meille tarjoaman elintason ja elämäntavan tunnusmerkit. Vaikka kyky kuluttaa vaihtelee paljon eri elämän vaiheissa, säilyy sen tarjoaman mielihyvän ja uudistumisen tunteen arvopohja pitkälti samana, jollaiseksi se muodostuu 15-25 vuotiaana. (Merisalo 2010, 16.)

Vaikka kuluttaminen on ollut loputtomalta tuntuvassa kasvussa, on ekologisuus ja eettisyys kerännyt suosiota kuluttamisessa jatkuvasti lisää. Eurooppaan on

muodostunut yhteiskuntaryhmä, joka tarkastelee kriittisesti omaa hyvinvointiaan ja onnellisuuttaan. Heille on yhä tärkeämpää elää terveellisessä ympäristössä ja tietää, kuka tuottaa heidän ostamansa tuotteet ja miten ne tehdään. (Reisch 2014.)

Merisalon kirjoittamassa, mainostoimisto Pundan julkaisemassa kirjassa: Me teemme huomisen: Visio 2025: kirja huomispäivän kulutusarvojen seuraajille, tulevaisuuden valloittajille – korostetaan kuluttamisen eettisyyden arkisuutta nykyajan nuorille. Merisalo kirjoittaa nuorista seuraavasti: ”Tämä sukupolven kasvua aikuisuuteen on leimannut pelko maailman tuhoutumisesta ihmisen käsissä. Maailmanlaajuinen, reaaliaikainen uutisointi sekä ilmastonmuutokseen ja energiapolitiikkaan liittyvät keskustelut ovat aina olleet osa heidän arkeaan. Siinä missä edellisten sukupolvien pula liittyi tavaraan, arvostukseen tai aikaan, niin tämän sukupolven kulutusarvojen kehitystä on ohjannut heidän kokemansa pula turvallisuudentunteesta. Tämä näkyy nuorten ammattiunelmissa, tavoitteissa sekä tavassa kantaa vastuuta” (Merisalo 2010).

Pauli Komonen ja Enna Leminen tutkivat 15/30 Researchin toteuttamassa Kansallisessa Nuorisotutkimuksessa nuorten kulutustottumuksia Suomessa, vuonna 2014. Tutkijat päätyivät siihen tulokseen, että kierrättäminen ja kulutuksen tietoinen rajoittaminen ovat yleistyneet. Kansallisen Nuorisotutkimuksen mukaan, nuoret arvostavat myös edullisuutta, helppoutta, pitkää käyttöikää ja kanta-asiakasetuja. Lemisen mukaan nuorista voi puhua ”avaimet käteen ja ohjekirjat roskiin”-sukupolvena. (Leminen & Komonen 2014.)

Tutkimuksessa noin puolet 15-30-vuotiaista suomalaisista nuorista kertoi suosivansa verkosta ostamista. Heistä 56% ilmoitti suosinnan syyksi paremman valikoiman, 51% puolestaan helppouden ja vaivattomuuden. (Leminen & Komonen 2014.)

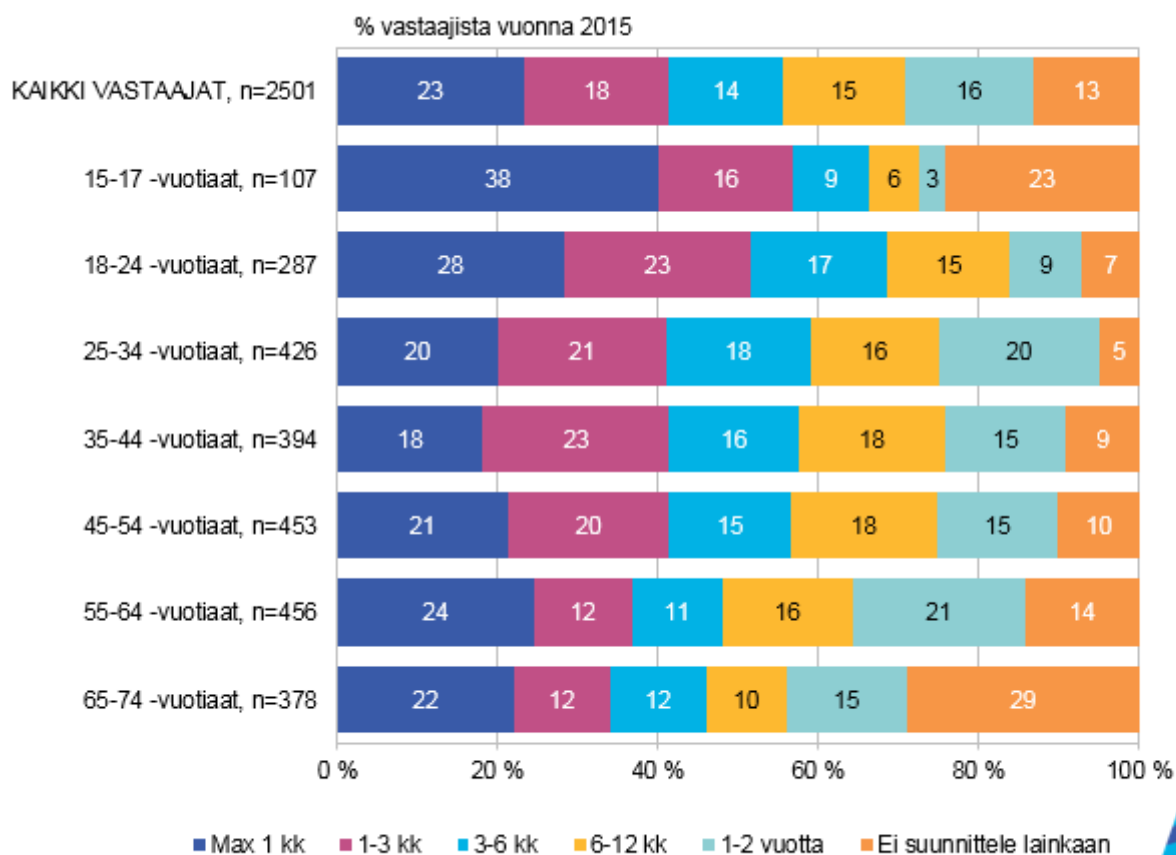
## 4 NUORET PANKIN ASIAKKAANA

Ennen kuin voi vastata kysymykseen siitä, miten pankkipalveluita voisi kehittää nuorille, tulee tietää mitä pankkipalveluita nuoret käyttävät ja miten heidän aiemmassa luvussa käsitellyt kulutustavat näkyvät heidän pankkisuhteessaan - eli millaisen asiakassegmentin nuoret muodostavat.

### 4.1 Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat

Perehdyin Finanssialan Keskusliiton vuosittaiseen kyselyyn pohjaavaan tutkimukseen: Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat. Vastajia oli 2051 ja heidän vastauksensa ovat jaettu ikäryhmiin.

Ensimmäisenä tutkimuksessa kiinnitin huomiota muutokseen ihmisten rahan käytön suunnitelmallisuudessa ja seuraamisessa, ryhmien 15-17-vuotiaat ja 18-24-vuotiaat välillä. Luonnollisesti eroa selittää henkisen kypsymisen lisäksi se, että suurin osa nuorista asuu 15-17-vuotiaana vanhempiensa luona ja elää heistä täysin taloudellisesti riippuvaisena. Uskon että jos tutkimuksen eri ryhmiä tarkastelisi yksilötasolla, olisi ehdottomasti suurin vaihtelu 18-24 vuotiaiden ryhmässä. Näinä ikävuosina osa on jo vakituisessa työsuhteessa, osan yhä opiskellessa ja eläessä ns. Kädestä suuhun.

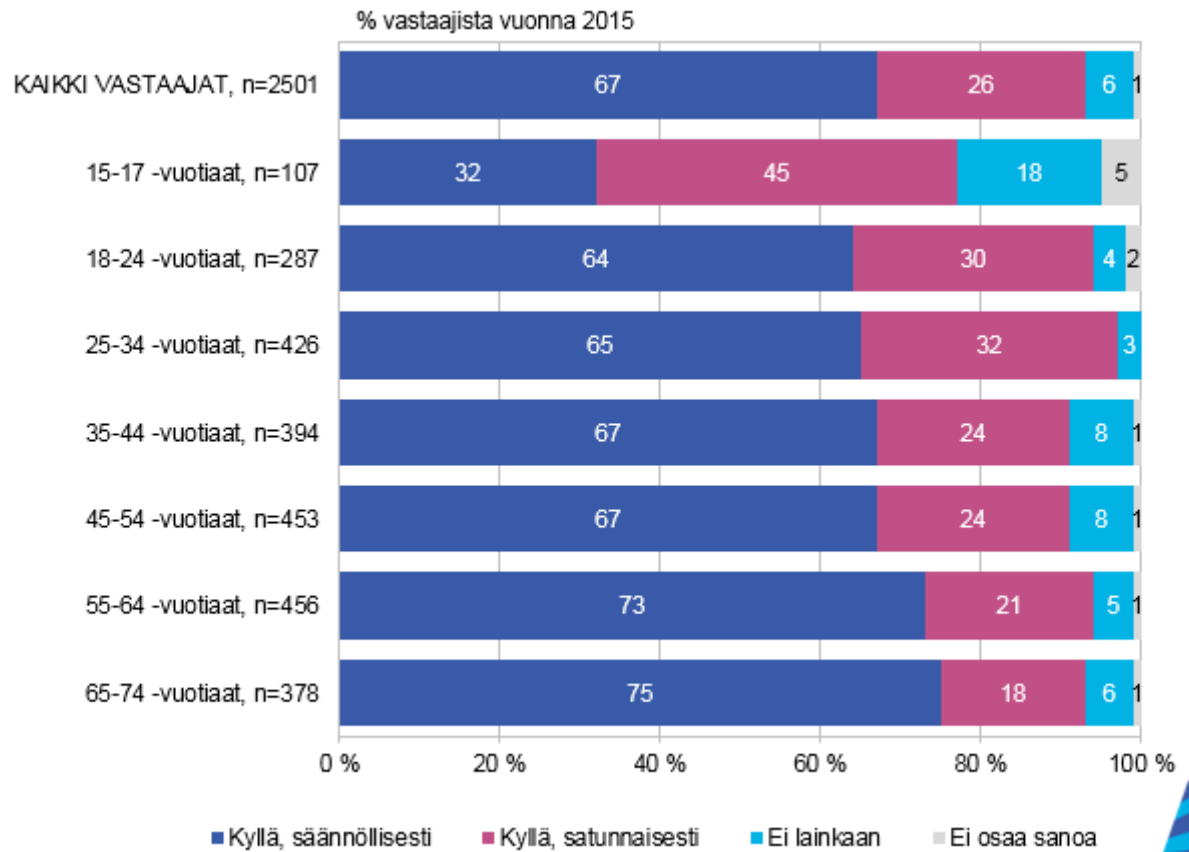


Kuvio 1. Kuinka pitkällä aikavälillä yleensä suunnittelette raha-asioitanne? (Finanssialan keskusliitto 2015)

Pidän mielenkiintoisena sitä, miten 18-24 vuotiaat erottuivat kuviossa 1, ”Kuinka pitkällä aikavälillä yleensä suunnittelette raha-asioitanne?” verrattuna kuvioon 2, ”Seuraatteko omia menojaanne jollakin tavalla?”. Taloudellisesti itsenäisen/itsenäistyvä ihminen seuraa miltei väkisin rahatilannettaan, jotta se riittäisi esimerkiksi viikonlopuksi, tai seuraavaan opintotukeen. Joten tässä 18-24-vuotiaiden ryhmä ei erotu muista täysi-ikäisistä. Jo automaattista rahaa nostessa näkee muutaman viime tilitapahtuman, joten kysymykseen on ollut varsin helppo vastata seuraavansa menojaan, vaikkei niistä varsinaisesti perillä olisi-kaan.

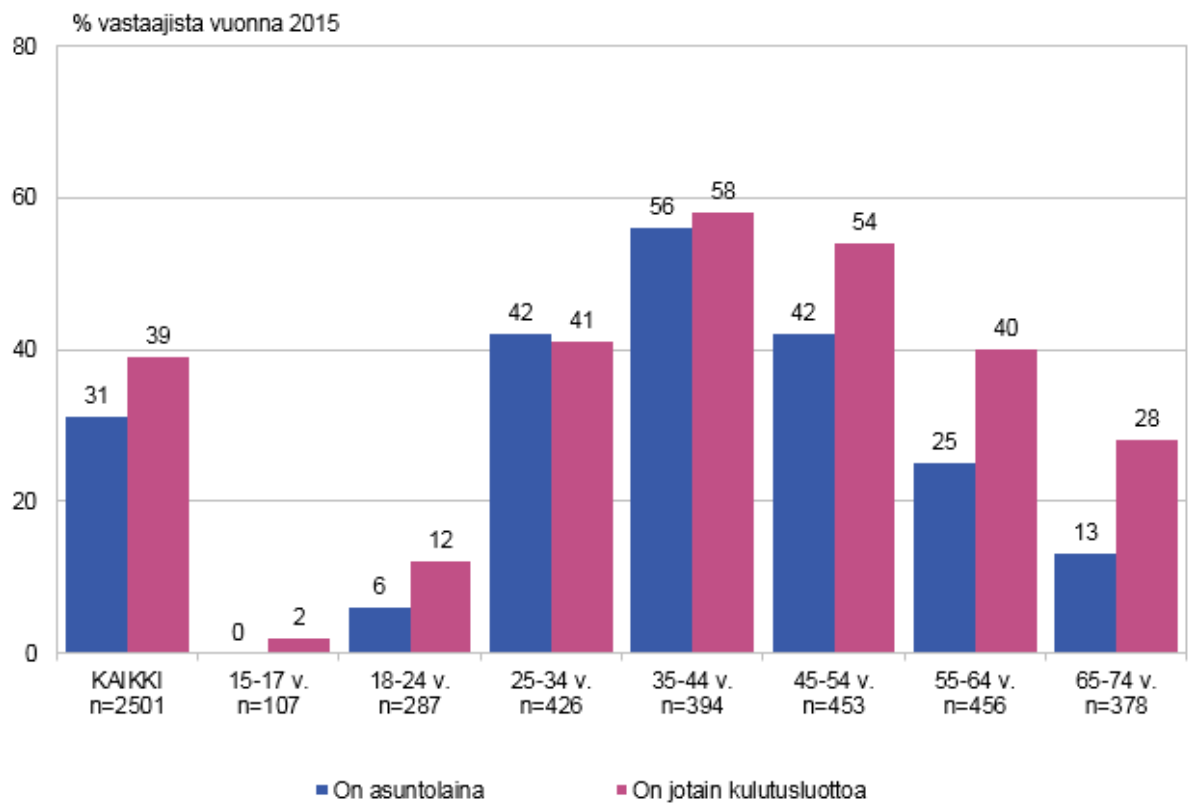
Kuviosta on havaittavissa selkeä muutos aikuisuuteen tullessa, kuin myös 18-24-vuotiaiden ja 25-34-vuotiaiden välillä. Ensimmäinen vauva syntyy naisen ollessa keskimäärin 28,5-vuotias, joka on varmasti elämänkokemuksen ja varal-

lisuuden karttumisen lisäksi omiaan selittämään raha-asioiden suunnitelmallisuuden lisääntymistä (YLE 2015).



Kuvio 2. Seuraatteko omia menoja jollakin tavalla? (FK 2015)

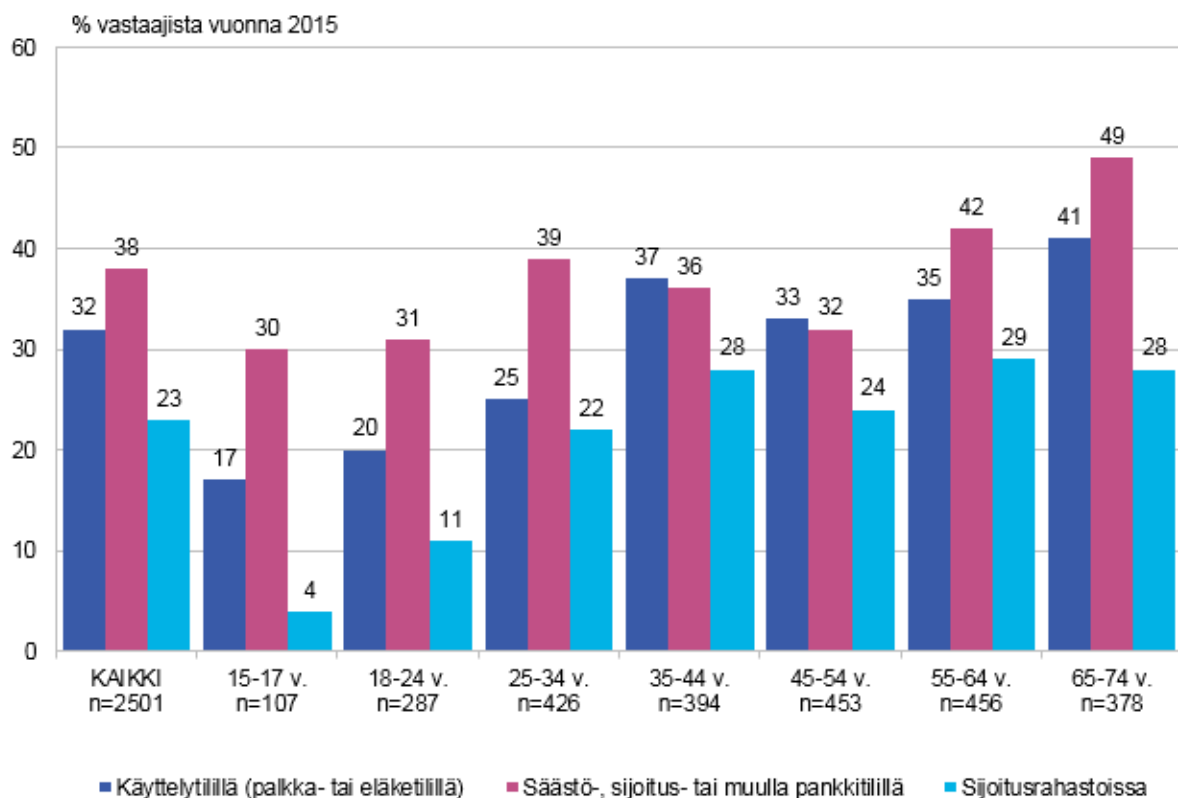
Kuvio menojen seuraamisesta on kaikessa tasapaksuudessaan osoitus siitä, että miltei kaikki täysi-ikäiset seuraavat vähintäänkin satunnaisesti menojaan.



Kuvio 3. Onko teillä tällä hetkellä jotain lainaa tai luottoa? (FK 2015)

Suurta vaihtelua nuorten ja muiden ikäryhmien välillä esiintyy asuntolainaa ja kulutusluottoja tutkivassa kuviossa 3; 18-24-vuotiaista vastaajista kuusi prosenttia kertoi omaavansa tällä hetkellä asuntolainaa, ja kaksinkertainen määrä jotakin kulutusluottoa. Seuraavassa ikäryhmässä 25-34, ovat molemmat luvut jo yli 40 %.





Kuvio 4. Missä seuraavista kohteista teillä on säästöjä tai sijoituksia? (FK 2015)

Kuvio 4 on johdonmukainen kuvion 1 kanssa, joka tutki rahankäytön suunnitelmallisuutta, sillä sijoitusrahastoissa rahojaan pitävien määrä on kaksinkertainen 25-34-vuotiailla verrattuna 18-24-vuotiaisiin. Tosin säästö-, sijoitus- ja muu pankkitili on laitettu saman vastausvaihtoehdon alle, joten on mahdoton sanoa kuinka moni tämän vaihtoehdon valinneista omistaa esimerkiksi yhden tilin käyttötulinsä lisäksi, ja kuinka moni harrastaa sijoitustoimintaa.

## 4.2 Nuorten ostamat pankkipalvelut Someron Säästöpankissa

Työni toimeksiantaja, Someron Säästöpankki antoi pyytämäni tietoa 18–25-vuotiaiden asiakkaiden käyttämistä palveluista täydentämään opinnäytetyötäni.

Taulukko 1. Someron Säästöpankin 18-25-vuotiaiden asiakkaiden ostamat palvelut

18-25-vuotiaat Someron Säästöpankin asiakkaat	Someron konttori	Forssan konttori	Salon konttori	Urjalan konttori	Perniön konttori	Yhteensä
Yksityishenkilön tilipalvelu	615	489	384	95	210	1793
Yrityksen tilipalvelu	0	1	2	0	0	3
Paperitiliote	110	81	72	21	44	328
Internetasiakkaan paperitiliote	52	29	40	7	17	145
Internet-tiliote	475	395	285	72	150	1377
Kirjanpitovelvollisen paperitiliote	0	0	1	0	0	1
Kirjanpitovelvollisen verkkotiliote	0	0	1	0	0	1
Korttipalvelu	309	267	212	47	108	943
Asiakassopimus	1561	1262	997	242	529	4591
Pankkiyhteysopimus	276	242	187	48	93	846
Internet-pankki	274	233	185	47	90	829
Palvelusopimus	550	475	372	95	183	1675

Taulukko 1. Someron Säästöpankin 18-25-vuotiaiden asiakkaiden ostamat palvelut (Someron Säästöpankki 2015)

## 5 AIEMMAT TUTKIMUKSET AIHEESTA

Perehdyin opinnäytetyötäni varten kahteen tutkimukseen nuorten asenteista pankki- ja finanssipalveluihin. Nordean sponsoroima ja Aalto Yliopiston julkaisema *The Future of Banking Services* on pankkimaailman tulevaisuutta laajasti käsittelevä kirja, jonka ensimmäinen luku käsittelee nuorten asiakkaiden näkökulmaa aiheeseen. Tässä luvussa opiskelijat Lari Paunonen, Olga Lehtinen ja Hanna Aro ovat tehneet laajaa tutkimustyötä aiheesta, joka auttoi minua tämän työn tekemisessä.

Toinen tutkimus on Petra Peltolan vuonna 2013 Turun ammattikorkeakoulussa valmistuneesta opinnäytetyöstä, jonka toimeksiantaja on POP Pankki-ryhmään kuuluva Vaskion Osuuspankki. Hän tutki lomakekyselyllä 18-28-vuotiaiden opiskelijoiden odotuksia pääasiallisen pankkinsa palveluista, sekä markkinoinnista.

### 5.1 The Future of Banking Services

Aalto Yliopiston vuonna 2012 aikuisille ikäväliltä 20–30 vuotta tehty tutkimus, pyrki selvittämään millaisessa roolissa he näkevät pankin elämässään seuraavan 10–20 vuoden aikana. Tutkimus on tehty erikielisten nettifoorumien keskusteluja seuraamalla, sekä käymällä suomalaisten asiakkaiden kanssa ryhmäkeskusteluja. (Aro ym. 2012, 4.)

Tutkimuksessa nousi ensimmäisenä esiin sana luottamus, kun nuorilta kysyttiin mitä ajatuksia he yhdistävät pankkien palveluihin. Tutkijat kokivat luottamuksen olevan jo niin korkealla, että siitä ei pysty enää paljon uutta arvoa tuottamaan. Mikäli kuitenkin luottamuksessa on puutteita, estää se asiakasta mitä todennäköisimmin omaksumasta uusia palveluita, ja saattaa johtaa pankin vaihtamiseen. (Aro ym. 2012, 5.)

Internet foorumeja tutkimalla tutkimusryhmä huomasi, että pankin neuvojen ja muiden asiakaspalvelijoiden ammattitaito oli usein kyseenalaistettu. Ihmiset

epäilivät usein pankkien päätavoitteena olevan vain tuotteidensa myyminen. Suurten pankkien sijoitusrahastot koettiin yleisesti huonommiksi tässä mielessä kuin varainhoitoon erikoistuneiden yritysten toiminta. (Aro ym. 2012, 6.)

Kun nuorilta kysyttiin mitkä he kokevat tärkeimmiksi pankkipalveluiden piirteiksi, sanat tehokkuus, yksinkertaisuus ja toimivuus tulivat esiin kaikissa tutkimusryhmissä. Jokapäiväisten asioiden hoitamisessa, kuten luottokortilla maksamisessa, odotettiin eri asioita kuin suurten asioiden hoitamisessa, kuten lainan hankkimisessa. Monimutkaisuutta tai odottelua ei koettu ongelmaksi jälkimmäisessä, mutta jokapäiväisissä palveluissa niitä pidettiin epäonnistumisena. Monet kyselyyn osallistuneet suosivat yksinkertaistettuja palveluita. Yksi osallistuja ilmaisi asian näin: ”Minä en mene pankkiin juomaan kahvia. Menen sinne toimittamaan jotakin asiaa – nopeasti ja helposti.” (Aro ym. 2012, 7.)

Suurin osa vuorovaikutuksesta kyselyyn osallistuneiden ja pankin välillä tapahtui internetissä. Tutkimuksessa internetasioinnin eduiksi listattiin vapaus asioida, kun itselle sopii sekä nopeus. Näkemykset nettipankista olivat pääosin positiivisia tai neutraaleja. Nettiasioinnin tulevaisuutena nähtiin videopuhelut ja kännykkä sovellukset. Näistä jälkimmäinen on nykyään todella yleinen nuorten keskuudessa. (Aro ym. 2012, 7.)

Kyselystä kävi ilmi, että jatkuvasti kasvavasta internetasioinnista huolimatta henkilökohtainen neuvonta nähtiin tärkeänä. Tutkimuksen tekijät näkivät, että vaikka nuoret saattavat olla pankin asiakkaita käymättä siellä vuosiin, on väärin olettaa, että he eivät arvostaisi asiakaspalvelua. Päinvastoin he kirjoittavat, mitä harvemmin nuoret vierailevat pankissa sen suurempi painoarvo vierailun laadulla on. Henkilökohtainen asiakaspalvelu sai tutkijoiden mukaan kuitenkin varsin vaihtelevan vastaanoton keskustelufoorumeilla. Jotkut jopa tarkoituksella välttelivät kasvokkain tapahtuvia kohtaamisia, osa taas etsi ennen kaikkea kattavaa ja kustomoitavaa henkilökohtaista palvelua. Osa nuorista oli valmis korvaamaan henkilökohtaisen asiakaspalvelun videopuheluilla ja reaaliaikaisella viestinnällä verkossa. (Aro ym. 2012, 8.)

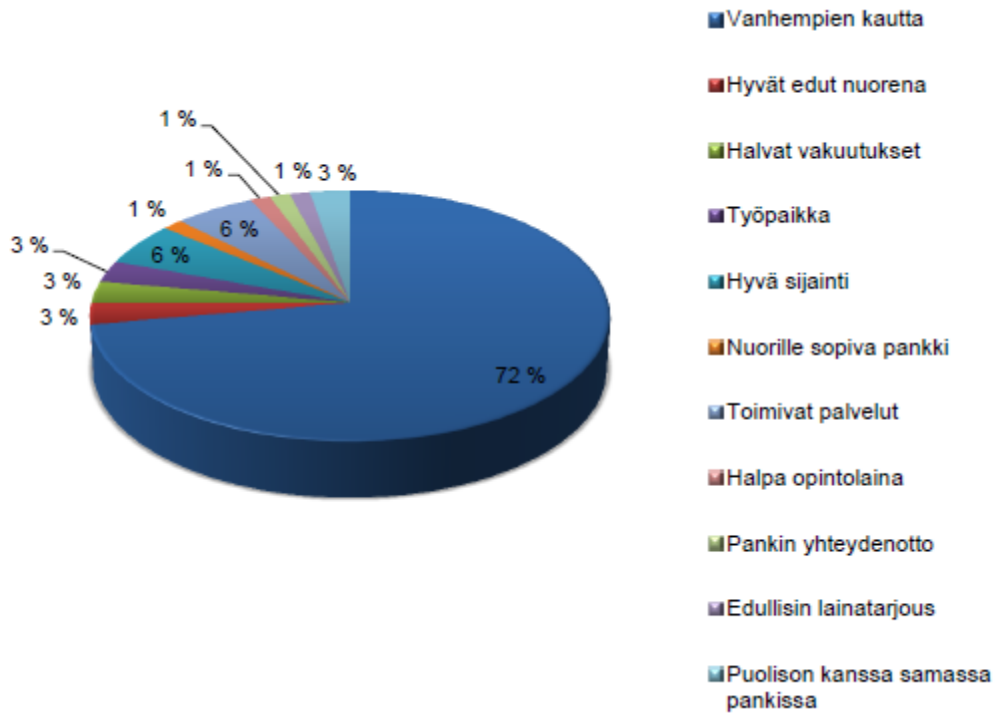
Kyselyyn vastanneet nuoret suhtautuivat skeptisesti uusiin palveluihin, joita pankki saattaisi tarjota tulevaisuudessa. Esimerkkejä tästä voisi olla pankin toiminta välikätenä kiinteistövälittäjän tai autokauppiaan ja asiakkaan välillä. Pääsyyt skeptisyydelle olivat luottamuksen puute ja haluttomuus muutokseen. Nuoret olivat huolissaan siitä voisiko pankki käyttää tietoja väärin. (Aro ym. 2012, 9.)

## 5.2 Miten kehittää nuorten pankkipalveluja: case POP pankki, Vaskion Osuuspankki

Petra Peltola tutki vuonna 2013 valmistuneessa opinnäytetyössään samaa aihetta kuin tässäkin työssä on tutkittu, päästen varsin samanlaisiin tuloksiin, huomattavasti isommalla vastaajamäärällä. Tutkimuksen Peltola toteutti kvantitatiivisena lomakekyselynä, johon vastasi 103 18-28-vuotiasta. Tiivistelmässä hän summaa tutkimuksensa tuloksia seuraavasti: ”Tulosten mukaan nuoret ovat tyytyväisiä pääasiallisesti nykyiseen pankkiinsa. Pankkipalveluissa nuoret odottavat hyvää ja nopeaa palvelua sekä helppoa asiointia verkossa. Nuorten mukaan mahdollinen pankin vaihto tulee ajankohtaiseksi siinä vaiheessa, kun pankin palvelun taso laskee huomattavasti tai asunnon oston yhteydessä toinen pankki tarjoaa pienempää marginaalia. Tilien korot ovat myös hyvin vaikuttava tekijä pankin valinnassa.” (Peltola 2013, 1.)

Peltola toi työssään tärkeän asian esille koskien nuorten pankin valintaa: 72 prosenttia nuorista oli nykyisen pankkinsa asiakas vanhempiensa kautta. Peltolan mielestä tämä johtuu siitä, että pankkien kilpailuttaminen tulee ajankohtaiseksi vasta kun on tarve saada lainaa tai vakuuksia. Näin näen itsekkin asian. Tärkeän tästä kohdasta tekee mielestäni se, että tämä mielestäni osoittaa, että pankeilla on vain tiettyyn pisteeseen asti valtaa houkutellessa nuoria asiakkaita kilpailijoiltaan. Tyypillisesti lapset oppivat taloutensa hoitamisen vanhemmiltaan, ja todennäköisesti ovat asioineet siihenastisen elämänsä samassa pankissa, ja käyttäneet saman yhtiön nettipankkia. Pankin logo ja nimi ovat saattaneet muodostua miltei synonyymiksi pankille ja pankkipalveluille. Jo ajatuksen tasolla siirto uuteen yhtiöön voi tuntua isolta muutokselta, mutta on myös muistettava

käytännön puoli; monet vanhemmat siirtävät lapsilleen rahaa, ja se käy nopeimmin saman pankin tililtä toiselle. Tämän lisäksi vanhemmat saattavat auttaa hoitamaan lastensa pankkiasioita, jopa aikuisiällä. (Peltola 2013, 25.)



Kuvio 5. Pankin valintaan vaikuttavat syyt (Peltola 2013)

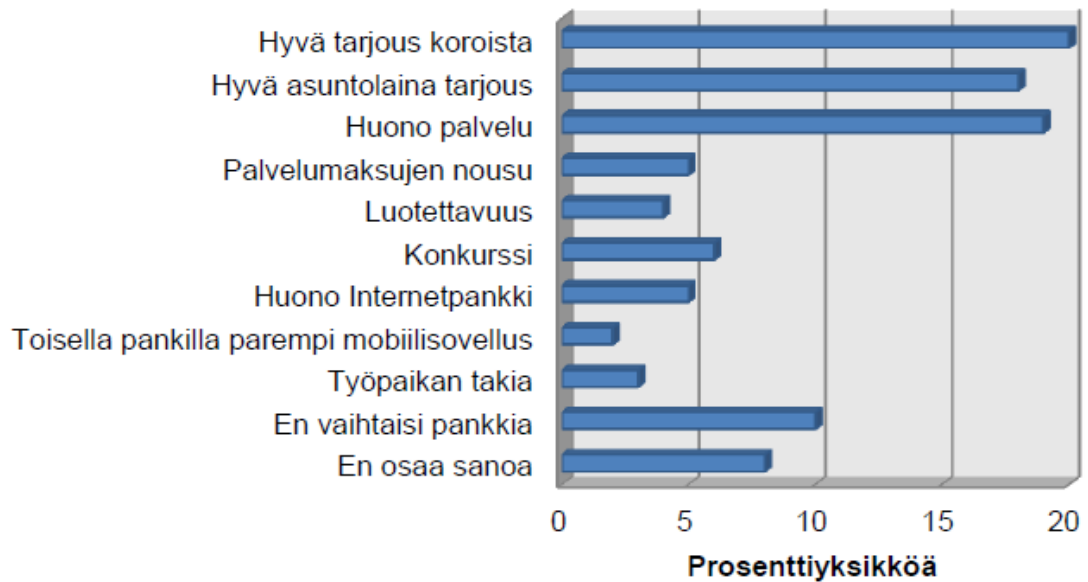
Raha-asioiden tuntuessa haastavilta, tylsiltä, tai mahdollisesti molemmilta, ei esimerkiksi uuden nettipankin käytön harjoittelu houkuttele, puhumattakaan siitä, että kiertelisi kilpailuttamassa pankkeja ja tämän jälkeen tekisi tarvittavat toimenpiteet palveluntarjoajan vaihtamiseen. On siis helppo ymmärtää miksi ihmiset pysyvät samassa pankissa ainakin siihen saakka, kun kilpailuttaminen tulee esimerkiksi lainan tai sijoitustoiminnan kautta ajankohtaiseksi. Näin voidaan siis todeta, että nuoret ovat pienen varallisuutensa lisäksi, myös vaikeasti hankittavia asiakkaita.

Miksi siis edes vaivautua? Ensinnäkin, nuoret kasvavat väistämättä itsekin nuorien vanhemmiksi, ja näin ollen ovat valitsemassa lapsiensa pankkipalveluiden tarjoajan. Toiseksi, vaikka ajateltaisiin ettei 72% vastanneista 18-28 vuotiaista ikinä vaihtaisikaan pankkia, ovat jäljelle jäävät 28% jo tavoiteltavan kokoinen, potentiaalinen asiakasryhmä.

Palvelun laatua ja hintaa vertaillen, 56 prosenttia nuorista ei osannut valita kumpi vaihtoehdoista olisi tärkeämpi – hinta, vai laatu. Yllättäen vain 11% nuorista oli kiinnostunut enemmän edullisesta hinnasta kuin palvelun laadusta. Jäljelle jäävät 33 % kokivat hyvän palvelun hintaa tärkeämmäksi. Peltola esittää syyksi uskottavasti sitä, että nuoret ovat tottuneet saamaan pankin palvelut pääasiallisesti ilmaiseksi, ja eivät välttämättä sen vuoksi ole miettineet hinnoittelua. (Peltola 2013, 27.)

Nuorilta kysyttiin mielipidettä pankin säännölliseen yhteydenottoon, kysymyksellä ”Koetko tärkeänä, että pankkisi ottaa sinuun yhteyttä säännöllisesti?”. Nuorista 60% vastasi kielteisesti, 21% oli myöntävästi, ja 19% ei osannut sanoa. (Peltola 2013, 28.)

Kyselystä kävi myös ilmi nettipankin suuri suosio. Kysymykseen ”Asioitko mieluummin verkossa?” vastasi myöntävästi 77%, kieltävästi 11%, ja 12% ei osannut sanoa. Pankissa vastaajista kertoi asioivansa kuukausittain vain 10%, ja viikoittain ei kukaan. Loput valitsivat vaihtoehdon ”vuosittain”. (Peltola 2013, 31.)



Kuvio 6. Pankin vaihtoon vaikuttavat syyt. (Peltola 2013)

Kyselyssä nuoret saivat vapaasti listata tekijöitä, jotka saisivat heidät vaihtamaan pankkia. Suosituin vastaus oli ”Hyvä tarjous koroista”, johon päätyi 20 prosenttia vastaajista. Tutkimuksesta kävi ilmi nuorten tyytyväisyys pankin tarjoamiin palveluihin – 38% vastaajista ei olisi muuttanut nuorten etuja mitenkään, ja 23% toivoi nuorten ilmaisten palveluiden pysyvän mahdollisimman pitkään samoina. (Peltola 2013, 32.)



# 6 PANKKIPALVELUIDEN KEHITTÄMINEN NUORILLE - TUTKIMUS

## 6.1 Tutkimusmenetelmä

Tehdäkseni päätelmiä, siitä miten pankkipalveluja voisi kehittää nuorille sopivammaksi, tein kaksisivuisen kyselylomakkeen, jonka kysymyksillä kartoitin nuorten suhdetta pankkipalveluihin. Nykyisiä palveluita koskevien kysymysten lisäksi tiedustelin nuorten mielipidettä mahdollisesti tulevaisuudessa käyttöön tuleviin palveluihin, kuten verkkosivuilla online-chattina toimivaan neuvontaan, sekä videopuheluna käytäviin keskusteluihin joilla voisi välttää pankkiin saapumiseen. Lähetin kyselyn Facebookissa ikähaarukkaan 18-25v sopiville kavereilteni.

Kyselyyn vastasi vain 14 ihmistä, joten olin yhteydessä heistä kahteen pankkipalveluista eniten kiinnostuneihin ja haastattelin heitä saadakseni lisää materiaalia tutkimukseen.

## 6.2 Kysely

Aloitin kyselyn kysymällä, minkä pankin asiakas vastaaja on. Tällä pyrin rajamaan mahdollisia ongelmia ja mahdollisuuksia Säästöpankkiin. Pienestä vastaajamäärästä johtuen pankkien välillä ei voi kuitenkaan alkaa suorittamaan vertailua, vaan suorittamaani tutkimusta tulee tarkastella koosteena nuorten ajatuksista pankin palveluihin liittyen.

Ensimmäinen varsinainen kysymys kuului ”Pidätkö pankkisi tarjoamia palveluita nykyaikaisina?”. Nettipankin edelläkävijä maassa asuessamme minulle ei tullut yllätyksenä, että miltei jokainen koki palvelut nykyaikaisiksi. Huomautuksen tosin sai Osuuspankin hintataso, sekä hitaasti sujuva käteisen tallettaminen. Yksi vastaaja koki, etteivät Säästöpankin mobiilipalvelut ole kilpailijoiden tarjoamien tasolla.

Seuraava kysymys oli ”Kuinka monta kertaa kävit pankissasi viime vuonna?”. Luvut olivat odotetun alhaisia. Yhtä vastaajaa lukuun ottamatta, nuoret olivat käyneet pankissaan viime vuoden aikana noin 0-3 kertaa. Syitä vierailuun olivat mm. käteisen talletus, tilin avaaminen ja uuden kortin noutaminen.

Kohtaan, jossa vastaajat kuvailivat saamaansa palvelua, oli heillä vain hyvää sanottavaa. Pankkien palvelua kuvattiin mm. hyväksi, asialliseksi ja ystävälliseksi.

Kysymykseen ”Mitä asioita haluat hoitaa pankissasi nettipankin sijaan?”, jokaisella oli vastattavaa. Vastauksia olivat mm. rahaston aloittaminen, laina-asiat, tilien avaaminen ja vuoropuhelua sisältävät asiat. Erottuvina vastauksina mainittakoon ”En mitään ylimääräistä” ja ”Mielestäni kaikki asiat tulisi voida hoitaa sekä nettipankissa, että paikan päällä.”

- Tietyt nostot, rahaston aloittaminen, jotkut uusimmat tarjoukset pitkäaikaisille tileille. (OP)
- Isommat laina-asiat (es. asuntolaina ja autolaina). (OP)
- En mitään ylimääräistä. (SP)
- Suuret lainaneuvottelut (esim. asuntolaina) ja itselleni epäselvät asiat. (OP)
- Korttien ja tilien avaamiset. (Nordea)
- Ainakin laina-asiat. (OP)
- Asuntolainan, toisaalta tätä palvelua ei tarjota edes verkkopalvelussa. (Someron SP)
- Mielestäni kaikki asiat tulisi voida hoitaa sekä nettipankissa, että paikan päällä. (OP)
- Mielestäni kaikki paitsi normaalit maksut ja tilitapahtumat mieluummin käyn läpi henkilökohtaisesti pankissa, esim. jos haluan muuttaa jotain tilissäni yms., haluan jutella siitä pankkityöntekijän kanssa. (OP ja Nordea)
- Asiat, jossa käydään vuoropuhelua. (OP)
- Käteisen tallettamisen. (SP)

- Lainat, sijoitusneuvot, uusien tilien avaaminen. (OP)
- Tällä hetkellä en mitään. (Ålandsbanken)
- Sijoittaminen (Nordea ja SP)

Kehitysideoita aloin kartoittamaan kysymyksellä ”Miten pankkiasi tulisi mielestäsi kehittää, jotta se olisi helpommin lähestyttävä?” Kolme vastaajaa halusi lisätä henkilökohtaista palvelua, joista yksi esitti sen näin ”Henkilökohtainen pankkineuvoja, jonka kautta hoituisi kaikki asiointi.” Tämä on minusta tärkeä asia, ja palaan siihen yhteenvedossa.

- Kassan aukioloajat 8 tunnin mittaisiksi nyt ainakin aluksi (niin kuin ennen olivat). (OP)
- Pankkini on mielestäni melko hyvin lähestyttävä. (OP)
- Henkilökohtaista palvelua lisäämällä, esimerkiksi yksi henkilö hoitaisi kaikki asiointini ja voisin aina olla häneen yhteydessä pankkiasioissani. (OP)
- Olen kaikin puolin tyytyväinen pankkiini. (Nordea)
- Henkilökohtainen pankkineuvoja jonka kautta hoituisi kaikki asiointi. (SP)
- Mielestäni jo heti 18-vuotta täyttäneille tulisi kertoa säästömahdollisuuksista ja muista, sillä itse ainakin olisin näistä halunnut heti saada tietää, vaikka ei välttämättä heti ollutkaan rahaa pistää paljoo säästöön. Toisessa pankissani itse otin asian esille ja vasta sitten minulle kerrottiin säästötilin eri mahdollisuuksista, mutta näistä ei omatoimisesti minulle kerrottu. Uskon, että yllättävän moni nuori haluaisi edes tietää eri mahdollisuuksista, vaikkei välttämättä ryhtyisi heti säästämään yms. (OP ja Nordea)
- Aukioloaikoja voisi pidentää. (SP)
- Ei törkeän hintaisia palvelumaksuja. Ei tyrkytetä väkisin palveluita asiakkaille, haluan enemmän itse ottaa yhteyttä, jos tarvetta. (OP)

- Pankki ajaa tämänhetkisessä tilassaan hienosti asiansa, enkä keksi mitään parannettavaa sen palveluihin tai käytäntöihin liittyen (Ålandsbanken)
- Henkilökohtainen palvelu (Nordea ja SP)

Pankin internet palveluita käsittelevistä kysymyksistä selvisi, että kaikki vastaajat käyttivät nettipankkia ja melkein kaikki myös pankkinsa puhelinsovellusta. Muuta kuin oman pankkinsa puhelinsovellusta käytti vain yksi vastaaja. ”Danske Bankin MobilePay. Se on ylivoimaisen kätevä mobiilisovellus maksamiseen ja maksujen vastaanottamiseen, joka voittaa käteisen, tavallisen nettipankin ja pankkien muut mobiilisovellukset.”

Kehitys ideoita kysyessäni sain palautetta mm. avainlukulistasta, joka koettiin rasittavaksi. Jos sen kaivamiselta pystyisi jotenkin välttymään, lisääisi se vastaajan mukaan käyttömukavuutta valtavasti. Säästöpankki sai kehotuksen kehittää samanlainen puhelinsovellus kuin muilla pankeilla, tämän olin kuullut aiemminkin. Erään Osuuspankin asiakkaan vastaus oli seuraava ”Kehitys tulisi mielestäni painottaa puhelinsovellusten funktioiden lisäämiseen, hyvänä esimerkkinä viimeisin päivitys jolla saan ilmoituksen puhelimeeni verkkopankkiini saapuneesta e-laskusta.” Toinen saman pankin asiakas otti kantaa lainan hakemiseen: ”Lainan hakuprosessi ja lainan korko ovat hankalia asioita ymmärtää. Lisäämällä esimerkkejä erilaisista lainaratkaisuihin sekä toteutuneista lainatarinoista verkkosivulle helpottaisi asian sisäistämistä ilman, että täytyisi varata aika ja mennä konttoriin keskustelemaan asiasta.” Niin Osuus- kuin Säästöpankilta löytyi vastaaja, joka ei löytänyt internet palveluissa kehitettävää.

Kaikkia yrityksiä kiinnostavaa aihetta, eli yhteyden ottamista asiakkaaseen tutkin kysymyksellä ”Miten haluaisit pankkisi olevan yhteydessä sinuun?”. Vastauksista ei voinut havaita tiettyä trendiä. Kolme vastaajaa ilmaisi, että he ottavat yhteyttä pankkiin itse, kun tarve on. Kuitenkin pankin on joskus pakko ottaa asiakkaaseen yhteyttä ja tähän ehdotettiin mm. sähköpostia, puhelua, tekstiviestiä sekä viestiä verkkopankkiin. Yksi vastaaja kirjoitti, ettei tykkää siitä että hänelle soitellaan ja toinen, että haluaisi valita soittoaajan itse puhelinsovelluksel-

la. Yksi soittamista suosinut vastaaja taas sanoi sähköpostin olevan huono kanaava tavoittaa hänet, koska viesti voisi hukkua mainosten joukkoon.

Toivon ettei kysymykseni ”Pidätkö tärkeänä sitä, että pankissasi on saatavilla henkilökohtaista kasvotusten tapahtuvaa neuvontaa?”, ollut liian johdatteleva, sillä kaikki vastasivat siihen kyllä.

Lisäsin kyselyyn kysymyksen palvelusta, josta itse olen pitänyt suuresti. ”Mikäli pankkisi tarjoaisi sivuillaan apua online-chatilla (kuten useat nettikaupat) käyttäisitkö sitä? Miksi/miksi et?” Vastaanotto oli melko hyvä. Suurin osa vastasi käyttävänsä ja yksi sanoi tekevänsä niin, jos hänen asiansa olisi pikainen ja toinen, mikäli asia olisi yksinkertainen. Tässä poimintoja:

- ”Käyttäisin. Online chat on huomattavasti sähköpostia nopeampi tapa kommunikoida, ja kynnyks kysymyksen esittämiseen on pienempi.”
- ”Käyttäisin, nettisivuilla on niin paljon tietoa, että tietyn asian etsimiseen saattaa kulua tuhattomasti aikaa ja chatti helpottaisi tiedon löytämistä.”
- ”Käyttäisin. Välillä tuntuu raskaalta soittaa ja asiat tulee muistettua paremmin kun chattaa.”

Kun kuulin työpaikallani, että video-chattia on harkittu uutena tapana asioida pankin kanssa, lisäsin siitä kysymyksen. ”Hoitaisitko pankkiasioitasi video-chatillä, jos sinun ei silloin tarvitsisi saapua pankkiin? Pohdi mitä asioita haluaisit yhä hoitaa pankissa kasvotusten, jos mitään.” Palvelu sai huonon vastaanoton, positiivisena kommenttina mainittakoon ”Ensisijaisesti suosisin fyysisesti pankkiin menemistä, mikäli tarve vaatii. Video-chat saattaisi kuitenkin tuoda lisää arvoa palveluun, ja helpottaa esim. ulkomailla asuvien asiointia.”

Enimmäkseen suhtautuminen oli kuitenkin hyvin varautunutta.

- ”En näe tarvetta tälle, haluan enemmän hoitaa ne asiat kasvotusten joihin video-chattia voisi hyödyntää.”
- ”Suosisin kyllä mieluummin pankissa käyntiä, kuin video-chattia. Mielestäni kaikki perus tilitapahtumista poikkeavat asiat olisivat parempi hoitaa pankissa kasvotusten, koska tällöin asiakas herkemmin kysyy asioista joista ei tiedä ja vaatii selvennystä. Tällöin myös pankkityöntekijä saattaa

huomata, jos asiakas ei näytä ymmärtävän jotakin asiaa, ja oma-aloitteisesti kertoo asiasta lisää.”

Kyselyn päätin tärkeimmällä kysymyksellä: ”Mikä saisi sinut suosittelemaan pankkiasi kavereillesi?”

- Välitön nettisiirto toimii paremmin kuin hyvin Osuuspankillla, jos nyt vaikka ei olisi käteistä jolla maksaa. (OP)
- Toimivat verkkopalvelut, matalat palvelumaksut, laaja valikoima sijoitus- tuotteita, kattava konttoriverkosto. (OP)
- Hyvät korot. (SP)
- Halpa lainankorko ja halvat palvelut. (OP)
- Helppo, yksinkertainen, luotettava, kokonaisuudessaan toimiva. (Nordea)
- Hyvä verkkopankki ja mobiiliapplikaatio. (OP)
- Henkilökohtaisen palvelun laatu. (SP)
- Edulliset marginaalit. (OP)
- Osuuspankin nettipankki on mielestäni selkeä ja hyvä, parempi kuin esim. Nordean. (OP ja Nordea)
- Mikäli uutisissa kerrotaan muiden pankkien kokevan maksuhäiriöitä, niin voi sanoa, että omalla pankillani niitä ei ole ollut. Eli ongelmien puuttuminen. (OP)
- Täällä kaikki toimii niin kuin pitääkin. (SP)
- Hyvä palvelu, asiat kerrotaan ymmärrettävästi. (OP)
- Pankin suhteen ei ikinä ongelmia, kohtuulliset kulut (Ålandsbanken)
- Hyvä palvelu, miellyttävä asiointikokemus (Nordea ja SP)

### 6.3 Haastattelut

Haastattelin kahta kyselyyn vastannutta nuorta, joilla oli eniten tietämystä aiheeseen liittyen.

Keskustelin kyselyyn vastanneen Osuuspankin asiakkaan kanssa pankkien palveluista ja hän kertoi näkemyksiään hintatasosta, sekä mobiilisovellusten tärkeydestä. Hän on myös S-Pankin asiakasomistaja ja Nordnetin asiakas.

Havaitsemistaan epäkohdista hinnoittelussa hän kertoi seuraavasti: ”Opintolainan korkopohjaa ei voi muuttaa ennen kuin lainan takaisinmaksu on alkanut. Tästä johtuen itselläni on 0,578 prosenttiyksikköä korkeampi korkoprosentti (1,650 %) ammattikoulua varten otetussa lainassa, kuin ammattikorkeakouluun ottamassani lainassa. (1,072 %)”

”OP-Visan kuukausimaksu on 2,75e vaikei korttia käyttäisi. Henkilökohtaisesti tarvitsen luottokorttia ainoastaan kesätöissä hotelliyöpymisien maksamiseen kesä-elokuussa. S-Pankissa hinta on 2,00e per kuukausi jolloin korttia käytetään (1.6.2015 alkaen) OP: 33e/vuosi, S-Pankki: 6e/vuosi”

Oikeana suuntana palvelujen kehittämiseen hän näki mobiilisovelluksiin panostamisen. ”Palvelujen kehitys tulisi painottaa mobiilisovelluksiin, itse hoidan pankki-asiointini lähes täysin mobiililaitteilla. OP:lla hyvänä uudistuksena esimerkiksi ilmoitus saapuneesta e-laskusta suoraan puhelimeen ja Pivo-mobiilisovellus jolla pankkikortin saldon näkee nopeasti.”

ASP-tilin avaamisesta hän kertoi seuraavaa: ”ASP-tiliä markkinoidaan paljon nuorille ja se on hyvä vaihtoehto säästämiseksi, mutta eri sijoitusmuotoja tulisi esitellä nuorille paremmin. Henkilökohtaisesti aion avata ASP-tilin vasta, kun ensiasunnon ostaminen on ajankohtaista ja pitää varojani sijoitettuna siihen vain tarvittavan minimiajan. Moni sijoittaa useamman vuoden ASP-tilille, vaikka muilla sijoitustuotteilla voisi saada paljon parempaa tuottoa.”

”Osuuspankista minulle on suositeltu osakerahastoja, joiden hallinnointikulut ovat 3%:n luokkaa, nämä vaikuttavat järjettömän suurilta realistisiin tuotto-

odotuksiin nähden. Osuuspankissa myös suorat osakeostot ovat paljon Nordnettiä kalliimpia.”

Sijoittamiseen perehtyneenä ihmisenä hän oli tehnyt esimerkin suorien osakeostojen hintojen eroista. Esimerkki on kokonaisuudessaan seuraavalla sivulla.



Oletetaan tilanne, jossa nuori asiakas on kiinnostunut sijoittamisesta ja hän haluaa kokeilla kaupankäyntiä osakkeilla. Hän on perehtynyt eri sijoitustuotteisiin ja haluaa seurata osakekursseja aktiivisesti.

Sijoitettava summa 1000e, oletettu tuotto 5% PA, ei osinkoa, sijoitusaika 5v

### **Tuotot**

$$1,05^5 * 1000 = 1276,28$$

Tuottoa koko ajalta 276,28e

### **Kulut**

#### Nordnet

Toimitusmaksu 9,00e + 9,00e

**Yhteensä: 18e**

#### OP

Välityspalkkio 2,50e + 3,19e

Toimitusmaksu 8,00e+8,00e

Säilytyspalkkio 1,60e/kk = 96e (Sijoitussalkku palvelutaso näyttäisi vastaavan Nordnetin-ilmaispalveluja)

**Yhteensä: 117,69e**

*Nordnet tarjoaa myös reaaliaikaiset kurssit ilmaiseksi, OP:ssa tämä maksaa 5e/kk (300e per 5v)*

Eroa on lähes sata euroa Nordnetin hyväksi, joten en näe mitään järkeä keskittää kaikkia palveluitani Osuuspankkiin

Myös toinen haastatteleman henkilö oli Osuuspankin asiakas ja perehtynyt sijoittamiseen. Vaikka hän koki pankkinsa internet- ja mobiilipalvelut muuten ajanmukaisiksi, piti hän kuitenkin mobiilimaksujen tekemistä liian kömpelönä. Hän toivoi muiden pankkien kehittävän Danske Bankin MobilePay kaltaisen sovelluksen, jossa ihmisten on kätevää siirtää rahaa toisilleen ilman avainlukulistan käyttöä. Ominaisuus voisi myös olla osana pankin nykyistä sovellusta.

Avainlukulistan hän näki myös verkkopankin käyttökokemusta heikentävänä tekijänä. ”Yleisestikin ominaisuus jota eniten kaipaen netissä pankkiasioita hoitaessani, on nopeampi käytettävyys ilman avainlukulistaa. Käytettävyys parani, jos avainlukulista onnistuttaisiin korvaamaan jollakin kätevämmällä, tai pienempiä asioita kuten pieniä maksuja tai tilitapahtumia ja omistuksien tarkkailua, voisi hoitaa vain pin-koodilla. Lisäksi Osuuspankin nettipankkiin saapuvat viestit pitäisi halutessaan pystyä ohjaamaan myös suoraan sähköpostiin, sillä silloin ne tulisi luettua nopeammin ja helpommin.”

Edellisen haastateltavan tavoin hänkin oli kiinnostunut sijoittamisesta ja kommentoi Osuuspankin sijoitustuotteita seuraavasti: ”Osuuspankki saisi panostaa lisää sijoitustuotteisiin. Suoria osakesijoituksia pitäisi pystyä tekemään enemmän netin kautta ulkomaille, ja warrantteja voisi olla enemmän. Myös futuureita tai Nordnetin lanseeraamia minifutuureita voisi olla kaupan. Luonnollisesti sijoitustuotteiden transaktio-, säilytys- ja hallinnointikulut ovat iso tekijä jonka perusteella itse valitsen rahoituslaitoksen asioitani hoitamaan.”

## 7 YHTEENVETO JA KRITIIKKI

Esittelemieni aiempien tutkimuksien tapaan, nuoret olivat tyytyväisiä pankkiensa tarjoamiin palveluihin. Palvelun laatu ja pankkien hintataso saivat tasaisesti painoarvoa, ja mobiili- ja internetpalvelut koettiin pääosin toimiviksi kaikissa tutkimuksissa. Omassa kyselyssäni vastauksissa ei ollut havaittavissa selviä trendejä, kuten olin oletanut, vaan palautetta annettiin aina palvelumaksuista aukioloaikoihin. Tämä johtuu todennäköisesti pienestä vastausprosentista.

Yritykset kehittävät jatkuvasti nykyisiä ja tulevia palveluitaan keräämällä tietoa, siitä miten asiakkaat kokevat käyttämänsä palvelut, ja mitä puutteita he niistä löytävät. Oma työni, kuin myös kaksi referoimaani pyrkivät juuri tähän - palveluiden kehittämiseen.

”Palvelun kehittämisen prosessiin kuuluu olennaisena osana onnistumisen seuranta ja mittaaminen. Seuranta on tärkeää pitkäjänteiselle palvelujen ja koko liiketoiminnan kehittämiseksi” (Jaakkola ym. 2009, 33).

Tekemäni tutkimuksen suurin puute oli pieni vastaajamäärä, mutta myös kysymysten muotoilussa on jälkeinpäin katsottuna paljon kehitettävää. Kun kyselyn toteuttaa niin sanotusti palvelu tai tuote edellä, lopputulos helposti vahvistaa sen hetkistä tilannetta, olettaen että palveluissa ei ole suurta vikaa (Bettencourt ym. 2013, 14). Palautteen ollessa kriittistäkin, omaksuu se helposti tietyt raamit kysymyksestä johtuen. Esimerkiksi yksi kysymyksistäni kuului ”Mitä asioita haluat hoitaa pankissasi nettipankin sijaan?” Kysymykseen on hieman epäluonteva vastata saamani vastauksen tapaan: ”En mitään ylimääräistä” tai ”Mielestäni kaikki asiat tulisi voida hoitaa sekä nettipankissa, että paikan päällä.” Helppoa on miettiä mikä on sillä hetkellä nettipankissa ylipäätään mahdollista tehdä, ja ennen kaikkea mikä vaatii nettipankissa itseltä niin paljon ponnisteluja esimerkiksi tiedonhaun kannalta, että hoitaa sen ennemmin pankissa.

Nykyisen palvelukehityksen puutteena voi nähdä sen, että tutkimuskohteeksi on nostettu palveluratkaisu, eivätkä asiakkaan tarpeet. Palvelukehitykseen kerätään tietoa esimerkiksi mysteerishoppaajien ja tyytyväisyyskyselyjen avulla, jo-

ten saatu tieto koostuu asiakkaiden kokemuksista ja mielipiteistä jo tarjolla olevista palveluista. Hyödyllisempää olisi tieto asiakkaan tarpeista, jotta niihin voi etsiä ratkaisuja. Esimerkkinä tutkijat käyttävät vaatekauppaa, jossa voitaisiin nykyisin yleisesti käytössä olevilla tavoilla saada selville, että heidän asiakkaat arvostavat erityisesti ammattitaitoista myyjää. Tärkeää olisi kuitenkin ymmärtää, että miksi asiakkaat arvostavat erityisesti ammattitaitoista myyjää. Haluavatko he löytää etsimänsä tuotteet nopeammin, vai haluavatko he kuulla mielipiteen vaatteiden yhteensopivuudesta? Yrityksen tulisi ”Miten meillä menee?” sijaan kysyä ”Miten teillä menee?” (Bettencourt ym. 2013, 14.)

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET

Kolme vastaajaa mainitsi kehittämiseksi henkilökohtaiseen palveluun panostamisen, joka on jo varmasti monen pankin tavoitteena asiakaslähtöisen ajattelutavan aikakautena. Mielestäni paras tapa tarjolla pankkipalveluita asiakaslähtöisesti olisi hoitaa asiakassuhdetta kahden vastaajan esittämällä tavalla, jossa jokaiselle asiakkaalle olisi osoitettu oma pankkityöntekijä. Uskon että raha-asioista keskusteleminen olisi nuorelle helpointa, jos hän ajattelisi häntä neuvovan ihmisen ymmärtävän hänen tietämystasonsa ja muistavan mihin keskustelussa viimeksi jäätin. Tietysti yksi pankkityöntekijä ei riitä, sillä pankit ovat täynnä erilaisia tehtäviä ja yhden asiakkuuden hoitamiseen tarvitaan useampi ihminen. Mielestäni vaihtuvuus tulisi kuitenkin minimoida ja osoittaa sama työntekijä hoitamaan asiakkaan asioita niin usein kuin mahdollista. Työkokemuksestani tiedän, että pankit keräävät paljon tietoa asiakkaistaan, helpottaakseen seuraavaksi asiakasta palvelevien henkilöiden työtä, näin parantaen asiakaskokemusta. Suuremmaksi osaksi näenkin pienen vaihtuvuuden työntekijöissä palvelevan asiakasta, hänen voidessaan ajatella asiakaspalvelijan muistavan hänen tilanteensa. Tämä pätee tietysti muihinkin asiakassegmentteihin kuin nuoriin.

Sen lisäksi, että uskon tämän lisäävän nuorten yhteydenpitoa pankkiin, uskon sen myös helpottavan pankin yhteydenpitoa nuoriin. Epävarmuus puhelussa käsiteltävän asian tärkeydestä itselle, lisää tilanteita, joissa puhelu koetaan epämiellyttäväksi ja pyydetään soittamaan myöhemmin uudestaan. Jos taas soittaja olisi tuttu henkilö, voisi hänen helpommin luottaa olevan ajan tasalla asiakkaan tarpeista. Myös mielikuva pankin työntekijöistä myyjinä saattaisi vähentyä.

Kyselyn perusteella tulon tulokseen, että pankkien paras tapa lähestyä nuoria asiakkaitaan on nettipankissa lähetettävä viesti, sillä niin vaihtelevasti vastaajat kertoivat sopivasta yhteydenottotavasta. Nettipankkiahan jokainen vastaaja kertoi käyttävänsä. En myöskään näe vaikeana toteuttaa mallia, jossa asiakas valitsee itse suosimansa yhteydenottotavat.

Kyselystäni kävi ilmi, että pankit ovat selviytyneet hyvin tehtävässään pysyä ajanhermolla verkko- ja mobiilipalveluissa. Kuitenkin nopeasti hoituvaa mobiilimaksamista löytyi vain Danske Bankilta. Danske Bankin MobilePay on puhelimeen ladattava sovellus, joka mahdollistaa nopeat tilisiirrot, ilman avainlukulista. Sovelluksen kontaktiluettelosta löytyvät kaikki puhelimen kontaktit, ja kun MobilePay löytyy myös heiltä, käy maksu hetkessä. Suomessa MobilePaylla on toistaiseksi vasta 130 000 käyttäjää, eivätkä yritykset ota vastaan sen maksuja. Tällaisten sovellusten käytön yleistyminen on Suomessa kuitenkin väistämätöntä, joten pankkien on reagoitava muutokseen. Ruotsissa on otettu käyttöön vastaava ruotsalaispankkien yhdessä perustama Swish sovellus, jonka suosio kasvaa nopeasti. (Helsingin Sanomat 2015)

Koska pankit ovat pysyneet tutkimani materiaalin ja tekemäni tutkimuksen mukaan ajanhermolla, ja palveluissa ei tunnu olevan vikaa, olisi olennaisempaa saada nuoret käyttämään pankin palveluita, kuin varsinaisesti kehittää niitä. Muutoksen tulisi mielestäni lähteä jo mainonnasta. Uskon nuorten olevan halukkaita ottamaan riskejä tavoitellessaan vaurastumista ja tässä on asia johon mainonnassa tulisi kiinnittää huomiota. Asioiden varmuus ja vakaus ovat osa pankkien imagoa. Nuoria kehoitetaan ryhtymään mm. asuntosäästäjiksi. Vaikka perheen hankkiminen ja omakotitalo, onkin ulkopuolelta katsottuna pian todellisuutta parikymppiselle ihmiselle, se voi hänestä itsestään tuntua todella kaukaiselta ja tylsältä. Oli rahan säästäminen miten järkevää hyvänsä, tulisi pankkien ottaa huomioon mainonnassaan asioiden esittäminen myyvästi. Esimerkiksi sijoittamista tulisi myydä nuorille rahanteko tapana, jännittävää niin kuin vedonlyönti, mutta järkevämpää. Kun nuori olisi houkuteltu kiinnittämään enemmän huomiota varojensa hoitamiseen, olisi hänelle helpompi myydä myös ns. tylsiä palveluita.

Sijoittaminen, yrittäminen ja menestyminen vaikuttavat olevan tällä hetkellä mediaseksikästä. Nuoret seuraavat sosiaalisessa mediassa rikkaiden ihmisten elämää ja rikkaus ei ole samalla tavalla piilotettava asia, kuin se saattoi olla aiemmilla sukupolvilla. Nykyinen ympäristö ja asenteet, ovat mielestäni mitä parhaimmat nuorten lähestymiseen heidän raha-asioihinsa liittyen.

Kahdesta tekemästani haastattelusta kävi ilmi haastateltavien nuorten aikuisten kyky vertailla sijoittamisesta aiheutuvia kuluja, esimerkiksi transaktio-, säilytys- ja hallinnointikuluja. Haastatteleman henkilön esimerkki tapauksessa Nordnetissä sijoittamalla säästi 100 euroa Osuuspankkiin verrattuna. On siis hyvä muistaa, että asiakkaiden houkuttelevuus ei ole pelkkää mielikuvilla pelaamista ja palveluun panostamista vaan mitä enemmän asiakkaan tietämys asiasta karttuu, sen merkittävämpään asemaan nousee parhaimman mahdollisen voiton tavoittelu.

Haastatteluni eivät kuitenkaan anna samanlaista keskiarvoa nuorten ajatuksista kuin kyselyni, vaan kertovat asiaan enemmän perehtyneiden nuorten ihmisten ajatuksia. Näille ihmisille on tärkeämpää kulujen minimointi, kuin esimerkiksi ystävällinen ja asiantunteva neuvonta. He edustavat ryhmää nuorista, jotka keräävät tietonsa itse ja suhtautuvat varauksella pankkien henkilökuntaan, johtuen heidän motiivistaan saada tuotteitaan kaupaksi, kuten myyjiltä voi olettaa. Koska minulla ei ole käsitystä siitä kuinka iso osa nuorista on näin valveutuneita raha-asioista ja miten tärkeän asiakasryhmän he muodostavat pankeille, en osaa sanoa miten paljon aikaa tulisi käyttää heidän luottamuksensa voittamiseen. Voi olla, että oli palvelun ja mainosten laatu mitä hyvänsä, he menevät vertaamaan kuluja verkkosivuille ja päätyvät näin valintoihinsa. Suurin osa nuorista, kuten ihmisistä yleensä, on kuitenkin tässä asiassa niin sanotusti tavallisia, eikä heitä kiinnosta raha-asiat, vaikka he rahan ansaitsemisesta epäilemättä kiinnostuneita ovatkin. Siksi mainonta tulisi mielestäni keskittää keskiverto nuoriin, kuten se on varmasti tähänkin mennessä tehty, pyrkien kuitenkin kehittämään sitä mielenkiintoa herättävämmäksi. Raha-asioistaan jo valmiiksi kiinnostuneille suunnattu materiaali voisi olla huomattavasti analyttisempää, jossa pyritään todistamaan kannattavuutta suhteessa kilpailijoihin.

Mikä näitä materiaaleja kuitenkin yhdistäisi, vaikka se keskiverto nuorille markkinoissa olisikin enemmän esillä, on mielenkiinnon herättäminen ja selkeys. ”Näin paljon rahaa olisit ansainnut, kun olisit sijoittanut tähän kohteeseen tällöin”, tyyliiset esimerkit herättävät mielenkiinnon aivan uudella tavalla. Mainonnassa tulisi korostaa riskin ottamista ja tapoja, joilla sijoituksilla voi saada tulos-

ta myös suhteellisen lyhyellä aikavälillä. Samaa tapaa voitaisiin soveltaa vähemmän jännittäviin aiheisiin kuten asuntosäästämiseen. Yksinkertainen ja lyhyt selitys siitä kuinka paljon rahaa olisi jo säästössä, jos aiemmin olisi toimittu esimerkin esittämällä tavalla.



# LÄHTEET

- Aro, H. Lehtinen, O. Paunonen, L. Special Report – The Future of Banking Services from the Consumer Perspective 2012. Raportti. Aalto Yliopisto. Viitattu 1.6.2015. [http://epub.lib.aalto.fi/pdf/hseother/Aalto\\_Report\\_BE\\_2012\\_001.pdf](http://epub.lib.aalto.fi/pdf/hseother/Aalto_Report_BE_2012_001.pdf)
- Bettencourt. Brown. Sirianni 2013. Viitattu 1.6.2016. [https://nancyjsirianni.files.wordpress.com/2014/01/bettencourt-brown-sirianni\\_2013.pdf](https://nancyjsirianni.files.wordpress.com/2014/01/bettencourt-brown-sirianni_2013.pdf)
- Euroopan ympäristökeskus 2014. Viitattu 1.5.2016. <http://www.eea.europa.eu/fi/ymparisto-signaalit/signaalit-2014/haastattelu/mika-saa-meidat-ostamaan-ne>
- Finanssialan Keskusliitto 2015. Viitattu 1.4.2016 [http://www.finanssiala.fi/materiaalit/FK-Julkaisu-Saastaminen\\_luotonkaytto\\_ja\\_maksutavat\\_2015.pdf](http://www.finanssiala.fi/materiaalit/FK-Julkaisu-Saastaminen_luotonkaytto_ja_maksutavat_2015.pdf)
- Helsingin Sanomat 2015. Ruotsissa yhä useampi ”swishaa” rahat. Viitattu 5.1.2016. <http://www.hs.fi/ulkomaat/a1420258386010>
- Henriksson, R. 2014. Mitä minä tästä hyödyn? Helsinki: Books on Demand
- Jaakkola & Orava & Varjonen 2009. Tekes. Viitattu 15.3.2016. [https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelujen\\_tuotteistamisesta\\_kilpailuetua.pdf](https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelujen_tuotteistamisesta_kilpailuetua.pdf)
- Järvinen, R. Rosti, P. Ylikoski, T. 2006. Hyvä asiakaspalvelu. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy
- Kontkanen, E. 2010. Pankkitoiminnan käsikirja. Sastamala: Vammalan kirjapaino Oy
- Leskinen, J. 2005. Vox consumptoris: Kuluttajan ääni: Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005. Kuluttajatutkimuskeskus. Kerava: Savion Kirjapaino Oy
- Merisalo, R. 2010. Me teemme huomisen: Visio 2025: kirja huomispäivän kulutusarvojen seuraajille, tulevaisuuden valloittajille. Suomi: Mainostoimisto Punda.
- Peltola, P. 2013. Miten kehittää nuorten pankkipalveluja. Opinnäyte. Yrittäjyys ja sähköinen liiketoiminta. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.
- Someron Säästöpankki 2015.18-25-vuotiaden asiakkaiden ostamat palvelut. Säästöpankin tietokanta.
- YLE 2015. Taantuma yli kaksinkertaisti työttömien nuorten määrän. Viitattu 1.4.2016. [http://yle.fi/uutiset/taantuma\\_yli\\_kaksinkertaisti\\_tyottomien\\_nuorten\\_maaran\\_85000\\_tarvitsee\\_toita/8336991](http://yle.fi/uutiset/taantuma_yli_kaksinkertaisti_tyottomien_nuorten_maaran_85000_tarvitsee_toita/8336991)
- Yle 2015. Viitattu 1.4.2016. [http://yle.fi/uutiset/isaksi\\_ja\\_aidiksi\\_tullaan\\_aina\\_vain\\_myohempaan\\_keskimaarainen\\_ensisyntytysika\\_jopa\\_34\\_vuotta/7847099](http://yle.fi/uutiset/isaksi_ja_aidiksi_tullaan_aina_vain_myohempaan_keskimaarainen_ensisyntytysika_jopa_34_vuotta/7847099)
- 15/30 Research 2014. Viitattu 10.4.2016. <http://www.1530.fi/2014/09/kansallinen-nuorisotutkimus-2014-nuori-kuluttaja-viihtyy-verkossa/>

## Liitteet

Tämä kysely on olennaisin osa **opinnäytetyötäni**, jonka teen Someron Säästöpankille. Työni tavoite on selvittää miten pankin palveluita voitaisiin kehittää nuorille (18-25v) sopivammiksi. Kyselyn täyttämiseen menee aikaa noin 10 minuuttia. Useat kysymykset ovat **kyllä/ei** kysymyksiä. Käytän kyselyistä saamaani tietoa vain **nimettömänä**, enkä julkaise siihen vastanneiden nimiä missään.

Mikäli et halua tai osaa vastata johonkin kohtaan, voit jättää sen tyhjäksi. Olisin kuitenkin hyvin kiitollinen mikäli vastaisit jokaiseen kohtaan jotakin. Jos toteutat joskus kyselyä johon tarvitset vastaajia, **lupaen vuorostani auttaa sinua**. Kiitos ajastasi!

**Minkä pankin asiakas olet?**

**Pidätkö pankkisi tarjoamia palveluita nykyaikaisina? Jos vastasit ”en”, miksi et?**

**Kuinka monta kertaa kävit pankissasi viime vuonna?**

- **Mitä asiasi koski?**
- **Kuvaile saamaasi palvelua**

**Mitä asioita haluat hoitaa pankissasi nettipankin sijaan?**

**Miten pankkiasi tulisi mielestäsi kehittää, jotta se olisi helpommin lähestyttävä?**

**Käytätkö nettipankkia?**

- Käytätkö pankkisi puhelinsovellusta?
- Käytätkö jotakin muuta maksamiseen tarkoitettua puhelinsovellusta? Mitä?
- Miten pankkisi internet palveluita tulisi mielestäsi kehittää?

**Miten haluaisit pankkisi olevan yhteydessä sinuun?**

**Pidätkö tärkeänä sitä, että pankissasi on saatavilla henkilökohtaista kasvotusten tapahtuvaa neuvontaa?**

**Mikäli pankkisi tarjoaisi sivuillaan apua online-chatillä (kuten useat nettikaupat) käyttäisitkö sitä? Miksi/miksi et?**

**Hoitaisitko pankkiasioitasi video-chatillä, jos sinun ei silloin tarvitsisi saapua pankkiin? Pohdi mitä asioita haluaisit yhä hoitaa pankissa kasvotusten, jos mitään.**

**Mikä saisi sinut suosittelemaan pankkiasi kavereillesi?**

**Jos sinulle tuli vielä jotakin aiheeseen liittyvää mieleen, kirjoita se tämän alle. Kiitos vastauksistasi!**