



OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO  
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALOUDEN JA HALLINNON ALA

# SÄHKÖISET PANKKIPALVELUT OP POHJOIS-SAVON SENIORIASIAK- KAIDEN AKTIIVISEEN KÄYTTÖÖN

Case Pohjois-Savon Osuuspankki

TEKIJÄ: Saara Kemppainen

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala			
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Liiketalouden koulutusohjelma			
Työn tekijä(t) Saara Kemppainen			
Työn nimi Sähköiset pankkipalvelut OP Pohjois-Savon senioriasiakkaiden aktiiviseen käyttöön			
Päiväys	15.05.2019	Sivumäärä/Liitteet	70+13
Ohjaaja(t) Ari Pitkänen, Timo Salopelto			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Pohjois-Savon Osuuspankki			
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Pohjois-Savon Osuuspankki. Työn tarkoituksena oli selvittää miksi Pohjois-Savon Osuuspankin kaikilla senioriasiakkailla ei ole vielä sähköisiä pankkipalveluita käytössään, millaiseksi niitä tulisi kehittää, jotta ne olisi helpompi ottaa käyttöön, miksi osa asiakkaista asioi mieluummin konttorilla kuin sähköisissä kanavissa ja kuinka heidät saataisiin asioimaan siellä aktiivisemmin. Pankkipalvelut muuttuvat jatkuvasti digitalisaation myötä, ja asiakkaita ohjataan yhä enemmän itsepalvelukanaviin niiden helppouden ja saavutettavuuden vuoksi.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuus käsitteli aluksi toimeksiantajaa sekä pankkipalveluita yleisellä tasolla. Tämän jälkeen työ eteni digitalisaatioon sekä Osuuspankin tarjoamiin sähköisiin palvelukanaviin. Lopuksi käsiteltiin vielä asiakaskokemuksen tärkeyttä sekä asiakashyötyä.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen yhdistelmänä, jotta lopputuloksesta saatiin kattavampi. Laadullinen osuus toteutettiin työntekijöille pidettävän teemahaastatteluna, jossa haastateltiin kahta Pohjois-Savon Osuuspankin työntekijää kasvotusten, sekä kahta OP Osuuskunnan työntekijää Skypen välityksellä, jonka jälkeen haastattelut litteroitiin. Määrällinen osuus tehtiin asiakkaille suunnatun kyselyn avulla, joka toteutettiin Pohjois-Savon Osuuspankin seitsemällä eri konttorilla Varmuutta Verkkoon-tapahtuman yhteydessä. Tutkimustulokset on raportoitu erikseen asiakkaiden ja työntekijöiden näkökulmasta. Lisäksi työntekijöiden vastauksia on käytetty teoreettisessa viitekehityksessä lähteiden muodossa.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että ne asiakkaat, joilla on sähköiset pankkipalvelut käytössään, ovat niihin pääsääntöisesti tyytyväisiä, mutta kehitettävääkin löytyi. Muiden kohdalla käyttämättömyyden syyksi nousivat muun muassa turvallisuuskysymykset, tottumukset sekä sosiaaliset tilanteet. Lisäksi Varmuutta Verkkoon-tapahtuman avulla saatiin aktivoitua passiivisia verkkopalvelun käyttäjiä.</p> <p>Saatujen tulosten pohjalta yritykselle annettiin kehitysehdotuksia, joiden avulla heidän on mahdollista aktivoida uusia asiakkaita käyttämään sähköisiä palveluita. Tutkimuksen loppuun on nostettu myös tekijän omia kehitysehdotuksia, joita huomattiin tutkimuksen aikana.</p>			
Avainsanat Sähköiset pankkipalvelut, digitalisaatio, asiakashyöty, asiakaskokemus, senioriasiakkaat			

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business Administration			
Author(s) Saara Kemppainen			
Title of Thesis Digital banking services introduced for active use among the senior customers of OP Pohjois-Savo			
Date	15.05.2019	Pages/Appendices	70+13
Supervisor(s) Ari Pitkänen, Timo Salopelto			
Client Organisation /Partners Pohjois-Savon Osuuspankki			
<p>Abstract</p> <p>The thesis was commissioned by Pohjois-Savon Osuuspankki. The primary aims of the study were to investigate why all senior customers of Pohjois-Savon Osuuspankki have still not adopted electronic banking services in use, how the services should be developed to make them easier to deploy, and why some of the senior customers prefer to do business at the office rather than through the electronic channels. Finally, of interest were the methods available to render the senior customers more active users of electronic services. In general, banking services will change by digitalization and customers are instructed to utilize the self-service channel to a greater extent due to their simplicity and accessibility.</p> <p>Firstly, the theoretical part of thesis introduced the client and banking services in general. After this, the work progressed to the digitalization and electronic service channels offered by Pohjois-Savon Osuuspankki. To conclude, the study discussed the importance of customer experience and customer benefits.</p> <p>The research was conducted as a combination of qualitative and quantitative research, thus the outcome was more comprehensive. The qualitative part was conducted as a theme interview for employees in which two employees of Pohjois-Savon Osuuspankki were interviewed to face and two employees of OP Osuuskunta by Skype online tool. Subsequent to this, the interviews were transcribed. The quantitative part was made with a customer-oriented survey which was conducted in seven different offices of Pohjois-Savon Osuuspankki simultaneously with Varmuutta Verkkoon-event. Research results were reported separately from the perspectives of both customers and employees. In addition, the employees' responses have been used in the theoretical framework in the form of sources.</p> <p>Based on the results of the research, it can be concluded that those customers who have the electronic banking services in use are generally satisfied with them but there were, however, also aspects to be developed. Among others the reason for the inactivity were security issues, routines and social situations. In addition, passive web service users were activated through the Varmuutta Verkkoon-event.</p> <p>On grounds of the results indicated by the study, the company was given development proposals enabling them to activate new customers to use electronic banking services. The final part of the research raises the author's own development proposals made through observation during the research process.</p>			
Keywords Electrical banking services, digitalization, customer benefit, customer experience, senior customers			

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	6
2	TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY .....	7
2.1	OP Ryhmä .....	7
2.2	Pohjois-Savon Osuuspankki .....	9
3	PANKKITOIMINTA .....	11
3.1	Finanssipalvelut .....	11
3.2	Pankkipalveluiden muutokset ja toiminta tulevaisuudessa .....	12
3.3	Monikanavaisuus .....	13
3.4	Finanssipalveluiden kanavavaihtoehdot .....	13
3.5	PSD2-direktiivi .....	14
4	DIGITALISAATIO .....	16
4.1	Megatrendit .....	16
4.2	Älylaitteet .....	18
4.3	Verkkopalvelutunnukset .....	20
4.3.1	www.op.fi .....	21
4.3.2	OP-mobiili .....	21
4.3.3	Mobiiliavain .....	22
4.3.4	Siirto-maksu .....	23
4.3.5	OP Saavutettava .....	24
4.3.6	Pivo .....	24
4.3.7	OP Junior .....	25
4.4	Biometrinen tunnistus .....	26
4.4.1	Tekoälyn hyödyntäminen .....	26
4.4.2	Sormenjälkitunnistus .....	27
4.4.3	Kasvomaksaminen .....	27
4.4.4	OP Puhe .....	28
5	ASIAKASKOKEMUKSEN TÄRKEYS PANKKIPALVELUISSA .....	29
5.1	Digiajan asiakaskokemus .....	29
5.2	Digitaalinen asiakaskokemus Osuuspankin verkkopalvelussa .....	30
5.3	Asiakkaiden kokema hyöty .....	32

5.4	Senioriasiakkaat ja sähköiset pankkipalvelut .....	33
5.5	Asiakkaiden suhtautuminen verkkopalveluun .....	34
5.6	Itsepalvelun arvo asiakkaalle .....	35
5.7	Turvallisuus itsepalvelukanavissa.....	36
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	38
6.1	Tutkimusmenetelmät.....	38
6.2	Kyselylomakkeen laatiminen .....	39
6.3	Haastattelukysymysten laatiminen ja vastausten litterointi .....	41
6.4	Reliabiliteetti ja validiteetti.....	42
6.5	Eettiset näkökulmat tutkimuksissa.....	43
7	TUTKIMUSTULOKSET ASIAKKAIDEN NÄKÖKULMASTA.....	45
8	TUTKIMUSTULOKSET TYÖNTEKIJÖIDEN NÄKÖKULMASTA.....	57
9	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSIDEAT .....	60
10	YHTEENVETO JA POHDINTA.....	65
	LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT.....	68
	LIITE 1: ASIAKKAIDEN KYSELYLOMAKE .....	71
	LIITE 2: HAASTATTELUKYSYMYKSET .....	77
	LIITE 3: ASIAKKAIDEN AVOIMET VASTAUKSET.....	79

## 1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö tehdään yhteistyössä Pohjois-Savon Osuuspankin kanssa, ja sen tutkimusongelma voidaan kuvata seuraavia kysymyksiä käyttäen: miksi Pohjois-Savon Osuuspankissa on vielä senioriasiakkaita, jotka eivät käytä aktiivisesti sähköisiä pankkipalveluita, miten sähköisiä palveluita tulisi kehittää, jotta niitä olisi helpompi käyttää, miksi osa senioriasiakkaista asioi edelleen mieluummin konttorilla kuin sähköisissä kanavissa sekä miten Pohjois-Savon Osuuspankin senioriasiakkaat saataisiin asioimaan aktiivisemmin sähköisissä palvelukanavissa? Muita keskeisiä aiheita tässä opinnäytetyössä tutkimusongelman lisäksi ovat digitalisaatio sekä sen mukana tulevat muutokset, jotka vaikuttavat finanssialalla toimimiseen, digitaalinen asiakaskokemus, sekä asiakashyöty.

Opinnäytetyön aihe täsmentyi työn ohella, sillä digitalisaation vaikuttaessa jatkuvasti finanssialaan sähköiset pankkipalvelut, teknologian kehitys ja erilaiset itsepalvelukanavat ovat läsnä jokapäiväisessä elämässä. Tästä huolimatta konttoreilla asioi vielä paljon asiakkaita, jotka käyttävät kassapalveluita ja maksavat esimerkiksi laskunsa pankissa. Matkat konttoreille saattavat olla pitkiä, toimenpiteet joudutaan suorittamaan aukioloaikojen puitteissa ja niiden käytöstä veloitetaan suurempi summa kuin itsepalvelukanavissa. Suunnitelma työstä esitettiin toimeksiantajalle ja sen toteuttamista alettiin pohtimaan yhdessä. Palaverien tuotoksena päädyimme toteuttamaan Varmuutta Verkkoon-kiertueen Pohjois-Savon Osuuspankin seitsemällä eri konttorilla loka-marraskuun vaihteessa vuonna 2018, joissa pankin senioriasiakkailla oli mahdollisuus saada opastusta sähköisten pankkipalveluiden käyttöönotossa sekä konkreettisessa käytössä. Tapahtuman tarkoituksena oli aktivoida ja rohkaista asiakkaita ottamaan sähköiset palvelut aktiiviseen käyttöönsä, sekä kerätä heiltä vastauksia opinnäytetyössä käytettyyn kyselyyn sähköisten palveluiden käyttöönotosta sekä kehittämisestä.

Opinnäytetyön tekijä aloitti opintoihin pohjautuvan viiden kuukauden mittaisen harjoittelujakson Pohjois-Savon Osuuspankissa syksyllä 2017, jonka jälkeen hän sai jatkaa tehtävässään asiakasneuvojan roolissa. Tällä hetkellä opinnäytetyön tekijä ei enää työskentele Pohjois-Savon Osuuspankissa, sillä hän siirtyi tammikuussa 2019 OP Ryhmän sisällä toisiin tehtäviin. Työn tekijän mielenkiinto palveluiden kehittämiseen, toimintatapojen muuttamiseen finanssialalla sekä digitalisaation tuomiin mahdollisuuksiin innosti myös toimeksiantajaa, jonka vuoksi he olivat mielellään tukemassa työn etenemistä Varmuutta Verkkoon-tapahtuman järjestämisessä, markkinoinnissa ja toteuttamisessa.

Opinnäytetyöni alkaa OP Ryhmän sekä itse toimeksiantaja Pohjois-Savon Osuuspankin esittelyllä, jonka jälkeen siirrytään finanssipalveluiden maailmaan. Neljännessä luvussa käydään läpi digitalisaatiota sekä sen mukana tulleita mahdollisuuksia finanssialalle, kun taas viidennessä luvussa käsitellään asiakaskokemuksen tärkeyttä ja asiakashyötyä itsepalvelukanavien kannalta. Kuudennessa luvussa kuvataan erilaisia tutkimusmenetelmiä, sekä syvennytään tässä tutkimuksessa käytettyihin periaatteisiin. Seitsemäs luku käsittää asiakkaille tehdyn kyselyn tutkimustulokset, kun taas kahdeksannessa luvussa käydään samat asiat läpi työntekijöiden haastatteluiden perusteelta niiden vastausten osalta, joita ei ole käytetty teoreettisessa viitekehityksessä. Yhdeksännessä luvussa käydään läpi johtopäätökset ja tutkimuksesta tulleet kehitysehdotukset, kun taas viimeisessä luvussa nostetaan esille omia kehitysideoita, sekä pohditaan opinnäytetyön haasteita ja onnitumista kokonaisuudessaan.

## 2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

Opinnäytetyöni toimeksiantajaksi valikoitui Pohjois-Savon Osuuspankki, joka kuuluu yhtenä suurimmista Osuuspankeista OP Ryhmään. Toimeksiantajan valinta oli tässä tapauksessa helppoa, sillä työskentelin samassa yrityksessä, ja olin työni puolesta löytänyt mielenkiintoisen aiheen tutkimuksen toteuttamiseksi. Tässä luvussa tutustutaankin OP Ryhmän toimintaan, sekä sen jälkeen paikallisesti vaikuttavaan Pohjois-Savon Osuuspankkiin.

### 2.1 OP Ryhmä

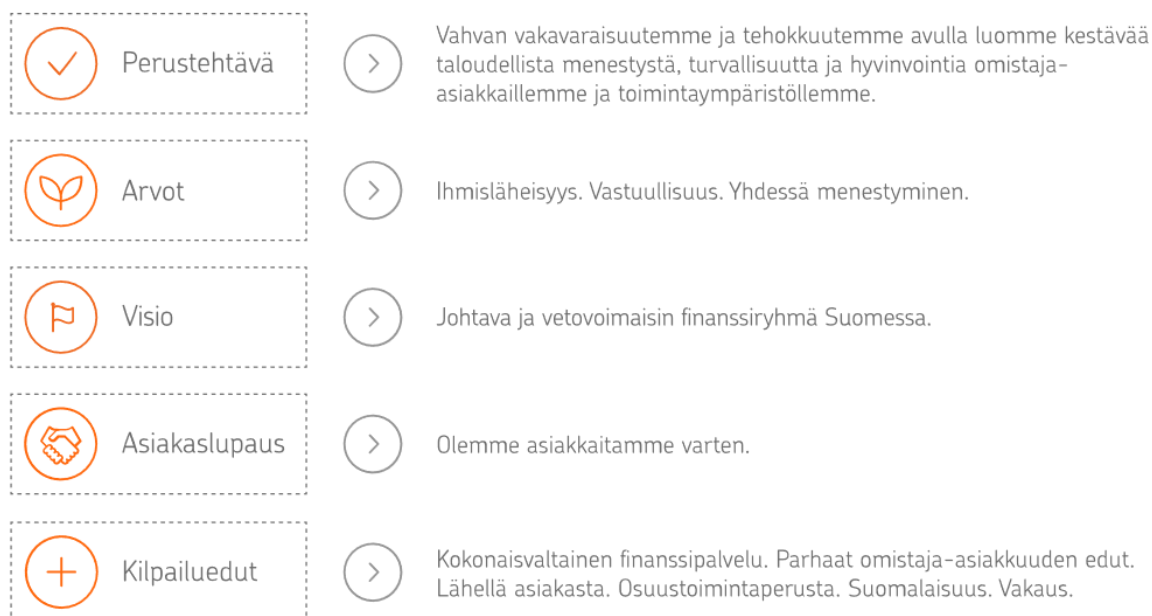
OP Ryhmä on vuonna 1902 perustettu osuustoiminnallinen finanssiryhmä, joka muodostuu 156 jäsenosuuspankista sekä lisäksi OP Osuuskunnasta tytär- ja lähiyhteisöineen. OP on tällä hetkellä Suomen suurin finanssiryhmä, ja sen 1,9 miljoonaa omistaja-asiakasta omistaessaan Osuuspankit ja sen myötä OP Ryhmän työllistävät tällä hetkellä noin 12 000 asiantuntijaa Suomessa ja Baltian maissa. (OP Ryhmä a s.a.)

Osuuspankilla on kolme pääliiketoiminta-aluetta, jotka muodostuvat pankkitoiminnan henkilöasiakkaista sekä pienistä- ja keskisuurista yritysasiakkaista, yritys- ja instituutioasiakkaista sekä vakuutusasiakkaista. Osuuspankin palvelut muodostuvat pankkitoiminnasta, sijoitustoiminnasta sekä vakuutuspalveluista ja ne tarjoavat asiakkailleen kaikista kolmesta kategoriasta koostuvat maan kattavimmat palvelut. Paikallisen toimijan palvelut ovat saatavilla sekä kattavasta konttoriverkostosta kautta maan että monipuolisten digitaalisten kanavien kautta. (OP-Year 2018, 13.)

OP Ryhmän strategian ytimessä ovat asiakaskokemus sekä sen jatkuva kehittäminen digitalisoimalla toimintoja ja palveluita, ja sen painopisteeksi erinomaisen työntekijä- ja asiakaskokemuksen ohella on nostettu omistaja-asiakasmäärän nousu vähintään kahteen miljoonaan. Strategian taustalla piilee finanssialalla oleva murros, sekä asiakkaiden muutokset käyttäytymisessä ja odotuksissa. OP Ryhmän perustehtävänä on luoda kestävää ja taloudellista menestystä, hyvinvointia sekä turvallisuutta omille omistaja-asiakkailleen sekä toimintaympäristölleen vakavaraisuuden ja tehokkuuden avulla. (OP Ryhmä b s.a.)

OP Ryhmän arvoja kuvastavat ihmisläheisyys, vastuullisuus sekä yhdessä menestyminen. Osuustoiminnallisena yrityksenä organisaatiota ohjaavat liiketoimintarooli, jonka avulla yritys huolehtii tuloksesta ja vakavaraisuudesta, sekä yhteisöllinen rooli, jonka tehtävänä on edistää Osuuspankin asiakkaiden ja toimintaympäristön menestystä sekä hyvinvointia. OP Ryhmä ei tavoittele voiton maksimointia, vaan sen päällimmäisenä tarkoituksena on tuottaa omistaja-asiakkaiden tarvitsemia palveluita niin tehokkaasti ja kilpailukykyisesti kuin mahdollista. Liiketoiminnan tulos käytetään vahvistamaan OP Ryhmän tasetta, sekä suoraan asiakkaiden hyväksi. Asiakkaiden etu ohjaakin koko ryhmän toimintaa, ja sekä tuotteita että palveluita kehitetään jatkuvalla teholla vastaamaan asiakkaiden tarpeita ottamalla huomioon erilaiset asiakassegmentit eli asiakasryhmät sekä palveluiden kattavuuden ja saatavuuden. (OP Ryhmä c s.a.)

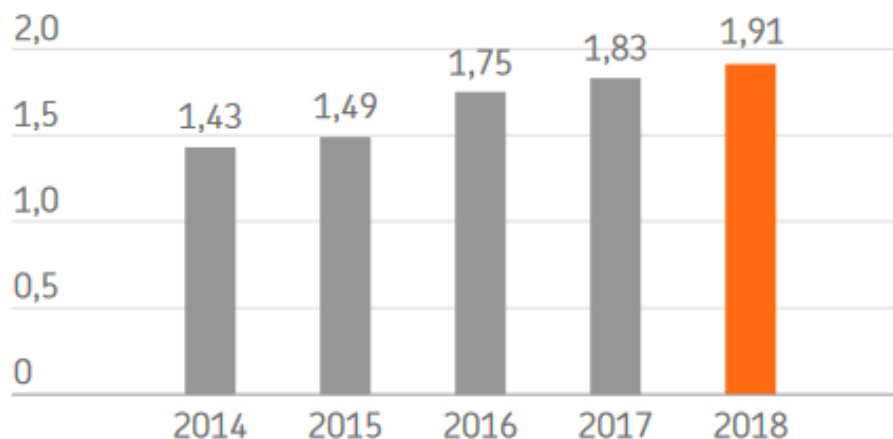
OP Ryhmän visiona on olla Suomen johtava ja vetovoimaisin finanssialan yritys. OP Ryhmän kilpailuetuna voidaan pitää suomalaisuutta, osuustoimintaperiaatetta sekä paikallisuutta. Osuuspankit ovat lähellä asiakkaitaan, sekä tarjoavat omille omistaja-asiakkailleen parhaita etuja ja kokonaisvaltaisia finanssipalveluita niin pankki- kuin vakuutuspuolella. Kuvassa 1 on havainnollistettu aikaisemmin käytettyjä termejä Osuuspankin strategian peruselementeistä. (OP Ryhmä b s.a.)



KUVA 1. Osuuspankin strategian peruselementit (OP Ryhmä.)

Omistaja-asiakkaana asiakas pystyy vaikuttamaan pankin edustajiston vaaleissa antamalla oman äänioikeutensa, sekä saa parhaimmat ja monipuolisimmat paikalliset ja pankin sisäiset edut omaan käyttöönsä. Omistaja-asiakkaaksi voi liittyä maksamalla kertasijoituksena olevan jäsenosuussumman. Omistaja-asiakkaana asiakkaalle kertyy OP-bonuksia muun muassa tileillä olevista pääomista, säästöistä ja sijoituksista, vakuutuksista sekä lainoista, joita käytetään palvelu- ja vakuutusmaksuihin. Vuonna 2018 asiakkaille kertyi bonuksia yhteensä 230 miljoonaa euroa. Kuviossa 1 on havainnollistettu Osuuspankkien omistaja-asiakkaiden määrän kehittymistä vuodesta 2014 vuoteen 2018. (OP-Year 2018, 17.)

## Omistaja-asiakkaat, milj. asiakasta



KUVIO 1. Osuuspankkien omistaja-asiakasmäärän kehittyminen vuosien varrella (OP-Year 2018, 17.)

### 2.2 Pohjois-Savon Osuuspankki

OP Pohjois-Savo ja oikealta nimeltään Pohjois-Savon Osuuspankki kuuluu OP Ryhmään ja on sekä yksi sen suurimmista pankeista että johtava toimia omalla alueellaan. Pohjois-Savon Osuuspankilla on yhdeksän eri konttoria, jotka sijaitsevat Iisalmessa, Juankoskella, Varpaisjärvellä, Varkaudessa, Nilsiässä, Siilinjärvellä, Leppävirralla, Suonenjoella sekä Kuopiossa, josta löytyy myös OP Pohjois-Savon pääkonttori. Konttoriasiain ohella Pohjois-Savon Osuuspankki tarjoaa asiakkailleen mahdollisuutta hoitaa pankki- ja vakuutusasioita verkkoneuvottelun ja puhelinpalvelun välityksellä. 01.03.2018 Pohjois-Savon Osuuspankkiin fuusioituivat Leppävirta sekä Suonenjoki. Pohjois-Savon Osuuspankki tarjoaa sekä henkilö- että yritysasiakkaille kattavan valikoiman jokaisen elämäntilanteen sopivia tuotteita ja palveluita. Näihin lukeutuvat päivittäisten raha-asioiden palvelut, sijoitus- ja vakuutuspalvelut, varallisuudenhoidon palvelut, rahoituspalvelut, lainopilliset palvelut sekä OP-Kiinteistökeskuksen tarjoamat palvelut. (OP Ryhmä a s.a.)

Pohjois-Savon Osuuspankin paikallisuuden ydin linkittyy omistaja-asiakkuuteen, joita pankilla on tällä hetkellä hieman yli 80 000 kpl. Omistaja-asiakkuuden ansiosta pankki toimii oman toimialueensa hyväksi kehittämällä asiakkaidensa, omistaja-asiakkaidensa sekä toimintaympäristön hyvinvointia. Pankki palkitsee omistaja-asiakkaitaan esimerkiksi paikallisilla eduilla sekä keskittämisen kautta kertyvillä bonuksilla. Pohjois-Savon Osuuspankin omistaja-asiakkaat saavat etuja erilaisiin kumppaniyhteyksiin ja tapahtumiin esimerkiksi urheiluun ja kulttuuriin liittyen, jotka löytyvät koostetusti muun muassa OP-mobiilista. Omistaja-asiakkuuden voi todistaa Pivosta ja OP-mobiilista löytyvän sähköisen jäsenkortin perusteella, pankkikorttiin liitetyn leiman avulla tai paperisen jäsenkortin voimin. (OP Ryhmä a s.a.)

Pohjois-Savon Osuuspankki markkinoi itseään aktiivisesti myös sosiaalisessa mediassa kuten Instagramissa ja Facebookissa erilaisten kuvien ja julkaisuiden perusteella. Näistä käyvät ilmi esimerkiksi omistaja-asiakkaiden paikalliset edut sekä erilaiset tapahtumat, joissa OP Pohjois-Savo on aktiivisesti mukana. Pohjois-Savon Osuuspankki on mukana vuosittain järjestettävissä koko perheen Hippon tapahtumissa, jotka kantavat talvisin nimeä Hippon hiihdot sekä muina sesonkeina Hippon kisat. Perhetapahtumien ohella OP Pohjois-Savo antaa opastusta sähköisiin pankkipalveluihin liittyen Varmuutta Verkkoontapahtumien tiimoilta, joissa kerrotaan, kuinka omaa arkea voi helpottaa sähköisten pankkipalveluiden avulla. Asiakkailta on myös mahdollisuus harjoitella yhdessä pankin henkilökunnan kanssa oman älypuhelimien tai tabletin käyttöä sähköisiin pankkipalveluihin liittyvissä asioissa. Tämän lisäksi pankki on mukana vuonna 2019 Kesäduuni Pohjois-Savon OP:n piikkiin-kampanjassa, jossa tarjotaan sadalle 15-17-vuotiaalle nuorelle kesätyöpaikkaa toimialueen yhdistyksissä pankin rahallisen lahjoituksen voimin. (OP Ryhmä e s.a.)

### 3 PANKKITOIMINTA

Pankkitoiminta sai alkunsa kultaseppien toiminnasta, johon liittyivät sekä rahanvaihtajat että rahaa säilytettäväksi ottaneet tahot. Kun talletustoimintaan liittyi pian luotonanto, olivat pankkitoiminnan keskeisimmät elementit saaneet alkunsa. Rahalaitokset, jotka käyttivät pankki-nimeä, tarjosivat asiakkailleen maksuvälineitä, ottivat vastaan talletuksia sekä myönsivät luottoja yrityksille ja yksityishenkilöille. Nykyaikainen pankkitoiminta alkoi muodostumaan 1800-luvulla useissa teollisuusmaissa Suomessa mukaan lukien, kun kansantalouden kehittymisen myötä kansalliset rahoitusjärjestelmät kuten keskuspankki ja erilaiset rahoituslaitokset alkoivat muodostumaan. Pankkitoiminnan kehitys tapahtui kansallisesti näihin aikoihin asti, jonka vuoksi eri maiden välille syntyi suuria eroja rahoitusjärjestelmiin peilaten. Osuuskassatoiminta käynnistyi Suomessa vuonna 1902, jolloin ensimmäinen Keskuslainarahasto perustettiin ja jota seurasivat osuuskassat. Osuuskassat muuttuivat Osuuspankeiksi vuonna 1970 (Kontkanen 2015, 9,13). Tässä luvussa käsitellään finanssipalveluita, pankkipalveluiden muutoksia, monikanavaisuutta, erilaisia kanavavaihtoehtoja sekä PSD2-direktiiviä.

#### 3.1 Finanssipalvelut

Finanssi-termillä on viitattu aikaisemmin julkiseen talouteen sekä valtion varoihin, mutta nykyään sillä tarkoitetaan yleensä raha-asioita, talousasioita sekä varallisuutta. Näin ollen finanssipalveluilla tarkoitetaan palveluita, joihin liittyy raha-asioiden hoitaminen. Finanssipalveluita ovat lähes kaikki pankki- ja vakuutusyhtiön tarjoamat palvelut. Ne määritellään Euroopan Unionin vuonna 2002 hyväksytyssä kuluttajille suunnatussa rahoituspalveluiden etämyyntiä koskevassa direktiivissä eli lainsäädäntöohjeessa pankki-, luotto ja vakuutuspalveluiksi, sekä lisäksi maksutapahtumiksi, yksilölliseksi eläkkeeksi ja sijoituksiksi. Kyseinen direktiivi astui Suomen kuluttajalainsäädäntöön voimaan vuonna 2005, jolloin finanssipalvelut kuvattiin kuvion 2 mukaisella tavalla. (Järvinen ja Ylikoski 2012, 14.)



KUVIO 2. Finanssipalveluiden kuvaus (Järvinen ja Ylikoski 2012, 14.)

### 3.2 Pankkipalveluiden muutokset ja toiminta tulevaisuudessa

Kuluneiden vuosikymmenien aikana finanssipalvelut ovat kokeneet todellisen teknologian kehityksen, ja sen uusi aikakausi alkoi vuonna 1980 pankkikorttien saapuessa markkinoille. Tämän jälkeen pankkiautomaatit yleistyivät katukuvassa ja vuonna 1996 verkkopankki otettiin käyttöön (Järvinen, Rosti ja Ylikoski 2006, 121-122). Ei siis ole ihme, että pankeilla on käytössään sovelluksia jokaiselta vuosikymmeneltä 60-luvulta eteenpäin, ja niihin on lisätty uusia järjestelmiä kerta toisensa jälkeen. (Eskeinen ja Gerdt 2018, 166.)

Teknologia on kehittynyt viime vuosina huimaa vauhtia, ja jotta asiakkaat pysyvät sen kehityksessä mukana, on heille jätetty uusien palveluiden rinnalle vielä mahdollisuus käyttää aikaisemmin käytössä olleita vaihtoehtoja (Järvinen, Rosti ja Ylikoski 2006, 121-122). OP Osuuskunnan Product Owner Piia Jakola kertoi haastattelussa (2018-11-15) finanssialan olevan kovassa digitaalisessa murroksessa, ja rinnalle tulee koko ajan uusia toimijoita eri toimialoilta. Suomalaisten ja muiden eurooppalaisten pankkien rinnalle on tullut uudenlaista kilpailua eri toimialoilta, sillä esimerkiksi tällä hetkellä Norwegian-lentoyhtiö tarjoaa asiakkailleen luottokortteja, ja samaa tekee Amazon-verkkokauppana. Lisäksi mukana ovat suuret digijätit kuten Apple, joka tarjoaa asiakkailleen Apple Payta. Murros kasvaa koko ajan ja maksamisen sekä pankkitoiminnan eri osat alkavat integroitumaan asiakkaan arkeen nykyisten ja uusien toimijoiden kautta. Asiakkaiden käyttäessä arjessa monenlaisia sujuvia verkko- ja mobiilipalveluita esimerkiksi isompien globaalien toimijoiden kuten Applen tai Googlen tarjoamina, luovat nämä odotuksia sovellusten helppokäyttöisyyden ja toiminnallisuuksien osalta.

Pohjois-Savon Osuuspankin pankinjohtaja Antti-Jussi Pitkälä totesi haastattelussa (2018-11-14), että pankkipalvelut ovat kehittyneet valtavasti sinä aikana, kun hän on ollut Pohjois-Savon Osuuspankissa töissä. Aloitettuaan pankissa vuonna 2003 Pitkälä kertoi op.fi:stä olleen puhetta, ja se oli silloin vielä ihan alkutekijöissään. Tänä päivänä OP-mobiilia käytetään määrältään useammin kuukauden aikana, mutta op.fi:llä on silti vielä enemmän käyttäjiä kokonaisuudessaan. Kehitys on ollut Pitkälän mukaan valtavaa siihen verrattuna mistä on lähdetty liikkeelle, sillä aluksi palvelussa oli mahdollista maksaa laskuja ja nähdä eri palveluita, kun taas nykyään siellä on laajalti erilaisia mahdollisuuksia. Lisäksi uusia kanavia tullut vanhojen rinnalle. Palvelujohtaja Satu Martikaisen mukaan (2018-11-14) hänen aloittaessaan pankissa myös kaikki muut asiat piti hoitaa konttorilta käsin lukuun ottamatta laskujen maksua, joka oli mahdollista tehdä sähköisessä palvelukanavassa. Nykyään pankissa ei tarvitse asioida välttämättä laisinkaan, sillä jopa asuntolainaa voi hakea sähköisesti verkosta. Martikainen toteaa, että jos hän ei olisi pankissa töissä, ei hänen tarvitsisi asioida konttorilla välttämättä ollenkaan, koska kaiken voisi hoitaa pankin sähköisissä palvelukanavissa.

OP Ryhmä investoi vuosittain 400m€ uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen, sekä sitä kautta teknologian uudistamiseen. OP Osuuskunnan Product Owner Piia Jakolan mukaan (2018-11-15) näiden varojen avulla on tarkoituksena muun muassa kehittää helppoja tunnistamis- ja vahvistamisratkaisuita, siirtyä kohti älykkäämpää oman talouden hallintaa, saada henkilökohtaisempaa asiakaskokemusta digitaalisissa kanavissa ja Osuuspankin asiointipalveluissa, sekä digitalisoida palveluita ja pro-

sesseja, jotta asiakkaat voivat jatkossa hoitaa pankkiasiansa kotisohvalta käsin. Jakola kertoo haastattelussaan, että robotiikkaa hyödynnetään Osuuspankissa lyhyiden työkulkujen automatisointiin esimerkiksi lainahakemusten käsittelyyn. Samaa asiaa käsitellään myös Finextran artikkelissa, jossa perehdytään digitalisaatioon pankkisektorilla. ”Pankkien pitäisi sisällyttää digitalisaatio heidän visioon ja strategiaan, jolla on vaikutusta myös heidän budjettiin eli talousarvioon.” (Sreedhar 2018.)

### 3.3 Monikanavaisuus

Monikanavaisuudella tarkoitetaan sitä tilannetta, kun palveluyritys tarjoaa asiakkailleen palveluita vähintään kahden erilaisen kanavan kautta samanaikaisesti, joita asiakas voi hyödyntää valintansa mukaan eri tilanteissa. Finanssialalla eniten käytettyjä palvelukanavia ovat konttorit, puhelinpalvelu sekä internet. Asiakkaiden kannalta saatavuus ja käytön helppous ovat erityisen tärkeitä, sillä saatavuuden mahdollinen heikkeneminen voi johtaa siihen, että asiakas joutuu käyttämään enemmän aikaa esimerkiksi muuttuneiden aukioloaikojen tai pidentyneiden matkojen vuoksi, jolloin kulutetut resurssit sekä palveluiden arvo eivät enää kohtaa. Tämän johdosta on mahdollista, että asiakas alkaa harkita muita vaihtoehtoja kanavien tai palveluyritysten joukosta. Monikanavaisuudella voidaan siis tuottaa asiakkaalle lisäarvoa, sillä sen avulla palvelut ovat paremmin heidän saatavillaan, koska heillä on mahdollista valita asiointipaikka useista eri vaihtoehdoista. Saatavuuteen liittyvät myös vahvasti helppous ja nopeus, joita asiakkaat arvostavat tutkimustulosten mukaan todella paljon. (Järvinen ja Ylikoski 2012, 124-126; SAS 2019.)

Monikanavaisuuden hyvien puolien lisäksi se tuottaa asiakkaille myös haasteita, sillä asiakas ei välttämättä osaa tiedostaa eri kanavien vahvuuksia ja heikkouksia. Kanavien mutkaton käyttö edellyttää, että asiakkailla on erilaisia taitoja niiden hallintaan. Näistä voidaan nostaa esimerkiksi sähköisten palvelukanavien käyttö ja asiakkaan puutteelliset tietotekniset taidot, sekä konttoriasiointi sellaiselle asiakkaalle, joka asuu haja-asutusalueella eikä omista omaa autoa tai voi syystä tai toisesta käyttää julkisia liikenneyhteyksiä. Tämä voidaan summata siten, että mitä enemmän vaihtoehtoja asiakkailla on käytössään, sitä enemmän niiden sujuva käyttö vaatii asiakkailta. (Järvinen ja Ylikoski 2012, 126.)

### 3.4 Finanssipalveluiden kanavavaihtoehdot

Finanssipalvelut tarjoavat asiakkailleen joko suoran tai epäsuoran kanavan, joiden kautta heillä on mahdollisuus asioida. Kun palveluyritykset ja asiakkaat käyvät kaupankäyntiä keskenään, on kysymyksessä suora kanava. Epäsuorasta kanavasta puhutaan taas silloin, kun palvelun tuottajan ja asiakkaan välillä on yksi tai useampi välittäjä tai tekninen väline. Epäsuorien kanavien tarkoituksena on kasvattaa arvoa ja saatavuutta tarjotun palvelun tiimoilta. (Järvinen ja Ylikoski 2012, 124.)

Palvelualoilla kuten finanssialalla tavallisimpia monikanavarakenteita ovat konttori, myyntiryhmä, asiamies, automatisoitu palvelupiste, suora- ja telemarkkinointi sekä sähköinen kanava, jotka ovat havainnollistettu taulukossa 1. Taulukon kolme ensimmäistä kohtaa ovat suunnattu suoraan henkilökohtaisesti asiakkaalle, ja erityisesti pankin konttoreissa tämä koetaan tärkeänä asiointiperusteena. Kontto-  
riverkostoa on kuitenkin lähdetty supistamaan monilla palvelualoilla, jonka tilalle asiakkaille tarjotaan

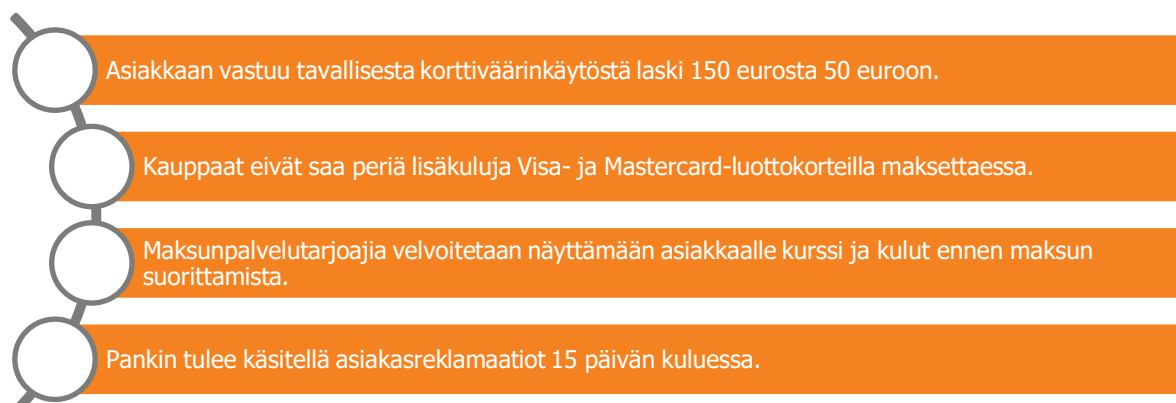
itsepalvelua. Taulukon neljäs sekä viimeinen kohta kuvastavat kanavia, joissa asiakkaan on tultava itse toimeen. Viidennessä kohdassa on nostettu esille suora- ja telemarkkinointi, jossa palvelun laadulle ei aseteta samanlaisia vaatimuksia kuin henkilökohtaiselle palvelulle. (Järvinen ja Ylikoski 2012, 124-125.)

TAULUKKO 1. Kanavarakenteet palvelualoilla (Järvinen 2001, 125.)

KANAVARAKENNE	OMINAISPIIRTEET
Konttori	Palveluhenkilökunta, asiakkaat tulevat liikehuoneistoon.
Myyjät ja myyntiryhmät	Palveluhenkilökunta, joka käy asiakkaiden luona.
Asiamies	Yksinyrittäjä, joka käy asiakkaiden luona, ei omaa liikehuoneistoa. Edustaa palvelun tarjoajaa.
Automatisoitu palvelupiste	Ei palveluhenkilökuntaa, asiakkaat tulevat liikehuoneistoon. Sijaitsee konttorin yhteydessä tai kaupallisessa keskuksessa.
Suora- ja telemarkkinointi	Palveluyritys ja asiakkaat käyvät kauppa omista toimipisteistään puhelimen ja postin välityksellä.
Sähköinen kanava	Asiakasyhteydet sähköisen kanavan välityksellä palveluyrityksen ja asiakkaiden toimipisteiden välillä.

### 3.5 PSD2-direktiivi

PSD2-direktiivi eli englanninkieliseltä nimeltään Payment Service Directive 2 on uusi maksupalveludirektiivi, jonka tarkoituksena on kohentaa asiakkaiden oikeuksia, finanssitoimialalla olevaa kilpailua sekä näin parantaa asiakkaiden palveluvalikoimaa. Direktiivi mahdollistaa asiakkaille oman pankin ohella myös muidenkin sovellusten hyödyntämisen tilien käyttämiseen ja maksamiseen liittyvissä asioissa. Uusi direktiivi astui voimaan tammikuun 13. päivä vuonna 2018, mutta sen kautta tulevat muutokset astuvat voimaan vaiheittain. Kuvion 3 mukaan vuoden 2018 alussa tulleita muutoksia olivat muun muassa seuraavat asiat.



KUVIO 3. Maksupalveludirektiiviin vuoden 2018 alussa tulleita muutoksia (OP a s.a.)

Edellä mainittujen muutosten lisäksi uusia lainsäädännön tuomia lisäyksiä on tulossa seuraavan kahden vuoden aikana. Odotettavissa on, että nykyisten maksukorttien sekä verkkomaksujen rinnalle syntyy uusia pankista riippumattomia maksutapoja, ja palveluita voivat jatkossa tarjota myös eri toimialojen suuret yritykset tai FinTech eli finanssiteknologian toimijat. Tämän lisäksi maksamisen turvallisuuden takaamiseksi lainsäädäntö edellyttää asiakkaan vahvaa tunnistamista sekä maksujen vahvistamista, jota vaaditaan tilitieto- ja maksupalveluita käytettäessä. Näillä turvatoimilla lainsäädäntö varmistaa, että asiakkaan identiteetti eli henkilöllisyys ja varallisuudet pysyvät suojattuina. Viimeistään vuoden 2019 aikana pankit sekä muut palveluiden tarjoajat alkavat tuoda asiakkaiden saataville uusia palveluita, joiden käyttöön oton asiakas saa itse määrittää. (OP a s.a.)

## 4 DIGITALISAATIO

Business Dictionary määrittelee digitalisaation seuraavalla tavalla: ”Digitalisen teknologian sisällyttäminen jokapäiväiseen elämään siten, että kaikki mitä voidaan digitalisoida, digitalisoidaan” (Business Dictionary). Tässä luvussa käydään läpi nyky-yhteiskunnassa vaikuttavia megatrendejä, älylaitteiden määritelmät, Osuuspankin tarjoamat sähköiset palvelukanavat sekä tulevaisuuden teknologian kautta saatavia uusia tunnistustapoja asiakkaiden asiointiin helpottamiseksi ja lisäämiseksi.

### 4.1 Megatrendit

Megatrendillä tarkoitetaan sellaisia suuntauksia, joilla on laajoja sekä maailmanlaajuisia vaikutuksia. Megatrendeilla on vuosien taakse ulottuva historia, sekä ne tulevat vallitsemaan seuraavat viidestä kymmeneen vuotta eteenpäin. Yritysten näkökulmasta megatrendit ovat oleellinen osa organisaatioiden tulevaisuutta, sillä ne ovat osa tätä päivää, ja ne on otettava huomioon liiketoiminnan suunnittelussa. Kuviossa 4 on otettu huomioon kymmenen megatrendiä, jotka vaikuttavat ihmisten elämään tällä hetkellä, ja joilla voi olla merkittäviä vaikutuksia tulevaisuudessa liiketoimintaa tarkasteltaessa. (Hiltunen 2017, 37.)



KUVIO 4. Kymmenen liiketoiminnan kannalta oleellista megatrendiä (Hiltunen 2017, 37.)

OP Ryhmä sekä sen kautta Osuuspankit ovat tällä hetkellä toimintaympäristön sekä toimialamuutoksen keskellä erilaisten megatrendien vaikuttaessa niihin. Teknologian vauhdikas kehittyminen vaikuttaa myös finanssialan toimintaan, ja sen nähdään olevan keskeinen tekijä finanssialan tämän hetkessä murroksessa. Asiakkaiden odotukset ovat korkealla, sillä he haluavat, että heille on tarjolla mutkattomia sekä kilpailukykyisiä palveluita siellä missä he itse ovat. Koska palveluiden ja tuotteiden kilpailuttaminen on tehty erittäin yksinkertaiseksi, on asiakkailta myös helpompaa vaihtaa palveluntarjoajalta toiselle. Teknologialla on siis suuri vaikutus esimerkiksi asumiseen, ostamiseen sekä rahoitukseen. (OP-Year 2018, 22.)

Datan kerääminen mahdollistaa yrityksissä sen, että palveluja voidaan kehittää asiakaslähtöisempään suuntaan. Datan määrä yrityksissä kasvaa, ja sen käsittely on erittäin tehokasta, mistä onkin tullut useiden yritysten yksi menestystekijöistä. Tämä johtaa taas omalta osaltaan siihen, että asiakkailla on mahdollisuus saada monipuolisempia palveluita, jotka täyttävät juuri heidän tarpeensa. Asiakkailla on kuitenkin mahdollisuus päättää datan käyttötarkoitukset omilla suostumuksillaan. (OP-Year 2018, 22.)

Globalisaatio eli maailmanlaajuinen verkottuminen vaikuttaa myös suomalaisiin finanssialan toimijoihin, sillä kuluttajat voivat ostaa ulkomaalaisten yritysten palveluita erittäin helposti niiden saatavuuden vuoksi. Tämän lisäksi uusia vaatimuksia finanssialalle asetetaan muun muassa väestön ikääntymisen sekä kaupungistumisen puolelta, ja taloudellinen murros ajaa yrityksiä kehittämään sekä sisäisiä että ulkoisia malleja, miten toimia. (OP-Year 2018, 22.)

Ilmastonmuutos vaikuttaa tällä hetkellä kaikkiin toimialoihin, ja siihen sopeutuminen sekä kestävä tulevaisuuden toteuttaminen vaativat toimenpiteitä muiden alojen ohella myös finanssialalla. Kyseinen megatrendi vastuullisuuden ohella vaikuttaa myös asiakkaiden päätöksentekoon. Kuvassa 2 havainnollistetaan neljää erilaista megatrendejä. (OP-Year 2018, 22.)

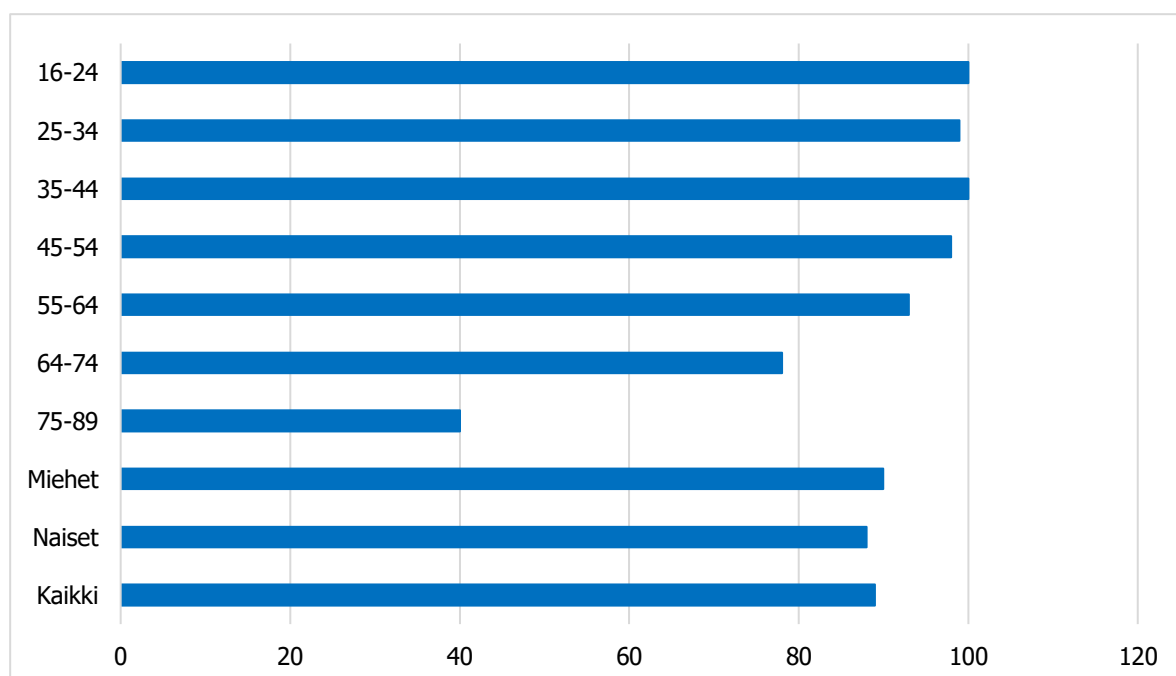


KUVA 2. Megatrendien vaikutus toimintaympäristön ja toimialan muutokseen (OP-Year 2018, 21.)

## 4.2 Älylaitteet

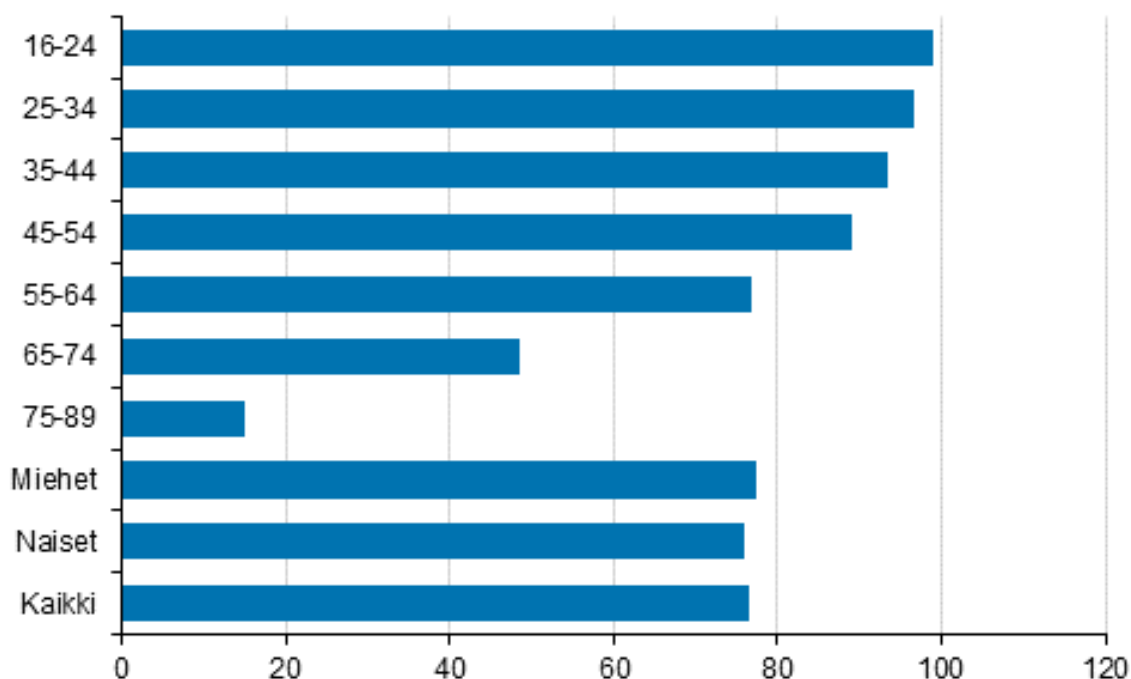
Nykypäivänä voidaan todeta, että lähestulkoon jokaisella ihmisellä on käytössään matkapuhelin, jolla on mahdollisuus käyttää internetiä toimivan datayhteyden avulla. Samalla älypuhelimien osuus kasvaa ihmisten keskuudessa kovalla vauhdilla, josta seuraa se, että muutaman vuoden sisällä melkein jokainen pystyy käyttämään omalla älypuhelimellaan internetpalveluita ajasta ja paikasta riippumatta. Tämä johtaa samalla siihen, että älypuhelimien ominaisuudet kehittyvät huimaa vauhtia, mutta niiden hinnat pysyvät maltillisina, jotta jokaisella on mahdollisuus ostaa laite haltuunsa. (Filenius 2015, 18.)

Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö vuoden 2018 tutkimuksen perusteella saadaan selville, että melkein jokainen alle 55-vuotias henkilö käyttää maailman laajuista tietoverkkoa eli internetiä, ja sen käyttö vähenee vain hieman liikuttaessa ikäryhmissä ylöspäin. Tutkimuksessa todetaan, että 16-89-vuotiaista kansalaisista 89 prosenttia käyttää internetiä vuoden 2018 aikana. Suurimmissa ikäryhmissä internetin käyttö oli kuitenkin vielä vuoden 2018 tutkimuksen perusteella vähäistä. Kuviosta voidaan myös huomata, että miesten ja naisten välinen ero ei ole internetin käytön suhteen suuri. Internetin käyttö kuviossa perustuu siihen, että ihmiset ovat käyttäneet sitä viimeisen kolmen kuukauden aikana. Internetiä käytetään eniten matkapuhelimilla, jonka jälkeen toiseksi yleisimmät käyttölaitteet ovat kannettavat tietokoneet. Kolmanneksi eniten internetiä käytetään tablettitietokoneilla, sekä vähiten pöytätietokoneella 16-89-vuotiaiden suomalaisten keskuudessa. Kuviossa 5 havainnollistetaan %-osuutta väestöstä, jotka käyttävät internetiä. (Tilastokeskus 2018.)



KUVIO 5. Väestön %-osuus, joka käyttää internetiä (Tilastokeskus 2018.)

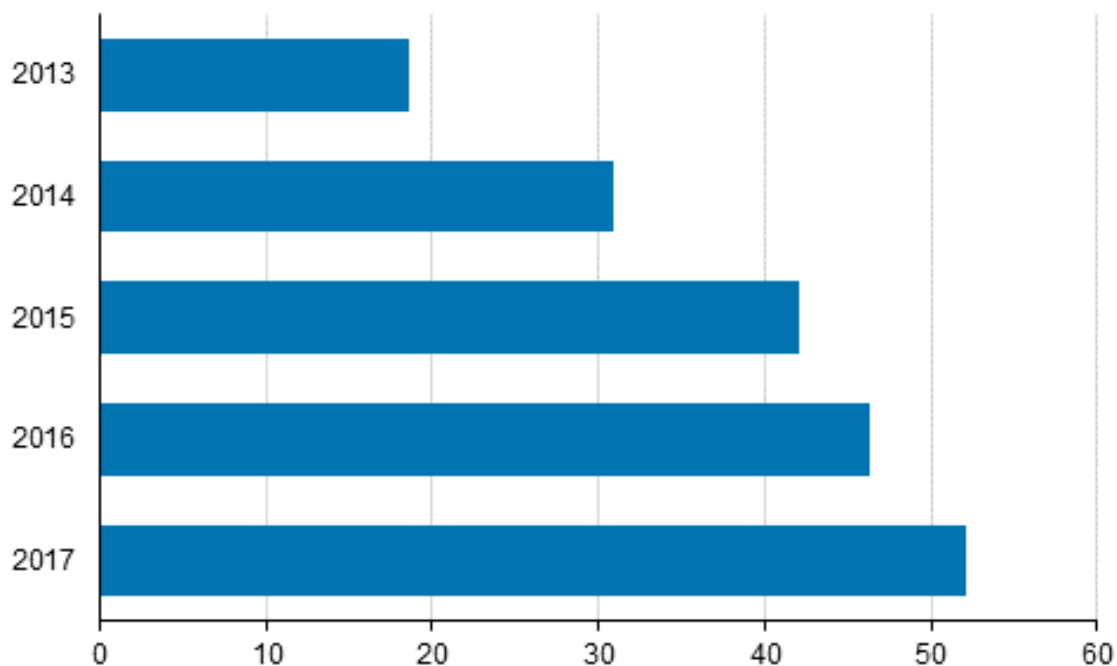
Tilastokeskuksen vuoden 2017 tutkimuksen mukaan 16-89-vuotiailla kolmella kuluttajalla neljästä oli käytössään puhelin, joka oli varusteltu joko 3G-tai 4G-yhteydellä sekä kosketusnäytöllä. Tilasto osoittaa sen, että älypuhelimien yleistyminen on edelleen todella nopeaa, sillä vuodesta 2016 kasvua oli tullut noin viisi prosenttiyksikköä vuoteen 2017 mennessä. Tilastokeskuksen mukaan älypuhelimien käyttö miesten ja naisten keskuudessa on yhtä yleistä, mutta yleensä miehet kuitenkin omaksuvat uuden tekniikan nopeammin kuin naiset. Tilastot osoittavat, että alle 55-vuotiailla älypuhelin on käytössä 94 prosentilla, mutta vanhemmilla ikäryhmillä hajonta on suurempaa, sillä 55-64-vuotiaista noin puolella on älypuhelin käytössään. Isoin ero muihin verrattuna on 75-89-vuotiaiden ikäryhmällä, joista vai noin 15 prosenttia käyttää älypuheliminta. Kuviossa 6 on kuvattu prosenttiosuudet käytössä olevista älypuhelimista eri ikäryhmissä. (Tilastokeskus 2017.)



KUVIO 6. Kuvio kuvastaa %-osuuden omassa käytössä olevista älypuhelimista vuonna 2017 (Tilastokeskus 2017.)

Älypuhelimien ohella myös tablettitietokoneet ovat yleistyneet ihmisten keskuudessa. Ne kulkevat yhtä kätevästi mukana kuin älypuhelimet, ja ne on mahdollista ostaa 3G-tai 4G-yhteydellä varustettuna. Jos laitteesta puuttuu internetyhteys, on kuluttajien mahdollista yhdistää tablettitietokoneet julkiseen WLAN-verkkoon eli langattomaan lähiverkkoon esimerkiksi kahviloissa ja ravintoloissa, tai saada internetyhteys laitteeseen oman älypuhelimien kautta. Näin ollen digitaaliset palvelut ovat ihmisten käytössä aikaan ja paikkaan katsomatta. (Filenius 2015, 18-19.)

Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2017 suomalaisista kuluttajista 45 prosenttia 16-89-vuotiaista käytti internetiä kuluneen kolmen kuukauden aikana tablettitietokoneella. Miesten ja naisten välillä oli kuuden prosenttiyksikön ero tablettitietokoneen käytettävyydessä siten, että miehet käyttivät sitä hieman aktiivisemmin. Tablettitietokoneiden määrä on jatkanut kasvuaan suomalaisissa kotitalouksissa aina vuodesta 2013 asti. Kuviossa 7 on kuvattu tablettitietokoneiden määrä kotitalouksissa. (Tilastokeskus 2017.)



KUVIO 7. Kuvio kuvastaa %- osuuden kotitalouksista, joissa oli 2013-2017 välisenä aikana tabletti-tietokone käytössä (Tilastokeskus 2017.)

### 4.3 Verkkopalvelutunnukset

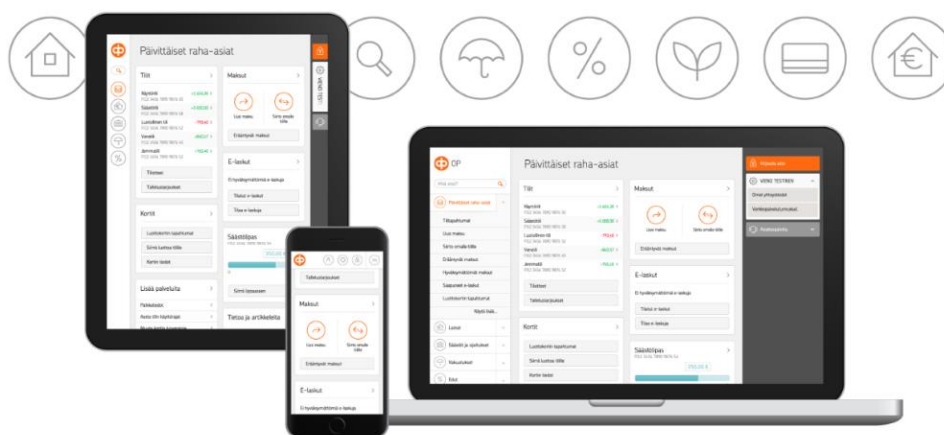
Osuuspankin asiakkailta on mahdollisuus saada verkkopalvelu omaan käyttöönsä, jota asiakas pystyy käyttämään omilla verkkopalvelu- tai OP palvelutunnuksilla. Henkilökohtaisien tunnuksien laajuudesta riippuen asiakas pystyy kirjautumaan täyden palvelun verkkopankkiin op.fi:in, puhelimella ja tabletilla toimiviin OP-mobiiliin sekä Pivoon ja helppokäyttöiseen OP Saavutettavaan. Pankkipalveluiden ohella asiakas voi tunnistautua monien viranomaisten verkkopalveluissa kuten Kela:n, Omakannan sekä Poliisin verkkosivuilla, sekä maksaa ostoksia verkkokaupassa. Turvallisuuden varmistamiseksi tunnistautumisen ja maksamisen yhteydessä on aina tarkistettava, että kirjautuminen suoritetaan pankin omaan palveluun tai sellaiseen palveluun, jonka palveluntarjoajalla on vaadittava viranomaislupa. Osuuspankin tunnistautumisen ja verkkomaksamisen painikkeet tunnistavat kätevästi Osuuspankin omasta logosta, selaimen osoiterivillä erottuvasta sivustosta sekä sertifikaatista. (OP b s.a.)

Osuuspankin verkkopalveluun pääsee kätevästi kirjautumaan henkilökohtaisella käyttäjätunnuksella, salasanaalla sekä avainlukulistalla. Mobiilipalveluihin on näiden keinojen lisäksi mahdollista kirjautua erilaisia biometrisiä tunnistustapoja käyttäen kuten sormenjälkitunnistuksella sekä kasvotunnistuksella. (OP b s.a.) Pohjois-Savon Osuuspankin pankinjohtaja Antti-Jussi Pitkälä sekä palvelujohtaja Satu

Martikainen totesivat haastattelussa (2018-11-14) Osuuspankin sähköisten pankkipalveluiden olevan todella kilpailukykyisiä. Palvelut ovat kehittyneet huimasti viime aikoina, ja ne palkittiin parhaana mobiilikokemuksena Bearingpoint:n Suomen Digimenestyjien 2019 tutkimuksessa.

#### 4.3.1 www.op.fi

Osuuspankin verkkopalvelussa voi hoitaa kätevästi sekä pankki- että vakuutusasiat, ja se lukeutuu tällä hetkellä yhdeksi Suomen käytetyimmistä verkkopalveluista. Verkkopalvelun omaavan asiakkaan ei tarvitse välttämättä asioida pankin konttoreissa kuin asiakirjojen kirjoittamisen yhteydessä sekä verkkopalvelutunnuksiin liittyvissä asioissa. Op.fi-palvelussa voi käydä verkkoneuvotteluja sekä keskustella reaaliajassa olevan virkailijan kanssa chat-palvelussa, varata ajan konttoritapaamiseen, hoitaa päivittäisiä raha-asioita, joihin lukeutuvat muun muassa laskujen maksu, ja tilitapahtumien seuraaminen, hallinnoida omia vakuutuksia, tarkastella omia lainoja sekä hakea uutta vakuudellista ja vakuudetonta luottoa, hallinnoida omia säästöjä ja sijoituksia sekä seurata ajan tasalla olevia talousuutisia. Osuuspankin verkkopalvelu toimii tietokoneen ohella myös omalla tabletilla sekä älypuhelimella, ja näkymä mukautuu käytettävän laitteen näytön mukaisesti. Osuuspankin verkkosivuilla vieraillee sivuston mukaan tällä hetkellä yli 10 000 000 kävijää kuukaudessa. Verkkosivuilla voi vieraila myös omaamatta Osuuspankin verkkopalvelutunnuksia. Kuvassa 3 on havainnollistettu op.fi-sivut tietokoneella, tabletilla ja älypuhelimella. (OP c s.a.)



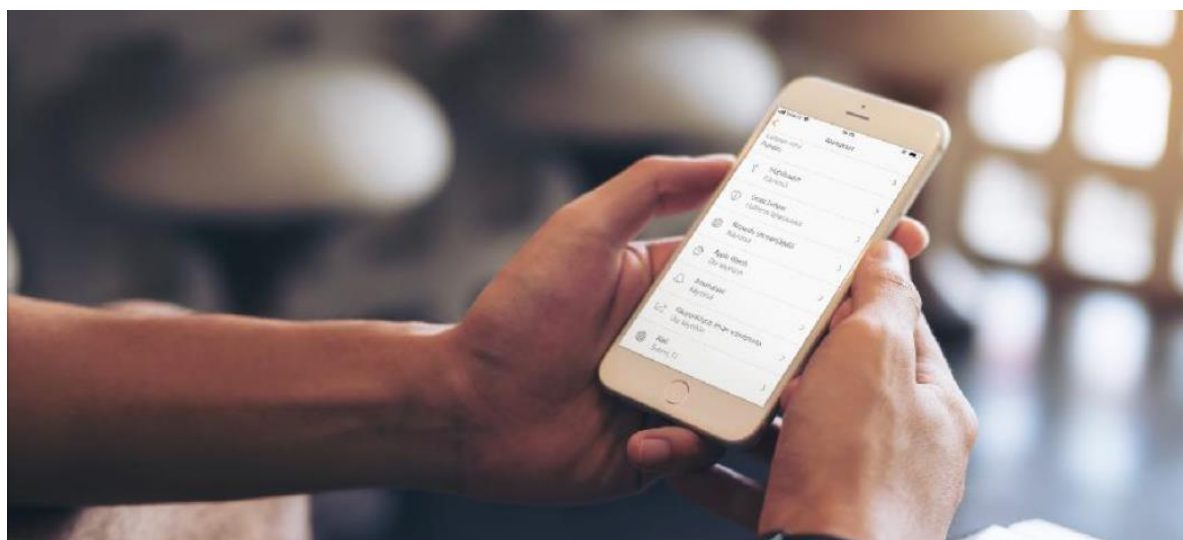
KUVA 3. Havainnekuva op.fi-sivuista eri laitteilla (OP s.a.)

#### 4.3.2 OP-mobiili

OP-mobiili on OP Ryhmän tarjoama sovellus älypuhelimelle tai tabletille, jonka kautta asiakas voi hoitaa tärkeimpiä pankki- ja vakuutusasioita ajasta ja paikasta riippumatta. OP-mobiiliin voi ladata omaan älypuhelimeseen tai tablettitietokoneeseen sovelluskaupasta. Sovellukseen voi kirjautua omilla tunnuksetilla ja avainlukulistalla, sormenjälkitunnistuksella tai kasvotunnistuksella laitteesta riippuen. OP-mobiililla voi tarkastella omia lainoja, maksaa laskuja, katsoa tilien saldoja sekä tehdä kätevästi omien tilien välisiä siirtoja. Sovelluksen avulla voi muokata pankkikortin turvarajoja, seurata korttitapahtumia sekä korottaa luotollisen kortin luottorajaa. OP-mobiililla voi hallinnoida omia vakuutuksia sekä tehdä tarpeen vaatiessa vahinkoilmoituksen. Lisäksi sovelluksella voi käydä osakekauppaa, seurata bonustilin tietoja, tilata uuden avainlukulistan sekä ottaa yhteyttä Osuuspankin asiakaspalveluun. Uudempana

ominaisuutena omistaja-asiakkailta on mahdollisuus saada tietoa paikallisista eduista ja tapahtumista, sekä hakea omaan elämäntilanteeseen sopivan kokoista vakuudetonta joustoluottoa. Lisäksi asiakas voi käydä OP-mobiilin avulla verkkoneuvotteluita ajasta ja paikasta riippumatta Osuuspankin toimihenkilön kanssa. (OP d s.a.)

Digimarkkinoija Minna Latolan (2018-11-09) mukaan OP-mobiiliin on tulossa paljon lisää palveluita tulevaisuudessa, ja se siirtyy samalla Osuuspankin pääkäyttökanavaksi. Sovellukseen kootaan talouden hallintaan liittyviä palveluita siten, että siellä on helppoa hoitaa omia laskuja, seurata omaa kuluista ja käyttää esimerkiksi vahinkoapua. OP-mobiiliin on mahdollista saada notifiikaatioita eli huomautuksia, kun sinne on saapunut esimerkiksi uusi lasku hyväksyttäväksi. ”Koska puhelin on yleensä asiakkaiden mukana, haluamme saada OP-mobiilista heille arjen kumppanin, joka on helppokäyttöinen ja jonka kautta asiakkaat löytävät kaikki pankkiasioitiin liittyvät palvelut myös arjen kiireisissäkin tilanteissa”, Latola kertoo, sekä painottaa OP-mobiilissa jo hetken aikaa olleen mobiiliavaimen tuomaa helppoutta ja sujuvuutta. Lisäksi OP-mobiilista tulee jatkossa löytymään vielä enemmän palveluita. Kuvassa 4 on havainnollistettu OP-mobiili älypuhelimella.

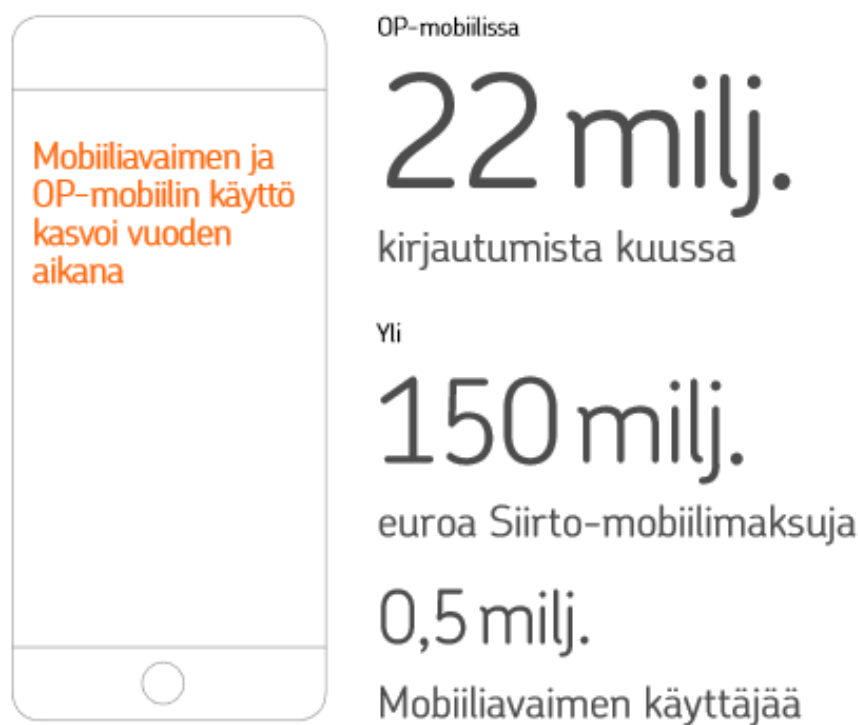


KUVA 4. OP-mobiili (OP d s.a.)

#### 4.3.3 Mobiiliavain

Asiakas voi vahvistaa OP-mobiilissa tapahtumat ilman avainlukulistaa mobiiliavaimen avulla, joka on uusi vahvistusväline avainlukulistan rinnalle. Mobiiliavaimen käyttöönoton yhteydessä asiakkaan tulee luoda itse 4-8 numeroinen PIN-koodi, jolla hän voi jatkossa hyväksyä OP-mobiilissa aikaisemmin avainlukulistan vaatimat tapahtumat (OP e s.a.). Mobiiliavain tulee vuoden 2019 aikana osittain korvaamaan pahvisen avainlukulistan, sillä vuonna 2018 voimaan astunut PSD2-maksupalveludirektiivi asettaa lisävaatimuksia asiakkaan tunnistautumiseen liittyen. Avainlukulista ei sellaisenaan täytä vaatimuksia maksamisen ja tilitietojen tarkastelun yhteydessä. Asiakas voi aktivoida mobiiliavaimen käyttöönsä omaan OP-mobiilinsa asetuksissa (OP Media 2018). OP Osuuskunnan Product Owner Piia Ja-

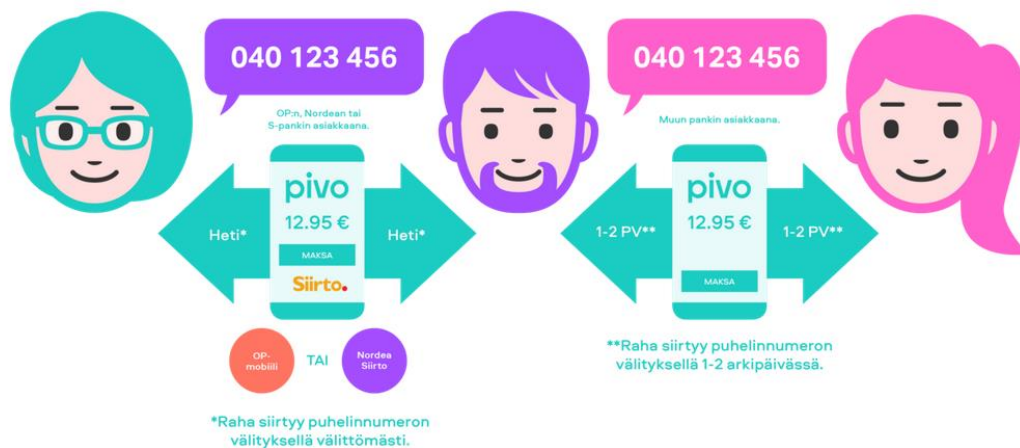
kolan (2018-11-15) mukaan mobiilivain tulee olemaan pääasiallinen tunnistusväline, mutta sen rinnalla tullaan tarjoamaan edelleen avainlukulistaa yhdistettynä vahvistusviestiin. Kuvassa 5 on kuvattu sähköisten pankkipalveluiden kannalta tärkeitä lukuja.



KUVA 5. Mobiilivaimen ja OP-mobiilin käytön kasvaminen (OP-Year 2018, 7.)

#### 4.3.4 Siirto-maksu

Siirto-maksu on yksi OP-mobiilin ja Pivon ominaisuuksista, jolla asiakas voi siirtää rahaa kaverilleen tai maksaa verkkokaupassa pelkän puhelinnumeron avulla. Siirto-maksun avulla rahaa voi lähettää ja pyytää reaaliajassa, ja se siirtyy heti Siirto-palvelua tarjoavien rahalaitosten välillä. Siirto-palvelua tarjoavia pankkeja ovat tällä hetkellä Osuuspankki, Nordea sekä S-Pankki. Kuvassa 6 on havainnollistettu Siirto-maksua. (OP e s.a.; Pivo s.a.)



KUVA 6. Havainnekuva Siirto-maksusta (Pivo s.a.)

#### 4.3.5 OP Saavutettava

OP Saavutettava-palvelu on suunnattu niille asiakkaille, jotka eivät pysty käyttämään op.fi-palvelua tai OP-mobiilia esimerkiksi näkö- tai kuulorajoitteiden vuoksi, tai heillä on muita motorisia haasteita tai toimintarajoitteita. Tämän lisäksi OP Saavutettava soveltuu erinomaisesti iäkkäille tai helppoa palvelua käyttöönsä haluaville asiakkaille. Palvelu on tehty yhteistyössä Osuuspankin asiakkaiden kanssa ottaen samalla huomioon heidän toiveensa. (News Cicion, 2018).

Asiakkaat voivat maksaa OP Saavutettavalla laskuja, tehdä omien tilien välisiä siirtoja, tarkastella omia tiliotteitaan sekä saldotietoja. Ulkoasultaan OP Saavutettava on pelkistetty ja yksinkertainen, sitä voi käyttää näppäimistön avulla ilman hiirtä, ja se mukautuu asiakkaan käyttämän laitteen näytön mukaan älypuhelimelle, tabletille ja tietokoneelle. Palvelu on asiakkaiden saatavissa suomeksi, englanniksi ja ruotsiksi, ja sinne tullaan lisäämään uusia ominaisuuksia tulevaisuudessa. Lisäksi palvelu on saanut Näkövammaisten liiton myöntämän Saavutettavuus huomioitu-leiman, joka voidaan myöntää verkkopalvelulle, joka huomioi erityisesti kyseessä olevan kohderyhmän tarpeet. (OP g s.a.)

Digimarkkinoija Minna Latola (2018-11-09) kuvaili OP Saavutettavaa todella riisutuksi sekä helppokäyttöiseksi palveluksi, jonne on jätetty pelkästään perustoiminnot, jolloin sitä on todella helppo käyttää. Jos asiakkailla on esimerkiksi kognitiivisia rajoitteita, motorisia vaikeuksia tai muita toimintarajoitteita kuten esimerkiksi kuulo- tai näkövamma, on OP Saavutettava heille erinomainen palvelu, koska se toimii myös apuvälineillä. OP Saavutettava-palvelusta on helppo aloittaa, jos ei ole koskaan aikaisemmin käyttänyt tai uskalla käyttää digipalveluita. Jos asiakkaalla ei ole älypuhelinlaite käytössään, niin silloin OP Saavutettava-palvelua pystyy myös helposti käyttämään. Latola kuitenkin painotti, että jokaiselle asiakkaalle kannattaa kuitenkin ensisijaisesti suositella OP-mobiilia helppokäyttöisyyden ja yksinkertaisuuden vuoksi.

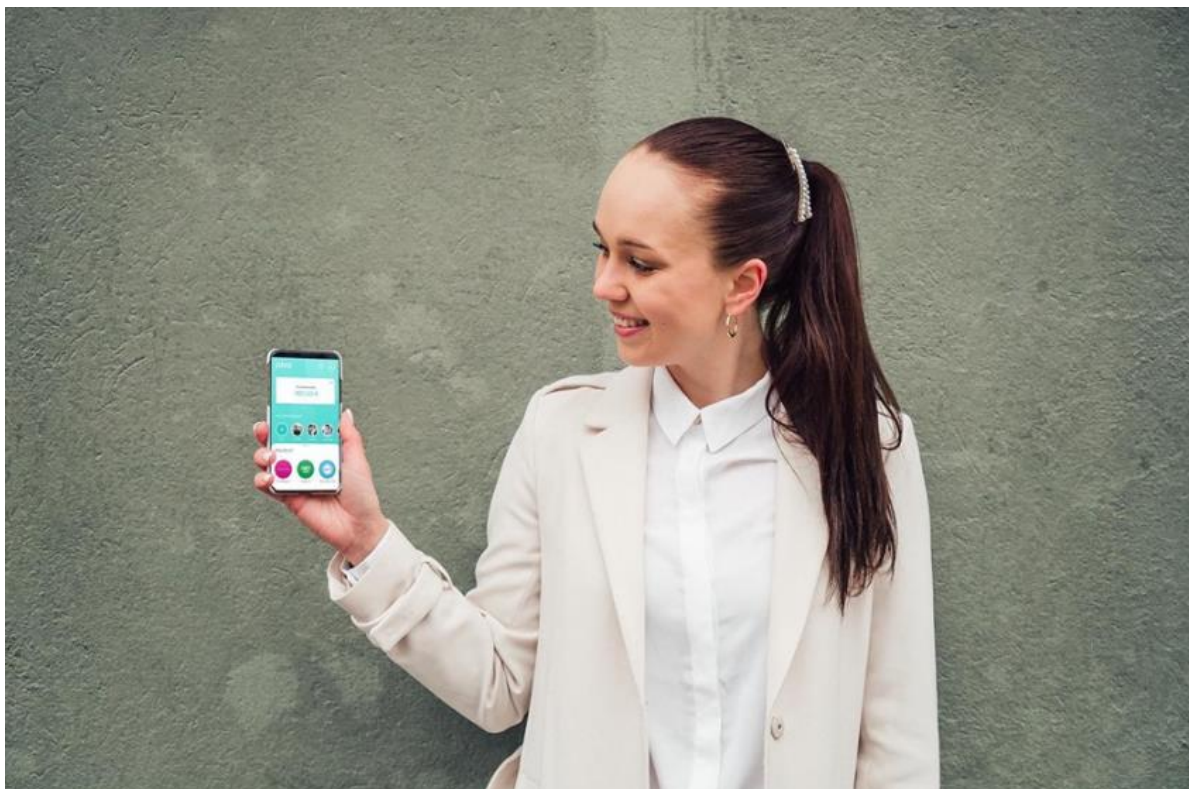
Pohjois-Savon Osuuspankin pankinjohtaja Antti-Jussi Pitkälä sekä palvelujohtaja Satu Martikainen totesivat haastattelussa (2018-11-14), että Osuuspankin arvoissa mainittava ihmisläheisyys tulee esille esimerkiksi juuri tämän palvelun kautta, sillä palveluita on kehitetty asiakkaiden avulla, ja tällöin on otettu huomioon myös erilaiset rajoitteet sähköisten palveluiden käytössä. Tälle ihmisryhmälle on hattu kehittää siten oma palvelu, joka on juuri heille käyttäjätystävällinen.

#### 4.3.6 Pivo

Pivo on Osuuspankin tarjoama mobiilisovellus, jonka avulla asiakkaan on helppoa pysyä ajan tasalla omasta taloudesta. Sovelluksen voi OP-mobiiliin tavoin ladata sovelluskaupasta veloitusetta omalle iOS tai Android-laitteelle, ja sinne voi kirjautua kuusinumeroisella PIN-koodilla, sormenjälkitunnistuksella tai kasvotunnistuksella. Osuuspankin asiakkaat voivat tarkastella käytettävissä olevaa luottoa sekä luottokortin tapahtumia suoraa sovelluksesta käsin ajasta ja paikasta riippumatta. Monipuolisena mobiililompakkona tunnetun Pivon avulla asiakas voi hoitaa maksut kätevästi kaverille pelkän puhelinnumeron avulla, jolloin asiakkaalla ei tarvitse olla tiedossa vastaanottajan tilinumeroa laisinkaan.

Siirron pystyy tekemään toiselle ilman avainlukulistaa sekä riippumatta siitä mitä pankkia vastaanotaja käyttää. Kaverimaksun lisäksi Pivolla voi hoitaa maksut myös verkkokaupassa klikkaamalla vain kyseistä kuvaketta maksun suorittamisen yhteydessä. Maksun yhteydessä asiakkaalla on mahdollisuus hakea Pivoon 1000 euron maksuaikaa, koota kaikki ostokset samalle laskulle ja maksaa ne joko kerralla tai pienemmissä erissä nyt tai tulevaisuudessa. Maksuaikaa asiakas voi hakea suoraan sovelluksesta käsin. Jos käyttäjällä on aktivoituna Pivo sekä hän on Osuuspankin asiakas, voi ostoksia maksaa kaupan kassalla vain puhelinta vilauttamalla ilman matalaa kertaostosrajaa. (Pivo s.a.)

Helpon maksamisen lisäksi Osuuspankin omistaja-asiakkailta on mahdollisuus aktivoida suosittu CityShopperin edut veloitusetta omaan käyttöön, jolloin asiakas saa liki tuhannesta ravintolasta ja kaupasta rahanarvoisia etuja valtakunnallisesti. Etu on saatavilla muillekin kuin omistaja-asiakkaille 9,90 euron hintaan. Pivoa käyttävillä asiakkailla on myös mahdollisuus tehdä pöytävaraus TableOnlinea hyödyntäen, tilata Kotipizzasta ruokaa suoraan kotiovelle, ostaa paikallisliikenteen matkalippuja sekä ladata ilmainen opiskelijakortti suoraan sovellukseen. Kuvassa 7 opinnäytetyön tekijä esittelee Pivoa. (OP h s.a.)



KUVA 7. Havainnekuva Pivosta (Ainasoja 2019-05-04.)

#### 4.3.7 OP Junior

OP Junior on Suomen ensimmäinen 10-17-vuotiaille lapsille suunnattu pankkisovellus, joka kulki vuoden 2019 alkuun asti nimellä Pivo Junior. OP Juniorista lapsi pystyy seuraamaan kätevästi tilinsä saldoa sekä sitä, mihin rahaa kuluu ilman automaattilla käyntiä tai vanhempiensa apua. Sovellus on suunniteltu erityisesti lapsille, ja se sisältää budjetointinäkömän, tulevaisuuden saldoennusteen, saldograafit sekä maksu- että ostotapahtumista, lapsille sopivat ostokategoriat sekä lisäksi lapset pystyvät kustomoimaan eli muokkaamaan sovelluksen väriä viiden eri vaihtoehdon puitteissa. Jos vanhemmillä on

käytössään OP-mobiili, he voivat seurata lastensa maksu- ja ostokäyttäytymistä omasta sovelluksestaan käsin, mutta lapset voivat kutienkin käyttää OP Junioria, vaikka vanhemmilla ei olisi omaa sovellusta aktivoituna. Lapsille suunnatussa OP Juniorissa ei ole minkäänlaisia kaupallisia etuja tai tarjouksia. Jotta lapsi saa OP Juniorin omaan käyttöönsä, hänellä tulee olla Osuuspankissa oma tili sekä siihen liitetty Visa Electron-kortti. Lapsi voi aktivoida OP Juniorin käyttöön yhdessä vanhempansa kanssa, jolloin lapsella itsellään ei tarvitse olla omaa verkkopalvelusopimusta. Sovellukseen pääsee kirjautumaan itse keksimällä nelinumeroisella PIN-koodilla. (OP Junior s.a.)

#### 4.4 Biometrinen tunnistus

Biometrisellä tunnistuksella tarkoitetaan henkilön tunnistamista käyttäen ihmiskehon piirteitä, kuten kasvoja, sormenjälkeä, silmän iiristä tai kämmenen muotoa. Lisäksi tunnistuksella voidaan mitata käyttäytymistä, kuten ääntä ja allekirjoitusta. Biometrisellä tunnistautumisella voidaan nopeuttaa prosessia, sekä parantaa tunnistautumisen laatua, jolloin sitä voidaan pitää käyttäjäystävällisenä ratkaisuna. Biometristä tunnistusta käytetään tänä päivänä jo monissa sovelluksissa (SYMBIO 2015, Gemalto). OP Osuuskunnan Product Owner Piia Jakolan mukaan (2018-11-15) erilaisia biometriikkaan perustuvia tunnistautumistapoja tutkitaan parhaillaan. Tunnistus voisi tapahtua niin sanottuna multimodaliteettina, jolloin se voi olla yhdistelmä erilaisia tunnistusmenetelmiä. Tällaista kyvykkyyttä voitaisiin hyödyntää tilanteissa, joissa yksittäinen tunnistusväline ei välttämättä toimi riittävän hyvin, esimerkiksi kasvojentunnistus liian hämärässä valaistuksessa. Kuvassa 8 on havainnollistettu, mistä biometriset tunnistustavat muodostuvat.



KUVA 8. Biometrisen tunnistautumisen menetelmät (Gemalto.)

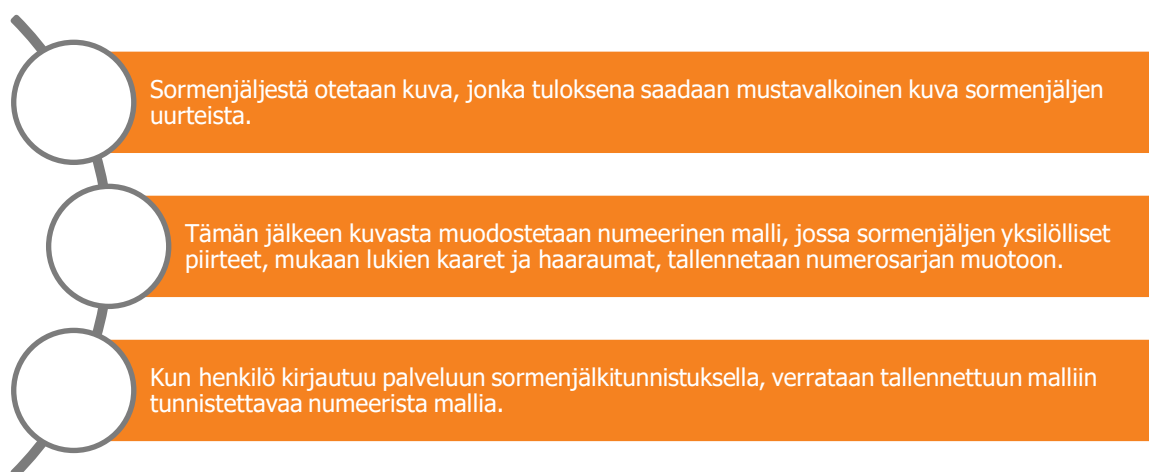
##### 4.4.1 Tekoälyn hyödyntäminen

OP Osuuskunnan Product Owner Piia Jakola (2018-11-15) kertoo tekoälymenetelmiä hyödyntävien ominaisuuksien olevan kehitteillä. Tavoitteena on tuottaa asiakkaille parempaa ja henkilökohtaisempaa palvelua, erityisesti digitaalisissa palveluissa, jotka ovat saatavilla ajasta ja paikasta riippumatta. Yhdistämällä monipuolisemmin erilaisia datalähteitä, niin asiakkaaseen kuin hänen toimintaympäristöönsä liittyen, kuten sensoridataa, markkinadataa, vertaisryhmädataa, ja hyödyntäen tekoälyyn pohjautuvia menetelmiä, kuten koneoppimista ja ennustavaa mallinnusta, voitaisiin asiakkaalle antaa neuvontaa esimerkiksi oman talouden hallintaan liittyen. "Ennen ja vielä tänäkin päivänä pankkineuvojat ovat konttoreissa saavutettavissa tiettyinä kellonaikana. Heistä monilla on vuosien kokemus

siitä, että miten asiakasta palvellaan parhaalla tavalla. Asiakaskäyttäytymisen muutoksen myötä yhä useampi asiakkaistamme haluaa asioida hänelle sopivimmalla hetkellä paikasta riippumatta. Vastataksemme tähän muutokseen pyrimme tarjoamaan yhä älykkäämpiä ratkaisuja digitaalisissa palveluisamme. Näiden lisäksi kehitämme jatkuvasti erilaisia ominaisuuksia, joilla vuorovaikutus toimihenkilöiden ja asiakkaidemme välillä olisi mahdollisimman sujuvaa, kuten verkkoneuvottelut ja chatit", Jakola summaa.

#### 4.4.2 Sormenjälkitunnistus

Sormenjälkitunnistusta voidaan käyttää melkein missä tahansa tilanteessa, jossa ihminen tunnistetaan helpoin sekä varmoin toimenpitein. Sormenjälki on henkilöllä aina mukana, ja sen kadottamisen ja unohtamisen mahdollisuus on lähestulkoon olematon. Koska omaa sormenjälkeä ei voi lainata toiselle voi sitä käytettäessä olla varma, että tunnistettava henkilö on aina ollut paikalla. Sormenjälkitunnistuksessa tallennettua sormenjälkeä verrataan ihmisen omaan sormenjälkeen, kuten esimerkiksi OP-mobiiliin tai Pivoon kirjautuessa. Tunnistuksella varmistetaan ihmisen henkilöllisyys, jonka jälkeen hän pääsee kirjautumaan esimerkiksi OP-mobiiliin tai Pivoon. Sormenjälkitunnistus perustuu siihen, että sormenjäljen haaraumia ja uurteita verrataan tallennettuun kuvaan. Tunnistus jaetaan kolmeen eri osaan, joita voidaan kuvata kuvion 8 osoittamilla tavoilla. (Deltabit 2018.)



KUVIO 8. Sormenjälkitunnistuksen eri vaiheet (Deltabit 2018.)

Sormenjälkitunnistus on erittäin nopea tapa kirjautua sisälle järjestelmiin, sillä se tapahtuu vain sekunnin murto-osissa. Tämän lisäksi melkein kaikki sormenjäljet pystytään tunnistamaan, jonka vuoksi tunnistusvarmuus on erittäin korkealla tasolla. (Deltabit 2018.)

#### 4.4.3 Kasvomaksaminen

OP Osuuskunnan Product Owner Piia Jakola (2018-11-15) kertoi haastattelussaan, että kasvomaksamista on pilotoitu Osuuspankin puolella. Kasvomaksamisen teknologia on jo jonkin aikaa odotellut kypsymistä, mutta nyt kyvykkyydet, kuten laskentateho, alkavat olla riittäviä, jotta asiakkaan kasvoista voidaan luoda mittapisteiden avulla kuvakartta, ja yksilöidä asiakas riittävällä tarkkuudella joitain poikkeuksia lukuun ottamatta. Näitä ovat esimerkiksi identtiset kaksoset ja peitetyt kasvot. Näissä tilan-

teessa tulee käyttää jotain toista maksamistapaa. Applen uusimman laitteen iPhone X:n myötä kasvoilla tunnistautuminen tuli tutuksi suuremmalle yleisölle. Applen ja usean muun toimijan hyödyntäessä tätä uutta teknologiaa tulee se pikkuhiljaa luontevasti osaksi asiakkaiden arkea. Biometriset tunnistukset ovat haastavampia väärentää lisäten näin turvallisuutta maksamiseen. Lisäksi kasvomaksaminen tuo nopeutta maksun suorittamiseen. Kasvojen avulla pääsee näin ollen kirjautumaan jo iPhoneen sisälle, ja samoja ratkaisuita on tulossa jatkossa myös Android-puhelimille, kun Samsung on ajamassa asiaa eteenpäin.

#### 4.4.4 OP Puhe

Tällä hetkellä vielä suljetussa pilotissa oleva OP Puhe auttaa asiakkaita hoitamaan pankkiasioita pelkän äänen perusteella ilman erillistä näppäilyä. Riittää, että asiakas puhuu sovellukselle ja kuuntelee tämän jälkeen vastauksen. OP Puheen avulla asiakas voi tarkastella tilien saldotilanteita, siirtää rahaa omien tilien välillä, tarkastella ja hyväksyä odottavia maksuja, saada tiedon tällä hetkellä olevasta lainasta, tiedustella kuinka paljon rahaa on käytetty tietynä ajankohtana sekä hakea lähimmän Otto-automaatin. Asiakas voi puhua sovellukselle kuin toiselle ihmiselle, joten ymmärtämisen kannalta ei ole tarpeellista puhua kirjakieltä. (OP Puhe s.a.)

OP Osuuskunnan Product Owner Piia Jakola (2018-11-15) kertoo, että OP Puheesta on tuotu kevyt ja alustava puheplatformi eli alusta asiakkaiden tarjolle, jota he ovat voineet kokeilla suljetussa pilotissa, ja josta on kerätty asiakaspalautetta. Jakolan mukaan suomenkieliset ääniohjautuvat ratkaisut alkavat olla paremmalla tasolla, ja niitä voidaan pikkuhiljaa alkaa tuomaan asiakkaiden luo. Kehitystä on tapahtunut muutaman viimesein vuoden aikana, sillä vielä hetki sitten tarjolla ei ollut muita kuin englanninkielisiä puheohjautuvia ratkaisuita, jonka vuoksi teknologian kypsymistä on pitänyt odottaa vähän aikaa. ”Puheen käytössä on se hieno juttu, että se skaalautuu eli mukautuu erilaisiin laitteisiin vaivattomasti. Kun tällä hetkellä teemme kehitystä, joudumme tekemään esimerkiksi mobiilisovelluksesta aina erilaiset versiot eri alustoille, mutta puheen myötä olisi mahdollista tuoda kokemus yhdellä kertaa useaan eri päätelaitteeseen”, Jakola toteaa. ”Puheen käyttäminen sopii tietynlaisiin käyttötilanteisiin, kuten esimerkiksi autolla ajamiseen, kävelemiseen ja esimerkiksi kotona olemiseen, mutta jos ollaan esimerkiksi kiireisessä lounasruokalassa, niin puhe ei välttämättä toimi niin hyvin siinä ympäristössä ja tilanteessa. Eri teknologiat vaihtelevat sen mukaan, millainen konteksti on kysymyksessä”, Jakola painottaa. Puheen avulla pystytään hoitamaan helposti lyhyitä ja toistuvia toimenpiteitä, sekä tukemaan erilaisten asiakasryhmien tarpeita. Esimerkiksi senioriasiakkaiden kohdalla pienten päätelaitteiden käytön opetteleminen saattaa tuottaa haasteita, jolloin puheen käyttäminen voi olla huomattavasti luontevampaa. ”Kunhan me pääsemme siihen pisteeseen, että pystymme optimoimaan näitä palveluita, saamme sieltä varmasti monenlaisia uusia innovaatioita ja tapoja lähestyä perinteistä liiketoimintaa”, Jakola kertoo.

## 5 ASIAKASKOKEMUKSEN TÄRKEYS PANKKIPALVELUISSA

Asiakaskokemus on erittäin tärkeässä osassa pankkipalveluita tarkasteltaessa ja asiakasuskollisuuden luomisessa. Tässä luvussa käsitellään asiakaskokemuksen tärkeyttä pankkipalveluissa, sekä sitä, millaisia mahdollisuuksia OP Ryhmä ja Pohjois-Savon Osuuspankki tarjoavat omille asiakkailleen konkreettisten esimerkkien voimin. Mukaan on tuotu mausteeksi myös tulevaisuuden suunnitelmia itsepalvelukanavien varalle.

### 5.1 Digiajan asiakaskokemus

”Asiakkaiden muuttuva käyttäytyminen, kasvavat odotukset, omnichannel- kokemukset ja liiketoiminnan ja yhteiskunnan digitalisaatio yleisesti ovat tuoneet mukaan mitä jotkut ihmiset kutsuvat aseeksi pankkitoiminnassa. Pankit ympäri maailmaa ovat huomanneet, kuinka panostukset digitaaliseen teknologiaan voivat parantaa asiakkaiden hankintaa sekä tyytyväisyyttä” (Zigurat). Digiajan Asiakaskokemus-kirjan mukaan asiakaskokemuksen kehittäminen voidaan jakaa neljään eri osa-alueeseen, joita ovat palvelun nopeus, personointi, käyttäjäystävällisyys sekä teknologiaympäristö. Aikaisemmin asiakkaat olivat tyytyväisiä, että he saivat verkkokaupasta tilaamansa tuotteen viikossa, kun taas nykyään asiakas odottaa saavansa sen tunnissa. Tällä hetkellä suurimpana vitsauksena näkyy asiakkaiden kärsimättömyys, sillä kaiken pitäisi tapahtua heti. Palvelun tulisi olla jatkossa reaaliaikaista, koko ajan saatavilla sekä automatisoitua (Eskelinen, Gerdt 2018, 56). Näihin tilanteisiin Osuuspankki on varautunut sekä puhelinpalvelulla että verkkopankissa olevalla chat-toiminnolla, jossa asiakaspalvelijat vastaavat asiakkaiden viesteihin aamu kahdeksan ja ilta kymmenen välillä. (OP i.)

Toisena isona kategoriana voidaan kirjan mukaan pitää personointia, sillä henkilökohtaisuus on jo pitkään ollut isona tavoitteena, koska asiakaspalvelun pitää tuntua henkilökohtaiselta. Nykyään pelkkä tunne ei enää riitä, vaan asiakaskokemuksen on oltava henkilökohtainen. Kolmantena kategoriana voidaan pitää käyttäjäystävällisyyttä, sillä teknologian tulee olla helppokäyttöistä. Jos asiointi käy asiakkaalle liian haasteelliseksi, samalla todetaan myös asiakasuskollisuuden vähenevän. Viimeisenä kategoriana voidaan tarkastella teknologiaympäristöä, joka auttaa muun muassa työntekijöitä suoriutumaan paremmin ja luomaan sitä kautta asiakkaille parempaa asiakaskokemusta. (Eskelinen, Gerdt 2018, 56-59.)

Itse asiakaskokemus voidaan määritellä siten, että se on kaikkien kokemusten yhteenlaskettu osuus, jotka asiakkaalle muodostuu kohdatessaan jonkun yrityksen. Perinteisten kohtaamisten rinnalla asiakaskokemus voi muodostua myös epäsuorissa kohtaamisissa, kuten suositteluiden tai kuulopuheiden perusteella (Provad 2016). Lisäksi asiakaskokemuksella tarkoitetaan sitä, millaisia tuntemuksia asiakas aistii kohdatessaan jonkin tuotemerkin (Filenius 2015, 76). Pohjois-Savon Osuuspankin palvelujohtaja Satu Martikaisen (2018-11-14) mukaan Osuuspankin tarjoamissa sähköisissä pankkipalveluissa on paljon sellaisia ominaisuuksia, joita asiakas ei oleta edes löytävänsä sieltä. ”Jos mietimme asiakaskokemuksen parantamista, niin me pystymme yllättämään ja ylittämään asiakkaiden odotukset, kun me

kerromme meidän sähköisistä pankkipalveluista ja siitä, kuinka monipuoliset ne ovat. Asiakkaat saattavat tällöin havahtua siihen, että hän voi jatkossa hoitaa myös jotain uusia asioita sähköisten palveluiden kautta, jolloin pystymme parantamaan meidän asiakaskokemusta”, Martikainen toteaa.

Virtuaaliset asiakaspalvelijat alkavat korvata asiakaspalvelijoita niiden tehokkuuden, kustannusten sekä standardisoinnin eli yhteisten toimintatapojen laatimisen perusteella, joiden ansiosta asiakkaille voidaan tarjota parempaa palvelua, sillä kysymyksiin vastaaminen on nopeampaa, tasalaatuisempaa ja yksilöllisempää (Eskelinen ja Gerdt 2018, 27). Pohjois-Savon Osuuspankin pankinjohtaja Antti-Jussi Pitkälä kiteyttää haastattelussaan (2018-11-14) hyvin digiajan asiakaskokemuksen, sillä joissakin asiakaskohderyhmissä koko asiakaskokemus syntyy pelkän mobiilikokemuksen tai sähköisten palveluiden perusteella, eikä muuta fyysistä kontaktia asiakkaaseen välttämättä edes ole.

## 5.2 Digitaalinen asiakaskokemus Osuuspankin verkkopalvelussa

Kirjassa Digitaalinen Asiakaskokemus on kuvattu Ling Jiangin tekemää tutkimusta, jossa hän on määritellyt asiakkaan asiointiprosessin seitsemän eri vaiheen kautta (Filenius 2015, 78). Näitä samoja vaiheita myös Pohjois-Savon Osuuspankin asiakkaat käyvät läpi, kun he asioivat Osuuspankin verkkosivuilla. Seuraavat seitsemän asiointiprosessin vaihetta on kuvattu Osuuspankin verkkosivujen näkökulmasta. Kuviota ja sen sisältöä on siis seuraavissa kappaleissa sovellettu Osuuspankin toimintaan sekä asiakkaiden asiointiin sähköisissä palvelukanavissa. Kuviossa 9 kuvataan asiointiprosessin kuutta eri vaihetta.



KUVIO 9. Asiointiprosessin eri vaiheet (Filenius 2015, 78.)

Ensimmäisessä osiossa kuvataan saavutettavuutta, jolla tarkoitetaan sitä, onko asiakkaalla mahdollisuutta päästä palveluun tilanteesta ja olosuhteista riippumatta. Nykypäivänä kuluttajat haluavat, että asioidessaan verkossa tavoitettavuus eri yrityksiin on mahdollista vuorokauden ympäri, jonka osa yrityksistä on jo omaksunut palvelukseen kuluttajien vaatimuksia. Tietoliikenne saattaa tuoda omalta osaltaan saavutettavuuteen haasteita, sillä jos yhteys on poikki, ei asiakas pääse verkkoon hoitamaan omia asioitaan. Palveluyritykset eivät yleensä itse voi vaikuttaa tietoliikenteen toimivuuteen, mutta asiakkaat voivat vaikuttaa siihen, millaisia yhteyksiä ja millaisilla laitteilla he käyttävät esimerkiksi kaupunkiympäristössä ja kesämökeillä verkon kattavuuden puitteissa. Tämän lisäksi saavutettavuuteen vaikuttavat myös itse päätelaite sekä tarjottavat palvelut. (Filenius 2015, 81-83.)

Filenius 2015, 82 toteaa, että tietokoneille suunniteltu näyttö ei sovellu samalla tavalla käytettäväksi pienen puhelimen näytöllä, sillä kokonaiskuvan saaminen on haasteellista. Vaihtoehtoina tähän yritykset voivat käyttää responsiivista toteutusta, mobiilioptimoitua sivustoa tai applikaatiota parantaakseen tarjoamiensa palveluiden saavutettavuutta. Responsiivisella toteutuksella tarkoitetaan sitä, että ne

elementit, jotka määrittelevät sivuston ulkoasua, mukautuvat laitteiden näyttöjen koon mukaan. Mobiilioptimoidulla sivustolla tarkoitetaan sitä, että asiakkaan kirjautuessa yrityksen verkkosivulle mobiililaitteella, hänet ohjataan automaattisesti kyseistä laitetta tukevalle sivustolle, kun taas applikaatiolla tarkoitetaan puhelinmalleille kehitetyjä sovelluksia, joita käyttäjä voi ladata sovelluskaupasta (Filenius 2015, 81-83). Osuuspankki tarjoaa käyttäjilleen verkkopalvelua, joka on asiakkaiden käytössä vuorokauden ympäri ajasta ja paikasta riippumatta. Lisäksi tarjontaan kuuluvat OP-mobiili-sovellus, Pivo ja eri laitteille mukautuva OP Saavutettava-palvelu sekä perinteinen op.fi-verkkosivusto, kuten jo aikaisemmin teoriassa on kerrottu.

Toisessa osiossa käsitellään hakemista ja löytämistä, jolla tarkoitetaan kuinka helposti asiakas löytää haluamansa palvelun. Hakukoneoptimoinnin avulla asiakkaan hakiessa Googlen hakukoneesta tietyillä hakusanoilla niiden yritysten verkkosivustot avautuvat ensimmäisenä näkyviin, jotka ovat ottaneet palvelun käyttöönsä. Joidenkin tutkimusten mukaan käyttäjät eivät nimittäin klikkaa hakukoneen toiselle sivulle, joten tämän vuoksi on erityisen tärkeää olla listalla mahdollisimman korkealla, jotta asiakkailla olisi mahdollisimman helppo löytää sivusto. Toisena asiana voidaan pitää tuotteiden löytyvyyttä nopeasti ja sujuvasti sisäisen haun avulla yrityksen omilla verkkosivustoilla. Pankki- ja vakuutuslalla käytetyt termit saattavat olla asiakkaille vieraita, mutta niitä pyritään saamaan asiakkaiden tietouteen tehokkaan markkinoinnin avulla. Tämän ongelman ratkaisemiseksi samoja asioita voidaan kutsua eri nimillä, jolloin oikeiden tuotteiden ja löytäminen on helpompaa. (Filenius 2015, 84-88.)

Haun ohella asiakkaat käyttävät tuotteiden etsimisen apua päävalikossa olevia tuotekategorioita. Tuotteet tulee olla jaoteltu selkeästi ja sopivan kokoisiin kategorioihin, jotta ne ovat asiakkaiden kannalta selkeät ja helposti löydettävissä. Tärkeintä on hahmottaa tuotteen löytäminen asiakkaan näkökulmasta ja asettua hänen asemaansa miettien, miten asiakas kutsuu tuotetta ja mihin kategoriaan hän sen luokittelee (Filenius 2015, 84-88). Googlen hakutoimintoa käytettäessä Osuuspankin verkkosivujen suora linkki avautuu heti ensimmäiselle sivulle, jolloin asiakkaan on helppo löytää oikea sivusto omien pankkiasioiden hoitamiseen. Verkkosivuilta löytyy vasemmasta yläkulmasta hakutoiminto, jota asiakas voi käyttää tuotekategorioiden lisäksi oikeiden tuotteiden löytämisen apuvälineenä. (OP a.s.a.)

Valinnalla ja päätöksenteolla kuvataan kuviossa sitä, että kuinka asiakas osaa valita oikean tuotteen tai palvelun kaikkien tarjolla olevien joukosta. Kuluttaja haluaa siis olla varma, että juuri kyseinen tuote on juuri hänen tarpeisiinsa sopivin. Tuotetiedot ovat asiakkaalle päätöksen teon kannalta erittäin tärkeä asia, joiden lisäksi voidaan mainita myös kuvien oleellisuus. Lisäksi data tulee esittää asiakkaalle ymmärrettävässä muodossa. Digi-aika on tuonut mukanaan myös mahdollisuuden vertailla erilaisia vaihtoehtoja keskenään, ja saada niistä suosituksia myös muilta kuluttajilta päätöksenteon helpottamiseksi (Filenius 2015, 89-98). Myös nämä asiat näkyvät Osuuspankin verkkopalvelussa selkeästi. Voimme ottaa esimerkiksi sijoitukset Osuuspankin verkkopalvelusta. Asiakkaalla on mahdollisuus nähdä yhdellä silmäyksellä, millaisia erilaisia rahastoja pankilla on tarjottavana, joista jokaisesta on helposti saatavilla yksilöidyt tiedot. Tuotteet ovat selkeästi esillä, ja ne on jaoteltu omiin tuotekategorioihin niiden ominaisuuksien perusteella. Oman sijoittajaprofiilin täyttämällä asiakkaalla on mahdolli-

suus saada myös suosituksia siitä, millainen palvelu juuri hänelle olisi sopiva. Tuotevertailuiden kanalta nostan esille Osuuspankin tarjoamat pankkikortit, joiden ominaisuuksia voi vertailla keskenään siten, että ne näkyvät rinnakkain verkkosivuilla. (OP I s.a.; OP m s.a.)

Transaktiolla tarkoitetaan sitä, kuinka asiakas suorittaa esimerkiksi oston tai tilauksen. Tässä vaiheessa asiakas siirtää halutun tuotteen esimerkiksi ostoskoriin, ja siirtyy maksamaan sitä. Prosessin pituus ja toteutumistapa vaihtelevat toimijasta riippuen. Tähän vaiheeseen liittyvät oleellisesti esimerkiksi erilaisten lomakkeiden täyttäminen sekä maksaminen (Filenius 2015, 99-104). Nostan esille äskeisen sijoitus esimerkin: kun asiakas on tehnyt päätöksen minkä sijoitustuotteen hän valitsee, voi hän suorittaa sen ostamisen suoraan verkkopalvelussa täyttämällä vain muutaman kysymyksen mittaisen lomakkeen. Näin toiminto tapahtuu nopeasti ja vaivattomasti. (OP I s.a.)

Viidentenä vaiheena voidaan pitää käyttöönottoa ja kuudentena asiana jälkitoimenpiteitä. Käyttöönotolla tarkoitetaan lähinnä palveluihin kirjautumista, mutta tässä tapauksessa asiakas on ottanut verkkopalvelut käyttöönsä jo ensimmäisessä vaiheessa, joten tätä kohtaa ei tarkastella esimerkissä niin tarkasti. Jälkitoimenpiteillä tarkoitetaan asiakkaan sitouttamista yritykseen sekä sen parantamista. Jälkitoimenpiteitä voivat olla muun muassa palautteen pyytäminen tai aika ajoin olemassa olosta muistuttaminen (Filenius 2015, 105-115). Asiakkailta pyydetään Osuuspankissa asioimisen päätteeksi asiakaspalautetta, jolla halutaan vaikuttaa palvelun laatuun sekä asiakaskokemuksen parantamiseen. NPS eli Net Promoter Score on Osuuspankissa käytössä oleva mittari, joka mittaa suositteluhalukkuutta sekä sitä, onko asiakas ollut tyytyväinen asiakasvuorovaikutukseen (Eskelinen, Gerdt 2018, 80). Näiden asioiden avulla Osuuspankki varmistaa, että heidän sähköiset pankkipalvelunsa ovat asiakkaiden saavutettavissa ja niitä on helppoa käyttää.

### 5.3 Asiakkaiden kokema hyöty

Digimarkkinoija Minna Latola (2018-11-09) kertoi, että on nostanut senioriasiakkaille pitämässään haastattelussa esille Osuuspankin mobiilipalvelut, sillä ne ovat todella selkeät ja helppokäyttöiset. Latola oli huomannut, että senioriasiakkailta oli paljon pelkoja siitä, että he tekevät virhenäppäilyitä, jonka vuoksi hän oli ohjannut heitä käyttämään Osuuspankin mobiilipalveluita, sillä ne toimivat intuitiivisesti ja ohjaavat käyttäjiään. Kun senioriasiakkaiden kanssa katsoo palveluita yhdessä kädestä pitäen ja rauhallisesti, sekä neuvoo missä tilanteissa niitä kannattaa käyttää, he innostuvat niistä todella paljon. Latola oli nostanut senioriasiakkaille esille erityisesti Pivon kaverimaksua sekä OP-mobiilin Siirto-maksua, sillä siellä pystyy siirtämään puhelinnumeron avulla kaverille oman osuutensa esimerkiksi illallisesta tai lomamatkasta. Hän kertoi senioriasiakkaiden innostuneen nimenomaan tästä ominaisuudesta sen helppouden vuoksi. Latola painottaa, että pankin henkilökunnan tulee suositella, kertoa ja opettaa asiakkaille OP-mobiilia ja sen tarjoamia palveluita, jotta hyvät ominaisuudet tulevat myös heidän tietouteensa. "Esimerkiksi vakuutuksia ottaessa meidän tulee kertoa asiakkaalle, mitä kautta hän pystyy tekemään OP-mobiilissa vahinkoilmoituksen, sekä mitä kautta he pääsevät tarkastelemaan omia vakuutuksiaan, jotta he saavat parhaimman hyödyn palvelusta", Latola toteaa.

OP Osuuskunnan Product Owner Piia Jakola (2018-11-15) kertoo, että paikalliset edut ja tapahtumat on tarkoituksena jatkossa tuoda paremmin integroituna Osuuspankin kanaviin siten, että paikallinen tarjoama on asiakkaiden kannalta houkuttelevampi. Lisäksi Osuuspankki pyrkii tuomaan asiakkaille tutut toimihenkilöt nykyistä paremmin digitaalisiin kanaviin asiakkaiden tueksi sekä heidän saataville. Tällä tavoin on tarkoitus parantaa asiakaskokemusta sekä saada asiakkaille sellainen tunne, että palvelu on tuttua, turvallista sekä henkilökohtaista, kun tunnetut asiakastukihenkilöt ovat asiakkaiden saatavilla sähköisissä palvelukanavissa.

Digimarkkinoija Minna Latola toteaa haastattelussa (2018-11-09) lisäksi, että sähköisiä pankkipalveluita käyttämällä asiakas saa selkeän näkymän omasta taloudesta, ja hän pystyy tarkistamaan esimerkiksi tilinsä saldon OP-mobiilista. Pivosta on puolestaan mahdollista saada ilmoituksia aina kun pankkikorttia on käytetty. Tämä luo omalta osaltaan turvallisuuden tunnetta, sillä jos puhelimeen tulee yhtäkkiä ilmoitus, että korttia on käytetty eikä sitä ole itse käyttänyt, voi huomata kortin olevan varastettu, jolloin sen pystyy myös sulkemaan OP-mobiilista.

#### 5.4 Senioriasiakkaat ja sähköiset pankkipalvelut

Kansanuutisissa olevan artikkelin mukaan muutama vuosi sitten tehdyn kyselyn perusteella senioritermi kuvaa parhaiten vanhaa ihmistä. Saman tutkimuksen mukaan vanhuuden mielletään alkavan 65-80-vuotiaana (Kansanuutiset 2017). Tätä samaa määritelmää on käytetty tässä tutkimuksessa puhuttaessa senioriasiakkaista.

OP Osuuskunnan Product Owner Piia Jakola (2018-11-15) toteaa, että Osuuspankki on luonut uuden OP Saavutettava-palvelun muun muassa niille senioriasiakkaille, jotka eivät vielä aktiivisesti käytä kaikkia sähköisiä palveluita, ja joka nimenomaan tukee erilaisten asiakasryhmien tarpeita. Lisäksi OP Ryhmä tekee pankkien toimesta ja yhdistysten kautta koulutuksia muun muassa senioriasiakkaille, joista osalle Osuuspankin mobiili- ja verkkopalvelut ovat jo entuudestaan jonkin verran tuttuja, mutta he kokevat kuitenkin tarvitsevansa apua niiden käytössä ja alkuun pääsemisessä.

Vanhus- ja lähimmäispalvelun liitto Valli teki äskettäin kyselyn yli 65-vuotiaille heidän kokemuksistaan ja mielipiteistään sähköisiä pankkipalveluita kohtaan, johon osallistui melkein 3000 vastaajaa. Tehdyn kyselyn tiimoilta suurin osa verkossa vastanneista hoitaa omat pankkiasiansa tietokoneen avulla ja kokevat sen helpoksi sekä vaivattomaksi. Alle joka kymmenes vastasi sen olevan hidasta sekä hankalaa. Vastaukset perustuivat palveluiden monimutkaisuuteen, tarkkuutta vaativiin seikkoihin sekä pitkiin numerosarjoihin. Pankkiasiansa hoiti verkossa vastanneista 70% yleensä tietokoneella, kun taas paperilomakkeella vastanneista vain 46%. Paperilomakkeella vastanneista 11% käytti yleensä mobiililaitetta ja 36% asioi yleensä konttorissa. (Taloustaito 2018, 25.)

Samassa Taloustaitolehden artikkelissa oli käsitelty myös sitä, kuinka senioriasiakkaat voivat hoitaa pankkipalveluita nykypäivänä. Artikkeliiin oli haastateltu kuuden eri pankin asiantuntijaa, joista yksi työskenteli OP Ryhmässä. Artikkelissa kehoitettiin asiakkaita varaamaan aika konttorille sähköisten pankkipalveluiden opastusta varten. Näin he voivat ottaa mukaansa omat mobiililaitteet, jolloin niiden

käyttö tulee tutuksi jo konttorilla asiantuntevan virkailijan kanssa. Artikkelin mukaan laskun maksua kannattaa harjoitella rauhassa ennen laskujen eräpäivää, asiakkaiden kannattaa käyttää valmiita maksupohjia, joihin saajan nimi ja tilinumero on tallennettu valmiiksi, verkkopalvelussa voi kysyä apua chatista, puhelinpalveluun voi soittaa ongelmatilanteen tullessa, ja mobiilisovellus kannattaa ladata puhelimelle tai tabletille. Lisäksi op.fi:ssä on laskun maksua tehtäessä jokaisen täytettävän kohdan edessä infoteksti, josta asiakas saa tarvittaessa apua. (Taloustaito 2018, 24-25.)

## 5.5 Asiakkaiden suhtautuminen verkkopalveluun

Verkkopalvelut ovat koko ajan kasvava ja laajentuva palvelumuoto, jonka avulla asiakkaat voivat täydentää heille tarjottavia henkilökohtaisia palveluita. Asiakas voi palvella verkon välityksellä itse itseään, mutta tarvittaessa hänen on myös mahdollista asioida konttorilla niissä tilanteissa, missä kokee itsepalvelun haasteelliseksi. Tällä monikanavaisuudella sekä mahdollisuudella valita useista eri vaihtoehdoista luodaan asiakkaalle lisää arvoa ja ajatellaan se samalla hyväksi palveluksi. Teknologian kehitys sekä sen kautta tulevat muutokset ovat tuoneet palveluihin sekä parannuksia että heikennyksiä. Pankkien tarjoamat tiliotteet asiakkaille ovat entistä selkeämmät, ja niistä löytyy aikaisempaa enemmän tietoa. Automatisoiduissa toiminnoissa mahdollisten virheiden korjaaminen saattaa kuitenkin viedä enemmän aikaa sekä osoittautua haasteelliseksi (Järvinen ja Ylikoski 2012, 131). Osuuspankki tarjoaa asiakkailleen maksuttoman tilitapahtumien, maksujen ja e-laskujen tarkasteluun tarkoitettun tapahtumavirran, jonka avulla oman rahankäytön hahmottaminen sekä talouden suunnittelu on entistäkin helpompaa. Tapahtumavirrassa näkyvät tilitapahtumat, sekä menneet että tulevat maksut sekä e-laskut, ja tapahtumat ovat tarkasteltavissa aiempaa pidemmältä aikaväliltä. (OP j s.a.)

Osa asiakkaista suhtautuu kuitenkin verkkopalvelun käyttämiseen kielteisesti, eikä heillä ole motivaatiota opetella uusia toimintatapoja, sillä he kokevat riittäväksi aikaisemmin omaksutut tavat. Asiakkaiden epävarmuus, riskit verkkoasioinnissa sekä luottamattomuus omiin taitoihin vähentävät asiakkaan kokemaa arvoa sähköisten pankkipalveluiden käytöstä. Toisena haasteena ilmenee se, että sähköisten pankkipalveluiden käyttö vaatii omatoimisuutta ja välillä myös itseopiskelua, mikä saattaa johtaa siihen, että palveluita ei oteta käyttöön. Erään tutkimuksen mukaan tavallisimmat syyt sille, että asiakkailla ei ole verkkopalvelua käytössään johtuu tiedon puutteesta tarjolla oleviin palveluihin, verkkoyhteyksien hitaudesta tai niiden täydellisestä puuttumisesta, vaikeudesta käyttää internetiä, turvallisuuskysymyksistä sekä ajatuksista siitä, että verkkopalvelun käyttäminen ei ole heille tarpeellista. Asiakkaiden iällä on myös merkitystä, kun puhutaan verkkopalveluiden käyttämisestä, sillä nuoremmat ihmiset hoitavat pankkiasiointina mielellään verkon kautta, kun taas senioriasiakkaat asioivat mieluummin pankin konttorilla, ja he ajattelevat henkilökohtaisen palvelun olevan luotettavampaa. (Järvinen ja Ylikoski 2012, 132.)

## 5.6 Itsepalvelun arvo asiakkaalle

Finanssiala lukeutuu muiden alojen kanssa samaan kategoriaan siinä, että asiakkaat siirtyvät yhä enemmän itsepalveluun henkilökohtaisen palvelun luota. Itsepalvelulla tarkoitetaan kaikkea sitä asiointia, jonka asiakas hoitaa itse ilman asiakasneuvojan tarjoamaa apua. Tässä itsepalvelussa finanssiyhtiön tehtävänä on kehittää asiakkaalle puitteet hankkia palveluita, mutta lopullinen vastuu prosessin sujuvuudesta jää loppujen lopuksi asiakkaalle itselleen. Asiakkaalle on helppoa ja luontevaa siirtyä itsepalveluun, jos hän kokee saavansa siitä itselleen arvoa. Pelkästään se, että asiakas pystyy hoitamaan asiansa itse käyttämällä sähköisiä tietojärjestelmiä ei riitä, sillä saadun hyödyn tulee ilmetä konkreettisemmin. Tällaisia hyötyjä voivat olla esimerkiksi joustavuus, sillä koneet ovat asiakkaiden käytössä viikon jokaisena päivänä ja päivän jokaisena tuntina, edullisuus sekä valinnan vapaus siihen peilaten, että asiakkaan ei tarvitse olla paikkaan ja aikaan sidoksissa. (Järvinen ja Ylikoski 2012, 133-134.)

Näin ollen itsepalvelusta saatua arvoa voidaan mitata kahtena eri ulottuvuutena, joita ovat sekä ajallinen että sijaintiin peilaava ulottuvuus. Ajallisella ulottuvuudella tarkoitetaan sitä aikaa, minkä asiakas käyttää itsepalveluun, johon liittyvät myös vahvasti ajallinen joustavuus sekä optimointimahdollisuus. Sijainnilla puolestaan kuvataan sitä, että asioiden hoitaminen on joustavampaa, mukavampaa sekä yksityisempää. (Järvinen ja Ylikoski 2012, 133-134.)

Pohjois-Savon Osuuspankin palvelujohtaja Satu Martikaisen (2018-11-14) mukaan sähköiset pankki-palvelut tuovat asiakkaille helppoutta, jolloin aikaa jää enemmän niille asioille, jotka ovat asiakkaille tärkeitä. Palveluiden käyttäminen näkyy myös asiakkaan euroissa, sillä sähköisten palveluiden käyttäminen on asiakkaalle huomattavasti edullisempaa. Lisäksi Osuuspankin sähköiset palvelut parantavat omaa taloudellista tilaa ja asemaa, ottamalla käyttöön esimerkiksi säästämisen palveluita. Asiakas on myös tietoisempi oman talouden ja arjen kulutuksesta. Satu painottaa, että Tupas-tunnistautuminen mahdollistaa arkiasioiden sujuvampaa hoitamista muissakin kuin pankkiasioissa.

Pohjois-Savon Osuuspankin pankinjohtaja Antti-Jussi Pitkälä (2018-11-14) painottaa myös päällimmäisenä asioinnin helppoutta peilaten nykyistä tilannetta kymmenen vuotta taaksepäin, jolloin asiat olivat toisin. Nykyään omia pankkiasioita pystyy hoitamaan itsepalveluna ilman, että asiakkaan tarvitsee asioida virkailijan kanssa, ja tämä on joillekin asiakkaille arvo jo itsessään. Pitkälä painottaa, että koskee asiakkaan asiointi laina-asioita, säästämiseen tai sijoittamiseen liittyviä seikkoja, vahinkovakuutusta tai vahinkoilmoituksen tekemistä, löytyvät ne kaikki Osuuspankin tarjoamista sähköisistä palveluista. Lisäksi hän nostaa esille vielä konkreettisen esimerkin omasta elämästään. "Yksi sellainen näkökulma mikä on ollut vähän vähemmän esillä, on yksityisyydensuoja. Olin eilen eräässä tilaisuudessa, jossa pohdittiin sitä, että verkkokaupassa tehdyt keskiostokset ovat aika suuria, ja siellä käytetään osamaksua huomattavasti enemmän verrattuna kivijalkaliikkeisiin. Kaupan kassalla monet asiakkaat eivät välttämättä halua kertoa tarvettaan osamaksulle, sillä he kokevat tilanteen mahdollisesti nolona, kun taas verkossa saman tilanteen voi hoitaa anonyymina. Mielestäni sähköinen palvelu antaa

yksityisyyden suojaa myös tähän tilanteeseen. Tiivistettynä sähköiset pankkipalvelut tarjoavat asiakkaille arjen helppoutta, jolloin aikaa jää käytettäväksi muihin asioihin, yksityisyyden suojaa, mahdollisuutta hoitaa pankkiasioita milloin vain, eikä se ole aikaan tai paikkaan sidottua”, Pitkälä toteaa.

OP Osuuskunnan digimarkkinoija Minna Latola (2018-11-09) toteaa haastattelussa, että OP-mobiilin tilitapahtumissa näkyvät asiakkaan tulot ja menot, ja sieltä on mahdollista etsiä yksittäisiä tilitapahtumia. OP-mobiilin avulla taas asiakas pystyy helposti seuraamaan mitä laskuja hän on maksanut ja mitä laskuja hänelle on tulossa maksettavaksi. Asiakas pysyy hyvin kartalla siitä, että missä tilanteessa hänen oma taloutensa on ja kuinka paljon rahaa on vielä käytettävissä. Latola kehuu myös op.fi-palvelusta löytyvää säästölipasta seuraavin sanoin: ”Säästölippaan avulla asiakkaan on todella helppoa säästää, sillä esimerkiksi korttimaksuja tehtäessä asiakas voi valita summan, joka menee jokaisen maksun yhteydessä säästötilille. Jos esimerkiksi säästämisen aloittaminen on vaikeaa, eikä tiedä mistä sinne laittaisi rahaa, niin tällaisen palvelun avulla me voimme auttaa asiakkaan säästämässä alkuun, ja alkaa pikkuhiljaa kasvattamaan säästötiliä ja siellä olevia varoja, sekä tätä kautta auttaa asiakasta turvaamaan omaa talouttaan. Näin ollen asiakkaalle kertyy säästötilille varallisuutta, joita hän pystyy käyttämään esimerkiksi äkillisiin menoihin, kuten vaikka pesukoneen rikkoutumiseen, tai vaikka pitkään haaveiltuun ulkomaanmatkaan. Säästölippaaseen julkaistiin lisäksi joulukuussa 2018 automaattisen rahastosäästämisen ominaisuus, jolloin säästötavoitteen täytyttyä ylimenevä osuus siirtyy viikoittain valittuun indeksirahastoon”. Latola toteaa, että Osuuspankilla on paljon asiakkaan taloudellista turvaa antavia palveluita säästölipas mukaan lukien, joita pystyy seuraamaan helposti omien digitaalisten palveluiden kautta.

Finanssiyhtiöt tarjoavat asiakkailleen itsepalveluita, joiden avulla asiakkaat voivat hyötyä niistä seuraavasti: palvelut ovat nopeita käyttää, ne ovat auki vuorokauden ympäri vuoden jokaisena päivänä, mahdollisuus valita useista eri tuotteista, tietojen ja hintojen vertaileminen itsenäisesti, tietojen tallentaminen ja arkistointi, yksilöllisten ohjeiden saaminen, tietojen reaaliaikaisen päivittämisen, sekä vapauden valita mihin aikaan ja missä paikassa asiakas haluaa asioida. (Järvinen ja Ylikoski 2012, 136.)

## 5.7 Turvallisuus itsepalvelukanavissa

Yritysten tietoverkkoihin kohdistuvat henkilötietojen ja tilitietojen kaappausyritykset ovat tulleet tutuiksi myös finanssialalla. Asiakkaita yritetään saada luovuttamaan omia henkilökohtaisia tietoja, mukaan lukien salasanoja, erilaisten sähköpostien ja puhelinviestien avulla, jolloin lähettäjällä olisi mahdollisuus päästä käsiksi asiakkaan pankkitilien saldotietoihin. Tietoa, joka liikkuu tietoverkkojen välityksellä, on helppoa lähteä kopiomaan, manipuloimaan tai muuttamaan, jolloin vahinkoa voi koitua finanssiyhtiöille tai sen asiakkaille. (Järvinen ja Ylikoski 2012, 137.)

Asiakkaiden omalla vastuulla on huolehtia, että heillä on käytössään oikeanlaiset ja hyvässä kunnossa olevat laitteet. Asiakkaan tulee päivittää omat laitteensa ja sovelluksensa, jolloin palveluiden käyttäminen on turvallista. Kun turvallisuustasoja korotetaan tai kehittyneempiä järjestelmiä otetaan käyttöön,

on näissä tilanteissa huomioitu nimenomaan asiakkaan etu (Järvinen ja Ylikoski 2012, 137). Osuuspankin verkkosivuilla kerrotaan, että turvallisinta on siirtyä op.fi- sivulle kirjoittamalla osoite selaimen hakuriville ja painotetaan samalla sitä, että tekstiviestin tai sähköpostin kautta tulleen linkin kautta kanavaan siirtymistä ei tule tehdä ja avainlukua kysytään palveluun kirjautumisen yhteydessä ainoastaan yhden kerran. Tietokoneella tulee olla palomuuriohjelmisto, virustorjuntaohjelma, käyttöjärjestelmä sekä uusi versio internetin selailuun liittyvästä ohjelmasta. Tunnuksia ei tule käyttää koneella, jos siinä on havaintoja haittaohjelmista. (OP k s.a.)

Pohjois-Savon Osuuspankin pankinjohtaja Antti-Jussi Pitkälän (2018-11-14) mukaan asiakkaille tulee kertoa turvaohjeet tunnusten säilyttämiseen ja käyttämiseen liittyen. Pitkälä painottaa, että pankki tai poliisi ei koskaan kysele asiakkailta sähköpostitse, tekstiviestillä tai puhelimitse asiakkaan tunnuksia, sillä ne ovat asiakkaan henkilökohtaiset. Lisäksi tunnukset ja avainlukulista tulee säilyttää erillään toisistaan, ja kun näitä pääperiaatteita noudattaa, niin tunnusten käyttäminen on turvallista. ”Jossain vaiheessa tietokoneelle asennetut kalasteluohjelmat olivat hyvin pinnalla, mutta mobiilissa näitä on huomattavasti vähemmän. Tämän vuoksi suosittelen itse Osuuspankin mobiilipalveluita iäkkäämmälle kohderyhmälle”, Pitkälä painottaa.

Pohjois-Savon Osuuspankin palvelujohtaja Satu Martikainen (2018-11-14) toteaa, että näinkin yksinkertaisia asioita noudattamalla sähköisten palveluiden käyttäminen on turvallista, sillä tietoturva on pankin puolelta huolehdittu täysin kuntoon. OP Osuuskunnan digimarkkinoija Minna Latolan (2018-11-09) mukaan OP-mobiilia voidaan pitää turvallisena sovelluksena, sillä asiakkaan tulee ensin saada puhelimen lukitus pois päältä sormenjäljen, kasvotunnistuksen tai joko numeroista tai kuviosta muodostetun koodin avulla. Tämän jälkeen asiakkaan tulee kirjautua OP-mobiili-sovellukseen käyttäjätunnuksen, salasanan ja avainlukulistan avulla, tai vaihtoehtoisesti somenjäljen, kasvotunnistuksen tai mobiiliavaimen avulla.

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada selville, miksi Pohjois-Savon Osuuspankissa on senioriasiakkaita, jotka eivät käytä aktiivisesti sähköisissä pankkipalveluita, miten palveluita tulisi kehittää, jotta niitä olisi helpompi käyttää, miksi osa asiakkaista asioi mieluummin konttorilla kuin sähköisissä kanavissa sekä kuinka senioriasiakkaat saataisiin asioimaan aktiivisemmin sähköisissä palvelukanavissa. Tutkimus toteutettiin sekä kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena työntekijöille suunnattujen haastatteluiden perusteella, että kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena asiakkaille suunnattuna Webropol-kyselynä. Seuraavissa kappaleissa käydään tarkemmin läpi tutkimusmenetelmien valintaa sekä koko tutkimuksen toteutusta.

### 6.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmät voidaan jakaa sekä kvalitatiiviseen- eli laadulliseen tutkimukseen, että kvantitatiiviseen- eli määrälliseen tutkimukseen, joiden avulla hankitaan ja analysoidaan tutkimusaineistoa. Menetelmiä valittaessa ratkaisevana tekijänä ovat tutkimuskysymykset, hankittu aineisto sekä teoreettinen viitekehys, joiden perusteella tutkija päättää käytettävän tutkimustavan perustellen sen (KOPPA 2019). Kvalitatiiviselle tutkimukselle tyypillisiä aineistonkeruumenetelmiä ovat erilaiset haastattelut, kuten henkilökohtaiset haastattelut, avoimet haastattelut, ryhmähaastattelut, teemahaastattelut sekä valmiiden aineistojen ja dokumenttien analysointi. Kvalitatiivinen haastattelu vastaa kysymyksiin miksi, miten ja millainen, ja auttaa ymmärtämään esimerkiksi käyttäytymisen ja päätösten syitä. Laadullinen tutkimus sopii tilanteisiin, jossa toimintaa on tarkoitus kehittää ja ongelmia tutkia. Kvalitatiivisen tutkimuksen otanta on yleensä suppeampi kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. (Heikkilä 2014, 6-8.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan vastauksia kysymyksiin mikä, missä ja kuinka usein, ja sen avulla voidaan kerätä numeerista tietoa suurelta joukolta. Tämän tutkimusmenetelmän avulla voidaan saada vastauksia lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyvillä kysymyksillä. Aineistoa kerätään tutkittavalta joukolta yleensä kysymyslomakkeiden avulla, joista löytyvät valmiit vastausvaihtoehdot. Kysymykset ovat yleensä muotoiltu siten, että niiden avulla voidaan kuvata erilaisten asioiden välistä riippuvuutta. Määrällisen tutkimuksen avulla voidaan kartoittaa nykyinen tilanne, mutta sen avulla on haastavaa selvittää mistä asiat loppujen lopuksi johtuvat. Tyypillisiä tiedonkeruumenetelmiä määrällisessä tutkimuksessa ovat erilaiset kyselyt, kuten esimerkiksi lomakekysely, internet-kysely sekä puhelinkyselyt. (Heikkilä 2014, 6-8.)

Tässä opinnäytetyössä yhdistettiin sekä laadullinen että määrällinen tutkimusmenetelmä, jotta tutkimuksesta saatiin laajempi, ja jotta se tuottaisi enemmän tietoa toimeksiantajalle. Pohjois-Savon Osuuspankin sekä OP Osuuskunnan haastattelut toteutetaan laadullisen tutkimuksen menetelmin teemahaastatteluina, kun taas asiakkaille suunnattu kysely noudattaa määrällisen tutkimuksen kaavaa. Tutkimuksen kannata oli hyvin tärkeää valita juuri kyseiseen tutkimusongelmaan ja siihen liittyviin kysymyksiin sopiva haastattelumuoto. Strukturoidulla haastattelulla tarkoitetaan tietynlaista lomake-

haastattelua, jossa vastaajille esitetään täysin samat kysymykset samassa järjestyksessä. Tämä haastattelutapa sopii tilanteisiin, joissa haastateltavat edustavat yhtenäistä ryhmää. Avoin haastattelu on kahden edellisen ohella huomattavasti vapaamuotoisempi, ja se muistuttaa yleensä tavallista keskustelua. Tämä haastattelutyyppi sopii menetelmäksi, kun tutkimusaihe on arkaluontoinen tai vastaajien kokemukset vaihtelevat suuresti. Avoin haastattelu voi muuttua syvähaastatteluksi, jonka avulla voidaan ymmärtää muun muassa haastateltavan suhtautumista tiettyihin asioihin. Puolistrukturoitu- eli teemahaastattelu sopii tilanteisiin, jossa haastattelija on laatinut teoreettisen viitekehysten perusteella teemat, joita haastattelussa käsitellään. Tutkija esittää haastateltaville avoimia kysymyksiä, joihin ei vastaajilla ole valmiita vaihtoehtoja. Tämä haastattelumuoto sopii tilanteisiin, jossa halutaan saada informaatiota sellaisesta ilmiöstä, jota ei tunneta niin hyvin, ja suuri sen takia se valittiin myös tämän opinnäytetyön haastattelumuodoksi. (KAMK s.a.)

Haastattelutyyppin lisäksi haastattelijan tulee valita myös toimivin haastattelumuoto, joita voivat olla yksilöhaastattelu, parihaastattelu sekä ryhmähaastattelu. Yksilöhaastattelussa käydyt keskustelut ovat siitä hyviä, että niissä keskustelut ovat yleensä luontevia, kun taas ryhmähaastattelulla saadaan tietoa useammalta henkilöltä kerrallaan. Parihaastattelusta voidaan puhua yhtensä ryhmähaastattelun alamuotona. Tässä opinnäytetyössä käytettiin sekä yksilö- että parihaastattelua, sillä Pohjois-Savon Osuuspankin työntekijöitä oli mahdollisuus haastatella yhtä aikaa, koska haastattelija ja haastateltavat asuivat samalla paikkakunnalla, mutta OP Osuuskunnan työntekijät puolestaan toisella puolella Suomea. Haastattelumuodot olivat myös sen vuoksi erilaisia, koska OP Osuuskunnan työntekijöillä oli ammattiosaamista eri asioista, jolloin kysymykset oli helpompi asettaa molemmille sopiviksi erikseen tehtävien haastatteluiden myötä. (KAMK s.a.)

Määrällisen tutkimusosuuden kannalta oli hyvin tärkeää valita oikea tiedonkeruutapa, jotta haluttu lopputulos saatiin aikaiseksi. Oikean tiedonkeruumenetelmän valintaan vaikuttavat muun muassa tutkimusongelma ja tutkimuksen perusjoukko, ja saman tutkimuksen toteuttamisessa on mahdollista käyttää myös useampaa menetelmää (Heikkilä 2014, 18). Survey-tutkimuksella tarkoitetaan juuri tällaisia tilanteita, jossa kysely- tai haastattelumenetelmillä halutaan kerätä tietoa satunnaisotannalla suurehkoista joukosta tutkittavia ihmisiä, ja kysymykset kysytään kaikilta ihmisiltä samalla tavalla. Tutkimuksen voi toteuttaa esimerkiksi erilaisissa tapahtumissa, joissa asiakasjoukko jolta halutut tulokset on tarkoituksenaan kerätä, on rajattu. Kyselyssä haittana saattaa ilmetä tutkimusaineiston kato, jolla tarkoitetaan sitä, että vastausmäärä jää pieneksi. (Vilka 2017.)

## 6.2 Kyselylomakkeen laatiminen

Kun kyselylomaketta lähdetään laatimaan, täytyy sen suunnittelussa ottaa huomioon useita erilaisia seikkoja, joista ensimmäisinä käsitellään ulkoasua sekä laajuutta. Kyselylomakkeen pituudella on suuri merkitys vastaajaprosentin kannalta, sillä liian pitkä kysely ei välttämättä houkuttele ihmisiä vastaamaan. Laajuuden ohella lomakkeen ulkoasun suunnitteluun tulee myös käyttää aikaa, jotta kokonaisuudesta tulee selkeä ja helposti ymmärrettävä. Lomake kannattaa suunnitella siten, että kysymykset etenevät ylhäältä alaspäin, ne on kirjoitettu selkeällä kirjaimella ja erotettu toisistaan. (KvantiMOTV 2010.)

Kyselylomake tulee laatia siten, että se herättää luottamuksen vastaajien keskuudessa, eikä heidän tarvitse huolehtia siitä, että tietoja käytettäisiin väärin. Vastaajien anonymiteetti eli nimettömyys täytyy ottaa huomioon jo kysymyksiä laadittaessa. Taustatietoja käytettäessä kannattaa mainita, että niitä käytetään ainoastaan tilastollisen käsittelyn vuoksi. Myös teittelyn avulla on mahdollista herättää luottamusta vastaajien keskuudessa, ja sen käyttöä sinuttelun tilalla kannattaa punnita vastaajaryhmään peilaten. (KvantiMOTV 2010.)

Lomakkeen rakentaminen kannattaa aloittaa sellaisilla kysymyksillä, joihin haastateltavan on helppo antaa vastaukset. Lisäksi kysymykset kannattaa laatia loogiseen järjestykseen, jolloin samankaltaiset kysymykset ovat lomakkeessa peräkkäin. Lomakkeen kysymykset voidaan laatia joko avoimina tai siten, että niissä on valmiiksi annetut vastausvaihtoehdot, jolloin puhutaan strukturoidusta kysymyksestä. Strukturoitujen kysymysten vastausvaihtoehdot tulee laatia siten, että ne sulkevat toisensa pois. Avoimia kysymyksiä tulee taas käyttää vain niissä tilanteissa, kun niiden käytölle perusteltu syy. (KvantiMOTV 2010.)

Jotta lomakkeessa olevat kysymykset ovat mahdollisimman helppo ymmärtää, laatijan kannattaa hyödyntää yksityiskohtaisia vastausohjeita kysymyksen yhteydessä, eikä tyytyä vain kyselyn alussa olevaan vastausohjeeseen. Myöskään kaikkia kysymyksiä ei tarvitse kysyä jokaiselta vastaajalta, ja näissä tilanteissa lomakkeessa tulee olla selkeä merkintä mihin kohtaan vastaaja voi siirtyä vastattuaan aikaisempaan kysymykseen. (KvantiMOTV 2010.)

Asiakkaille suunnattu kysely laadittiin aikaisemman teorian pohjalta Webropol-ohjelman avulla. Jotta Pohjois-Savon Osuuspankin senioriasiakkaiden oli helppoa vastata kyselyyn, oli se laadittu suurimmalta osin monivalintakysymysten perusteella, jolloin vastaamiseen käytettävää aikaa saatiin minimoitua. Monivalintakysymysten avulla myös tulosten purkaminen ja analysoiminen eli tarkasteleminen on helpompaa. Asiakkaille oli kuitenkin laadittu joukkoon kaksi avointa kysymystä, joiden perusteella kyselystä oli mahdollista saada selville asiakkaiden omia mielipiteitä sekä heidän kehitysehdotuksiaan, ja näin ollen kattavampaa materiaalia toimeksiantajalle.

Kyselylomakkeen kysymykset testattiin ennen kyselyn toteuttamista sen varalta, että kysymyksen asettelu, vastausvaihtoehdot tai kieliasua pitäisi muuttaa. Tämän seurauksena muutama kysymyksiä muokattiin, sekä kyselyn kirjaisinkokoa suurennettiin, jotta senioriasiakkaiden oli helpompaa hahmottaa tekstit. Kyselyyn vastaajat valikoituivat satunnaisesti Varmuutta Verkkoon-pisteellä kävijöiden joukosta, tai muuten kassapalveluihin jonottavista ihmisistä. Jokaiselta asiakkaalta kysyttiin ennen kyselyyn osallistumista halukkuutta vastata kysymyksiin. Lisäksi heille kerrottiin, että kyselyn lopussa on mahdollista osallistua Pohjois-Savon Osuuspankin tuotepaketin arvontaan. Kyselyssä olleet kysymykset liittyivät Pohjois-Savon Osuuspankin sähköisiin pankkipalveluihin sekä niiden kehittämiseen tulevaisuudessa, ja asiakkaiden tuli vastata jokaiseen heille osoitettuun kysymykseen. Käytössä ollut kyselylomake on opinnäytetyön lopussa liitteenä (Liite 1.).

### 6.3 Haastattelukysymysten laatiminen ja vastausten litterointi

Haastattelua suunniteltaessa on mietittävä tarkasti, ketä haastatellaan, kuinka haastatellaan, miten haastateltaville puhutaan sekä mitä on tarkoituksena kysyä. Sopivien haastateltavien löytäminen sekä heidän kontaktointi on yleensä melko työlästä, sillä tarkoituksena on löytää sellaisia henkilöitä, joilta haluttu tieto on mahdollista saada. Oikeiden henkilöiden löytyttyä on sovittava sopivasta ajankohdasta sekä haastattelupaikasta ja haastattelumuodosta. Haastattelupaikan tulee olla sellainen, jossa taustamelu ei häiritse. Jos haastattelu on tarkoitus nauhoittaa, täytyy haastattelijan hankkia myös siihen soveltuvat välineet. Lisäksi haastattelijalla voi itse päättää, haluaako hän kertoa haastateltaville kysymyksiä etukäteen. Tietyissä tilanteissa tämä voi olla paikallaan, jos aihepiiri koskee esimerkiksi tiettyjä käytäntöjä tai prosesseja. Puhumisen kannalta on tärkeää ottaa huomioon tilanteeseen vaikuttavat tekijät, kuten ikäero, statusero sekä hierarkia oman organisaatio sisällä tehtäville haastatteluille. Kysymyksiä mietittäessä haastattelijan tulee perehtyä ennalta aiheeseen, sekä lisäksi hänellä tulee olla mietittynä teemoja, joista hän haluaa keskustella haastateltavien kanssa. (Valli 2018, 30-46.)

Työntekijöille suunnatuissa haastatteluissa olevat kysymykset laadittiin aikaisemmin esitetyn teorian sekä opinnäytetyössä olevan teoreettisen viitekehyksen perusteella. Skypellä toteutetuissa haastatteluissa haastateltavat saivat heille suunnatut kysymykset etukäteen tietoon, kun taas konttorilla toteutetussa haastattelussa kysymykset tulivat haastateltavien tietouteen täysin spontaanisti. Etäyhteydellä tehdyissä haastatteluissa käsiteltiin paljon tulevaisuuden teknologiaa sekä finanssialan muutoksia. Kysymykset olivat hieman haasteellisempia, jonka vuoksi haastateltavat halusivat miettiä vastausvaihtoehtoja jo hieman etukäteen. Haastateltaviksi valittiin Pohjois-Savon Osuuspankin pankinjohtaja Antti Jussi Pitkälä sekä palvelujohtaja Satu Martikainen, ja OP Osuuskunnan Product Owner Piia Jakola sekä digimarkkinoija Minna Latola.

Pohjois-Savon Osuuspankin työntekijät valikoituivat sen perusteella, että he molemmat katsovat pankin toimintaa hieman eri näkökulmasta omien työnkuviensa vuoksi, ja voivat näin ollen antaa kattavampia vastauksia opinnäytetyön kannalta. OP Osuuskunnan Minna Latola on taas työskennellyt nimenomaan digitalisaation parissa, sekä Piia Jakolan osaamisalueeseen kuuluvat pankkipalveluiden kehittäminen eri osa-alueilla. Jokaisen haastateltavan kanssa sovittiin erikseen päivä, milloin ja miten haastattelu toteutettaisiin. Olin laittanut jokaiselle haastateltavalle sähköpostilla tietoa opinnäytetyöni aiheesta, mutta halusin kuitenkin kerrata sen vielä kaikkien kanssa ennen haastattelun toteuttamista. Pohjois-Savon Osuuspankillä toteutettu haastattelu pidettiin neuvottelutilassa 14.11.2018 ja OP Osuuskunnalle suunnatut haastattelut toteutettiin Skypen välityksellä 09.11.2018 sekä 15.11.2018. Jokaisen kolmen haastattelun tekemiseen oli varattu tunti aikaa, mutta ne kestivät kuitenkin keskimäärin hieman sen alle. Kysymykset ymmärrettiin jokaisessa haastattelussa hyvin, eikä tarkentavia kysymyksiä tämän vuoksi tarvinnut esittää kuin muutamaan otteeseen. Haastattelut nauhoitettiin litterointia varten. Haastattelussa olleet kysymykset ovat opinnäytetyön lopussa liitteenä (Liite 2.).

Litteroinnilla kuvataan esimerkiksi nauhoitetun aineiston puhtaaksikirjoittamista, jotta sitä on jatkossa helpompaa käsitellä ja analysoida. Epäselviä tilanteita saattaa ilmetä litteroinnin osalta silloin, kun litteroinnin tarkkuutta aletaan miettimään. Se millä tarkkuudella puhemuotoinen aineisto tai omalla

käsialalla tehdyt tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden vastaukset litteroidaan, riippuu täysin tutkimusongelmasta. Peruslitteroinnilla tarkoitetaan tilannetta, jossa äänite litteroidaan puhekielellä ja mahdolliset täytesanat, kuten sanojen toisto, aiheeseen liittymätön keskustelu ja haastattelijan myötällyt jätetään huomioimatta. Eksakti litterointi toteutetaan peruslitteroinnin ohella puhekielellä, mutta siinä myös täytesanat otetaan huomioon. Tämä litteroinnin tapa on hyvä siinä tilanteessa, kun vuoro-vaikutusta ja puhetta halutaan tutkia tarkasti. Yleiskielisellä litteroinnilla tarkoitetaan sitä, että puhe kirjoitetaan yleiskielellä, ja täytesanat jätetään huomioimatta, jolloin tekstin laatu muuttuu virallisemmaksi. Lisäksi kielioppivirheet korjataan ja sanat muutetaan oikeaan muotoon. Tämä litterointitapa soveltuu esimerkiksi puheiden ja esitysten litterointiin, jonka vuoksi kyseinen tapa on valittu myös tämän tutkimuksen litterointitavaksi. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006; Spoken Oy, 2019.)

#### 6.4 Reliabiliteetti ja validiteetti

Reliabiliteetin sekä validiteetin perusteella tarkastellaan sekä tutkimuksen että aineiston luotettavuutta. Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan sitä, miten toistettavasti ja luotettavasti haluttua ilmiötä voidaan tutkimusmenetelmän avulla mitata. Tutkimuksen reliabiliteettia voidaan pitää hyvänä, kun tuloksia ei ole saatu sattumalta. Jos sama tutkimus uusitaan ja olosuhteet pysyisivät samanlaisina, tutkimuksen tuloksien ei tulisi muuttua. Näin ollen kysymysten on oltava yksiselitteisiä ja ilmaistu ymmärrettävässä muodossa, kun taas haastattelut tulee olla huolellisesti suunniteltu ja tehty. (KvanttiMOTV 2008.)

Validiteetilla tarkastellaan sitä, miten kattavasti ja tehokkaasti tutkimusmenetelmä mittaa niitä asioita, mitä on tarkoituksenakin mitata. Validiteetin voidaan todeta olevan hyvä silloin, kun kohderyhmä ja tutkimuksen kysymykset ovat valittu oikein. Toisin sanoen validiteetti kuvastaa sitä, miten hyvin tutkimusote ja sen menetelmät keskustelevat tutkittavan aiheen kanssa. Validiteettia käytettäessä on otettava huomioon se, että sitä käytetään oikeaan aikaan ja oikeaan kohteeseen tarkoituksenmukaisella tavalla. Validiteettia voivat heikentää otannan epäonnistuminen, huonon ajankohdan valitseminen sekä haastattelijan ja haastateltavan välinen yhteys. Jos tutkimusasetelma on jollain tapaa virheellinen, vaikuttaa se kokonaisvaliditeettiin. Validiteetin voidaan todeta puuttuvan kokonaan, jos tutkimuksessa tutkitaan todellisuudessa jotain muuta asiaa mitä alun perin oli tarkoitus tutkia. (Hiltunen 2009, 3; KvanttiMOTV 2008.)

Asiakkaille suunnattu kyselylomake suunniteltiin huolellisesti, ja ennen kyselyn toteuttamista sitä testattiin Pohjois-Savon Osuuspankin henkilökunnalla, parilla seniorilla sekä muutamalla muulla henkilöllä, jolloin kysymysten asettelusta, kielellisestä asusta sekä tutkimuksen kattavuudesta saatiin muiden ihmisten mielipiteitä. Näin lomaketta oli mahdollista muokata saatujen kehitysehdotusten pohjalta. Kyselylomaketta arvioitettiin Pohjois-Savon Osuuspankin henkilökunnalla, sillä näin toimeksiantajalla oli vielä mahdollisuus vaikuttaa kysymysten laatuun. Lisäksi oli tärkeää saada mielipiteitä kyselyn kohderyhmältä, jotta kysymykset olisivat asetettu heille ymmärrettävässä muodossa, jonka vuoksi kyselyä testattiin myös senioriasiakkailta sekä muutamilla muilla henkilöillä. Näin validiteettia ja reliabiliteettia voitiin tutkia jo ennen kyselyn toteuttamista.

Koska kysely toteutettiin siten, että tekijä kysyi kyselyssä olevat kysymykset asiakkailta, oli asiakkaiden helpompi jättää mainitsematta jokin heitä askarruttava seikka. Kyselyn tekemiseen käytettiin kuitenkin jokaisen haastateltavan kohdalla sen verran aikaa, että jokaisella oli mahdollisuus vastata kyselyyn omien mielipiteiden perusteella. Kyselyyn vastannut kohderyhmä oli oikea, ja kysymysten avulla saatiin vastauksia haluttuun tutkimusongelmaan. Koska kysely toteutettiin siten, että kysymykset kysyttiin sanallisesti asiakkailta ja kirjattiin sen jälkeen Webropol-kyselyyn, oli haastattelijalla mahdollisuus avata joitain kohtia, jos asiakas ei olisi ymmärtänyt kysymyksen asettelua. Kyselytutkimukseen osallistuneita asiakkaita on kuitenkin saattanut houkuttaa vastanneiden kesken arvottu Osuuspankin tuotepaketti, jolloin osa asiakkaista on saattanut vastata kyselyyn vain sen verukkeella, eivätkä näin ollen käyttäneet kyselyyn niin paljon aikaa kuin muut asiakkaat. Kyselyyn vastanneiden määräksi oli asetettu alun perin 70 ihmistä, ja loppujen lopuksi vastauksia saatiin kuitenkin 71 kappaletta. Tämä oli juuri sopiva määrä, sillä loppuajasta kyselyssä oli havaittavissa kylläntymistä. Kylläntymisellä tarkoitetaan tilannetta, jolloin uudet vastaukset eivät enää anna uutta tietoa tutkimusongelmaan, vaan ne alkavat toistaa itseään. Tässä tapauksessa vastauksia voidaan ajatella olevan riittävä määrä (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka 2006.)

Haastattelututkimuksessa reliabiliteettiin voi Pohjois-Savon Osuuspankin haastateltavien osalta vaikuttaa se, että he olivat haastattelijalle entuudestaan tuttuja. Tämä voi toisaalta olla myös positiivinen asia, sillä haastateltavien oli helpompi vastata kysymyksiin tuttavallisemmin. Skypellä tehdyissä haastatteluissa puolestaan molemmat osapuolet olivat tuntemattomia toisilleen, jolloin äskeinen tilanne voi ilmetä sen osalta juuri päinvastaisessa merkityksessä. Koska kaikki kolme haastattelua nauhoitettiin ja litteroitiin auki, oli niihin helppoa palata jälkikäteen. Tämä vaikuttaa myös omalta osaltaan tutkimuksen reliabiliteettiin. Haastatteluissa oleva validiteetti punnittiin tarkasti jo haastateltavia mietittäessä, sillä jokainen vastaaja oli valittu tutkimukseen heidän omien osaamisalueidensa perusteella. Näin saatu data on luotettavampaa kuin sellaisilta henkilöiltä, joilla ei ole aikaisempaa kokemusta kyseisistä asioista.

## 6.5 Eettiset näkökulmat tutkimuksissa

Tutkimuseettiset ongelmat jaetaan yleensä kahteen eri luokkaan, joita voidaan kuvata Mengele- ja Manhattan- tapauksina. Ensimmäisellä tarkoitetaan tutkittavien suojaan ja tutkimuksen tiedonhankintaan liittyviä kysymyksiä, ja toisella termillä peilataan tutkimustulosten soveltamista tutkijan näkökulmasta. Tutkija joutuu siis tekemään useita erilaisia valintoja tutkimuksen alusta loppuun saakka (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Asiakkaille suunnatussa kyselytutkimuksessa jokainen vastasi kyselyyn anonymisti. Kyselyn lopussa asiakkailta oli mahdollisuus jättää omat yhteystietonsa lomakkeeseen, jolloin he pääsivät osallistumaan Osuuspankin tuotepaketin arvontaan. Kilpailuun osallistuminen oli jokaiselle vapaaehtoista, eikä tuloksia ollut mahdollista yhdistää kyselyn lopussa olevaan yhteystietolomakkeeseen. Yhteystietolomakkeessa asiakkailta kysyttiin sekä nimi että kotiosoite, ja he saivat halutessaan ilmoittaa vielä oman puhelinnumeron tai sähköpostiosoitteensa yhteydenottoa varten. Puhelinnumero ja sähköposti oli jätetty asiakkaille vapaaehtoiseksi sillä perusteella, että kaikilla asiakkailta ei välttämättä ole niitä käytössään. Yhteystietoja ei annettu Pohjois-Savon Osuuspankin käyttöön, eikä niitä näin ollen voida käyttää esimerkiksi markkinointitarkoitukseen.

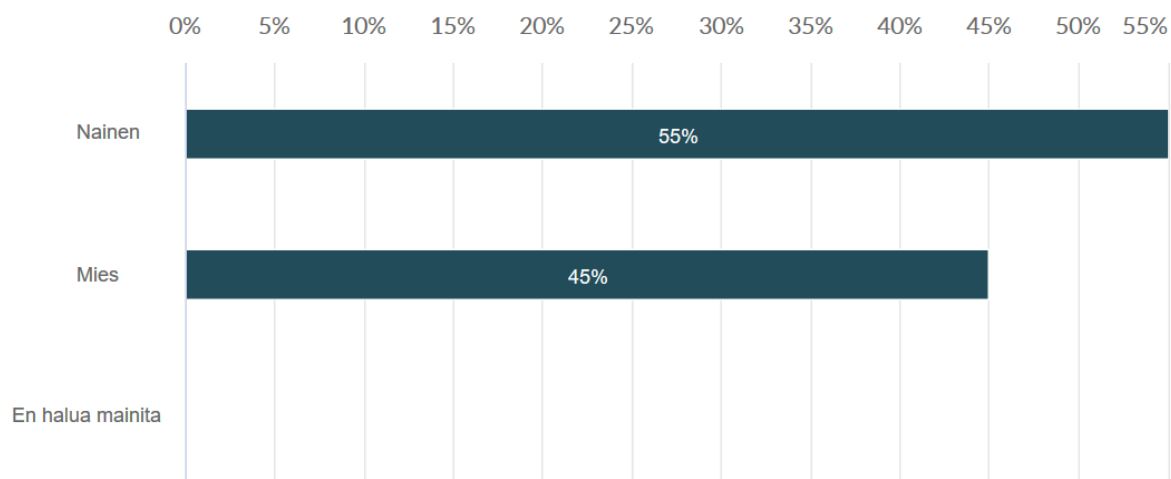
Sekä Pohjois-Savon Osuuspankin että OP Osuuskunnan työntekijöiltä pyydettiin lupa haastatteluun, sen litterointiin sekä tutkimustulosten käyttämiseen opinnäytetyössä heidän omilla nimillään. Opinnäytetyö luetutettiin jokaisella haastateltavalla ennen sen julkaisemista, josko siellä olisi ollut jotain kohtia mitä he halusivat muuttaa tai ottaa kokonaan pois. Haastattelijoiden nimien näkyminen opinnäytetyössä oli välttämätöntä, sillä heidän vastauksiaan käytettiin muun muassa teoreettisessa viitekehyksessä lähteinä.

## 7 TUTKIMUSTULOKSET ASIAKKaidEN NÄKÖKULMASTA

Tutkimus toteutettiin Varmuutta Verkkoon-tapahtuman yhteydessä Pohjois-Savon Osuuspankin seitsemällä eri konttorilla Kuopiossa, Iisalmissa, Nilsiässä, Siilinjärvellä, Varkaudessa, Leppävirralla sekä Suonenjoella loka-marraskuun vaihteessa vuonna 2018. Joukosta jätettiin tarkoituksella pois kaksi Pohjois-Savon Osuuspankkiin kuuluvaa konttoria, Varpaisjärvi sekä Juankoski, sillä asiakasvirta kassapalveluiden aikaan ei ole näillä paikkakunnilla yhtä vilkasta. Keräsin kyselyyn vastauksia Pohjois-Savon Osuuspankin asiakkailta henkilökohtaisesti kassapalveluiden aukioloaikojen puitteissa kello 9.30-12.30 välillä. Aikaväli oli suunniteltu tarkoin, sillä kassapalveluissa asioi pääsääntöisesti juuri sellaisia asiakkaita, joilla ei ole käytössään Osuuspankin sähköisiä pankkipalveluita, tai he eivät käytä niitä aktiivisesti.

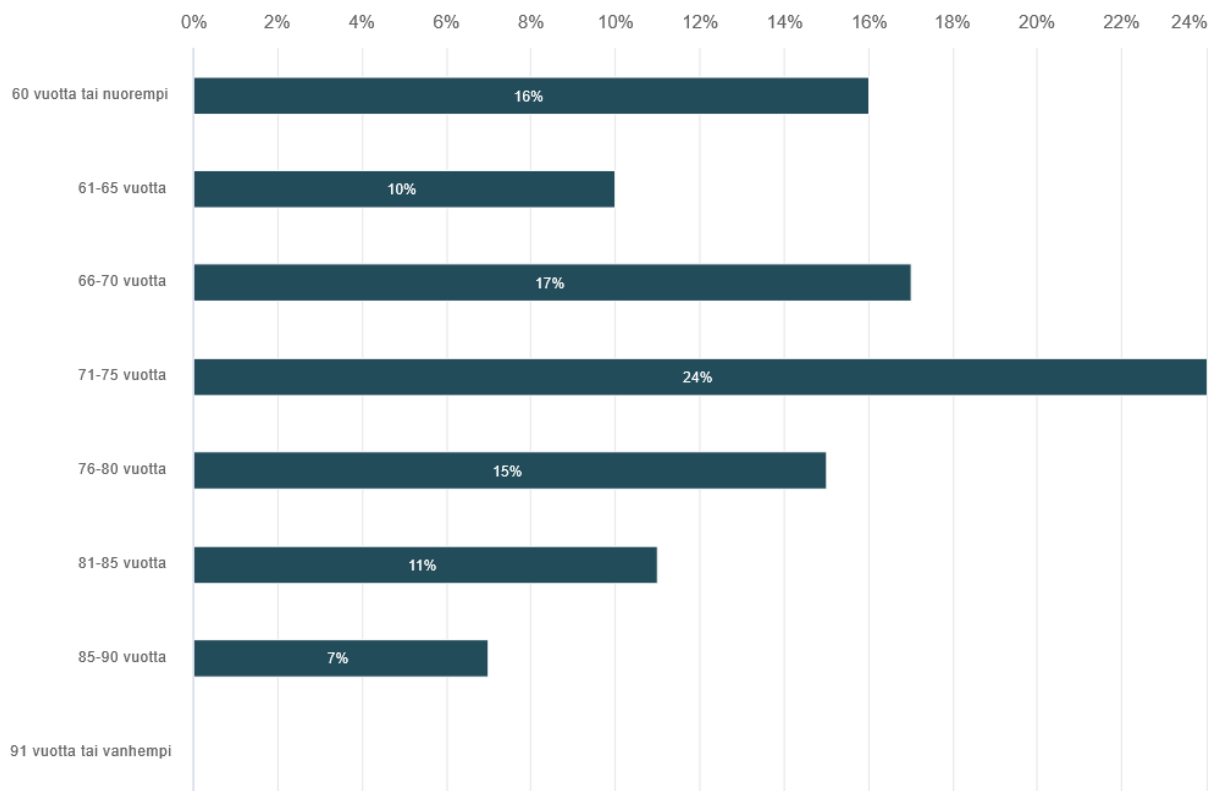
Varmuutta Verkkoon-opastukset oli suunniteltu tarkoin toteutettavaksi samanaikaisesti tutkimustulosten keräämisten yhteydessä, sillä näin pystyin opastamaan sähköisten pankkipalveluiden kanssa sekä keräämällä tämän jälkeen asiakkailta vastauksia tutkimukseen. Tapahtumasta oli kerrottu asiakkaille paikallislehdissä, sosiaalisessa mediassa sekä pankissa olevissa televisiomainoksissa, että jaettavissa esitteissä. Varmuutta Verkkoon-tapahtuman yhteydessä kerättyjen vastausten kokonaismääräksi saatiin 71 kappaletta.

Kyselyn ensimmäiset kysymykset pohjautuivat asiakkaiden demografisiin eli väestötieteellisiin tekijöihin, joita olivat asiakkaiden sukupuoli, ikä, asuinpaikka sekä elämäntilanne. Tietojen perusteella on mahdollista havainnollistaa muun muassa sähköisten pankkipalveluiden käyttöön liittyviä eroavaisuuksia vertailemalla demografisia tekijöitä saatuihin tuloksiin. Näiden kysymysten pohjalta asiakkailta oli mahdollisuus valita neljän ensimmäisen kysymyksen kohdalta vain yksi vastausvaihtoehto, sekä vastata avoimesti kolmanteen ja neljänteen kysymykseen. Kuvion 10 mukaan kyselyyn vastanneista 55% olivat naisia ja loput 45% miehiä. Vastaajille oli näiden lisäksi annettu myös vaihtoehto ”en halua mainita”, joka jäi kyselyssä kuitenkin tyhjäksi.



KUVIO 10. Vastaajien sukupuoli (N=71.)

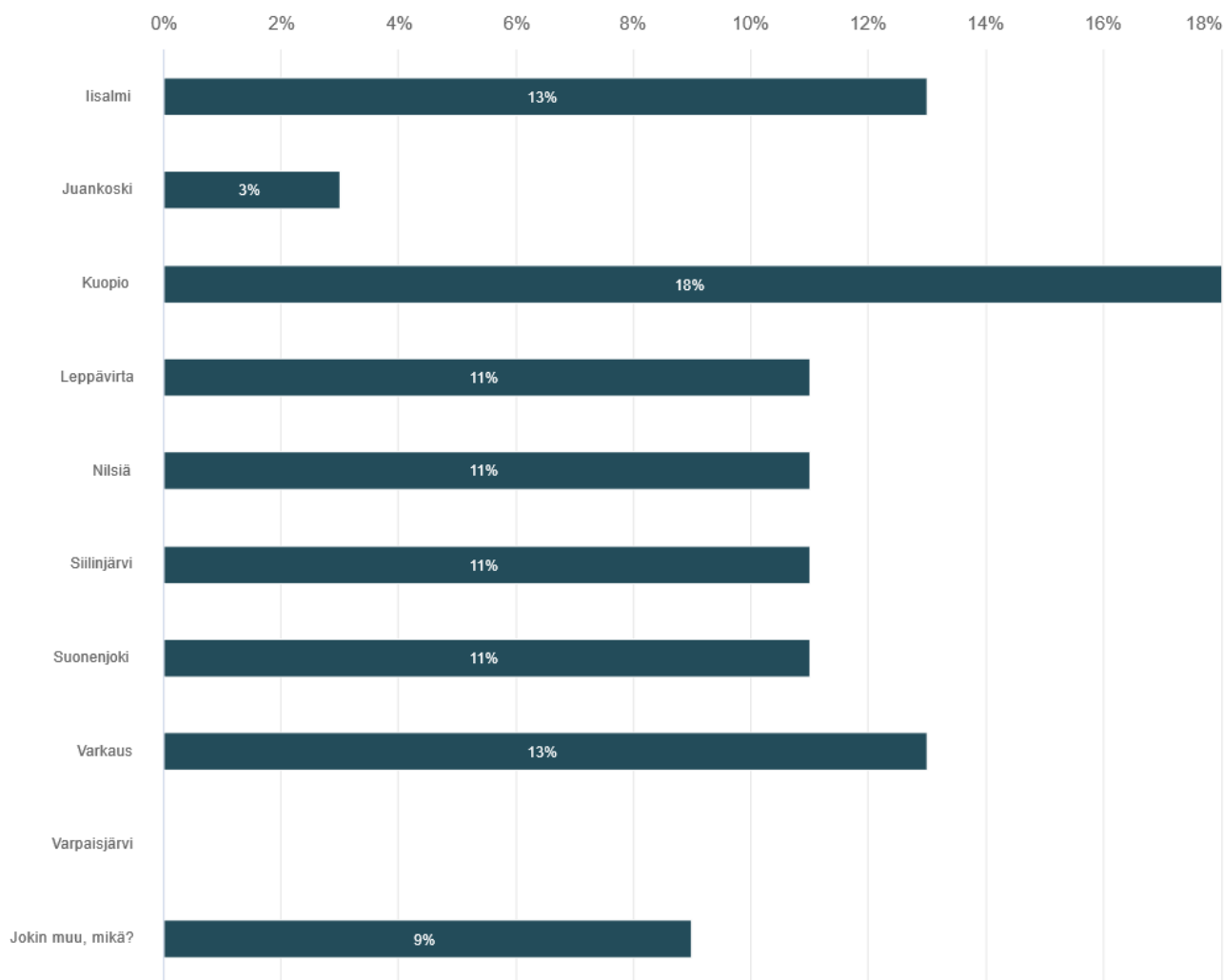
Kuvion 11 mukaan suurin osa eli tässä tapauksessa 24% (N=17) kyselyyn vastanneista kuuluivat 71-75-vuotiaiden ikäkategoriaan, ja loput sijoittuivat ikinsä perusteella melko tasaisesti vastanneiden joukkoon. Toiseksi suurin ryhmä vastaajista sijoittui 66-70-vuotiaisiin, joita oli 17% (N=12), kolmanneksi eniten eli 16% (N=11) vastanneista olivat 60-vuotta tai nuorempia, 76-80-vuotiaita oli 15% (N=11) vastaajista, 81-85-vuotiaita 11% (N=8) ja 61-65-vuotiaita 10% (N=7). Pienimmät vastaajamäärät havaittiin 85-90-vuotiaiden joukossa, joita oli vain 7% (N=5). Yli 91-vuotiaita kyselyyn ei osallistunut laisinkaan.



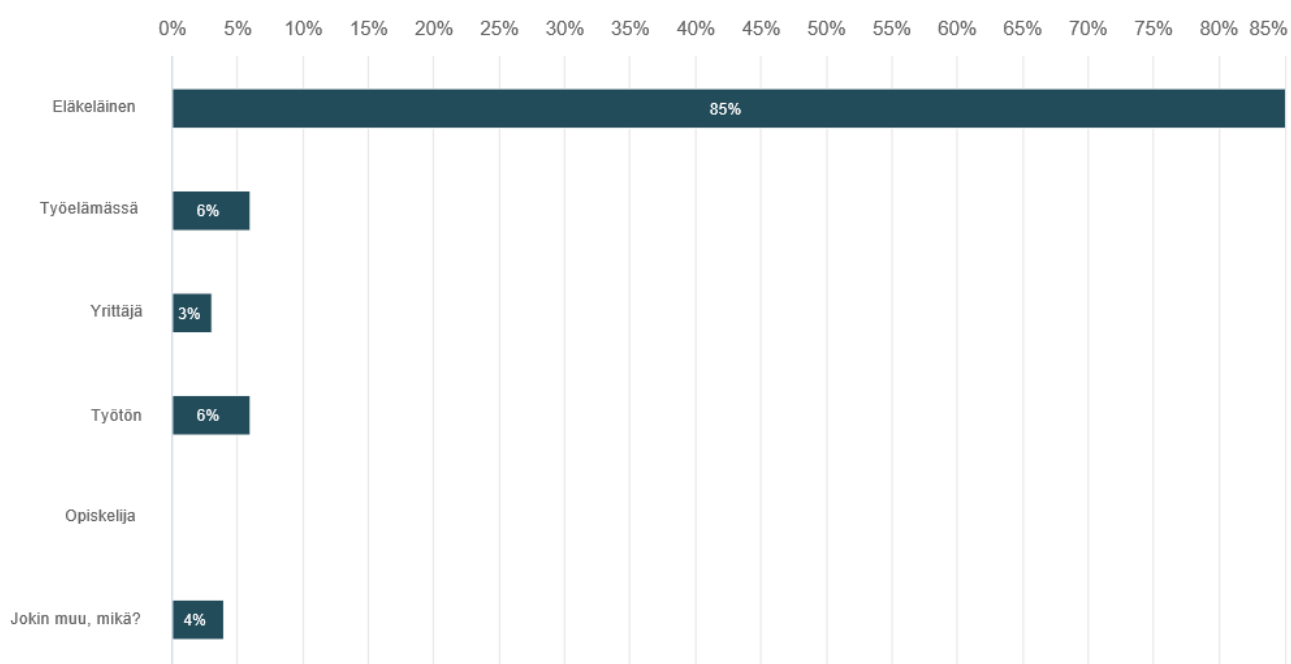
KUVIO 11. Vastaajien ikäryhmä (N=71.)

Kuvion 12 mukaan kotipaikkakuntaa kysyttäessä 18% (N=13) suurin osa vastaajista ilmoittivat asuvansa haastatteluhetkellä Kuopiossa, ja muiden paikkakuntien osalta hajonta ei ollut niin suurta. 13% (N=9) ilmoittivat asuvansa Varakaudessa ja Iisalmissa, kun taas Leppävirralla, Nilsiässä, Siilinjärvellä ja Suonenjoella asui jokaisessa tasavertaisesti 11% (N=8) vastaajista. 9% (N=6) ilmoittivat asuinpaikakseen jonkin sellaisen paikkakunnan, jota ei ollut valmiina monivalintakohdissa. Näitä olivat Lapinlahti, Sorsakoski, Kotalahti, Moninmäki sekä Vieremä (N=2). Loput 3% (N=2) haastateltavista asuivat Juankoskella, sillä Varpaisjärvellä ei asunut heistä ketään.

Kuvion 13 mukaan suurin osa eli 85% (N=60) kyselyyn vastanneista kertoivat elämäntilanteekseen eläkeläinen. Sekä työelämässä olevia että työttömiä oli molempia 6% (N=4), kun taas yrittäjiä vastanneista olivat 3% (N=2). 4% (N=3) vastanneista valitsivat kohdan "jokin muu, mikä", ja kertoivat olevansa muun muassa vapaaehtoistyössä tai kotiäitinä. Yksikään kyselyyn vastannut ei ollut opiskelija. (Kuvio 9.)

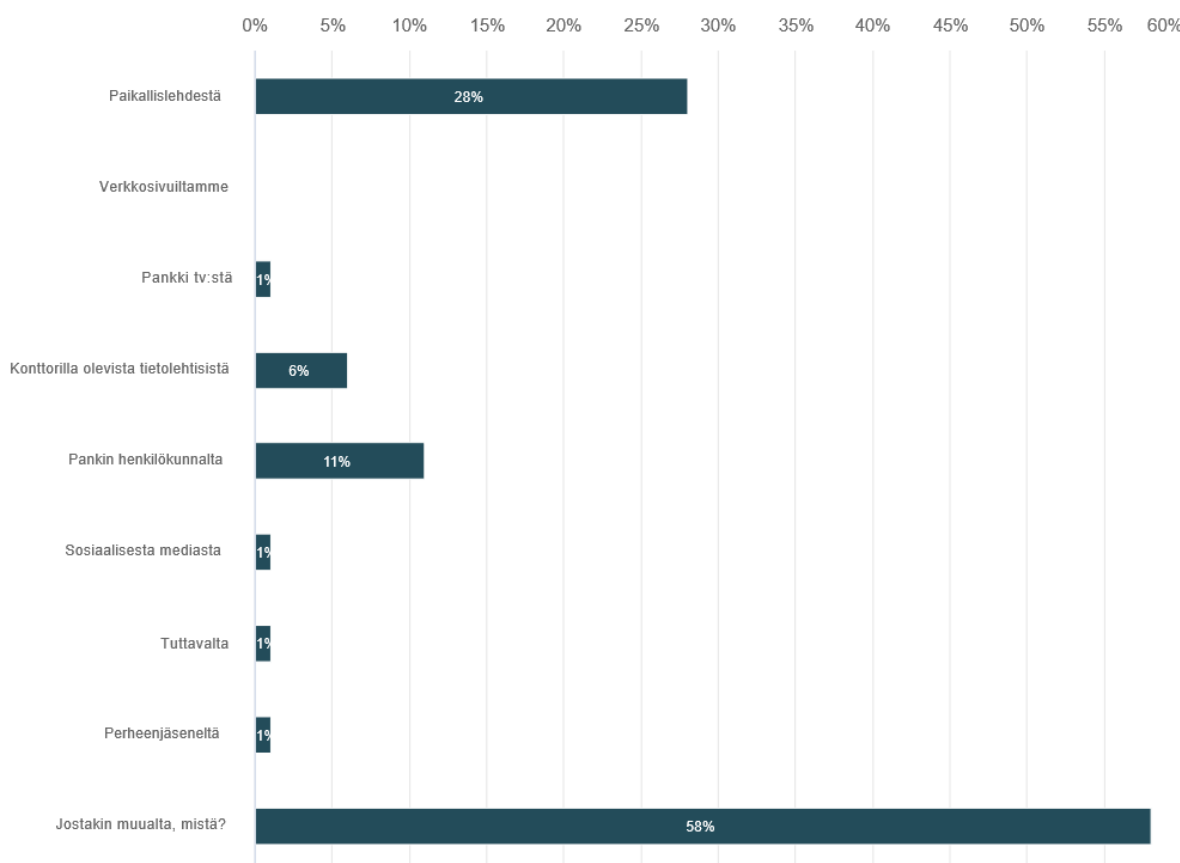


KUVIO 12. Vastaajien kotipaikka (N=71.)



KUVIO 13. Vastaajien elämäntilanne (N=71, vastausten määrä=73.)

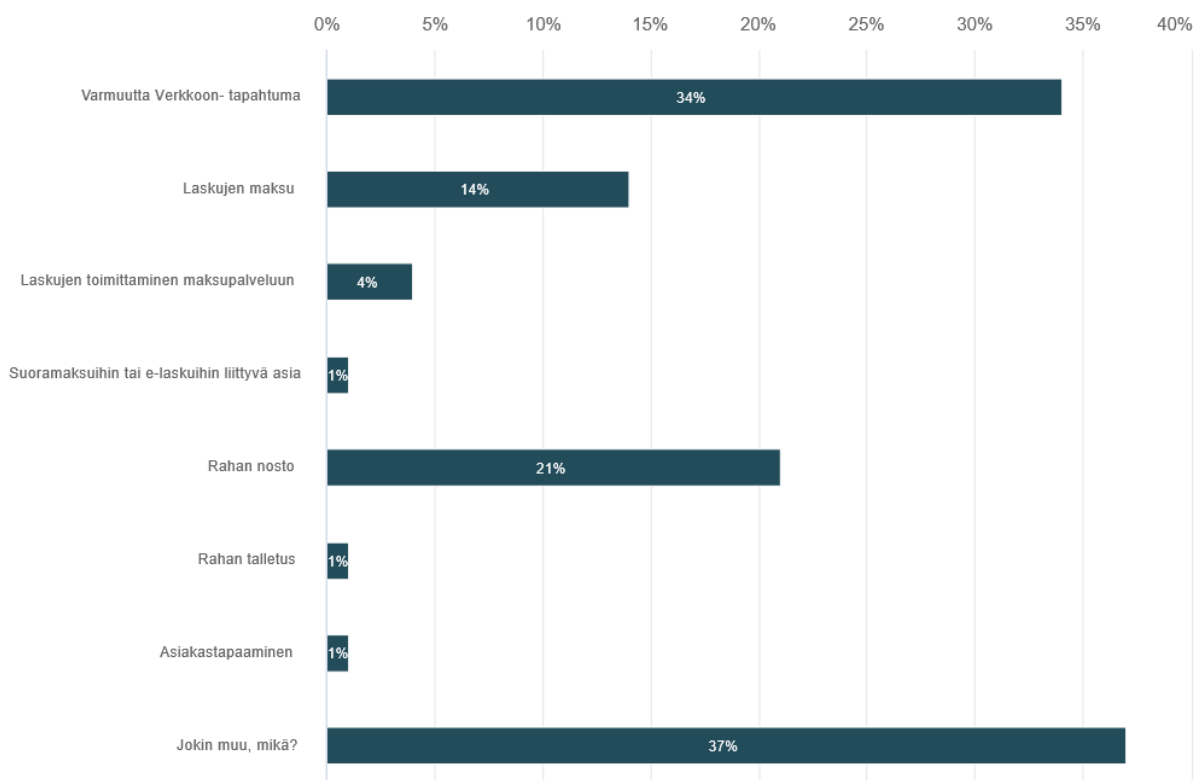
Lomakkeen viides kysymys pohjautuu Varmuutta Verkkoon-tapahtumaan, jonka perusteella selvitetiin se, mistä asiakkaat olivat saaneet tiedon järjestettävästä opastusmahdollisuudesta. Tämän perusteella toimeksiantaja saa tietoa oikeista markkinointikanavista samankaltaista tapahtumaa järjestettäessä tulevaisuudessa. Asiakkailla oli mahdollisuus valita vastausten joukosta yksi tai useampi vaihtoehto. Kuvion 14 mukaan 28% (N=20) vastanneista ilmoittivat kuulleensa Varmuutta Verkkoon-tapahtumasta paikallislehdessä, jossa tapahtumaa oli mainostettu muutamia päiviä ennen sitä. 11% (N=8) vastanneista kertoivat kuulleensa tapahtumasta pankin henkilökunnalta ja 6% (N=4) konttorilla olevista tietolehtisistä. 1% (N=1) vastanneista oli saanut kuulla tapahtumasta pankin omasta mainostelevisiosta, sosiaalisesta mediasta, tuttavalta tai perheenjäseneltä, kun taas kukaan vastanneista ei ollut huomannut ilmoitusta Osuuspankin verkkosivuilla. Suurin vastaajajoukko 58% (N=41) olivat kuitenkin valinneet viimeisen vaihtoehtojen monivalintakysymyksiensä joukosta, ja näistä vastanneista yksi kertoi kuulleensa tapahtumasta Savonetin kollegalta. Loput haastateltavista olivat vastanneet, että he eivät tieneet tapahtumasta.



KUVIO 14. Mistä vastaajat saivat tiedon Varmuutta Verkkoon-tapahtumasta (N=71, vastausten määrä=77.)

Samalla sivulla oleva kuudes kysymys kartoitti sitä, minkä asian vuoksi asiakkaat olivat tulleet konttorille asioimaan kyseisenä päivänä. Myös tähän kysymykseen asiakkailla oli mahdollisuus valita useampi kuin yksi vastausvaihtoehto, sekä avoin vastausvaihtoehto. Kuvion 15 mukaan suurin osa, 37% (N=26) olivat vastanneet jonkin muun syyn kuin mitä monivalinnoissa oli tarjolla. Näitä syitä olivat muun muassa vakuutus- ja vahinkoasiat, sijoituksiin liittyvät asiat, kuolinpesäasiat, verkkopalvelutunnusten uusiminen, KPY-asioihin liittyvät tilanteet, tiliotteiden saaminen sekä pankkikortin tilaaminen.

Osa asiakkaista oli myös joko itse tai jonkun mukana hoitamassa perheenjäsenen raha-asioita. 34% (N=24) vastanneista olivat kuitenkin tulleet konttorille Varmuutta Verkkoon-tapahtuman myötä hankkimaan lisää tietoa pankin sähköisistä palveluista sekä saamaan apua niiden käyttöönotossa ja käytössä. 21% (N=15) olivat tulleet nostamaan käteistä rahaa konttorista, 14% (N=10) maksamaan laskuja sekä 4% (N=3) toimittamaan laskuja pankin maksupalveluun. 1% (N=1) oli vastannut jokaiseen kategoriaan, että oli tullut konttorille suoramaksuihin tai e-laskuihin liittyvissä asioissa, rahan tallettamisen vuoksi sekä asiakastapaamiseen.

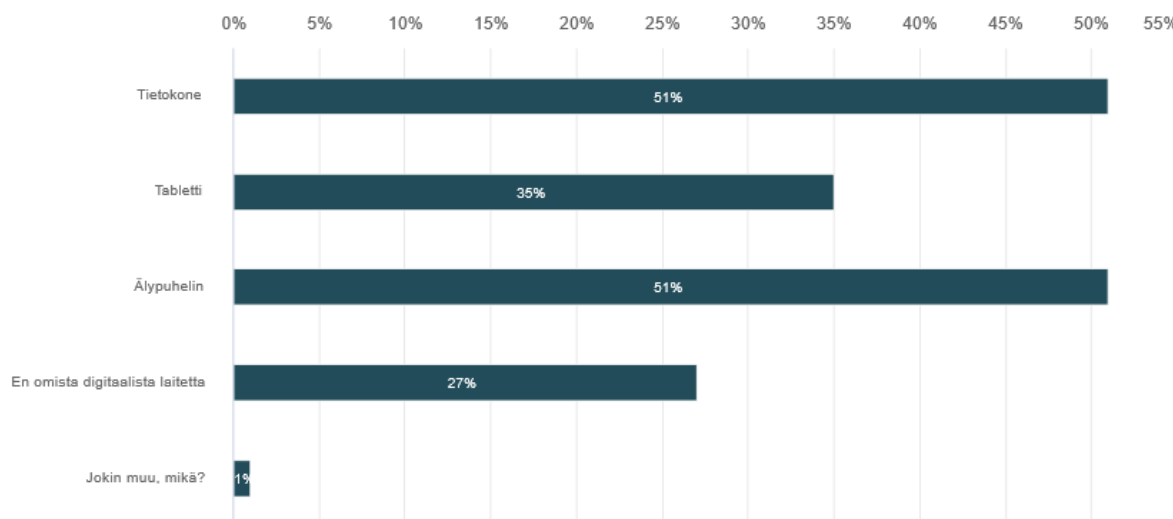


KUVIO 15. Konttorilla asioimisen peruste (N=71, vastausten määrä=81.)

Sivun alalaidassa oleva seitsemäs kysymys oli jätetty tarkoituksella avoimeksi, sillä sen perusteella asiakkailta kerättiin tietoa siitä, miksi he asioivat mieluummin konttorissa kuin sähköisissä kanavissa. Kysymykseen oli pakko vastata, sillä siitä saatujen tulosten perusteella toimeksiantajalla oli mahdollisuus saada kattavampi kuva asiakkaiden omista mielipiteistä ja toiminnan kehittämisestä. Seitsemäs kysymys oli: Mikä sai Teidät asioimaan mieluummin konttorissamme kuin sähköisissä kanavissamme? Tutkimukseen vastasivat kaikki 71 haastateltavaa, ja osa heistä oli kommentoinut kohtaan useamman eri syyn. Yhdessätoista vastauksessa oli kerrottu, että asiakkaat hoitavat mieluiten asiointinsa sähköisissä kanavissa, kun taas kymmenen vastausta puolsivat hyvän ja henkilökohtaisen palvelun puolesta. Yhdeksän vastauksen kohdalla pohdittiin konttorilla asioimisen turvallisuutta sekä omaa epävarmuutta käyttää sähköisiä pankkipalveluita. Viideltä asiakkaalta puuttui digitaalinen laite ja kahdelta verkkopalvelutunnukset. Kolme asiakasta ilmoitti asiointiin syyksi laskujen tuomisen maksupalveluun, kun taas laina-asiat, sijoituksiin liittyvät palvelut, konttorissa asiointin helppous ja varmuus olivat kaikki saaneet neljän ihmisen äänen. Näiden lisäksi asiakkaat kertoivat asioivansa konttorilla kuolinpesäasioissa, vanhinko- ja vakuutusasiassa, nostamassa ja tallettamassa rahaa, maksamassa laskuja sekä

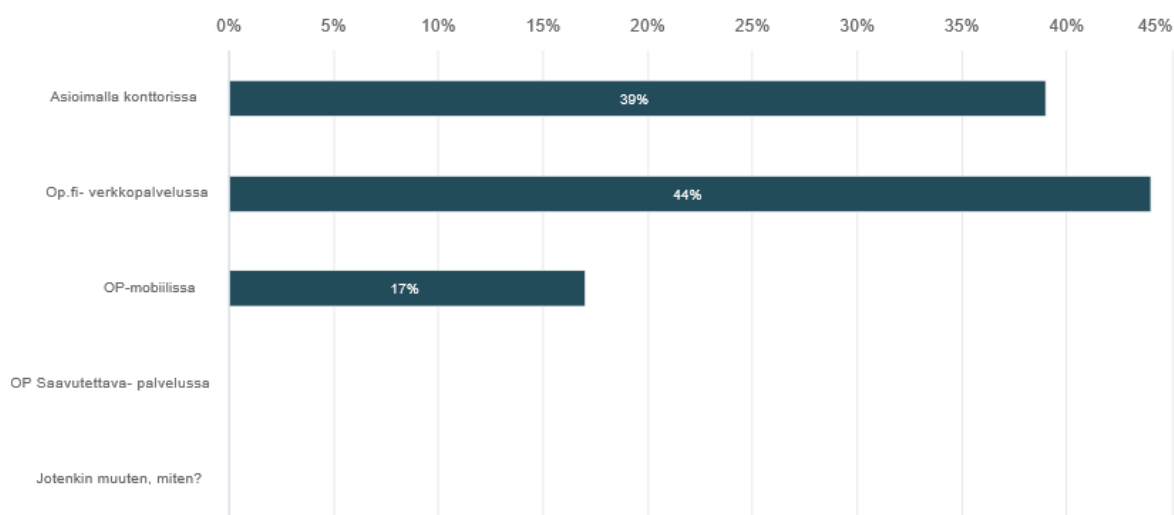
kassapalveluissa että asiakaspäätteellä. Muutama asiakkaista vastasi konttorilla asioimisen olevan mukavaa, ja ihmiskontaktin saamisen tärkeää. Näiden lisäksi asiakkaat mainitsivat verkkopalvelun uudistamisen, uudet ja isommat asiat, konttorin hyvän sijainnin, sekä sen, että konttorilla asiointi on ainoa mahdollisuus hoitaa pankkiasiat. Tarkemmat vastaukset löytyvät liitteestä 3.

Kahdeksannella kysymyksellä selvitettiin sitä, millaisia digitaalisia laitteita asiakkailla on omassa käytössään. Tähän kysymykseen asiakkailla oli mahdollisuus valita yksi tai useampi vastausvaihtoehto, sekä näiden lisäksi myös avoin vastausvaihtoehto. Kuvion 16 mukaan sekä tietokone että älypuhelin saivat asiakkailta suurimman vastausmäärän, sillä niitä molempia oli asiakkaiden käytössään 51%:lla (N=36). Toiseksi eniten eli 35% (N=25) asiakkailla oli hallussaan tabletteja, ja 1% (N=1) valitsi vaihtoehdoista ”jokin muu, mikä”- kohdan, sillä kertoi omistavansa television. 27% (N=19) vastasivat kyselyyn, että heillä ei ole tällä hetkellä mitään digitaalista laitetta omistuksessaan.



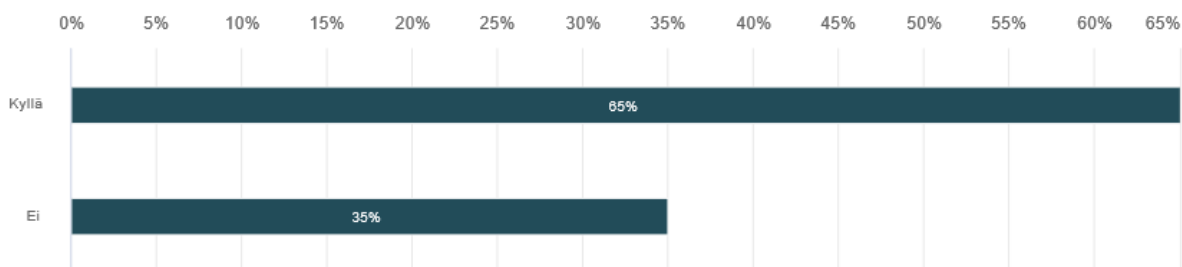
KUVIO 16. Millaisia digitaalisia laitteita asiakkailla on käytössään (N=71, vastausten määrä 117.)

Yhdeksännellä kysymyksellä oli tarkoitus selvittää sitä, että missä Osuuspankin sähköisessä kanavassa asiakkaat hoitavat mieluiten pankkiasiointinsa. Kahdeksannen kysymyksen ohella myös tähän asiakkailla oli mahdollisuus valita useampi sekä avoin vastausvaihtoehto omien mieltymysten perusteella. Kuvion 17 perusteella 44% (N=31) ilmoittivat asioivansa kaikista mieluiten Osuuspankin verkkopalvelussa, ja toiseksi suurin joukko 39% (N=28) halusivat hoitaa pankkiasiointinsa konttorilta käsin. Vastajista 17% (N=12) kertoivat mieluisammaksi asioiden hoito kanavaksi OP-mobiiliin. Kaikki vastanneet jättivät OP Saavutettava-palvelun sekä viimeisen avoimen vastausvaihtoehdon tyhjiksi.



KUVIO 17. Mieluisin kanava pankkiasioiden hoitamiseen (N=71.)

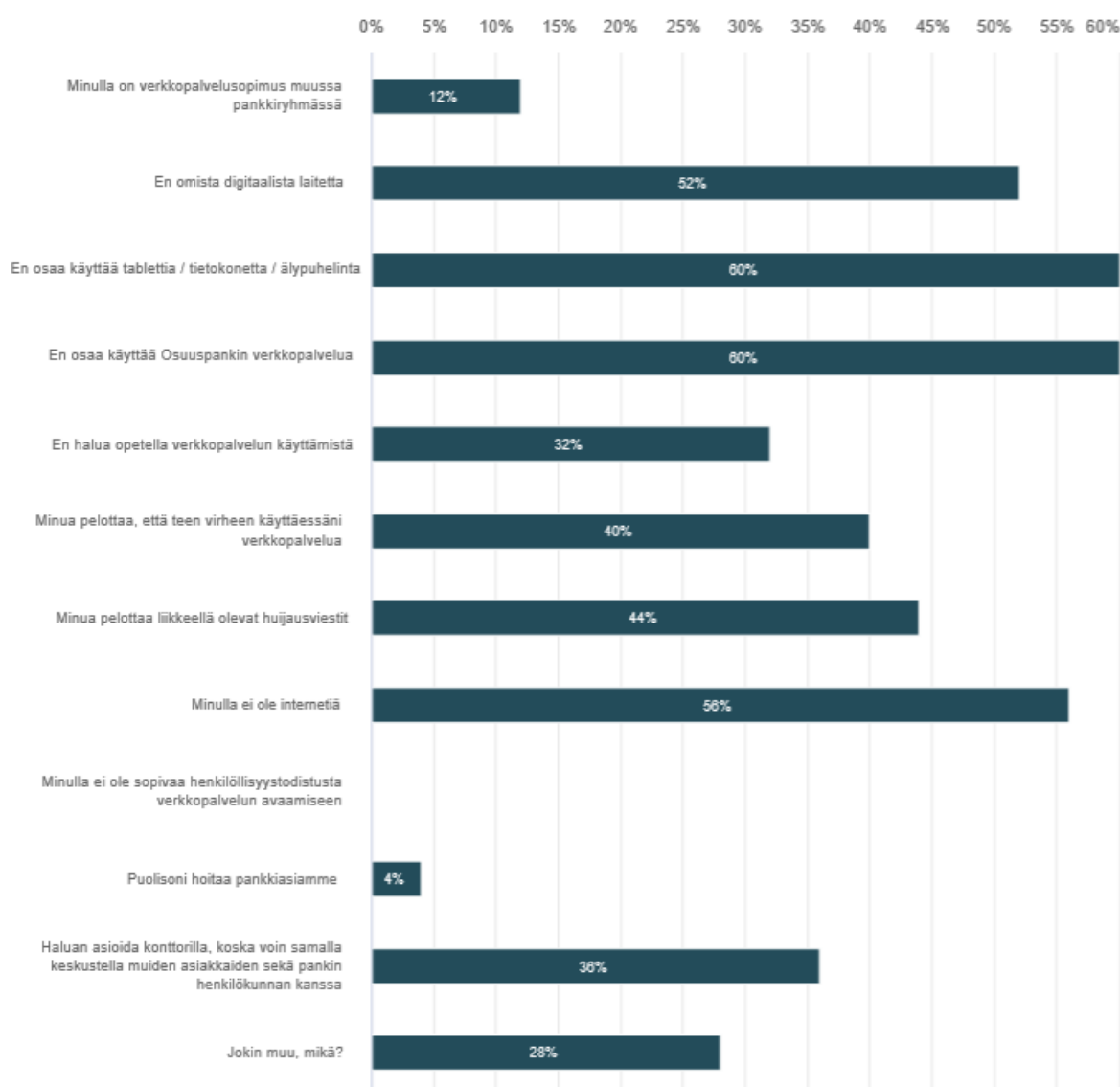
Kymmenennellä kysymyksellä selvitettiin, onko asiakkailta käytössään Osuuspankin tarjoama verkkopalvelusopimusta. Kyselylomake oli rakennettu siten, että vastaamalla *kyllä* kysely siirtyi automaattisesti kysymykseen numero 12, kun taas vastaamalla *ei* kysely ohjasi vastaajan numerojärjestyksessä seuraavana olevaan kysymykseen. Sama oli asiakkaiden nähtävillä myös kirjallisessa muodossa kyselylomakkeessa heti kysymyksen alla. Kuvion 18 mukaan 65% (N=46) vastanneista kertoivat, että heidän käytössään on verkkopalvelusopimus, kun taas loput 35% (N=25) eivät omanneet verkkopalvelusopimusta.



KUVIO 18. Onko asiakkailta hallussaan verkkopalvelusopimusta (N=71.)

Kysymyksellä 11 haluttiin selvittää asiakkailta niitä syitä, miksi heillä ei ole käytössään Osuuspankin verkkopalvelusopimusta. Vastausvaihtoehtoja oli annettu asiakkaille valmiiksi, mutta viimeisessä kohdassa heillä oli mahdollisuus vastata avoimeen kysymykseen ja kertoa mahdollisia syitä siihen, mitä vaihtoehtoja ei käynyt ilmi. Tutkimusongelman kannalta tämä kysymys oli yksi tärkeimmistä, ja kattavamman vastausmäärän vuoksi asiakkailta oli mahdollisuus valita useampi eri vaihtoehto. Kuvion 19 perusteella suurimman vastausmäärän eli 60% (N=50) kyselyssä olivat saaneet "En osaa käyttää tablettia / tietokonetta / älypuhelinia" ja "En osaa käyttää Osuuspankin verkkopalvelua", kun taas toiseksi eniten eli 56% (N=14) vastaajista kertoivat, että heillä ei ole käytössään internetiä. 52% (N=13) vastaajista kertoivat, että heillä ei ole käytössään digitaalista laitetta, 44% (N=11) pelottivat liikkeellä olevat huijausviestit, 40% (N=10) pelottivat virhenäppäilyn tekeminen verkkopalvelua käytettäessä, 36% (N=9) ilmoittivat, että he haluavat asioida konttorilla sen takia, että he voivat samalla

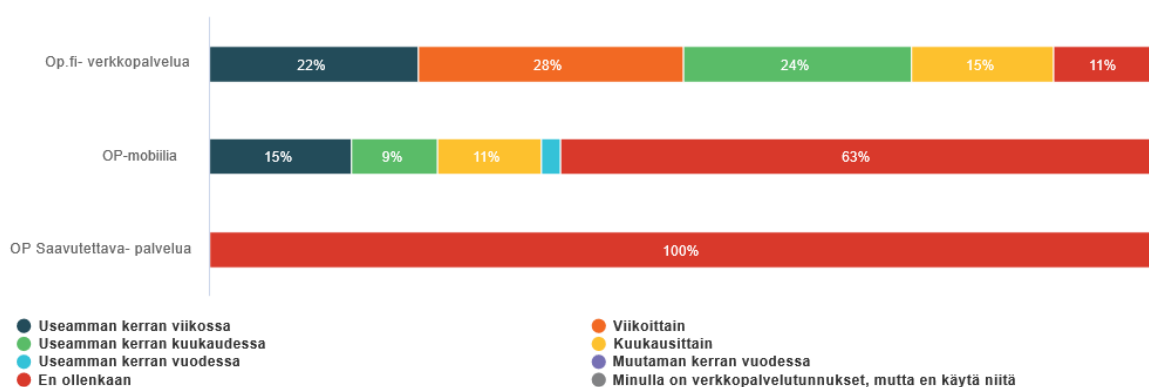
keskustella muiden henkilöiden sekä pankkivirkailijoiden kanssa ja 32% (N=8) ilmoittivat, että he eivät halua opetella verkkopalvelun käyttämistä. 12% (N=3) kertoivat, että heillä on verkkopalvelusopimus muussa pankkiryhmässä ja 4% (N=1) vastasi puolison hoitavan pankkiasiat. Kukaan vastanneista ei valinnut kohtaa, jossa tiedusteltiin, onko asiakkaalla sopiva henkilöilystodistus verkkopalveluiden hankkimiseen. Viimeisenä olleeseen avoimeen kohtaan oli vastannut 28% (N=7) asiakasta. Kaksi heistä mainitsi, ettei heillä ole verkkopalvelusopimusta edunvalvonnan vuoksi, yksi kertoi syyksi huonon näön, yksi kertoi serkkupojan hoitavan pankkiasiat ja kaksi kertoivat epäilevänsä sitä, etteivät muista asioita enää seuraavana päivänä.



KUVIO 19. Miksi asiakkailla ei ole verkkopalvelusopimusta käytössään (N=71, vastausten määrä=106.)

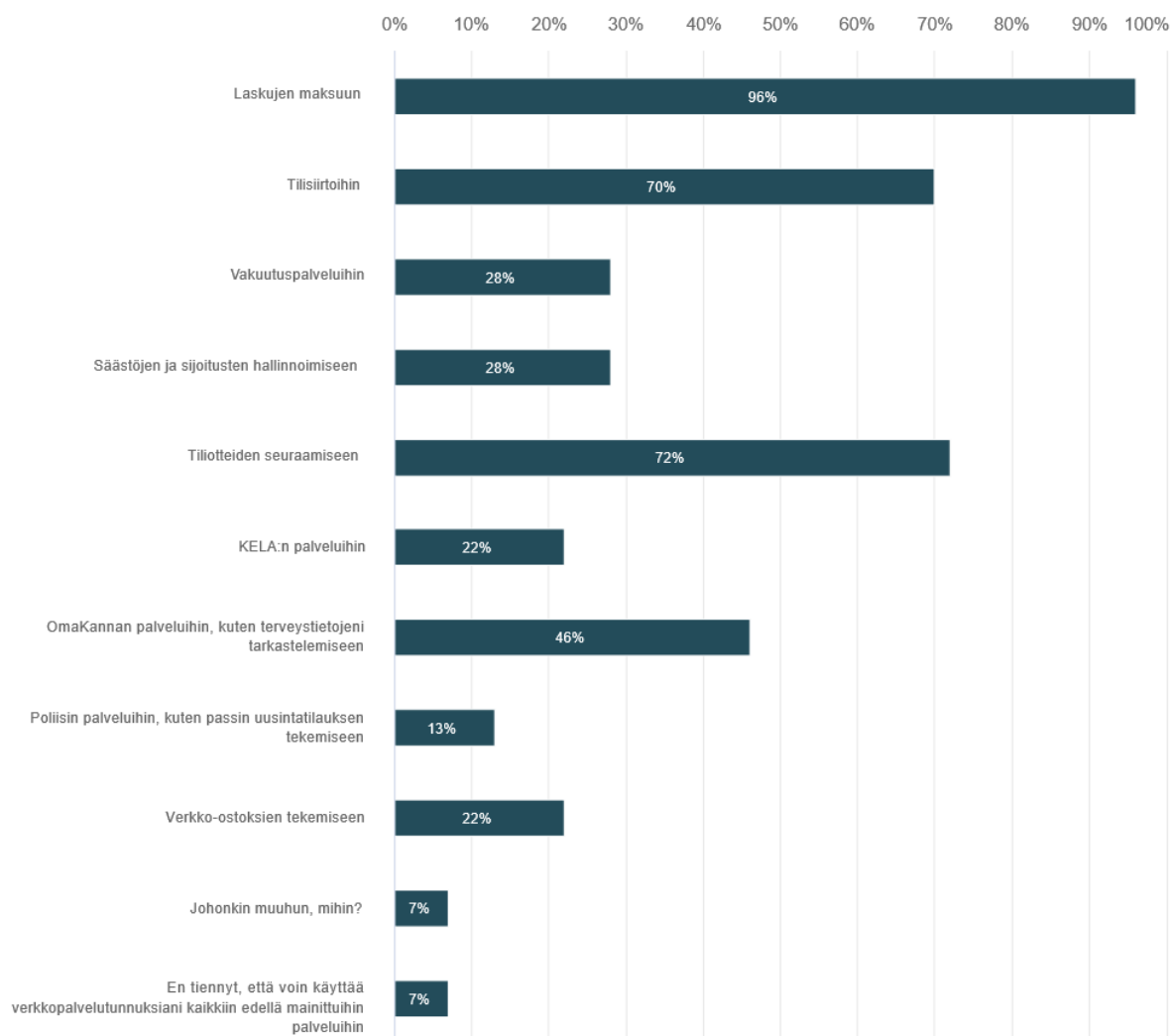
Kysymyksellä 12 selvitettiin sitä, kuinka usein verkkopalvelusopimuksen omaavat ihmiset käyttävät Osuuspankin sähköisiä pankkipalveluita. Vaihtoehtoiksi oli annettu kolme Osuuspankin tarjoamaa sähköistä pankkipalvelua, joita olivat op.fi, OP-mobiili sekä OP-Saavutettava. Näiden vaihtoehtojen puitteissa asiakkaat arvioivat aikamääreiden perusteella vastauksia asetettuun kysymykseen. Aikamää-

reistä heillä oli mahdollisuus valita seuraavat: useamman kerran viikossa, viikoittain, useamman kerran kuukaudessa, kuukausittain, useamman kerran vuodessa, muutaman kerran vuodessa, en ollenkaan ja minulla on verkkopalvelutunnukset, mutta en käytä niitä. Vastaajan tuli rastittaa jokaisen palvelun osalta häntä parhaiten kuvaava vaihtoehto. Kuvion 20 perusteella asiakkaista 22% (N=10) kertoivat käyttävänsä op.fi-palvelua useamman kerran viikossa, 28% (N=13) viikoittain, 24% (N=11) useamman kerran kuukaudessa, 15% (N=7) kuukausittain ja 11% (N=5) ei ollenkaan. Kukaan vastanneista ei valinnut vaihtoehtoja ”useamman kerran vuodessa” tai ”muutaman kerran vuodessa”. OP-mobiiliin osalta taas 15% (N=7) vastasivat käyttävänsä sitä useamman kerran viikossa, 9% (N=4) useamman kerran kuukaudessa, 11% (N=5) kuukausittain, 2% (N=1) useamman kerran vuodessa ja 63% (N=29) ei ollenkaan. OP-mobiiliin kohdalta asiakkaan jättivät vastaamatta kohtiin ”viikoittain” tai ”muutaman kerran vuodessa”. Viimeisessä kohdassa asiakkailta kysyttiin, kuinka usein he käyttävät OP-Saavutettava- palvelua, johon kaikki vastaajat eli 100% (N=46) vastasivat, etteivät he käytä koskaan kyseistä palvelua. Kukaan vastanneista ei valinnut kohtaa ”minulla on verkkopalvelutunnukset, mutta en käytä niitä”.



KUVIO 20. Kuinka usein OP-mobiilia, op.fi-verkkopalvelua ja OP-Saavutettava-palvelua käytetään (N=43.)

Kysymyksellä numero 13 selvitettiin sitä, mihin verkkopalvelun omaavat asiakkaat käyttävät tunnukseen. Joukossa oli vastausvaihtoehtoja Osuuspankin tarjoamista pankki- ja vakuutuspalveluista, mutta joukkoon oli nostettu lisäksi verkko-ostokset sekä sähköisen tunnistautumisen vaativat virastot. Asiakkailta oli mahdollisuus valita yksi tai useampi vaihtoehto, sekä vastata viimeiseen kysymykseen avoimella argumentilla. Kuvio 21 osoittaa, että suurimman vastausmäärän eli 96% (N=44) kaikista vaihtoehdoista sai laskujen maksu, kun taas toiseksi eniten eli 72% (N=33) vastaajista kertoivat käyttävänsä verkkopalvelutunnuksia tiliotteiden seuraamiseen ja 70% (N=32) tilisiirtoihin. 46% (N=21) asiakkaista sanoivat asioivansa verkkopalvelutunnuksilla Omakannan-palveluissa, 28% (N=13) vastasivat hallinnoivansa sekä säästämistä ja sijoittamista että vakuutuspalveluita ja 22% (N=10) kertoivat käyttävänsä tunnuksia sekä Kela:n palveluihin, että verkko-ostoksien tekemiseen. Vastanneista 13% (N=6) sanoivat käyttävänsä verkkopalvelutunnuksia poliisinpalveluihin, kuten esimerkiksi passin uusintatilauksen tekemiseen. 7% (N=3) vastaajista kertoivat käyttävänsä tunnuksia johonkin muuhun, kuten veroilmoituksen tekemiseen ja veroasioihin. Yksi vastaajista oli juuri saanut tunnuksensa käyttöönsä, jonka vuoksi hän ei ollut vielä ehtinyt käyttää niitä mihinkään. 7% (N=3) vastaajista ei tiennyt, että verkkopalvelutunnuksia voi käyttää kyselyssä olleisiin palveluihin.

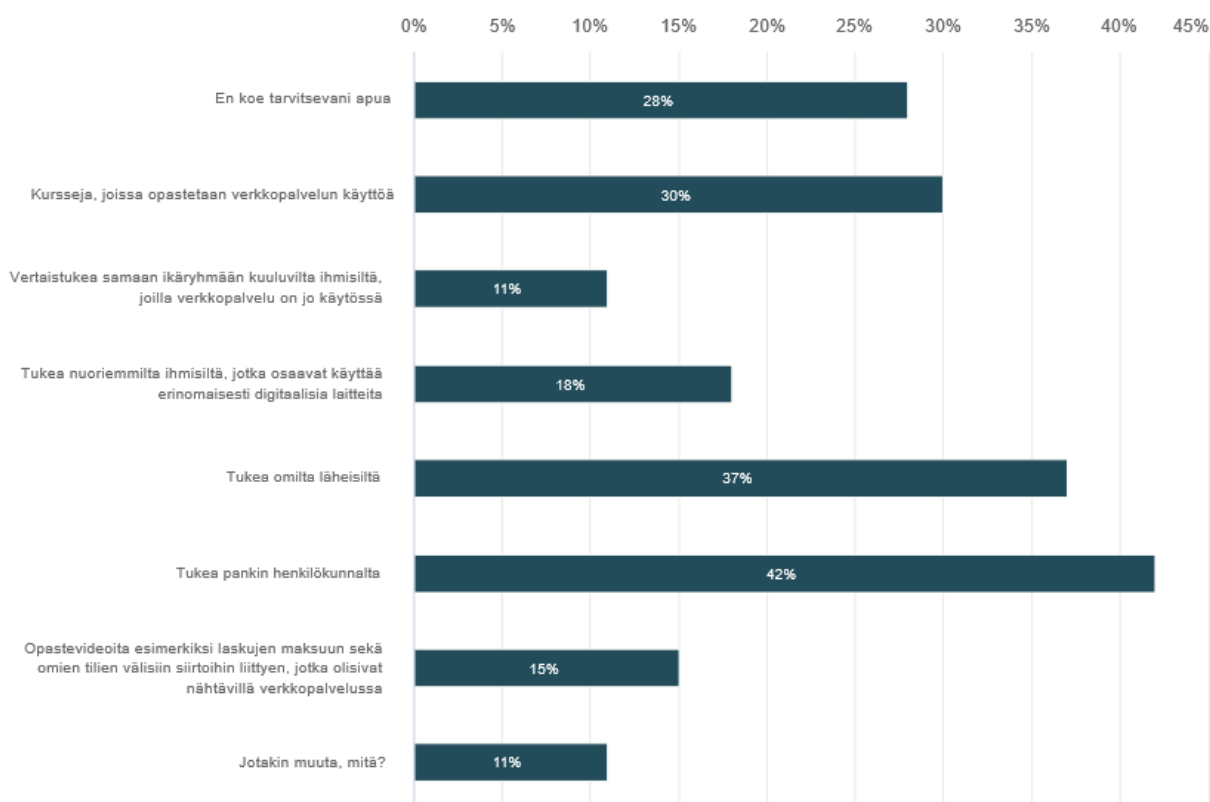


KUVIO 21. Mihin asiakkaat käyttävät verkkopalvelutunnuksiaan (N=71, vastausten määrä=188.)

Kysymys numero 14 oli ensimmäinen kysymys, johon kaikki haastateltavat asiakkaat vastasivat koodatun kysymys numero 10 jälkeen. Tämän kysymyksen avulla asiakkailta haluttiin selvittää sitä, kuinka he kehittäisivät Osuuspankin sähköisiä pankkipalveluita, jotta niitä olisi helpompi käyttää. Kysymys oli asetettu tarkoituksella avoimeksi, jolloin asiakkailta saatiin persoonallisempia sekä kattavampia vastauksia, ja jokainen sai varmasti kertoa oman mielipiteensä. 18 vastanneista ei osannut sanoa, kuinka Osuuspankin sähköisiä pankkipalveluita voisi kehittää, ja 8 kommentoivat, ettei niissä ole mitään vaikeaa. 5 vastaajista toivoivat palveluissa olevan vain yksinkertaisia asioita, 4 sisäänkirjautumiseen uusia menetelmiä sekä avainlukulistan pois jättämistä. Pari toivoivat palvelun ohjeistavan mitä käyttäjän tulee tehdä, ja kuinka palvelussa pääsee takaisin, jos painaa väärää nappia. Lisäksi pari toivoivat iäkkäille omaa palvelua. Muita yksittäisiä asiakkaiden toiveita olivat selitteet merkeille OP-mobiiliin sekä samalla vaihtoehtoja sinne enemmän, isommat numerot, palveluiden uudistuksen yhteydessä opastevideot sivuilla, kuinka palvelut toimivat uudistuksen jälkeen, puhelinpalvelun kehittäminen, kaikki toiminnot yhdellä sivulla, Osuuspankin viestien tulisi olla selkeämpiä, verkkopalvelun ulkonäön ei tulisi muuttua niin nopeasti, palveluita tulisi neuvoa asiakkaille kädestä pitäen ja niiden käyttöön tulisi saada koulutusta, tabletteja ja asiakaspäätteitä tulisi olla enemmän, ja yhteisten vakuutusten

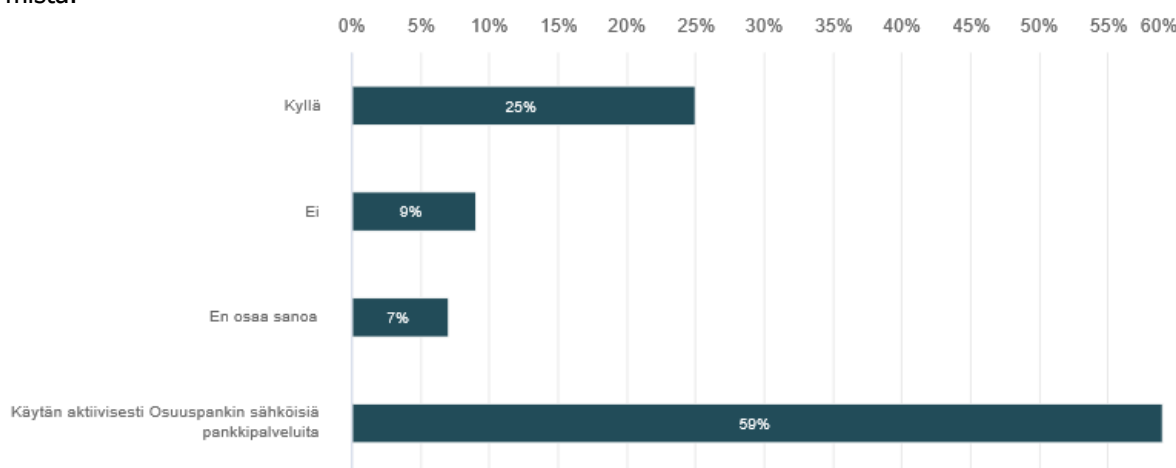
osalta toivottiin, että ne näkyisivät molempien verkkopalvelussa. Tarkemmat vastaukset kysymykseen löytyvät liitteestä 3.

15. kysymyksen avulla selvitettiin, minkälaista apua asiakkaat kaipaavat sähköisten pankkipalveluiden suhteen. Vastaajilla oli mahdollisuus valita yksi tai useampi vaihtoehto, sekä kirjoittaa omia näkemyksiä ”jotakin muuta, mitä”-kohtaan. Kuvion 22 mukaan suurimman vastausprosentin eli 42% (N=30) kaikista vaihtoehdoista sai pankin henkilökunnan tuki, kun taas toiseksi eniten 37% (N=26) asiakkaat toivoivat tukea omilta läheisiltään. 30% (N=21) vastaajista olisivat halukkaita opettelemaan sähköisten pankkipalveluiden käyttöä erilaisten kurssien perusteella, 18% (N=13) toivoivat tukea nuoremmilta ja digitaaliset taidot omaavilta ihmisiltä, 15% (N=11) kokivat erilaisten verkkopalvelussa nähtävillä olevien opastevideoiden olevan hyödyllisiä esimerkiksi laskujen maksun sekä omien tilien välisten siirtojen suhteen, ja 11% (N=8) toivoivat tukea samaan ikäryhmään kuuluvilta henkilöiltä. Toiset 11% (N=8) olivat vastanneet avoimeen kohtaan, jonka perusteella yksi toivoi erilaisia kursseja, toinen opastuslinkkejä sivuille ja kolmas neuvoja tarpeettomien maksupohjien poistamiseen. Yksi vastanneista kertoi saavansa apua omilta työkavereiltaan, kahdella vastanneista ei ollut mielenkiintoa opetella sähköisten pankkipalveluiden käyttämistä ja yksi heistä ei kokenut tarvitsevana apua. Eräs vastaajista toivoi myös saavansa tukea, joka on hyväksi huonomuistiselle ihmiselle.



KUVIO 22. Millaista tukea asiakkaat haluavat sähköisten pankkipalveluiden suhteen (N=71, vastaus-  
ten määrä=137.)

Kuudesta ja viimeinen asiakkaille esitettävä kysymys kartoitti sitä, että kokevatko asiakkaat sähköisten pankkipalveluiden käyttöönoton helpottavan heidän pankkiasiointiaan. Tähän kysymykseen asiakkailta oli mahdollisuus valita vain yksi vastausvaihtoehto. Kuvio 23 osoittaa, että 59% (N=42) vastanneista kertoivat jo käyttävänsä aktiivisesti Osuuspankin verkkopalveluita, kun taas 25% (N=18) uskoivat niiden käyttöönoton helpottavan heidän pankkiasiointiaan. 9% (N=6) vastaajista olivat sitä mieltä, että sähköisten pankkipalveluiden käyttöönotto ei helpottaisi heidän pankkiasiointiaan, ja loput 7% (N=5) eivät osanneet sanoa, kuinka niiden käyttöönotto vaikuttaisi heidän pankkiasiointiaan.



KUVIO 23. Helpottaisiko sähköisten pankkipalveluin käyttöönotto pankkiasiointia (N=71.)

Haastattelun jälkeen asiakkailta oli mahdollisuus osallistua vielä Osuuspankin tuotepaketin arvontaan jättämällä omat yhteystiedot kyselyyn. Asiakkaiden vastauksia ei ollut mahdollista yhdistää arvontalomakkeessa oleviin tietoihin, sillä haastattelu suoritettiin anonymisti, ja vastauksien lähettämisen jälkeen välilehdelle avautunut yhteydenottopyyntölomake oli erillinen lomake. Voittaja arvottiin kaikkien osallistuneiden kesken ja hänelle ilmoitettiin asiasta henkilökohtaisesti.

## 8 TUTKIMUSTULOKSET TYÖNTEKIJÖIDEN NÄKÖKULMASTA

Haastattelut toteutettiin jokainen omana päivänään ja kolmessa eri osassa, sillä kaksi haastateltavista asui eri paikkakunnalla. Haastattelin Pohjois-Savon Osuuspankin pankinjohtaja Antti-Jussi Pitkälää sekä palvelujohtaja Satu Martikaista 14.11.2018 samanaikaisesti pankin neuvottelutilassa, sekä Skypen välityksellä OP Osuuskunnan digimarkkinoija Minna Latolaa 09.11.2018 ja Product Owner Piia Jakolaa 15.11.2018. Haastattelut oli sovittu jokaisen haastateltavan kanssa etukäteen, ja jokainen niistä oli kestoltaan puolen tunnin ja tunnin väliltä. Haastattelun tarkoituksena oli kerätä osittain tietoa teoreettiseen viitekehukseen, sekä lisäksi vastauksia ja omia näkemyksiä tutkimuksesta satuihin tuloksiin. Kaikkiin kolmeen haastatteluun oli laadittu kysymykset ennakkoon, ja ne oli suunniteltu siten, että ne peilasivat haastateltavien työnkuvaan ja ammattitaitoon, jolloin haastattelusta oli mahdollisuus saada kattavampia vastauksia. Jokainen haastattelu nauhoitettiin sekä litteroitiin auki. Seuraavissa kappaleissa on muutamia haastateltaville esitettyjä kysymyksiä litteroidussa muodossa, jotka ovat tärkeitä tutkimusongelman kannalta. Muut haastatteluvastaukset löytyvät teoreettisesta viitekehuksesta lähteiden muodossa.

*Useat ihmiset kertoivat asioivansa konttorilla siksi, koska sieltä saa hyvää ja henkilökohtaista palvelua. Miten juuri nämä asiakkaat voitaisiin ohjata meidän sähköisiin kanaviimme? Minna Latola, digimarkkinoija*

Tämä on todella hyvä ja tärkeä kysymys. Meidän ei missään nimessä ole tarkoitusta lopettaa kokonaan konttoriasiointia, vaan me tarjoamme myös siellä hyvää ja henkilökohtaista palvelua vähän vaativampiin asioihin liittyvissä tilanteissa, esimerkiksi lainoihin, säästöihin tai sijoittamiseen, missä asiakas haluaa rauhassa keskustella asiantuntijan kanssa. Mutta sitten tällaisiin peruspankipalveluihin liittyvät asiat on hyvä hoitaa itse verkossa, eli esimerkiksi laskun maksut ja tilisiirrot. Jos on aloittanut säästämään tai sijoittamaan, niin verkkopalvelusta pystyy seuraamaan omia säästöjä ja sijoituksia, sekä varaamaan ajan asiantuntijalle, kun haluaa tehdä isompia muutoksia tai on muita elämänmuutosvaiheita meneillään. Silloin on hyvä tavata meidän asiantuntijaa, sillä hän suosittelee uusia hyviä ratkaisuita, jotka helpottaisivat asiakkaan arkea. Kun perus arki toimii hyvin, niin silloin OP-mobiiliin kautta on todella sujuvaa hoitaa tavalliseen arkeen liittyviä asioita.

*Olet käynyt pitämässä luentoja osuuspankin senioriasiakkaille digipalveluistamme. Millaisia asioista nostit tilaisuudessa esille, jotta sait asiakkaat innostumaan sähköisistä palveluistamme? Minna Latola, digimarkkinoija*

Senioreille nostin esille meidän mobiilipalveluita, koska ne ovat todella selkeitä ja helppokäyttöisiä. Huomasin heidän kanssaan keskustellessani, että heillä on paljon pelkoja juuri sitä kohtaan, että näppäilee väärin tai tekee joitain virheitä. Sen takia ohjasin heitä tänne mobiilipalveluiden pariin, koska ne toimivat todella intuitiivisesti, ja ne ohjaavat käyttäjänsä ja ovat todella selkeitä. Kun senioriasiakkaiden kanssa tutkii palveluita kädestä pitäen ja rauhallisesti, sekä näyttää ja kertoo ideoita ja vinkkejä missä tilanteissa niitä kannattaa hyödyntää, niin he kyllä innostuivat niistä todella paljon. Varsinkin senioriasiakkaille nostin esille Pivon kaverimaksua ja OP-mobiiliin Siirto-maksua, että puhelinnumeron

avulla pystyy maksamaan esimerkiksi illallisesta tai matkasta oman osuuden, ja sieltä on helppoa tehdä kaverimaksuja. Näistä he kyllä sitten innostuivat, että kuinka helppoa kaverille on maksaa esimerkiksi velkoja.

*Haastattelussa kävi ilmi, että useat ihmiset kertoivat asioivansa konttorilla siksi, koska sieltä saa hyvää ja henkilökohtaista palvelua. Kuinka juuri nämä asiakkaat voitaisiin ohjata meidän sähköisiin kanaviimme? Satu Martikainen, palvelujohtaja ja Antti-Jussi Pitkälä, pankinjohtaja*

Tämä mainitsemasi ”hyvää ja henkilökohtaista palvelua” kuulostaa sille, että asiakkaat arvostavat sitä sosiaalista tapahtumaa, millaiseksi se tietyissä tilanteissa koetaan. Jos otan kohderyhmäksi meidän kassapalveluissa asioivat asiakkaat, niin sieltä löytyy varmasti monenlaisia asiakasprofieileita. Ensimmäisestä äänilaidasta löytyvät ne, joille sähköisten palveluiden käyttöönotto ei ole mahdollista, ja se tuottaisi arjessa enemmän haasteita, esimerkiksi iän tai muiden rajoitteiden myötä. Me olemme perinteisesti tarjonneet kassapalveluita hyvin laajasti, ja tämä tietty kohderyhmä haluaa maksaa siitä vähän kalliimman hinnan. Asiakkaille tulee kertoa, että meiltä saa edelleen hyvää ja henkilökohtaista asiantuntijapalvelua, mutta sähköiset pankkipalvelut vaikuttavat muun muassa omalta osaltaan arjen sujuvuuteen. Tulevaisuudessa asiakaspalvelua tulee olemaan, mutta arjen viikoittaisen tai kuukausittaisen asioinnin pystyy hoitamaan paljon sulavammalla tavalla. Kyllä minä hyöty- ja turvallisuustekijöitä heidän elämässään painottaisin. -Antti-Jussi Pitkälä

Hyöty ja meidän opastustehtävä, että mitä Saarakin siellä kiertueella teit, niin me nimenomaan opastetaan asiakkaita ja nähdään kuinka heitä voi auttaa arjessa. Olennaista on juuri se mitä Antti-Jussi sanoi, eli he voivat saada nimenomaan sen hyvän ja henkilökohtaisen palvelun niissä muissa asioissa, mitä he eivät ehkä pysty tai halua hoitaa verkossa tai sähköisissä palveluissa. -Satu Martikainen

*Asiakkaat toivoivat saavansa apua pankin henkilökunnalta sähköisten pankkipalveluiden suhteen. Minkälaista apua me voisimme tarjota heille? Satu Martikainen, palvelujohtaja ja Antti-Jussi Pitkälä, pankinjohtaja*

Meillä on olemassa ajanvarausmahdollisuus, missä voimme järjestää opastusta nimenomaan meidän sähköisiin palveluihin. Varaamme asiakkaalle ajan meidän asiantuntijoillemme, ja mielelläänhän me täällä konttorilla neuvotaan ja opastetaan asiakkaita. Hyvänä esimerkkinä nyt tämä Saaran tekemä digiopastuskiertue, koska siellä saatiin aktivoitua niitä asiakkaita, jotka eivät käyttäneet heidän tunnuksiaan, niin näitä tietyin aikaväleihin ja tekemällä uudelleen konttoreille. Ja nimenomaan ne henkilökohtaiset ajanvaraukset meidän toimihenkilöiden kanssa, missä opastetaan asiakkaita käyttämään palveluita. -Satu Martikainen

Näiden kahden lisäksi voisin lisätä sen, että tietenkin meidän pitää koko ajan pohtia myös sitä, millaisia yhteistyökumppaneita ja järjestöjä meillä on, sekä keiden kanssa voimme yhdessä tarjota tukea, ja näitä olemme aikaisemmin tehneetkin. Opastus on tärkeässä roolissa, kun resursseja järjestetään. Apua asiakkaat saavat halutessaan. -Antti-Jussi Pitkälä

*Toinen Osuuspankin arvoista on yhdessä menestyminen. Miten sitä voisi käyttää myyntiargumenttina, kun asiakkaille kerrotaan sähköisistä pankkipalveluista? Satu Martikainen, palvelujohtaja ja Antti-Jussi Pitkälä, pankinjohtaja*

En ole koskaan liittänyt tätä sähköisiin palveluihin, sillä itse ymmärrän yhdessä menestymisen siten, että koska olemme alueellinen toimija, niin kaiken a ja o itse alueen menestyminen, sekä sitä kautta ihmisten ja yritysten hyvinvointi. Yhteistyökumppanit ovat kuitenkin hyvä pointti. Meillä on kumppanietuja ja paikallisia etuja, mitä me tarjoamme, ja niiden joukosta pyrimme löytämään sellaiset asiakasyritykset, jotka haluavat tarjota etuja meidän muille asiakkaille ja omistaja-asiakkaille sähköisten palveluidemme kautta. -Antti-Jussi Pitkälä

Arvostan sähköisissä palveluissa nimenomaan sitä oman talouden hallintaa, jossa me voimme olla sähköisissä palveluissa mukana. Meidän Pivossa näkee esimerkiksi oman kulutuksen ja sen kautta voi oppia mihin rahaa kuluu. Tällä tavoin voimme olla tukena asiakkaan menestymisessä. -Satu Martikainen

## 9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSIDEAT

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää syitä Pohjois-Savon Osuuspankin senioriasiakkaiden sähköisten pankkipalveluiden käyttämättömyydelle, konttorissa asioimisen syille sekä löytää kehitysehdotuksia sähköisten pankkipalveluiden käyttöönoton helpottamiseksi. Tavoitteet saavutettiin onnistuneesti, ja vastauksia tutkimusongelmaan saatiin sekä asiakkaille suunnatussa kyselyssä että työntekijöille pohjautuvissa haastatteluissa. Tähän kappaleeseen on lisätty kehitysehdotuksia asiakkaiden näkökulmasta, sekä lisäksi mukaan on tuotu myös omia ajatuksia palveluiden kehittämisen suhteen, jotka ilmenivät tutkimusta tehtäessä. Kuvassa 9 on tunnelmaa Varkauden konttorilla suoritetusta Varmuutta Verkkoon-päivästä 9.11.2018.



KUVA 9. Varmuutta Verkkoon-tapahtuma Varkauden konttorilla (Kemppainen 2018-11-09.)

Kyselyllä haluttiin tutkimusongelman lisäksi selvittää, millaisista kanavista asiakkaat olivat kuulleet Varmuutta Verkkoon-tapahtumasta, jotta markkinointia osataan kohdentaa oikeaan kanavaan tulevaisuutta ajatellen. Pohjois-Savon Osuuspankki oli ilmoittanut tapahtumasta muutamissa paikallislehdissä, jotka osoittautuivatkin parhaiksi lähteiksi. Osa asiakkailta oli kuullut asiasta pankin henkilökunnalta, konttorilla jaettavista tuotelehtisistä, pankin omasta televisiosta tuttavalta tai perheenjäseneltä. Sosiaalinen media ei ollut suuressa suosiossa, jota voidaan toki pitää täysin ymmärrettävän ottaen huomioon asiakaskunnan iän. Pohjois-Savon Osuuspankin viestintä- ja markkinointipäällikön mukaan henkilökohtainen suosittelu onkin erityisen tärkeää asiakkaiden tavoittamisen kannalta. Tähän samaan asiaan voidaan peilata myös Pohjois-Savon Osuuspankin pankinjohtaja Antti-Jussi Pitkälälle sekä palvelupäällikkö Satu Martikaiselle tehdyssä haastattelussa. Kun yksi asiakas käyttää palveluita ja niiden hyvä maine leviää asiakkaiden keskuudessa, saa Osuuspankki sitä kautta myös lisää asiakkaita, Pitkälä ja Martikainen toteavat. Suurin osa haastateltavista ei kuitenkaan tiennyt tapahtumasta laisinkaan, joten tästä voidaan päätellä, että jatkon kannalta markkinointiin kannattaa käyttää vielä enemmän resursseja.

Kyselytutkimuksen perusteella kartoitettiin asiakkaiden tämänhetkinen tilanne digitaalisten laitteiden osalta, ja suurin osa vastanneista kertoi omistavansa ainakin yhden laitteen, joita olivat tutkimuksessa tietokone, älypuhelin sekä tabletti. Osa vastasi kuitenkin kyselyyn, että heillä ei ole käytössään mitään digitaalista laitetta, joka jo sinällään vaikuttaa sähköisten pankkipalveluiden käyttämättömyyteen.

Pankkiasioinnin hoitamisen suhteen iso osa vastasi asioivansa op.fi-palvelussa tai OP-mobiilissa, mutta vastanneista osa sanoi asioivansa mieluiten konttorilla. Konttorilla asioinnin syiksi kerrottiin muun muassa digitaalisten laitteiden puuttuminen, asioinnin helppous ja varmuus, kuolinpesään liittyvät asiat, verkkopalvelun puuttuminen, isommat asiat kuten lainat tai säästöt ja sijoitukset, sosiaalisen kontaktin saaminen, oma epävarmuus ja pelko käyttää sähköisiä pankkipalveluita sekä tiettyihin toimintarajotteisiin tai ikään liittyvät seikat. Kuitenkin osa ilmoitti asioivansa ensisijaisesti sähköisissä kanavissa. Nämä vastaajat olivat nimenomaan niitä, joilla oli sähköiset pankkipalvelut jo omassa käytössään. Näistä vastauksista mikään ei sinänsä ollut yllättävää, mutta jokaiseen kategoriaan on olemassa kuitenkin ratkaisu, joiden avulla asiakkaat voisivat hoitaa asiointinsa jatkossa sähköisissä palvelukanavissa. Samat vastaukset ilmenivät myös kysyttäessä miksi asiakkaat asioivat juuri kyseisenä päivänä konttorilla, lisäyksenä tietenkin Varmuutta Verkkoon-tapahtuma.

Lisäksi asiakkailta kysyttiin, onko heillä käytössään verkkopalvelusopimusta, johon suurin osa vastasi kyllä. Tämä herättää kysymyksiä, miksi he haluavat tulla konttorille hoitamaan asioita, joka selviää seuraavista kappaleista. Tämän kysymyksen kohdalla täytyy ottaa kuitenkin huomioon, että kyllä-vastanneista osa tuli vasta vasten asioimaan konttorille Varmuutta Verkkoon-tapahtuman vuoksi, jotta saavat apua heitä askarruttaviin kysymyksiin.

Verkkopalvelusopimuksen puuttumisen myötä selvitettiin syitä sille, miksi asiakkailla ei ole sitä käytössään, ja sen kautta vastauksia saatiin myös sähköisten pankkipalveluiden puutteellisuudelle. Vastanneet asiakkaat kertoivat syiksi verkkopalvelutunnusten omaamisen eri pankkiryhmään, verkkopalvelun ja digitaalisten laitteiden vaikeakäyttöisyyden tai kokonaan puuttumisen, pelon muun muassa

liikkeellä olevia huijausviestejä kohtaan, internetin puuttumisen, muut henkilökohtaiset rajoitteet sekä halun asioida konttorilla. Myös näissä vastauksissa oli paljon sellaisia piirteitä, mitä ajattelin niiden sisältävän, mutta suurimpaan osaan Osuuspankilla on jo tällä hetkellä tarjota ratkaisuita tai ohjeita asiakkaiden varalle.

Verkkopalvelun aktiivisella käytöllä haluttiin saada selville, missä kanavassa asiakkaat asioivat kaikista mieluiten. Kuten jo teoreettisessa viitekehyksessä kävi ilmi, on OP-mobiili nousemassa pääpalvelukanavaksi, kun taas OP Saavutettava on kehitetty nimenomaan sellaisille asiakkaille, joilla on jonkinlaisia rajoitteita palveluiden käytön suhteen. Tutkimuksesta selvisi, että suurin osa verkkopalvelun omaavista asiakkaista käyttävät eniten op.fi-palvelua, ja OP-mobiilia hieman harvemmin. Kaikista yllättävintä tuloksessa oli, että kukaan kyselyyn vastanneista ei tiennyt Osuuspankilla olevan OP Saavutettava-palvelua, jolle kysymys esitettiin. Tunnukset omaavat ihmiset käyttivät verkkopalvelua pankki-asioiden hoitamisen lisäksi myös muihin vahvaa tunnistautumista vaativiin palveluihin.

Asiakkailta nousi hyviä kehitysehdotuksia verkkopalvelun varalle, joista osa oli jo tosin sellaisia, mitä Osuuspankilla on käytössään. Asiakkaat kaipasivat sisäänkirjautumiseen uusia tapoja muun muassa jättämällä avainlukulistan kokonaan pois ja tai pelkällä salasanalla kirjautumalla, neuvoja kuinka palvelussa pääsee takaisin jos painaa vahingossa väärää nappia, mobiiliin toivottiin lisää vaihtoehtoja, OP-mobiilissa merkeille pitäisi olla selite mitä niistä tapahtuu, palvelun pitäisi ohjeistaa käyttäjänsä ja numerot pitäisi olla isommat, sivujen pitäisi olla mahdollisimman helppokäyttöiset sekä selkeät, iäkkäille toivottiin omaa palvelua, verkkosivujen ulkonäkö ei saisi muuttua niin nopeasti ja lisäksi toivottiin, että kaikki palvelut näkyisivät yhdellä sivulla.

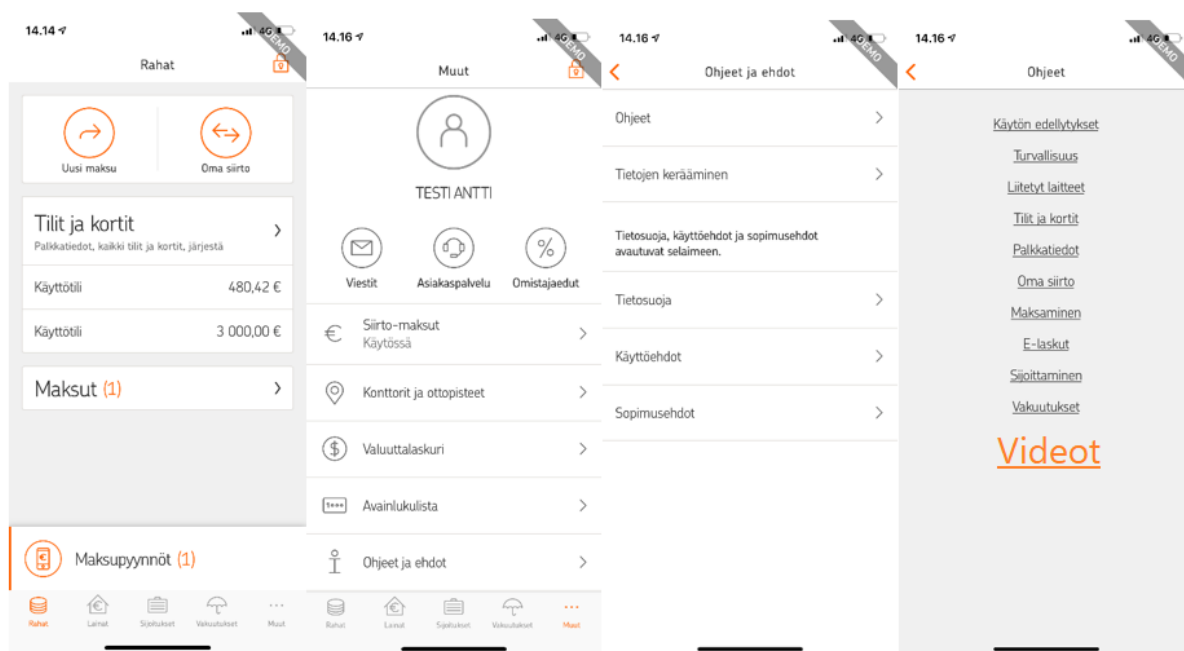
Ehdotuksena tuli myös, että Osuuspankki lahjoittaisi asiakkailleen tabletteja henkilökohtaiseen käyttöön tekemästään tuloksesta ja pitäisi koulutusta asiakkaille palveluiden käytöstä. Pankilla toivottiin olevan myös enemmän tabletteja ja tietokoneita asiakkaiden käytössä. Monet asiakkaiden toiveista palvelun käytettävyyden helppoudessa ja yksinkertaisuudessa ovat ratkaistu OP-Saavutettava-palvelun avulla, samoin kirjautumisen helpottamiseksi on käytössä biometriset tunnistustavat ja mobiiliavain, kuten teoriaosuudesta käy ilmi. Tutkimuksesta voidaan siis päätellä, että pankin henkilökunnalla on suuri merkitys asiakkaiden opastamisessa, jotta jokaiselle löydetään oikeat ratkaisut hoitaa pankkiasioita. Tämä käy ilmi myös Pohjois-Savon Osuuspankin henkilökunnalle tehdystä haastattelusta.

Asiakkailta kysyttiin vielä, millaista apua he haluaisivat saada sähköisten pankkipalveluiden suhteen, jonka tarkoituksena oli vielä täsmentää edellistä kysymystä. Osa ilmoitti, että he eivät tarvitse apua lainkaan, osa toivoi kursseja, vertaistukea saman ikäisiltä ihmisiltä, tukea nuoremmilta ihmisiltä ja omilta läheisiltä, apua pankin henkilökunnalta ja opastevideoita verkkopalveluun. Näistä vastauksista mikään ei ollut yllättävä, ja niiden toteutus on mahdollista järjestää myös näillä resursseilla.

Viimeisessä kohdassa asiakkailta kysyttiin, uskoisivatko he sähköisten pankkipalveluiden helpottavan heidän arkeaan, jos ne otettaisiin aktiiviseen käyttöön. Tämän kohdan vastaus oli hieman yllättävä edellisiin peilaten, sillä suurempi osa vastasi kysymykseen myönteisesti kuin kielteisesti. Näin ollen

asiakkaat kokevat palveluiden helpottavan heidän arkeaan, mutta edellä mainittujen syiden vuoksi he eivät ole ottaneet niitä vielä käyttöönsä. Syistä suurin osa oli jo ratkaistu erilaisten sovellusten ja menetelmien avulla. Samoissa teemoissa liikuttiin myös työntekijöille tehtyjen haastatteluiden tiimoilta. Haastatteluista kävi ilmi, että työntekijöiden täytyy muistaa kertoa asiakkaille, millaisia palveluita Osuuspankilla on tarjolla, kuinka palveluita tulee käyttää turvallisesti sekä millaisia konkreettisia hyötyjä asiakas saa asioidessaan Osuuspankin sähköisissä palveluissa.

Loppuun haluan nostaa myös omia kehitysideoita, joita havaitsin opinnäytetyötä tehtäessä. Pohjois-Savon Osuuspankki tekee tälläkin hetkellä yhteistyötä erilaisten paikallisten yritysten, kuten Savonetin kanssa, jonka kautta asiakkailta on mahdollisuus osallistua erilaisille kursseille sähköisten pankkipalveluiden käytön opettelemiseen. Tätä yhteistyötä voitaisiin laajentaa Varmuutta Verkkoon-tapahtumiin, jossa Pohjois-Savon Osuuspankin henkilökunta, Savonetin työntekijät sekä asiantuntijat esimerkiksi Kela:lta ja Apteekista tulisivat pitämään yhteistä luentoa, jossa käyttöönnotossa autettaisiin sekä verkkopalvelun hyödyistä kerrottaisiin. Tapahtumassa voisi lisäksi olla mukana Osuuspankin omia senioriasiakkaita opastamassa palveluissa, sillä asiakkaat toivoivat saavansa vertaistukea samaan ikäluokkaan kuuluvilta henkilöiltä. Asiakkaat toivoivat sähköisten palveluiden olevan enemmän heitä ohjaavia sekä kertoivat erilaisten videoiden auttavan heidän asiointiaan. OP-mobiilissa voisi olla esimerkiksi videoita, joista asiakas saisi suoraan laskun maksun yhteydessä neuvoa. YouTubeessa on tällä hetkellä muutamia videoita esimerkiksi laskujen maksun opastukseen, joten nämä videot voitaisiin tuoda myös OP-mobiiliin suoraan asiakkaiden saataville. Tätä on havainnollistettu alla olevassa kuvassa 10 oikeanpuolimmaisessa ruudussa, johon on lisätty kirjallisten ohjeiden lisäksi myös videotallenteet.



KUVA 10. Havainnekuva OP-mobiilin kehittämisestä (OP-mobiilin demoversio s.a.)

Yhteistyöhön erilaisten toimijoiden kanssa liittyy vahvasti myös viime vuoden puolella julkaistuun uutiseen, jossa Nordea ja DNA olivat laajentaneet aloittamaansa yhteistyötä koko Suomen laajuudelle. Yhteistyön ytimenä ovat senioriasiakkaat, jotka ovat toivoneet tukea ja neuvontaa sähköisten pankkipalveluiden käytössä. DNA ja Nordea toivat juuri tälle kohderyhmälle suunnatun käyttövalmiin Nordeamobiilitabletin, jonka saa valmiiksi asennettuna, ja sen käyttöönotossa tarjotaan neuvontaa sekä DNA:n että Nordean toimipisteillä. Tämä madaltaa kynnystä ottaa laite käyttöön, ja kun ne ovat osana arkea, tuntuvat ne myös turvallisilta käyttää (Nordea 2018). Ehdottaisin tätä samaa asiaa myös Pohjois-Savon Osuuspankille, sillä markkinoilla on vielä muutamia teleoperaattoriyrityksiä ilman vastaavia yhteistyökumppaneita.

Senioreille voisi perustaa muun muassa oman Facebook-ryhmä, jossa Pohjois-Savon Osuuspankin senioriasiakkaat saisivat kysyä heitä askarruttavista asioista, ja he saisivat vastaukset suoraan asiantuntijoilta. Tässä täydentyisi henkilökunnalta haluttu neuvojen saaminen. Ryhmässä voisi olla myös viikoittain ”viikkotärppi”, jossa kerrottaisiin esimerkiksi palveluiden uudistuksista tai hyvistä vinkeistä hoitaa omia pankkiasioita. Aktivoinnin lisäksi mietin kuukausittaisia kilpailuita, joiden perusteella sähköisissä pankkipalveluissa asioiva aktiivisin seniori voittaisi Osuuspankin tuotepalkintoja jokainen kuukausi.

Vaikka Osuuspankin verkkopalvelu on auki vuorokauden jokaisena tuntina, chat-palvelu on auki vain tietyn ajan vuorokaudesta. Yksi mahdollisuus on kehittää palveluita myös siten, että asiakkaat saisivat aina henkilökohtaisen vastaukset robotin vastaamalla heidän kysymyksiinsä. Lisäksi asiakkaat toivoivat, että palvelu ohjaisi heitä eteenpäin. Näin ollen palvelussa voitaisiin käyttää algoritmeja, jolloin palvelu tunnistaa mitä asiakas on siellä aikaisemmin tehnyt, ja näin ollen kysyy häneltä seuraavalla kerralla, haluaako hän tarkastella esimerkiksi sijoituksia. Jos asiakas vastaa kyllä, palvelu ohjaa hänet sijoitusten sivulle. ”Algoritmillla tarkoitetaan askel askeleelta etenevää menetelmää ongelman ratkaisuun, ja sitä käytetään tavallisesti datan käsittelyssä, laskemisessa ja muissa tietokoneeseen ja matematiikkaan liittyvissä tapahtumissa”. (Techopedia s.a.)

Kassapalveluiden viereen voisi laittaa niiden aukioloaikojen puitteissa tai esimerkiksi eläkepäivinä kiinteän mobiiliopastuspisteen, jossa pankin henkilökunta olisi neuvomassa palveluiden käytössä. Osa asiakkaista toivoi myös lisää asiakaspäätteitä tai tabletteja, joten myös näitä voisi olla mobiiliopastuspisteen läheisyydessä. Lisäksi olisi ehdottoman tärkeää saada demotunnukset myös OP Saavutettavapalveluun, jotta sen käyttöä voitaisiin neuvoa palvelua tarvitseville henkilöille, ja saataisiin näin ollen aktivoitua myös heidät käyttämään sähköisiä pankkipalveluita.

## 10 YHTEENVETO JA POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää syitä Pohjois-Savon Osuuspankin senioriasiakkaiden sähköisten pankkipalveluiden käyttämättömyydelle, konttorissa asioimisen sille sekä löytää kehitysehdotuksia sähköisten pankkipalveluiden käyttöönoton helpottamiseksi. Tutkimusmuotoina käytettiin sekä kvalitatiivista eli määrällistä tutkimusta että kvantitatiivista eli laadullista tutkimusta. Laadullinen tutkimus toteutettiin kahdelle Pohjois-Savon Osuuspankin työntekijälle, että kahdelle OP Osuuskunnan työntekijälle teemahaastatteluna, kun taas määrällinen tutkimus tehtiin Pohjois-Savon Osuuspankin asiakkaille Webropol-kyselyn avulla. Laadullisesta tutkimuksesta saatuja tuloksia käytettiin pääsääntöisesti lähteinä tutkimuksen teoreettisessa viitekehyksessä, sillä digitalisaatio ja sen tuomat muutokset finanssialalle muuttavat muotoaan niin nopeasti, että kirjallisuudessa oleva tieto saattaa olla joltain osin jo vanhaa. Näin ollen minulla oli mahdollisuus tuoda työhön myös joitakin sellaisia näkökulmia, mitä ei ole vielä kirjoitettu konkreettisesti paperille. Asiakkaille suunnattuun kyselyyn vastasi yhteensä 71 Pohjois-Savon Osuuspankin asiakasta, joka oli hyvä määrä kyselyn kannalta.

Tutkimuksen teoriaosuus käsittelee pankkipalveluita yleisellä tasolla, jonka jälkeen syvennyttään enemmän OP Ryhmään sekä itse toimeksiantaja Pohjois-Savon Osuuspankin toimintaan. Tämän jälkeen käydään läpi opinnäytetyön kannalta kaksi tärkeintä teemaa, joita ovat digitalisaatio sekä asiakaskokemus. Digitalisaatiota käsittelevässä kappaleessa käydään läpi käsitteitä, sen kehitystä sekä tulevaisuuden mahdollisuuksia. Lisäksi perehdytään siihen, millaisia sähköisiä palveluita Osuuspankillla on tällä hetkellä asiakkailleen tarjolla. Asiakaskokemuksen pohjautuvassa pääluvussa otetaan huomioon asiakkaiden saama hyöty itsepalvelukanavista. Koska aihe on erittäin mielenkiintoinen, oli vaarana jo alusta asti, että työhön tulee liikaa tietoa useilta eri aihealueilta. Työ rajaamista voidaankin pitää erittäin tärkeänä tekijänä tässä opinnäytetyössä.

Aloitin opinnäytetyöni suunnittelun syksyllä 2018, ja työskentelin sen aikana täysipäiväisesti Pohjois-Savon Osuuspankissa aina vuoden 2018 loppuun saakka, kunnes siirryin OP Ryhmässä muihin tehtäviin. Tavoitteenani oli valmistua vuoden 2018 loppuun mennessä, mutta muun muassa työn vaihtuminen kesken projektin ja sen kokopäiväinen tekeminen hidastivat omalta osaltaan valmistumistani. Koko projekti oli kokonaisuudessaan todella mielenkiintoinen ja erittäin ajankohtainen, ja pidin todella tärkeänä sitä, että sain olla mukana toteuttamassa Varmuutta Verkkoon-kiertuetta. Lisäksi minulle oli tärkeää, että sain olla tapahtuman kautta toiminnan kehittämisessä mukana asiakkailta ja työntekijöiltä tulleiden ideoiden puitteissa, ja tuoda myös omia ehdotuksia lopputulokseen mukaan. Tapahduma onnistui toivotulla tavalla, ja siitä kirjoitettiin artikkeli OP Median verkkolehteen opinnäytetyön tuloksiin pohjautuen, joka julkaistiin 03.12.2018. Linkki artikkeliin löytyy opinnäytetyön lähdeluettelosta.

Varmuutta Verkkoon-tapahtumia on toteutettu myös vuoden 2019 puolella, josta voidaan päätellä, että sen kautta saadut tulokset ja palaute ovat olleet toimeksiantajalle hyödyllisiä. Minua pyydettiin mukaan myös kevään 2019 tapahtumaan, mutta työni vaihtuminen eri paikkakunnalle osoittautui kuitenkin esteeksi. Kiertueen jälkeen pääsin myös kertomaan saaduista tuloksista sekä kokemuksista

Pohjois-Savon Osuuspankin palaveriin, jossa oli kuulolla OP Pohjois-Savon työntekijät jokaiselta konttorilta. Oikean kirjallisuuden löytäminen koitui tietynlaiseksi haasteeksi, sillä digitalisaatio ja sen mukana kulkevat käsitteet muuttuvat niin nopeaa tahtia, että vain vuosi sitten kirjoitetussa kirjassa saattoi olla vanhentunutta tietoa.

Mielestäni opinnäytetyössä parhaiten onnistui se, että sen avulla saatiin kerättyä tarkkaa tietoa asiakkaiden mielipiteistään ja heidän kehitysehdotuksistaan. Varmuutta Verkko- tapahtuman avulla sain myös aktivoitua passiivisia sähköisten pankkipalveluiden käyttäjiä, jonka koen erittäin tärkeäksi asiaksi. Osa asiakkaista antoi kiertueella palautetta siitä, että he saivat lisää varmuutta palveluiden suhteen ja ottavat ne mukaan omaan arkeensa. Lisäksi olin erittäin tyytyväinen, kun sain haastatella tutkimukseen alan ammattilaisia, ja sain näin ollen opinnäytetyöhöni sellaista tietoa, jota ei ole vielä mahdollista saada mistään muista lähteistä. Olin sekä asiakkaille suunnattuun kyselytutkimukseen että työntekijöille tehtyihin haastatteluihin tyytyväinen, sillä ne antoivat paljon oleellista tietoa opinnäytetyön kannalta.

Haasteeksi työssä koitui se, että suoritin asiakkaille suunnatun kyselytutkimuksen opinnäytetyöni alussa, jolloin en ollut vielä ehtinyt kirjoittaa teoreettiseen viitekehykseen kaikkia oleellisia seikkoja auki. Näin ollen teoriaosuuden viimeisteleminen tutkimuksen tekemisen jälkeen koitui aika työlääksi. Toisena haasteena ilmeni myös se, että asiakkaille suunnattu Webropol-kysely oli tarkoituksenaan toteuttaa siten, että asiakkaat vastaisivat joko paperilla olevaan lomakkeeseen tai tabletilla olevaan kyselyyn itse, mutta yhtä henkilöä lukuun ottamatta laitoin vastaukset asiakkaiden puolesta kyselyyn. Osa asiakkaista ei nimittäin osannut käyttää tablettia, kun taas osa ei halunnut täyttää vastauksia kumpaakaan kyselylomakkeeseen itse. Tämän avulla sain kuitenkin useamman ihmisen vastaamaan kyselyyn. Työntekijöille tehtyjen sekä teoreettisessa viitekehvyssä lähteinä käytettyjen haastatteluiden osalta työntekijöillä tuli keskenään välillä samankaltaisia vastauksia, jonka vuoksi kaikkia ei ollut tarpeen raportoida opinnäytetyöhön. Lisäksi haastatteluissa ilmeni paljon mielenkiintoista tietoa tulevaisuuden toimintatavoista, mutta kaikkia niitä ei raportoitu tutkimukseen, jotta teoreettinen viitekehvy pysyisi tarpeeksi rajattuna, eikä alkaisi ”rönsyilemään”.

Tutkimusta voidaan pitää luotettavana, sillä se oli otettu huomioon haastatteluiden ja kyselylomakkeiden laatimisessa, toteuttamisessa ja analysoimisessa. Luotettavuuteen vaikuttaa eniten se, vastasivatko asiakkaat heille suunnattuun kyselyyn rehellisesti, sekä tuliko heille tarpeeksi ideoita mieleen palveluiden kehittämisen näkökulmasta kysymyksiin vastaamisen hetkellä. Jos asiakkaat eivät ymmärtäneet kysymyksiä, pystyi haastattelija avaamaan niitä jokaiselle asiakkaalle erikseen. Tutkimuksessa otettiin lisäksi huomioon myös eettiset näkökulmat.

Tutkimus antaa lisää tietoa Pohjois-Savon Osuuspankin senioriasiakkaiden suhtautumisesta sähköisiin pankkipalveluihin, sekä miten niitä tulisi kehittää käyttäjäystävällisemmäksi. Saatuja tuloksia on mahdollista hyödyntää palveluiden suunnittelussa sekä senioreille suunnatuissa tilaisuuksissa. Tulosten avulla henkilökunnan on mahdollista oppia ymmärtämään, miksi osalla senioriasiakkaita ei ole sähköisiä pankkipalveluita käytössään, sekä kuinka heitä voitaisiin rohkaista niiden käyttöönotossa. Työn

avulla opitaan ymmärtämään senioriasiakkaiden ajattelutapaa sähköisissä pankkipalveluissa kohtaa, jolloin heidän kanssaan on myös helpompi keskustella niihin liittyvistä kysymyksistä. Sain työni ohella paljon uutta tietoa oman ammattini kannalta, jota pääsen hyödyntämään lähestulkoon jokainen päivä. Uskon, että myös asiakkaat kokevat saavansa lisäarvoa asiakastapaamisista, kun pystyn kertomaan heille perusteellisesti sähköisten pankkipalveluiden tärkeydestä sekä auttamaan heitä sen käyttöönotossa.

## LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

- AINASOJA, Pauliina 2019-05-04. Pivon mainoskuva [digikuva]. Sijainti: Helsinki: Tekijän sähköiset kokoelmat.
- BUSINESSDICTIONARY s.a. Digitalization [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-11-27.] Saatavissa: <http://www.businessdictionary.com/definition/digitalization.html>
- DELTABIT 2018. Kuinka sormenjälkitunnistus toimii? [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-03-23.] Saatavissa: <https://www.deltabit.fi/kuinka-sormenjalkitunnistus-toimii/>
- ESKELINEN, Sanna ja GERDT, Belinda 2018. Digiajan asiakaskokemus. Liettua: BALTO Print.
- FILENIUS, Marko 2015. Digitaalinen asiakaskokemus. Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Saarijärven Offset Oy.
- FINEXTRA 2018-10-08. Key strategies for the effective digitalization in banks [blogi]. [Viitattu 2018-04-21.] Saatavissa: <https://www.finextra.com/blogposting/16097/key-strategies-for-effective-digitalization-in-banks>
- HEIKKILÄ, Tarja 2014. Kvantitatiivinen tutkimus [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-20.] Saatavissa: <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>
- HILTUNEN, Elina 2017. Mitä tulevaisuuden asiakas haluaa. Trendit ja ilmiöt. Jyväskylä: Docendo Oy.
- HILTUNEN, Leena 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-19.] Saatavissa: [http://www.mit.jyu.fi/OPE/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius\\_ja\\_reliabiliteetti.pdf](http://www.mit.jyu.fi/OPE/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf)
- ISOTALO, Katri 2018. Millaista palvelua seniori saa pankista? Taloustaito 09:18, 22-27.
- JAKOLA, Piia 2018-11-15. Product Owner. [Haastattelu.] Kuopio: Pohjois-Savon Osuuspankki.
- JÄRVINEN, Raija ja YLIKOSKI, Tuire 2012. Asiakkaan kokema arvo kilpailutekijänä finanssialalla. Jyväskylä: Bookwell Oy.
- KAMK s.a. Haastattelu. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-22.] Saatavissa: <https://www.kamk.fi/fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Aineiston-keruumenetelmat/Haastattelu#>
- KEMPPAINEN, Saara 2018-11-09. Varmuutta Verkkoon-tapahtuma Varkauden konttorilla [digikuva]. Sijainti: Varkaus: Tekijän sähköiset kokoelmat.
- KONTKANEN, Erkki 2015. Pankkitoiminnan käsikirja. 4. painos. Vantaa: Hansaprint Oy
- KOPPA 2019-02-16. Tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineistot [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-22.] Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/kirjasto/kirjastotuutori/aihehaku-tutkimusprosessissa/menetelmatietoa-ja-palveluja>
- KVANTIMOTV 2010-08-26. Kyselylomakkeen laatiminen. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-20.] Saatavissa: <https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>
- KVANTIMOTV 2008-07-02. Mittaaminen: Mittarin luotettavuus. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-19.] Saatavissa: <https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/mittaaminen/luotettavuus.html>
- LATOLA, Minna 2018-11-09. Digimarkkinoija. [Haastattelu.] Kuopio: Pohjois-Savon Osuuspankki.
- NEWS CISION 2018-07-09. OP lanseeraa pelkistetyn verkkopalvelun edistämään kaikkien asiakasryhmien yhdenvertaista pankkiasiointia [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-11-21.] Saatavissa: <http://news.cision.com/fi/op-ryhma/r/op-lanseeraa-pelkistetyn-verkkopalvelun-edistamaan-kaikkien-asiakasryhmien-yhdenvertaista-pankkiasio,c2571638>
- NORDEA 2018. Nordean ja DNA:n yhteistyö senioreiden digiosaamisen tueksi laajenee – käyttövalmiin mobiilitabletin saanut koko Suomesta. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-20.] Saatavissa: <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/press-releases/2018/10-04-11h00->

- nordean-ja-dnan-yhteistyö-senioreiden-digiosaamisen-tueksi-laaajenee---kayttovalmiin-mobiilitabletin-saa-nyt-koko-suomesta.html
- OP a s.a. PSD2 – Parempaa palvelua, enemmän mahdollisuuksia [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-12-02.] Saatavissa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/maksaminen/psd2>
- OP b s.a. Tunnukset – avain OPn palveluihin [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-11-21.] Saatavissa: <https://www.op.fi/verkkopalveluiden-kaytto/verkkopalvelutunnukset-avain-opn-palveluihin>
- OP c s.a. Asioi OP-verkkopalvelussa [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-11-21.] Saatavissa: <https://www.op.fi/verkkopalveluiden-kaytto/asioi-op-verkkopalvelussa>
- OP d s.a. OP-mobiili [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-11-21.] Saatavissa: <https://www.op.fi/verkkopalveluiden-kaytto/op-mobiili>
- OP e s.a. Siirto-maksu [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-11-21.] Saatavissa: <https://uusi.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/maksaminen/siirto-maksu>
- OP f s.a. Mobiiliavain [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-11-21.] Saatavissa: <https://uusi.op.fi/verkkopalveluiden-kaytto/mobiiliavain>
- OP g s.a. OP-Saavutettava [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-11-21.] Saatavissa: <https://uusi.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/op-saavutettava>
- OP h s.a. Pivo [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-03-23.] Saatavissa: <https://www.op.fi/verkkopalveluiden-kaytto/pivo>
- OP i s.a. Asiakaspalvelu [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-11-21.] Saatavissa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/asiakaspalvelu>
- OP j s.a. Tapahtumavirta [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-03-23.] Saatavissa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/tilit/tapahtumavirta>
- OP JUNIOR s.a. OP Junior [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-03-23.] Saatavissa: <https://www.op.fi/verkkopalveluiden-kaytto/op-junior>
- OP k s.a. Huolehdi tietoturvasasi [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-03-23.] Saatavissa: <https://www.op.fi/turvallinen-asiointi/huolehdi-tietoturvasasi>
- OP l s.a. Rahastot ja rahastosäästäminen [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-05-05.] Saatavissa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/saastot-ja-sijoitukset/rahastot>
- OP m s.a. Kaikki kortit [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-05-05.] Saatavissa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/kortit-kaikki>
- OP MEDIA 2018-06-13. OP-mobiilin Mobiiliavain sujuvoittaa asiointia – korvaako se jatkossa pahvisen avainlukulistan? [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-11-21.] Saatavissa: <https://op.media/talous/raha-ja-arki/op-mobiilin-mobiiliavain-sujuvoittaa-asiointia-korvaako-se-jatkossa-pahvisen-avainlukulistan-4ad2a60186004655b3dec26c9225f368>
- OP MEDIA 2018-12-03. Varmuutta Verkkoon! OP Pohjois-Savossa opastusta sähköiseen pankkiasiointiin [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-20.] Saatavissa: <https://op.media/alueet/pohjois-savo/varmuutta-verkkoon!-op-pohjois-savossa-opastusta-sahkoiseen-pankkiasiointiin-902dda08189c49bbb8ed79ee4c55841b>
- OP PUHE s.a. OP Puhe [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-11-27.] Saatavissa: <https://op-puhe.op-test.fi/>
- OP RYHMÄ a s.a. Hae meille töihin [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-13.] Saatavissa: <https://www.op.fi/op-ryhma/ura-oplla/hae-meille-toihin>
- OP RYHMÄ b s.a. Strategia [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-13.] Saatavissa: <https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/op-lyhyesti/strategia>

- OP RYHMÄ c s.a. Osuustoiminta [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-13.] Saatavissa: <https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/osuustoiminta>
- OP RYHMÄ d s.a. Tervetuloa asiomaan [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-11-21.] Saatavissa: <https://uusi.op.fi/web/op-pohjois-savo/pankin-esittely>
- OP RYHMÄ e s.a. Kesäduuni OP:n piikkiin – haku aika on päättynyt [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-03-26.] Saatavissa: <https://www.op.fi/web/op-pohjois-savo/kesaduuni-opn-piikkiin>
- OP VUOSI 2018. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-13.] Saatavissa: <https://www.op-year2018.fi/>
- PITKÄLÄ, Antti-Jussi ja MARTIKAINEN, Satu 2018-11-14. Pankinjohtaja. Palvelujohtaja. [Haastattelu.] Kuopio: Pohjois-Savon Osuuspankki.
- PIVO s.a. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-03-23.] Saatavissa: <https://pivo.fi/>
- PIVO s.a. Mikä ihmeen siirto? [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-05-12.] Saatavissa: <https://pivo.fi/mika-ihmeen-siirto/>
- PROVAD 2016-05-26. Asiakaskokemuksen johtaminen [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-06.] Saatavissa: <https://www.provad.fi/blogi/asiakaskokemuksen-johtaminen>
- PUHAKKA, Sirpa 2017-07-01. Seniori tai ikäihminen, unohda ikä [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-19.] Saatavissa: <https://www.kansanuutiset.fi/artikkeli/3743286-seniori-tai-ikaihminen-unohda-ika>
- SAARANEN-KAUPPINEN, Anita ja PUUSNIEKKA, Anna 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-19.] Saatavissa: [https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7\\_2\\_1.html](https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_1.html)
- SAARANEN-KAUPPINEN, Anita ja PUUSNIEKKA, Anna 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-19.] Saatavissa: [https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3\\_1.html](https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_1.html)
- SAS 2019. Multichannel Marketing. What is it and why it matters [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-20.] Saatavissa: [https://www.sas.com/en\\_id/insights/marketing/multichannel-marketing.html](https://www.sas.com/en_id/insights/marketing/multichannel-marketing.html)
- SREEDHAR, Santhy 2019. Biometrics: authentication and identification [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-20.] Saatavissa: <https://www.gemalto.com/govt/inspired/biometrics>
- SYMBIO 2015-12-08. Biometrinen tunnistus syrjäyttää salasanat [verkkoaineisto]. [Viitattu 2018-12-12.] Saatavissa: <https://www.symbio.com/fi/biometrinen-tunnistus-syrjayttaa-salasanat/>
- TECHOPEDIA s.a. Algorithm [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-07.] Saatavissa: <https://www.techopedia.com/definition/3739/algorithm>
- TILASTOKESKUS 2017. Internetin käyttö mobiililaitteilla. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-07.] Saatavissa: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi\\_2017\\_13\\_2017-11-22\\_kat\\_002\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_kat_002_fi.html)
- TILASTOKESKUS 2018. Suomalaisten internetin käyttö 2018 – viestintää, asiointia, tiedonhaku medioiden seuraamista. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-07.] Saatavissa: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi\\_2018\\_2018-12-04\\_kat\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi_2018_2018-12-04_kat_001_fi.html)
- VALLI, Raine 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Keuruu: Otavan Kirjapaino.
- VILKKA, Hanna 2017. Tutki ja kehitä. Tammi. 4. uudistettu painos [e-kirja]. [Viitattu 2019-04-22.] Saatavissa: <https://www-elliblibrary-com.ezproxy.savonia.fi/book/978-952-451-756-0>
- ZIGURAT GLOBAL INSTITUTE OF TECHNOLOGY 2019. Digitalization in banking industry. [verkkoaineisto]. [Viitattu 2019-04-20.] Saatavissa: <https://www.e-zigurat.com/innovation-school/blog/digitalization-in-banking-industry/>

## LIITE 1: ASIAKKAIDEN KYSELYLOMAKE



## Varmuutta Verkkoon

Tämän kyselyn tarkoituksena on selvittää, miksi osalla Pohjois-Savon Osuuspankin asiakkaista ei ole vielä sähköisiä pankkipalveluita käytössään, sekä miten niitä tulisi kehittää, jotta asiakkaiden olisi helpompi ottaa ne aktiiviseen käyttöön. Opiskelen Savonia-ammattikorkeakoulussa liiketaloutta, ja toteutan tämän kyselyn yhtenä osana oman opinnäytetyöni tutkimusta. Kyselyyn vastaaminen vie aikaa noin 5-10 minuuttia, ja se tapahtuu anonyymisti. Kaikkiin tähdellä (\*) merkittyihin kysymyksiin tulee vastata.

Mikäli kuitenkin haluat osallistua Pohjois-Savon Osuuspankin tuotepaketin arvontaan, voit jättää omat yhteystietosi viimeisellä sivulla olevaan lomakkeeseen.

Saara Kemppainen  
saara.kemppainen@edu.savonia.fi

**1. Sukupuolenne: \***

- Nainen
- Mies
- En halua mainita

**2. Ikänne: \***

- 60 vuotta tai nuorempi
- 61-65 vuotta
- 66-70 vuotta
- 71-75 vuotta
- 76-80 vuotta
- 81-85 vuotta
- 85-90 vuotta
- 91 vuotta tai vanhempi

**3. Nykyinen asuinalueenne: \***

- Iisalmi
- Juankoski
- Kuopio
- Leppävirta
- Nilsiä
- Siilinjärvi
- Suonenjoki
- Varkaus
- Varpaisjärvi
- Jokin muu, mikä?

**4. Elämäntilanteenne: \***

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- Eläkeläinen
- Työelämässä
- Yrittäjä
- Työtön
- Opiskelija
- Jokin muu, mikä?

**5. Mistä saitte tiedon Varmuutta Verkoon- tapahtumasta? \***

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- Paikallislehdestä
- Verkkosivuiltamme
- Pankki tv:stä
- Konttorilla olevista tietolehtisistä
- Pankin henkilökunnalta
- Sosiaalisesta mediasta
- Tuttavalta
- Perheenjäseneltä
- Jostakin muualta, mistä?

**6. Mikä sai Teidät tulemaan tänään konttorille asioimaan? \***

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- Varmuutta Verkkoon- tapahtuma
- Laskujen maksu
- Laskujen toimittaminen maksupalveluun
- Suoramaksuihin tai e-laskuihin liittyvä asia
- Rahan nosto
- Rahan talletus
- Asiakastapaaminen
- Jokin muu, mikä?

**7. Mikä saa Teidät asioimaan mielummin konttorissamme kuin sähköisissä kanavissamme? \*****8. Millaisia digitaalisia laitteita Teillä on käytössänne? \***

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- Tietokone
- Tabletti
- Älypuhelin
- En omista digitaalista laitetta
- Jokin muu, mikä?

**9. Missä sähköisessä kanavassa hoidatte mieluiten pankkiasiointinne?**

\*

- Asioimalla konttorissa
- Op.fi- verkkopalvelussa
- OP-mobiilissa
- OP Saavutettava- palvelussa
- Jotenkin muuten, miten?



**13. Käytän verkkopalvelutunnuksiani: \***

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- Laskujen maksuun
- Tilisiirtoihin
- Vakuutuspalveluihin
- Säästöjen ja sijoitusten hallinnoimiseen
- Tiliotteiden seuraamiseen
- KELA:n palveluihin
- OmaKannan palveluihin, kuten terveystietojeni tarkastelemiseen
- Poliisin palveluihin, kuten passin uusintatilauksen tekemiseen
- Verkko-ostoksien tekemiseen
- Johonkin muuhun, mihin?
- En tiennyt, että voin käyttää verkkopalvelutunnuksiani kaikkiin edellä mainittuihin palveluihin

**14. Miten kehittäisitte sähköisiä pankkipalveluitamme, jotta ne olisivat helpompikäyttöisiä? \*****15. Millaista apua kaipaisitte sähköisten pankkipalveluiden suhteen? \***

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- En koe tarvitsevani apua
- Kursseja, joissa opastetaan verkkopalvelun käyttöä
- Vertaistukea samaan ikäryhmään kuuluvilta ihmisiltä, joilla verkkopalvelu on jo käytössä
- Tukea nuoriemmilta ihmisiltä, jotka osaavat käyttää erinomaisesti digitaalisia laitteita
- Tukea omilta läheisiltä
- Tukea pankin henkilökunnalta
- Opastevideoita esimerkiksi laskujen maksuun sekä omien tilien välisiin siirtoihin liittyen, jotka olisivat nähtävillä verkkopalvelussa
- Jotakin muuta, mitä?

**16.** Koetteko, että Osuuspankin sähköiset pankkipalvelut helpottaisivat teidän pankkiasiointianne, jos ottaisitte ne aktiivisesti käyttöönne? \*

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa
- Käytän aktiivisesti Osuuspankin sähköisiä pankkipalveluita

**1.** Mikäli haluatte osallistua Pohjois-Savon Osuuspankin tuotepaketin arvontaan, voitte jättää omat yhteystietonne alla olevaan kyselyyn:

Etunimi \*

Sukunimi \*

Matkapuhelin

Sähköposti

Osoite \*

Postinumero \*

Postitoimipaikka \*

## LIITE 2: HAASTATTELUKYSYMYKSET

Minna Latola, digimarkkinoija, OP Osuuskunta:

- 1) Olet käynyt pitämässä luentoja Osuuspankin senioriasiakkaille digipalveluistamme. Millaisia asioista nostit tilaisuudessa esille, jotta sait asiakkaat innostumaan sähköisistä palveluistamme?
- 2) Haastattemistani 71 ihmisestä yksikään ei tiennyt OP Saavutettava-palvelusta. Miten sitä kannattaisi markkinoida meidän senioriasiakkaille?
- 3) Millaisia ominaisuuksia OP-mobiiliin on tulossa tulevaisuudessa?
- 4) Useat ihmiset kertoivat asioivansa konttorilla siksi, koska sieltä saa hyvää ja henkilökohtaista palvelua. Miten juuri nämä asiakkaat voitaisiin ohjata meidän sähköisiin kanaviimme?
- 5) Verkkopalvelun käyttäjistä suurin osa asioi op.fi-palvelussa. Miten nämä asiakkaat saataisiin asioimaan OP-mobiilissa?
- 6) Minkälaista arvoa meidän sähköiset pankkipalvelut tuovat asiakkaille?
- 7) Millaista hyötyä asiakas saa asioimalla Osuuspankin sähköisissä pankkipalveluissa?

Piia Jakola, Product Owner, Oulun kehitysryhmä:

- 1) Miten digitalisaatio vaikuttaa finanssialaan ja miten se tulee muuttamaan toimintaamme tulevaisuudessa?
- 2) Miten näet kasvomaksamisen, OP Puheen ja tekoälyn vaikuttavan tulevaisuuden digipalveluihin?
- 3) Miten digitalisaatio tulee helpottamaan finanssialalla toimimista?
- 4) Millaisia teknologian ja digitaalisuuden elementtejä voisimme käyttää hyödyksi, jotta saisimme yhä useamman asiakkaan käyttämään meidän sähköisiä pankkipalveluita?
- 5) Osuuspankin verkkosivuilla on mainittu, että OP Ryhmä investoi 400m€ uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen ja teknologian uudistamiseen vuosittain. Minkälaisia ideoita teillä on kehitteillä, jotka tulevat helpottamaan asiakkaidemme asiointia sähköisissä palveluistamme?
- 6) Asiakkaidemme asiointin helpottamiseksi heillä on jo mahdollisuus kirjautua OP-mobiiliin perinteisen menetelmän ohella sormenjälkitunnistuksella, mutta minkälaisia uusia keinoja me voisimme käyttää sisäänkirjautumiseen tulevaisuudessa, kun teknologia kehittyy?
- 7) Korvaako robotit tulevaisuudessa osan pankkipalveluista?
- 8) Poistuuko avainlukulista tulevaisuudessa meidän valikoimastamme?

Satu Martikainen, palvelujohtaja, Pohjois-Savon Osuuspankki & Antti-Jussi Pitkälä, pankinjohtaja, Pohjois-Savon Osuuspankki:

- 1) Millaista arvoa Osuuspankin sähköiset pankkipalvelut tuovat asiakkaille?
- 2) Miten sähköiset pankkipalvelut parantavat asiakaskokemusta?
- 3) Millaista hyötyä asiakas saa asioimalla sähköisissä pankkipalveluissa?
- 4) Millaisia positiivisia vaikutuksia pankille koituu, kun saamme asiakkaat käyttämään aktiivisesti sähköisiä pankkipalveluita?
- 5) Haastattelussa kävi ilmi, että useat ihmiset kertoivat asioivansa konttorilla siksi, koska sieltä saa hyvää ja henkilökohtaista palvelua. Kuinka juuri nämä asiakkaat voitaisiin ohjata meidän sähköisiin kanaviimme?
- 6) Asiakkaat toivoivat saavansa apua pankin henkilökunnalta sähköisten pankkipalveluiden suhteen. Minkälaista apua me voisimme tarjota heille?
- 7) Osa haastattelemistani asiakkaista pelotti liikkeellä olevat huijausviestit. Miten te kertoisitte asiakkaille sähköisten pankkipalveluiden turvallisuudesta?
- 8) Osuuspankin arvoissa mainitaan ihmisläheisyys. Millä tavoin tämä asia tulee ilmi, kun asiakas asioi siellä meidän sähköisissä pankkipalveluissamme?
- 9) Toinen Osuuspankin arvoista on yhdessä menestyminen. Miten sitä voisi käyttää myyntiargumenttina, kun asiakkaille kerrotaan sähköisistä pankkipalveluista?
- 10) Miten kilpailukykyisenä te näette Osuuspankin sähköiset pankkipalvelut?
- 11) Miten sähköiset pankkipalvelut ovat kehittyneet sinä aikana, kun olette olleet töissä Pohjois-Savon Osuuspankissa?

## LIITE 3: ASIAKKAIDEN AVOIMET VASTAUKSET

Mikä saa teidät asioimaan mieluummin konttorissamme kuin sähköisissä kanavissamme?

- Asioin mielelläni sähköisissä kanavissa. En halua tulla mielelläni konttorille jonottamaan.
- Ei ole paljoa vaihtoehtoja, pakko käydä jossakin maksamassa laskuja. Suurin osa laskuista on suoraveloituksessa, mutta osa tulee paperisena kotiin.
- Asiointi tuntuu varmemmalta, kun asioin pankissa.
- Helppous
- Asioin mieluiten sähköisissä kanavissa.
- Minulla ei ole tietokonetta.
- Ei ole älypuhelinta, tablettia eikä tietokonetta.
- Asioin mieluummin sähköisissä kanavissa, mutta tämän asian vuoksi minun piti tulla konttorille.
- Kuolinpesän asiat, jotka on hoidettava konttorissa.
- Satunnaiset laskujen maksamiset.
- Suoraveloituksena on melkein kaikki maksut, muuten tuon maksupalveluun.
- Aika harvoin asioin konttorilla.
- Mieluummin konttorissa, koska siellä on hyvä palvelu.
- Ei ole osuuspankin verkkopalvelua, Nordean on.
- Pääasiassa asioin sähköisissä palveluissa. Laina-asioissa asioin konttorilla, koska kuvittelen että saan paremman tarjouksen konttorilta.
- Mieluiten asioin sähköisissä kanavissa. Vain hätätilassa konttorille.
- Jos tarvitsisin lainaa tai sijoituksiin liittyvää neuvontaa tai suuremman määrän rahaa. Normaalisti käytän suoramaksua ja pankkikorttia.
- Asioin mieluiten omassa kodissa rauhassa.
- Kiva tulla katsomaan ihmisiä konttorille, henkilökohtaiset tapaamiset ovat mukavia.
- Kotona ei ole tietokonetta eikä älypuhelinta.
- Tykkään asioida konttorilla.
- Asioin mieluummin konttorilla, maksan kuitenkin laskut netin kautta. Asioin konttorilla turvallisuussyitä, ja nostan rahaa mieluummin konttorista kuin automaattista samasta syystä.
- Verkossa hoidan kaiken, mutta rahat täytyy tallettaa konttorilla.
- Minulla on huono muisti ja pelkään erilaisia masiinoita. Pelkään että näppäilen väärin automaattilla.
- Mieluummin hoidan verkossa, tulen konttorille vain, jos tarvitsee.
- Ei ole tunnuksia eikä digitaalisia laitteita.
- Oman tilanteeni kannalta helpointa asioida konttorilla.
- Konttorilla asiointi on tutumpaa.
- Ei ole digitaalisia laitteita, ja ikää on niin paljon, että ei kannata enää opetella.
- Konttorilla on hyvät kassapalvelut. Osuuspankki on hyvä pankki, jossa asiat hoituvat. Sijoitusneuvonta on hyvää.

- Tottumus ja epäluulo, koska ei ole selvää käsitystä sähköisistä laitteista. Selvemmän käsityksen saa kasvotusten.
- Konttorissa asioin parhaiten kasvotusten.
- Jos on jotain isompia raha-asioita, niin tulen ilman muuta konttorille. Laskut maksan verkossa.
- Tulen konttorille hoitamaan asiani asiakaspäätteelle.
- Hoidan mieluiten verkossa kaiken, mutta lainaneuvottelussa olen käynyt konttorilla ns. isommat asiat saavat tulevaan konttorille asioimaan. Asiakirjasäilytykseen asiakirjojen vieminen.
- Iisalmen konttori on päivälkin aikana sopivalla kohtaa.
- Jotkut asiat, kuten sijoituksiin liittyvät asiat saavat minut tulemaan konttorille.
- Rahoitusasiat, mutta tavalliset pankkiasiat hoidan sähköisissä kanavissa.
- Paljon asioin sähköisesti, mutta tänään oli tultava konttorille vahinkoasian takia.
- Asioin sähköisissä kanavissa, jos mahdollista.
- Esimerkiksi vakuutusasian vuoksi. Kun pankkikortti lakkasi toimimasta.
- Vakuutusasian vuoksi.
- Olen matemaattisesti heikko, joten asioin mieluummin kassalla.
- Asioin mieluiten sähköisissä kanavissa.
- Mieluummin asioin sähköisesti, mutta jos tarvitsee nostaa isompi määrä rahaa, niin tulen konttorille.
- Konttorissa mieluiten, jossa voin maksaa asiakaspäätteellä.
- Haluan henkilökohtaista palvelua. Pihkanuttu on pihkanuttu.
- Laskujen tuominen konttorille, jotka eivät ole suoraveloituksessa. Käteisen nostaminen.
- Sijoitusneuvonta
- Tykkään asioida ihmisen kanssa.
- Ihmiskontaktin saaminen. Se on minulle tärkeää. Lisäksi kun lähden konttorille, niin saan samalla liikuntaa.
- Lainaneuvottelut
- Esimerkiksi verkkopalvelutunnusten uusiminen, tilinkäyttöoikeuksien lisääminen.
- En luota enää omiin taitoihini.
- Minua pelottaa, että kortti jää koneen sisälle, josta nostan rahaa. Säilyttääkseni ihmisillä työpaikat.
- En asioi yleensä konttoreilla muuta kuin niissä tilanteissa, missä opastetaan asiakkaita esimerkiksi uusien asioiden kanssa.
- Tuon maksupalveluun laskuja.
- Liikun kaupungilla, niin pistäydyn samalla konttorilla.
- Turvallisuus
- Virkailijoiden takia haluan asioida konttorilla.
- Konttorilta saa heti tietoa, jos sitä tarvitsee.
- Olen vielä niin epävarma verkkopalvelun suhteen. Opiskelen kyllä parhaillaan sen käyttöä.
- Kun uusi asia tulee ihan yllättäen vastaan, niin konttorilta saa apua.
- Joskus kun lahjoitan tietyn summan rahaa lapsenlapsille, niin tulen nostamaan käteistä kassalta, että saa nostettua ne oikeanlaisina rahoina. Joskus tulen kysymään neuvoa konttorilta.
- Kun on niin iäkäs, niin on selvempää asioida konttorilla kasvotusten.

- Yhdeltä tililtä ei voi nostaa kuin pankissa, muuten asioin sähköisissä palveluissa.
- Mieluummin asioin sähköisissä kanavissa. Jos tarvitsen laskusta kuitin tai siihen leiman, niin tulen konttorille.
- Asiakaskontaktin saaminen.
- Tykkään asioida kassapalveluissa, koska saan samalla hyvää palvelua. Omasta mielestäni pankin kassapalveluita saisi olla tarjolla vanhemmille ihmisille.
- Kun haluan kuulla uusista pankin tuotteista, sillä konttorissa niistä saa eri tavalla tietoa.
- Jos tarvitsen henkilökohtaista palvelua, kuten esimerkiksi sijoitusneuvontaa. Jos pitää nostaa suurempi rahasumma esimerkiksi lomalle lähtiessä.

Miten kehittäisitte sähköisiä pankkipalveluitamme, jotta ne olisivat helpompikäyttöisiä?

- En osaa sanoa (18 kpl)
- Sisäänkirjautumiseen uusia tapoja (ei enää avainlukulistaa).
- Neuvoja siihen, miten pääsen takaisin palvelussa, jos painan väärää nappia.
- En osaa sanoa, koska en tiedä millaisia ne ovat.
- Verkkosivut nykyään todella vaikeaselkoiset ja monimutkaiset.
- Enemmän vaihtoehtoja mobiiliin.
- Ostamalla tietokoneen. En osaa sanoa miten pankki voisi kehittää palvelua.
- En tarvitse sähköisiä palveluita.
- Minusta palvelussa ei ole mitään vaikeaa.
- Minulla ei ole tekniikkaan mitään sanomista. Merkeille pitäisi olla selite, mitä niistä tapahtuu OP-mobiilissa.
- Pelkällä salasanalla kirjautuminen, ettei tarvitse olla kahta numerosarjaa.
- Palvelun pitäisi ohjeistaa, miten esim. vanhat maksupohjat poistetaan, eli ohjeita miten palvelussa voidaan hoitaa asioita.
- Mielestäni ne ovat helppokäyttöisiä.
- Kun ikää on paljon, palvelussa ei saisi olla vaikeita asioita, vain yksinkertaisia asioita ja palveluita, joita on helppo käyttää.
- Ensiksi pitäisi hankkia laitteet kotiin. Mahdollisimman selkeät sivut sekä helppokäyttöiset. Olisi hyvä, jos koko sivun ja sen palvelut voisi hahmottaa yhdellä silmäyksellä. Olisi hyvä, jos osuuspankin verkkopalvelun sivut opastavat mitä tehdä. Olisi myös hyvä, jos jonkin linkin kautta pääsisi ilmaiselle sivulle, jossa neuvottaisiin, mitä tehdä. Kun pankit tekevät tulosta, niin eläkeläisille voisi lahjoittaa esimerkiksi tabletteja henkilökohtaiseen käyttöön, jota voisi käyttää kotona.
- Kaikki voisi olla yhdellä sivulla. Nyt täytyy mennä päävalikon kautta aina uusille sivuille.
- Ei mitenkään.
- En osaa sanoa, mielestäni palvelua on helppo käyttää nykyisin, alkuun oli hieman hankalaa.
- Vaikea sanoa.
- Mielestäni niitä ei ole vaikea käyttää.
- Pankkitunnuslistat (avainlukulistat) voisi jättää pois, jos löytyisi joku turvallisempi vaihtoehto. Turvallisuus on tärkeää.

- Iäkkäille räätälöity palvelu. Yksinkertainen ja helppokäyttöinen.
- Yksinkertaiset ja helpot, kun ei ole syntynyt älykännykät suussa niin kuin nykyajan lapset.
- Jos on jotain mitä voi tehdä vielä helpommaksi, niin ilman muuta kannattaa kehittää. Palvelut niin yksinkertaiseksi, kun mahdollista.
- Verkkosivujen ulkonäkö ei saisi muuttua niin nopeaa tahtia, koska muuten sieltä on vaikea löytää mitä etsii.
- Pivoon puhelimella maksaminen käyttöön myös iPhoneille. Olen tyytyväinen Osuuspankin palveluihin. Viestejä tulee kotiin asiakkaalle, jos palvelut ovat uudistumassa. Hyvä, että asiakkaita informoidaan muutoksista. Sivut ovat tällä hetkellä selkeät, joihin olen tyytyväinen. Sivulla ei ole paljoa tekstiä eikä kuvakkeita. Sekä OP-mobiili että op.fi ovat selkeitä. Hyvä että infotilaisuuksia järjestetään asiakkaille. Savonetti järjestää kaksi kertaa viikossa Iisalmessa tapahtumia, joissa saa apua digilaitteiden käyttöön.
- Op.fi on helppokäyttöinen.
- Peruskoulutusta asiakkaille, jotka ottavat palvelut käyttöönsä, jossa käydään tavallisimman asiat läpi. Varmuuden saaminen toimintaan, esim. kone antaa sinulle ohjeen, miten edetä, tai kun olet maksanut laskun niin kone ilmoittaa, että lasku maksettu.
- En osaa sanoa. Olen oppinut käyttämään palvelua. Päivitysten jälkeen menee hetki, ennen kuin palvelua on taas yhtä helppo käyttää mitä ennen.
- Olisi hyvä, jos on yhteiset vakuutukset pariskunnalla, että ne näkyisivät molempien verkkopalvelussa, ja että molemmat pääsisivät hallinnoimaan niitä.
- Vaikea sanoa äkkiseltään.
- Ei näin äkkiseltään tule mitään mieleen.
- Digiopastusta pitäisi olla enemmän asiakkaille.
- Ei tule mitään mieleen.
- Verkkopalvelut muuttuvat liian nopeaa tahtia. Vanhoille ihmisille pitäisi olla konttoripalvelut vielä tarjolla. Palveluita niille asiakkaille, joilla on rajoitteita toimia verkossa (esimerkiksi sairauksien tai iän puolesta). Tuntuu että vanhat ihmiset jäävät nopean kehityksen jalkoihin.
- En osaa sanoa, koska en ole koskaan käyttänyt.
- Verkkopalvelun pitäisi olla nopeampi.
- Minusta palvelua on helppo käyttää.
- Avainlukulistat kokonaan pois.
- Ei tule nyt mieleen mitään.
- En osaa sanoa. Voihan se olla, että palvelua on helppokin käyttää, kun asiat omaksuu.
- Pankilla voisi olla enemmän tietokoneita ja tabletteja käytössä.
- Credit ominaisuuden ei pitäisi olla ensimmäisenä, kun kortilla maksetaan.
- Palvelua pitäisi neuvoa ihan kädestä pitäen, että se olisi helppo ottaa käyttöön.
- Tiliote on selkeämpi nykyään. Osuuspankin omat viestit voisivat olla selkeämpiä huononäköisille ja vanhuksille (ulkonäkö selkeämpi).
- Jos palveluun vain tutustuu, niin uskon, että se on hyvä sellaisenaan.
- Numerot voisivat olla isompia.
- En osaa sanoa. Palvelut ovat aika hyvällä mallilla.

- En osaa äkkiseltään sanoa. Osuuspankki voisi ilmoittaa uusista asioista enemmän verkkopalvelussa.
- Minulle palvelut ovat riittävät, joten ei kehitettävää. Kun sivut uudistuvat, niin sivuilla voisi olla esim. videopätkiä, kuinka asiointi hoidetaan uusilla sivuilla uudella tavalla.
- En osaa sanoa mitään akuuttia.
- Palvelut ovat riittävät tällä hetkellä. Voisiko puhelinpalvelua kehittää (suorat numerot tms.)?
- Mahdollisimman pelkistetty versio, mikä on yksinkertainen käyttää.
- Verkkopalvelun voisi tehdä niin yksinkertaiseksi, että sitä olisi mahdollisimman helppo käyttää.