



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Vapaaehtoisuuteen pohjautuvan digiopastuksen kehittäminen Tapaus: Nordea Bank Oyj

Pelo Juha

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

**Vapaaehtoisuuteen pohjautuvan
digiopastuksen kehittäminen
Tapaus: Nordea Bank Oyj**

Juha Pelo
Tulevaisuuden innovatiiviset
digitaaliset palvelut
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2019

Pelo Juha

Vapaaehtoisuuteen pohjautuvan digiopastuksen kehittäminen: Tapaus: Nordea Bank Oyj

Vuosi 2019 Sivumäärä 67

Opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää minkälaisena digiopastus koetaan tänä päivänä, ja minkälaisia haasteita digitaalisten laitteiden ja palveluiden käytössä ilmenee ikäihmisten keskuudessa. Tarkoituksena oli selvittää myös ikäihmisten sekä digiopastusta tarjoavien vapaaehtoisten kokemuksia ja näkemyksiä tarjolla olevasta digiopastuksesta. Tavoitteena oli auttaa Nordeaa kehittämään ikäihmisille suunnattua digiopastusta tutkielmassa kerättyä tutkimusaineistoa hyödyntäen.

Opinnäytetyön aihe rajattiin koskemaan Nordean järjestämissä digiopastustilaisuuksissa käyviä asiakkaita sekä asiakkaille digiopastusta tarjoavia vapaaehtoisia nordealaisia. Tällä tavoin Nordealle pystyttiin tuottamaan tietoa ja ideoita digiopastuksen kehittämiseen, mutta samalla saatiin tietoa digiopastuksen tarpeellisuudesta ja hyödyistä myös yleisellä tasolla.

Opinnäytetyön tietoperusta käsittelee digitalisaatiota sekä sen vaikutuksia rahoitusalaan ja asiakaskokemuksiin. Tietoperusta käsittelee myös digitukea ja digiopastusta yleisellä tasolla sekä Nordean toteuttamana. Tietoperusta tuo ilmi myös niitä digiopastuksen ominaispiirteitä, joissa vapaaehtoistoiminta on yksi merkittävä osatekijä, mahdollistaen digiopastuksen tarjoamisen ja toteutumisen yhteiskunnallisella tasolla.

Opinnäytetyö toteutettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää hyödyntäen. Tutkimusaineisto kerättiin haastattelemalla Nordean järjestämissä digiopastustilaisuuksissa käyneitä asiakkaita, sekä lähettämällä sähköinen kysely Nordean digiopastustilaisuuksissa vapaaehtoisina digiopastajina toimineille Nordean työntekijöille. Aineisto analysoitiin induktiivisen sisältöanalyysin tapaan, jonka tuotoksena aineistosta luotiin kehittämis ehdotuksia Nordealle digiopastuksen kehittämiseksi.

Tutkimustehtävän tuotoksena syntyneissä kehittämis ehdotuksissa nousi esille seitsemän osa- aluetta, joissa tutkimusaineiston perusteella todettiin olevan mahdollisuuksia toiminnan kehittämiseen. Nämä osa-alueet olivat digiopastustilaisuuksien markkinointi, yhteistyö muiden toimijoiden kanssa, näkyvyys digiopastustilaisuuksissa, digiopastusmateriaalit ja ohjeet, yleinen termistö, digiopastajille annettava koulutus sekä palaute. Tutkimustuloksista nousi esille erityisesti se, että ikäihmisten keskuudessa suurimpia haasteita koetaan digitaalisten laitteiden ja palveluiden varsinaisessa käytössä. Digiopastustilaisuuksissa käyvät ikäihmiset haluavat kuitenkin oppia käyttämään digitaalisia laitteita ja palveluita, jotta he pystyvät hoitamaan asioitaan itsenäisesti myös digitalisaation kehittyessä.

Asiasanat: digitalisaatio, digiopastus, digituki, vapaaehtoinen, rahoitusala

Pelo Juha

Improvement of voluntary based digital support: Case: Nordea Bank Ltd

Year	2019	Pages	67
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to find out, how digital support today is experienced, and what kind of challenges elderly people are facing when using digital devices and digital services. The purpose was also to explore the experiences and sentiments of elderly people and the volunteers providing digital support in relation to digital support today. The aim was to help Nordea in developing their digital support for the elderly people by making use of the study material collected in this thesis.

The subject of the thesis was limited to those customers who attend digital support events organized by Nordea, and those voluntary employees of Nordea, who give digital support to customers in the events. In this manner, it was possible to produce information and ideas to Nordea for developing their digital support, but at the same time it also provided information about the needs and benefits of digital support in general.

The knowledge base of the thesis contains the digitalisation and impact of digitalisation on the financial industry and customer experience. The knowledge base contains also digital support and digital guidance in general and also provided by Nordea. The knowledge base of the thesis reveals also those characteristics of digital support, where voluntary work is a significant component, enabling the provision and implementation of digital support at the social level.

The thesis was implemented by using a qualitative research method. The study material was collected by interviewing the customers who attended digital support events organized by Nordea, and sending an electronic survey for those voluntary employees of Nordea, who participated in the events. The data was analysed by using the way of inductive content analysis and based on the analysis Nordea was given development proposals for developing their digital support.

Based on study assignment, seven areas were identified as opportunities for operational development in digital support provided by Nordea. These areas were marketing of digital support, cooperation with other manufacturers, visibility in digital support events, instructions and materials of digital support, common vocabulary, training of employees and giving feedback. The results of the study show that especially experiences of using digital devices and digital services were the most significant challenge among the elderly people. However, the results shows that elderly people wants to learn how to use digital devices and digital services, so that they manage to handle their everyday life, even though digitalisation is progressing and growing all the time.

Keywords: digitalisation, digital support, digital guidance, volunteer, finance industry

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Tietoperusta.....	8
2.1	Digitalisaatio.....	8
2.1.1	Asiakaskokemus osana digitalisaatiota	10
2.1.2	Digitalisaatio rahoitusallalla	12
2.1.3	Nordean tarjoamat digitaaliset palvelut tänä päivänä	14
2.2	Digituki ja -opastus	17
2.2.1	Digiopastuksen piirteet ja muodot	18
2.2.2	Vapaaehtoistoiminta osana digiopastusta	22
2.2.3	Digiopastuksen asiakkaat	24
2.2.4	Digiopastus Nordeassa.....	29
2.3	Tietoperustan yhteenveto	31
3	Tapaustutkimus	33
3.1	Tutkielman tiedonkeruumenetelmät	34
3.1.1	Haastattelu tiedonkeruumenetelmänä	35
3.1.2	Kyselylomake tiedonkeruuvälineenä.....	37
3.2	Osallistujien valinta ja aineiston keruu	38
3.3	Aineiston analyysi ja käsittely	39
4	Tulokset	41
4.1	Asiakkaiden tottumukset digitaalisista laitteista ja palveluista	41
4.2	Digiopastusta tarjoavat nordealaiset	43
4.3	Digiopastustilaisuuksissa koettuja kokemuksia ja haasteita	44
4.4	Toiveita ja kehitysehdotuksia digiopastukseen	46
5	Johtopäätökset	49
5.1	Pohdinta	53
5.2	Luotettavuuden arviointi	54
5.3	Kehitysehdotukset Nordealle	55
5.4	Jatkokehitysideat	58
	Lähteet	59
	Kuviot	64
	Liitteet.....	65
	Liite 1: Haastattelukysymykset asiakkaille	66
	Liite 2: Sähköinen kysely digiopastajille	67

1 Johdanto

Digitalisaatio on nykypäivän puhutuimpia ilmiöitä maailmassa. Sen taustalla on digitalisoituminen. Digitalisaatiosta ja digitalisoitumisesta voidaan puhua silloin, kun sen avulla voidaan vaikuttaa ihmisten menettelytapoihin ja yritysten ydintoimintaan ja liiketoimintamalleihin. (Ilmarinen & Koskela 2016, 22-24.) Suomi on lukeutunut digitalisaation kärkimaihin 1990 ja 2000-luvuilla, jolloin internetyhteyksien määrä kasvoi räjähdysmäisesti. (Ilmarinen & Koskela 2016, 35.) Digitalisaation nopea kehitys ja uusien teknologioiden tuomat mahdollisuudet ovat osaltaan muokanneet myös rahoitusallalla toimivien organisaatioiden toimintamalleja. (Finanssiala 2016.)

Palveluiden digitalisoiminen luo vaatimuksia kehittää palveluita asiakaslähtöisesti huomioiden samalla palvelun käytön mahdollistavia tekijöitä, kuten vahvaa tunnistautumista ja puolesta asiointia. Digitaalisten palveluiden käytön tuen eli digiopastuksen ja digituen tarjoaminen tulee myös huomioida eritoten niiden ihmisten kohdalla, jotka eivät kykene palveluita itse käyttämään. (Valtiovarainministeriö 2015b.) Digitaalisten palveluiden käytön tuki eli digiopastus on keino, jonka tarkoituksena on tukea ja auttaa henkilöitä digitaalisten palveluiden käytössä siten, että he ovat kykeneviä asioimaan ja toimimaan itsenäisesti digitaalisten palveluiden parissa. Digiopastuksen lähtökohta on, että asiakas on kuitenkin aina edelleen itse vastuussa omasta asioinnistaan ja toimistaan asioiden hoidon osalta itsenäisyytensä ja itsemääräämisoikeutensa säilyttäen. (Valtiovarainministeriö 2017, 12.)

Tämän opinnäytetyön kohdeorganisaationa on Nordea Bank Oyj, joka on Pohjoismaiden suurin finanssikonsernipalvelu tänä päivänä. Nordea on perustettu vuonna 2001, jolloin Nordbanken, Unibank, Kreditkassen ja Merita bank fuusioituivat ja tämän seurauksena pankin nimeksi tuli Nordea. Henkilöstömäärä Nordeassa oli vuonna 2018 noin 29 000 työntekijää ja konsernin päätoimipaikka sijaitsee Helsingin Vallilassa. Toimipaikkoja yhtiöllä on yhteensä 20 maassa, muun muassa Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa ja Norjassa. Nämä neljä edellä mainittua maata toimivat Nordean kotimarkkina-alueena ja muodostavat verkoston, joka koostuu konttoreista, tytäryhtiöistä sekä edustustoista. (Nordea 2019c.)

Opinnäytetyön tarkoituksena on havainnollistaa laajemmin sitä, miten nykymallinen digiopastus koetaan, ja mitä haasteita digitaalisten laitteiden ja palveluiden käytössä ilmenee ikäihmisten keskuudessa. Tarkoituksena on myös kartoittaa niitä kokemuksia ja näkemyksiä, joita ikäihmiset ja digiopastusta antavat vapaaehtoiset omaavat tänä päivänä tarjolla olevasta digiopastuksesta. Opinnäytetyön tavoitteena on auttaa Nordeaa kehittämään työntekijöidensä vapaaehtoisuuteen perustuvaa digiopastusta, keräten ja analysoiden tutkielmassa kerättyä aineistoa opinnäytetyöhön valittujen kehittämismenetelmien avulla.

Tämä opinnäytetyö on laadullinen tutkielma, jonka tiedonkeruumenetelminä käytetään puolistrukturoitua lomakehaastattelua sekä sähköistä kyselyä. Opinnäytetyö on kaksivaiheinen ja aineiston keruu on toteutettu Nordean digiopastustilaisuuksissa käyville asiakkaille tehdyistä haastatteluista sekä Nordean digiopastusta tarjoaville vapaaehtoisille nordealaisille suunnatusta sähköisestä kyselystä.

Keskeisimmät käsitteet opinnäytetyössä ovat digitalisaatio, rahoitusala, digituki ja digiopastus. Nämä käsitteet luovat kehyksen koko opinnäytetyölle ja ovat olleet keskeisessä roolissa koko opinnäytetyöprosessin ajan aina suunnitteluvaiheesta johtopäätöksiin, pohdintaan ja annettuihin kehitysehdotuksiin asti.

2 Tietoperusta

Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään digitalisaatiota sekä siihen liittyvää digitukea ja digiopastusta alan eri kirjallisuuslähteiden sekä sähköisten lähteiden kautta. Lisäksi tietoperustassa on tutustuttu viime vuosina tehtyihin tutkimuksiin sekä asiantuntijoiden lausuntoihin ja siten on pyritty takaamaan käytetyn aineiston luotettavuus sekä sen sisältämän tiedon ajan-kohtaisuus.

2.1 Digitalisaatio

Suomi on lukeutunut digitalisaation kärkimaihin 1990 ja 2000-luvuilta lähtien, jolloin internettyhteydet yleistyivät. Suomessa pankit olivat ensimmäisten toimijoiden joukossa, jotka tarjosivat sähköisiä pankkipalveluita internetissä. Myös Nokian menestys näkyi ja suomalaiset olivatkin osaltaan suunnannäyttäjiä matkapuhelimien käytössä. (Ilmarinen & Koskela 2016: 35.) Vuonna 2015 nimetyn silloisen Suomen hallituksen yksi tavoitteista oli julkisten palveluiden digitalisoiminen. (Valtiovarainministeriö 2015a.)

Ilmiönä digitalisaatio on noussut erityisesti 2010-luvulla ja tämä on näkynyt teknologian nopeana kehityksenä ICT-alalla (Information and Communications Technology). Viime vuosina on yhä enenevässä määrin alettu puhumaan aiemmin ICT-alalla väljästi määriteltyjen alan asiantuntijoiden osaamisen sijaan kokonaisvaltaisesta jokaisen kansalaisen henkilökohtaisien tietoteknisten taitojen tärkeydestä. Digitalisaation kehittyessä niin sanotut raja-aidat eri toimialojen välillä hälvenevät ja tällöin myös palveluita käyttävien asiakkaiden tarpeet tulee kyetä huomioimaan aiempaa paremmin (Lehti & Rossi 2017, 27.)

Digitalisaatiolla tarkoitetaan digitalisoituvan teknologian eheyttämistä päivittäiseen elämään ja toimintoihin. Digitalisaatiossa on kyse täysin uudeltaisesta tavasta toimia ja uudistaa organisaatioiden toimintamalleja. Käsitteenä digitalisaatio on laajempi kuin pelkät verkkopalvelut tai analogisen muuttaminen digitaaliseksi. (Ilmarinen & Koskela 2015, 22-24.)

Tietotekniikan ja tietoliikenteen maailmaa mullistavat läpimurrot viime vuosisadan jälkipuoliskolla ovat mahdollistaneet digitaalisen tuotannon ja jakelun räjähtävän kasvun. Digitalisaation myötä tuotteita ja palveluita on voitu siirtää tietoverkkoihin, jolloin ne ovat tulleet asiakkaiden saataville nopeammin, edullisemmin sekä ympäristöä vähemmän kuormittaen verrattuna aikaisempiin tuotteiden ja palveluiden tuotanto- ja jakelutapoihin. Esimerkiksi rahotusallalla pankkiasiointi verkon kautta mahdollistettuna voi pudottaa kyseisen tapahtuman kustannuksia niin palvelun tuottajalle kuin asiakkaallekin murto-osaan tavallisen konttorikäynnin kustannuksesta. (Lehti & Rossi 2017, 65-66.)

Digitalisaatio on terminä vakiintunut vasta 2010-luvulla ja sen taustalla on nimenomaan digitalisoituminen. Digitalisoitumisella tarkoitetaan sitä, että asioita, joita on ennen tehty fyysi-

sesti, muutetaan digitalisoitumisen myötä digitaalisesti tehtäväksi. Esimerkiksi erilaiset paperiset hakemukset ja lomakkeet ovat muuttuneet sähköiseen muotoon ja tällä tavoin niiden täyttämiseen ja käsittelyyn ei vaadita enää varsinaista fyysistä työtä. (Ilmarinen & Koskela 2015, 23-25.)

Osaltaan digitalisaatio haastaa myös Suomen perustuslakia, sillä laki on säädetty aikaa ennen digitalisaation yleistymistä. Yhdenvertaisuus ja sen toteutuminen on tärkeää sähköisessä asiainnissa ja sähköisten palveluiden tarjonnassa. Suomen perustuslain, 11.6.1999/731, mukaan yhdenvertaisuus on perusoikeus, jossa jokainen ihminen on yhdenvertainen lain edessä eikä ketään tule asettaa eri asemaan esimerkiksi iän tai terveydentilan perusteella. Näin ollen Suomen perustuslaki itsessään asettaa jo osaltaan tiettyjä vaatimuksia ja kriteereitä, jotka tulee huomioida toimintoja ja palveluita digitalisoitaessa, sillä sähköisten palveluiden saavutettavuus on osa yhdenvertaisuuden toteutumista. Palvelun tarjoajien, kuten pankkien, on kyettävä tarjoamaan yhtäläiset palvelumahdollisuudet kaikki asiakasryhmät huomioiden, jotta perusoikeuksien toteutuminen tapahtuu myös perustuslain edellyttämällä tavalla. (Perustuslaki 11.6.1999/731.)

Organisaatioiden näkökulmasta digitalisaatiossa ei puhuta ainoastaan rajapintojen ja asiakas-kanavien muutoksista, vaan kokonaan uudenlaisista tavoista ja mahdollisuuksista tehdä liiketoimintaa. Digitalisaation myötä tiedon käsittely ja jakaminen nopeutuu ja siten se mahdollistaa yritysten liiketoiminnan voimakkaan muuttumisen. (Hämäläinen ym. 2016. 21-23.) Asiakkaille ja kuluttajille digitalisaatio näyttäytyy useimmiten erilaisina verkkosivustoina, mobiiliversioneina sekä sähköisinä palveluina, mutta kyse on kuitenkin paljon laajemmasta murroksesta, joka velvoittaa yritykset muuttamaan toimintaansa omia asiakasrajapintoja syvemmillä. Toimiakseen digitalisaatio edellyttää kuitenkin yrityksiltä samalla myös uudenlaisen yrityskulttuurin luomista, toimintamallien kehitystä sekä uudenlaista asioiden ja ihmisten johtamista. (Ilmarinen & Koskela 2015, 15.)

Digitalisaation seurauksena yrityksille tarjoutuu mahdollisuuksia myös kehittää yrityksen ja asiakkaan välistä vuorovaikutusta. Onnistuakseen yrityksen on kuitenkin oltava tietoisia asiakkaiden tarpeista ja siitä, miten näitä tarpeita on mahdollista täyttää aiempaa paremmin, ja sitä kautta kasvattaa oman organisaation ja sen palveluiden kiinnostavuutta. Digitalisaatiossa ja sen kehittämisessä yrityksen on tärkeää kyetä määrittämään nykytila huolella saadakseen selkeän käsityksen siitä, että tavoitetaanko asiakkaat niissä palvelukanavissa, joita asiakkaat eniten itse hyödyntävät ja kohdistetaanko yrityksen omat resurssit oikein ja oikeisiin palvelukanaviin asiakkaiden tavoittamiseksi. (Ilmarinen & Koskela 2015, 175.)

Digitalisaation ja digitalisoitumisen yhteydessä on hyvä muistaa, että pelkkä digitalisoituminen itsessään ei ole vielä mikään arvo yritykselle itselleen tai sen asiakkaille. Varsinainen arvo

syntyy siitä, kun digitalisoitumista osataan ja kyetään soveltamaan sekä käyttämään monipuolisesti ja käyttäjäystävällisesti (Lehti & Rossi 2017, 95). Digitaalisuuden hyödyt ovat saavutettavissa vasta silloin, kun riittävän moni käyttää digitaalisia palveluita. Digitalisaatio ja palveluiden digitalisoiminen auttaa yrityksiä siinä, että tällöin jää enemmän aikaa ja resursseja auttaa palvelupisteillä ja konttoreissa asioivia, sekä heitä jotka apua eniten tarvitsevat. Tämän saavuttaakseen digitaalisuus vaatii kuitenkin palveluiden tarjoajilta digitaalisten palveluiden helppokäyttöisyyttä, riittävää panostusta henkilökunnan koulutukseen ja tukemiseen sekä panostusta markkinointiin. Digitaalisuuden suurimmat hyödyt ovat saavutettavissa vasta silloin, kun yhteiskunnassa kaikki prosessit suunnitellaan ja toteutetaan digitaalisin keinoin. (Lehto & Neittaanmäki, 2016, 57-58.)

Digitalisaation myötä erilaiset uhat ja rikollisuus ovat siirtymässä aiempaa enemmän verkkoon. Tämän vuoksi yrityksiltä edellytetään aiempaa vahvempaa panostamista tietoturvaan yrityksen koosta ja asiakasmääristä riippumatta. (Finanssiala 2016.) Tänä päivänä yritysten oma henkilöstö on merkittävässä roolissa puhuttaessa turvallisuudesta. Yrityksille itselleen on ensi arvoisen tärkeää saada koko henkilöstö ymmärtämään tietoturvan merkitys ja siihen liittyvät uhat koko liiketoimintaa ajatellen. Puhuttaessa turvallisesta digitalisaatiosta ihmisen sanotaankin usein olevan se heikoin lenkki, mutta yrityksen kannalta uhkien sijaan henkilöstö tulisi kuitenkin nähdä mahdollisuutena, jota johdetaan samalla tavalla kuin mitä tahansa muuta yrityksen liiketoimintaa. Jotta yrityksissä pystytään varmistumaan oman henkilöstön tietoisuudesta ja ymmärryksestä, on oleellista, että riskit ja mahdolliset uhat sekä niiden rahallinen ja maineellinen merkitys tunnustetaan, erilaiset vastuut ovat selkeästi nimettyjä ja kaikkia toimenpiteitä johdetaan riittävän suurella prioriteetilla. (Insta 2019.)

Myös verkkoyhteydet voidaan nähdä yhtenä digitalisaation uhkakuvana, sillä vielä tänäkin päivänä verkkoyhteyksien toimivuudessa on suuria sijainnillisia eroavaisuuksia. Harvaan asutuilla alueilla ja syrjäisemmillä maaseuduilla verkkoyhteyksien tehokkuus on heikompaa ja omalta osaltaan se aiheuttaa hankaluuksia ja puutteita verkkopalveluiden käyttöön ja niistä saataviin hyötyihin. Tämän seurauksena onkin kyettävä huomioimaan vaihtoehtoja sähköisiä palveluita täydentäville vaihtoehtoille, jotta voidaan mahdollistaa tarvittavien palveluiden käytettävyys ja saatavuus, mikäli esimerkiksi verkkoyhteydet katkeavat. (Röyskö 2016, 14.)

2.1.1 Asiakaskokemus osana digitalisaatiota

Asiakaskokemus muodostuu asiakkaan omakohtaisten mielikuvien, tunteiden ja kohtaamisen summasta, jonka asiakas yrityksestä ja sen tuottamasta palvelusta muodostaa itselleen. Määritelmistä on ensiarvoisen tärkeää tiedostaa, että asiakaskokemus on aina ihmisen omien yksittäisien tulkintojen summa ja näin ollen asiakaskokemus ja sen muodostuminen ei ole ainoastaan rationaalinen päätös, vaan henkilökohtainen kokemus, johon vaikuttaa myös tunteet sekä alitajuisesti tehdyt valinnat ja tulkinnat. Muun muassa näistä syistä johtuen yrityksen ei ole täysin mahdollista vaikuttaa siihen, minkälaisen asiakaskokemuksen asiakas kulloinkin

muodostaa, mutta yritykset pystyvät kuitenkin vahvasti vaikuttamaan siihen minkälaisia kokemuksia he asiakkailleen pyrkivät luomaan. (Löytänä & Korteso 2011, 11).

Asiakkaan kokema digitaalinen palvelukokemus syntyy hänen käyttäessään mitä tahansa päätelaitetta, johon palvelu on tuotettu digitaalisesti asiakkaan käytettäväksi. Näin ollen palveluita digitalisoidessa on syytä huomioida, että jokainen digitaalista palvelua käyttävä asiakas on yksilö ja näin ollen myös palvelun käyttötilanne on yksilöllinen. Tällöin jokaiselle asiakkaalle tasalaatuisen asiakaskokemuksen tuottaminen on haastavaa, mutta erittäin huomionarvoista. Jotta yritys voi toteuttaa asiakkaalleen onnistuneen digitaalisen asiakaskokemuksen, niin on kyettävä huomioimaan asiakkaan tarpeet palvelun osalta ja pyrkiä täyttämään ne. Asiakkaan näkökulmasta onnistuneen digitaalisen asiakaskokemuksen voidaan sanoa syntyneen silloin, kun asiakkaan kaikki tarpeet ovat tulleet huomioituksi, prosessit vahvistavat asiakastarpeen toteutumista, tietojärjestelmät tukevat käytettäviä prosesseja sekä käytettävyys verkkopalvelun osalta tuo ilmi asiakkaan käyttäytymistä ja hänen tarpeidensa ymmärtämistä. (Filenius, 30)

Digiaikana asiakaskokemuksen kehittäminen voidaan kiteyttää neljään keskeiseen osa-alueeseen joita ovat palvelun nopeus, personointi, käyttäjäystävällisyys ja sitä tukeva teknologia-ympäristö. Palvelun nopeus ja myöskin saatavuus on noussut digiaikana asiakkaan näkökulmasta yhdeksi avaintekijäksi hyvän asiakaskokemuksen luomisessa. Palveluiden tulee olla helposti saatavilla, reaaliaikaista ja suurelta osin jopa automatisoitua, sillä aiemmin riitti esimerkiksi verkkokaupasta ostetun tuotteen saaminen viikossa, kun nykypäivänä asiakas odottaa saavansa sen jopa tunneissa. (Gerdt & Eskelinen 2018, 56-57).

Personointi on yksi asiakaskokemuksen kehittämisen ja parantamisen kulmakivistä tulevina vuosina, sillä personointiin liittyy kaiken saatavilla olevan asiakastiedon kerääminen, analysointi ja hyödyntäminen. Erilaisten hakutoimintojen näkökulmasta personointi tarkoittaa muun muassa sitä, että hakutuloksia tarkastellessaan asiakas saa itselleen mieluisia vaihtoehtoja perustuen hänestä kerättyyn dataan aiemman käyttäytymisen pohjalta. Näin ollen asiakkaalle voidaan antaa aiempaa henkilökohtaisempaa suosittelemista esimerkiksi palveluista aiemman ostohistorian ja luodun asiakasprofiilin perusteella. Personointi tulee ajan myötä olemaan yhä merkittävässä roolissa ja myös asiakasodotukset sen myötä kasvavat asiakkaiden odottaessa yhä personoidumpaa palvelua vastaamaan heidän omiin tarpeisiinsa hyvien asiakaskokemuksien luomiseksi. (Gerdt & Eskelinen 2018, 15-16).

Käyttäjäystävällisyyden merkitys on myös korostunut digiaikaan siirryttäessä ja nykypäivänä helppo käytettävyys onkin yksi asiakaslojaliteetin avaintekijöistä, sillä ensikohtaaminen asiakkaan kanssa voi tapahtua digitaalisesti ja tällöin tietojen löydettävyys sekä tavoitettavuus on erittäin merkittävässä roolissa. Gerdt ja Eskelinen toteavatkin kirjassaan, että asiakaskokemuksesta tehdyt tutkimukset osoittavat selvästi yhteyden palveluiden helppokäyttöisyyden

sekä korkean asiakasuskollisuuden välillä. Mikäli asiointi käy liian hankalaksi, niin tällöin myös asiakasuskollisuus vähenee. (Gerdt & Eskelinen 2018, 58-59).

Jotta hyvä personoitu asiakaskokemus voidaan varmistaa niin se vaatii toimiakseen asiakkaan tunnistamisen ja tässä nykYTEknologia ja eritoten pankit ovat eräänlaisia edelläkävijöitä. Tällä tavoin asiakkaasta aiemmin kerätyn datan perusteella pystytään tarjoamaan aiempaa personoidumpaa palvelua, jolloin asiakaskokemus paranee ja sitä kautta myös asiakasuskollisuus yritystä kohtaan kasvaa. (Gerdt & Eskelinen 2018, 59-60).

Pankkien yksi tärkeimpiä missioita on palvella asiakkaita, ratkaista heidän ongelmiaan ja pystyä jopa ennakoimaan ja estämään niiden syntymistä. Vielä 2000-luvun vaihteessa ja sitä edeltävänä aikana pankit loivat asiakaskokemuksia ainoastaan pankkikonttoreissa, jolloin asiakaskokemuksen kehittäminen keskittyi ainoastaan palvelun laadun parantamiseen konttoreissa. Nykypäivänä digitalisaation myötä asiakkaat eivät kuitenkaan enää vieraile yhtä usein konttoreissa ja mobiilista onkin tullut yksi niin pankkien kuin asiakkaidenkin pääkanavista pankkiasioiden hoitamiseen. Myös pankkien kilpailuttaminen ja vaihtaminen asiakkaiden keskuudessa on nykyaikana yleisempää. Aiemmin uskollisuus omaa pankkia kohtaan oli vahvempaa ja esimerkiksi lapsena avattu tili tiettyyn pankkiin johti myös elinikäiseen pankkiasiakassuhteeseen jota ylläpidettiin eri elämäntilanteiden muutoksista huolimatta. Nykypäivänä asiakaspalvelun taso ja tuotettu asiakaskokemus ovat niitä tekijöitä, jonka perusteella asiakkaat pankkeja valitsevat ja jopa vaihtavatkin. (Gerdt & Eskelinen 2018, 170).

2.1.2 Digitalisaatio rahoitusallalla

1990-luvun pankkikriisistä lähtien pankkien toimintaympäristön voidaan sanoa olleen jatkuvassa murroksessa. (Finanssialan tradenomit ry 2014.) Viime vuosien aikana digitalisaatio on saavuttanut rahoitusallalla pisteen, jossa päivittäispalveluiden pääasiallisena palvelukanavana käytetään digitaalisia palveluita, kuten mobiilipalveluita sekä erilaisia verkkopalveluita. Digitalisaation seurauksena pankkitoiminnan kustannustehokkuus ja sen kasvattaminen on parantunut ja lisäksi yhä enenevässä määrin kasvanut digitalisaatioaste on osaltaan edesauttanut pankkeja vähentämään kulurakenteitaan tuottamiensa rahoitus-, sijoitus- ja maksuliikepalveluiden osalta. (Karhinen & Korkeela, 2016, 6-8.)

Digitalisaation myötä uuden teknologian käyttö, väestön ikääntyminen ja palveluiden keskittyminen kaupunkeihin ovat myös vaikuttaneet merkittävästi kuluttajakäyttäytymiseen ja sen myötä myös pankkien tarjoamiin palveluihin. Ihmisten käyttäessä yhä enenevässä määrin erilaisia älylaitteita, online-palveluita sekä digitaalisia palveluita, on tarve varsinaisille konttori-palveluille vähentynyt huomattavasti. (Finanssialan tradenomit ry 2014.) Niinpä osaltaan digitalisaation tuoma muutos on vaikuttanut alenevasti myös pankkien konttorien määrään, kun sähköisen asioinnin mahdollisuus on kasvanut. Sen seurauksena pankit ovat voineet muuttaa toimintatapojaan konttoreissa muodostaen palveluitaan kysynnän ja asiakkaiden tarpeiden

mukaan. Lisäksi konttorien tarjoamia palveluita on ollut mahdollisuus kohdistaa ja keskittää paremmin vastaamaan asiakkaiden tarpeita esimerkiksi erityispalveluita tarjoaviin konttoreihin, kompakteihin palvelukonttoreihin sekä täyden palvelun tarjoaviin konttoreihin. (Kontkanen 2016, 69-70.)

Pankkien keinot ja mahdollisuudet sopeutua nopeasti digitalisaation aiheuttamiin muuttuviin muutostrendeihin ovat esimerkiksi erikoistuminen tietyille asiakassegmenteille sekä palveluiden maantieteellinen kehittäminen. Lisäksi mahdollisuus pankkien välisiin fuusioihin on kasvanut, sillä suurten yksiköiden toimintatehokkuus luo huomattavia kilpailuetuja muihin alan toimijoihin nähden. Myös omien palveluiden kehittäminen suuntaan, jossa niitä voidaan tarjota toisille pankeille, on eräs mahdollinen erikoistumistapa. Digitalisoitumisen johdosta osa pankeista tulee kehittämään uudenlaisia tuotteita ja palveluita, kun taas osa pankeista palanee takaisin peruspankkitoimintaan. (Finanssialan tradenomit ry 2014.) On pystyttävä myös edistämään oman henkilöstön osaamista, sillä vahva asiantuntemus sekä luottamus ovat aina olleet kilpailuetuja rahoitusallalla ja niiden merkitys on vain korostunut digitalisaation myötä. Näiden lisäksi on kyettävä kehittämään yrityskulttuuria, jossa pystytään vastaamaan asiakkaiden digitaalisia palveluita koskeviin odotuksiin ja tarpeisiin. Digitalisaatio ei tarkoita ainoastaan tietotekniikkaan investoimista, vaan yrityksiin tulee panostaa myös erilaisiin johtamis-, kannuste- ja palkitsemisjärjestelmiin sekä henkilökunnan koulutukseen. (Pohjola 2016, 3.)

Suomalaisten pankkien voidaan sanoa olevan tietyllä tapaa edelläkävijöitä digitalisaation käyttöönotossa. Omalta osaltaan se kertoo paljon rahoitusalan korkeasta koulutus- ja osaamistasosta, mutta myös hyväksyvistä suhtautumisesta teknologian ja digitalisaation kehittymistä kohtaan. Vahvalla osaamisella ja teknologiaan panostamalla pankit ovat luoneet rahoitusallalle vahvan digitaalisen infrastruktuurin, joka mahdollistaa turvallisen, nopean sekä toimivan digitaalisen kaupankäynnin. Suomessa pankit ovatkin olleet keskeisessä roolissa digitalisaation ja sen tuomien mahdollisuuksien hyödyntämisessä sekä positiivisen asenteen luomisessa sähköisten palveluiden käyttöönottoa kohtaan. (Karhinen & Kurkeela, 2016, 9-10).

Rahoitusallan digitalisoituminen vaikuttaa vahvasti myös ikääntyvään väestöön, kun palveluita ja toimintoja digitalisoidaan, konttoriverkostoja supistetaan ja tällä tavoin konkreettisesti saatavien palveluiden saatavuus heikentyy. Ollakseen kykeneväinen hoitamaan asioitaan digitalisoituvassa maailmassa, tulee tietoteknisten taitojen ja erilaisten sähköisten palveluiden ja mobiililaitteiden käytön osaaminen olla riittävällä tasolla. Tämä johtaa auttamatta siihen, että vanhempien sukupolvien käyttötottumukset eivät välttämättä kohtaa lainkaan sähköisten palveluiden vaatimuksien kanssa. Näin ollen myös rahoitusallalla toimivien yritysten tulisi huomioida ikääntyvät ihmiset sekä heidän tarpeensa palveluita suunniteltaessa, sillä vieläkin suurin osa ikäihmisistä ei käytä arjessaan Internetiä tai erilaisia mobiililaitteita puhumatta niiden omistamisesta. (Röyskö 2016, 8-9.)

2.1.3 Nordean tarjoamat digitaaliset palvelut tänä päivänä

Digitalisaation johdosta pankkiasiointi on muuttunut yhä helpommaksi ja nykypäivänä asiakkailla on mahdollisuus hoitaa lähestulkoon kaikkia pankkiasioitaan ympärivuorokautisesti pankkien tarjoaminen verkkopalveluiden avulla. Näitä verkkopalveluita hyödyntäen asiakkaiden on mahdollista muun muassa avata tilejä, maksaa laskuja, hakea erilaisia maksu- ja luotokortteja, pyytää lainatarjouksia, säästää ja sijoittaa ja jopa hoitaa laina-asioitaan verkko-neuvotteluita hyödyntäen. (Kontkanen 2016, 72.)

Sähköisen asioinnin kasvun myötä myös erilaisten sähköisten tunnistuspalveluiden käyttö ja merkitys on muuttunut ilmeiseksi. (Kontkanen 2016, 227.) Myös Euroopan parlamentti ja neuvosto (EU) on asettanut direktiivin 2015/2366 (PSD2, Payment Service Directive 2) maksupalveluista sisämarkkinoilla, jossa kansallisen täytäntöönpanon takaraja oli 13.1.2018. Direktiivin tavoite on ollut saattaa erilaiset maksupalvelut aiempaa laajemmin sääntelyn piiriin sekä saattaa maksupalvelujen sääntely vastaamaan markkinoilla tapahtunutta kehitystä. Tämän uuden tunnistautumisvaateen tarkoitus on toimia ensisijaisesti kuluttajasuojana. (Finanssivalvonta 2019.) Jotta asiakkaiden olisi turvallista asioida sähköisesti, niin se vaatii luotettavan sekä turvallisen tunnistuspalvelun, jolla kyetään varmistamaan asioinnin turvallisuus. (Kontkanen 2016, 228.)

Tänä päivänä pankit ovat edelleen merkittävimpiä toimijoita, jotka tarjoavat vaadittua turvallista tunnistautumista sähköisiä palveluita käytettäessä. Tätä käyttötarkoitusta varten on kehitetty Tupas-varmennepalvelu, jonka avulla mahdollistetaan asiakkaiden tunnistautuminen. Tupas-varmennepalvelua käytetään muun muassa henkilöllisyyden todentamiseen sekä sähköiseen allekirjoittamiseen ja itse varmennepalvelussa asiakkaan tunnistus tapahtuu aina asiakkaan henkilökohtaisen verkkopankkitunnuksien avulla. (Kontkanen 2016, 228).

Tunnistautuminen digitaalisiin palveluihin ei ole ainoastaan pankkien vastuulla, sillä pankkien tarjoamien tunnistusvälineiden lisäksi ihmisten on mahdollisuus ottaa käyttöön kansalaisvarmenne. Kansalaisvarmenne on jokaisen henkilökohtainen sähköinen henkilöllisyystodistus, jonka avulla henkilö on luotettavasti tunnistettavissa sähköisesti asioidessaan. Kansalaisvarmenne sisältää muun muassa henkilön etunimen ja sukunimen sekä sähköisen asiointitunnuksen. Sähköinen asiointitunnus on henkilön yksilöivä tekijä verkkoasioinnissa. (Väestörekisterikeskus 2018.)

Suomessa kansalaisvarmenne myönnetään vain Suomen kansalaisille sekä niille ulkomaalaisille, joilla on kotikuntalaissa tarkoitettu kotikunta Suomessa. Kotikunnan lisäksi ulkomaalaisen tiedot tulee olla tallennettuna väestötietojärjestelmään ja hänen henkilöllisyytensä tulee olla luotettavasti todennettu. Kansalaisvarmenteen saadakseen ulkomaalaisilta edellytetään, että heillä on voimassa oleva oleskelulupa tai oleskelukortti taikka että heidän oleskeluoikeutensa on rekisteröity. (Väestörekisterikeskus 2018.)

Tunnistuspalveluiden käytönkasvu ja tarve on PSD2-direktiivin osalta vaikuttanut kaikkiin rahoituslaitoksiin, sillä uusien tunnistautumisvälineiden kehittymisen myötä myös pankit ovat lisänneet opastusta ja neuvontaa, jotta tunnistautumisvälineiden käyttöönotto olisi asiakkaille mahdollisimman sujuvaa. Tämän opinnäytetyön kohdeorganisaatio Nordea on osaltaan vastannut tähän tunnistuspalveluiden käytönkasvuun. Tämä ilmenee muun muassa Nordean henkilöasiakkaista vastaavan varajohtaja Jani Elorannan kommentista, jossa hän toteaa Nordean pyrkivän runsaan digineuvonnan avulla takaamaan sen, että myös ikäihmiset oppisivat tarjolla olevia tunnistuspalveluita käyttämään.

”Suurin osa asiakkaistamme on jo siirtynyt uusiin tunnistautumisvälineisiin. Samoin ovat toimineet yli 65-vuotiaat asiakkaamme. Uudet ratkaisut ovat arkea helpottavia ja turvallisempia. Siksi suosittelemme niiden käyttöönottoa kaikille. Tarjoamalla runsaasti digineuvontaa pyrimme varmistamaan, että kaikki osaavat käyttää digipalveluita ja saavat niiden hyödyt itselleen” (Jani Eloranta 2019)

14.9.2019 voimaan astuneessa Euroopan laajuisessa sääntelyssä (PSD2-direktiivi) vaaditaan kaikkia pankkeja mahdollistamaan asiakkailleen vahvaa tunnistautumista. Vahva tunnistautuminen pitää sisällään kaksivaiheisen tunnistautumisen eikä käytössä oleva tunnistautumisväline saa olla kopioitavissa. Nordealla on tarjota asiakkailleen älylaitteisiin ladattava tunnuslukusovellus tai vaihtoehtoisesti erillinen tunnuslukulaite mikäli asiakkailla ei ole käytössä tunnistautumiseen sopivaa älylaitetta. Nämä molemmat, tunnuslukusovellus ja tunnuslukulaite, ovat PSD2-direktiivin mukaisia tunnistautumisvaihtoehtoja ja ne täyttävät uuden sääntelyn mukaisen sekä edellyttämän vahvan tunnistautumisen määritelmän. (Nordea 2019b.)

Aiemmin pankit ovat tunnistaneet asiakkaansa heidän käyttäjätunnuksien, henkilökohtaisten salasanojen sekä tunnuslukujen avulla ja nämä tunnusluvut, joita on käytössä tänäkin päivänä, ovat joka käyttökerralla muuttuvia koodeja, jotka asiakas näkee hänen omasta henkilökohtaisesta pankin luovuttamasta tunnuslukukortista. Nordea toi ensimmäisenä pankkina Suomessa vuonna 2015 markkinoille uuden tunnistautumistavan, mobiilitunnistautumisen, jonka tarkoituksena on korvata paperiset tunnuslukukortit lähitulevaisuudessa. Mobiilitunnistautumisen, eli erikseen ladattavan tunnuslukusovelluksen avulla, asiakas voi tunnistautua sekä vahvistaa tapahtumia omassa verkko- ja mobiilipankissa, sekä Nordean tarjoamassa 24/7-palvelussa. Tunnuslukusovelluksen avulla asiakkaan on mahdollista tunnistautua myös muiden palveluntarjoajien palveluissa esimerkiksi katsomalla omia terveystietojaan Oma Kanta-palvelussa. (Nordea 2019a.)

Mobiilitunnistautumisen lisäksi Nordean asiakkailla on mahdollisuus valita uudeksi tunnistautumisvälineeksi myös tunnuslukulaite, mikäli asiakkaalla ei ole käytössään mobiilitunnistautumiseen soveltuvaa laitetta. Tunnuslukulaite on suunnattu asiakkaille, jotka eivät voi käyttää

tunnuslukusovellusta mobiililaitteella. Näkövammaisille kehitetty ja tarkoitettu puhuva tunnuslukulaite on ollut Nordeassa saatavilla vuodesta 2019 alkaen. (Nordea 2019b.)

Nykypäivänä henkilökohtaiset pankkitunnukset ovat yksi tärkeimmistä digitaalisten palveluiden käytön mahdollistajista. Esimerkiksi kaikkiin julkisiin tarjolla oleviin sähköisiin palveluihin kirjaututaan pankkien omia tunnistusvälineitä hyödyntäen. (Nordea 2019b.) Nordeassa on tavoitteena luopua tunnuslukukorttien käytöstä palveluiden sekä tunnistautumisen yhteydessä vuoden 2019 aikana ja viimeisimpänä tuki nykyisestä Nordean verkkopankista poistuu vuoden 2019 loppuun mennessä. (Nordea 2019b.)

Mobiilipankin suosio kasvussa

Tänä päivänä yhä useampi hoitaa pankkiasioitaan suurimmaksi osaksi älypuheliiniin ladattavien mobiilipankkien avulla. Mobiilipankkien avulla pystytään hoitamaan päivittäisiä pankkiasioita kuten laskujen maksua ja tilitietojen katsomista ja useimmiten tämänkaltaiset pankkiasioinnit hoituvatkin jopa perinteisiä verkkopankkeja helpommin (Yle 2017). Myös Nordean henkilöasiakasliiketoiminnan varajohtaja Jani Eloranta totesi lehdistötiedotteessa kuinka mobiilipankki on helpottanut asiakkaiden päivittäisen pankkiasioinnin hoitoa.

”Pankkiasioiden hoito älypuhelimella on entistä helpompaa. Maksaminen ja saldojen tarkastelu sujuu paljon nopeammin, ja se on kätevämpi tapa ottaa yhteyttä pankkiin” (Jani Eloranta 2019)

Nordea Mobile (Nordea Mobiilipankki) on tänä päivänä ohittanut jo perinteisen verkkopankin viikoittaisissa käyttäjämäärissä pankkiasioiden hoidon suhteen. Vuoden 2019 lopussa Nordea Mobile tulee lähestymään jo miljoonan mobiilipankin käyttäjän rajaa ja sitä kehitettiin pitkälti yhdessä asiakkaiden kanssa, jotta varsinkin käyttäjäkokemuksesta muodostuisi mahdollisimman hyvä ja käyttäjäystävällinen. Nordeassa mobiilipankista onkin tullut tärkein väylä pankkiasiointiin. Jani Elorannan mukaan vuosi 2019 tulee olemaan selkeästi mobiilipalvelujen vuosi Nordeassa ja Nordea Mobilen käyttäjämäärän on huomattu olevan verkkopankin käyttäjiä suurempi myös päivinä, jolloin pankkipalveluita käytetään eniten eli kuun vaihteessa. Samansuuntaista kehitystä todetaan tapahtuneen myös Ruotsissa. (Nordea 2019a).

”Uskomme, että mobiilipankin käyttäjämäärä tulee kasvamaan vauhdilla myös jatkossa. Tämän vuoden lopussa lähestymme jo miljoonaa käyttäjää. Verkkopankkikin tulee säilymään asiakkaiden käytössä, ja asiakas voi valita itselleen mieluisan tavan hoitaa päivittäisiä pankkiasioitaan.” (Jani Eloranta 2019.)

2.2 Digituki ja -opastus

Digituella tarkoitetaan tuen tarjoamista asiakkaille sähköisen asioinnin ja palveluiden sekä erilaisten älylaitteiden käytössä. Digituen avulla asiakkaita autetaan ymmärtämään niitä yleisiä periaatteita, joita sähköinen asiointi ja digitaaliset palvelut pitävät sisällään (Väestökisterikeskus, n.d.) Digituen - ja opastuksen ensisijainen tarkoitus on auttaa asiakkaita toimimaan itsenäisesti ja turvallisesti digitaalisten laitteiden ja sähköisen asioinnin parissa. (Väestökisterikeskus 2018.) Lähtökohtana digituessa on aina se, että tukea tarvitseva asiakas on kuitenkin edelleen aina itse vastuussa omasta asiointistaan sekä asioiden hoitamisesta, säilyttäen itsemääräämisoikeutensa ja itsenäisyytensä. (Valtiovarainministeriö 2017, 12)

Suomessa Väestökisterikeskus on valtion nimeämä virallinen taho, joka toimii digituen järjestäjien valtakunnallisena tukijana. Väestökisterikeskuksen tavoitteena on tukea alueellisten koordinoijien työtä sekä seurata hankkeiden tavoitteiden toteutumista. Tavoitteena on myös tarjota digitukea järjestäville tahoille erilaisia tukimuotoja, kuten yleisiä ohjeistuksia sekä koulutuksia, ja samalla rakentaa digituen valtakunnallista verkostoa. Väestökisterikeskuksen tarkoituksena ja tavoitteena on myös vahvistaa digituen tunnettuutta ja löydettävyyttä. (Väestökisterikeskus 2018.)

Suomen perustuslaki, 30.12.2014/1325 § 8, vaatii ja osaltaan myös takaa kaikkien ihmisten yhdenvertaisuuden, ja lain mukaan ketään ei saa ilman hyväksyttävää perustetta asettaa eri asemaan sukupuolen, iän, alkuperän, kielen, uskonnon, vakaumuksen, mielipiteen, terveydentilan, vammaisuuden tai muun henkilöön liittyvän syyn perusteella (Perustuslaki 30.12.2014/1325 § 8). Laki digitaalisten palveluiden tarjoamisesta, 306/2019 luku 1 § 1, tuo omat vaatimuksensa, jossa tarkoituksena on kehittää digitaalisten palveluiden saatavuutta, laatua, tietoturvallisuutta sekä sisällön saavutettavuutta ja tällä tavoin parantaa kaikkien mahdollisuuksia käyttää yhdenvertaisesti digitaalisia palveluita. (Perustuslaki 306/2019 luku 1 § 1.)

Kuntaliitto määrittelee esityksessään ”Onnistuva Suomi tehdään lähellä” digituen sellaiseksi tueksi, jota tarjotaan viranomaisasioinnin, palveluiden ja laitteiden käyttöön. Kuntaliitto tuo myös ilmi sen, että digituessa on oleellista huomioida, että tuen antaja eli toimija tukee ja ohjaa asiakasta myös muiden viranomaisten sähköisten toimintojen ja palveluiden käytössä eikä ainoastaan omien palveluidensa käytössä. Esimerkiksi kirjasto voi olla paikka, jossa digitukea tarjotaan, mutta digituen antaminen ei ole automaattisesti kirjaston tehtävä. (Kuntaliitto 2019)

Digitalisaation kehityksen seurauksena erityisesti kansalaisten digitaitojen vahvistaminen ja mahdollisuus yhdenvertaiseen osallistumiseen yhteiskunnan eri toiminnoissa tulee huomioida digitukea tarjoavien tahojen keskuudessa. Digituen avulla tulee pyrkiä siihen, että jokaisella

ihmisellä on yhdenvertainen mahdollisuus osallistua ja olla osana yhteiskuntaa ja sen eri toimintoja digitaalisten palveluiden osalta. Jo nykypäivänä voidaan todeta, että digitaalinen asiointi ja siihen kykeneminen helpottaa arkea ja asiointia, sillä mahdollisuus asioiden hoitamiseen on olemassa lähestulkoon missä vain ja milloin vain. (Valtiovarainministeriö 2017.) Saavutettavuuden ja digitaalisten palveluiden käytön edistämiseksi yhteistyö pankkien kanssa on keskeisessä roolissa, jotta voidaan varmistua siitä, että jokaisella ihmisellä on yhdenvertainen mahdollisuus oppia käyttämään niin pankkitunnuksia kuin pankkien tarjoamia tunnistautumispalveluita digitaalisia palveluita käyttäessään. (Valtiovarainministeriö 2017, 39-40.)

Yhteiskuntavastuu on osaltaan myös tärkeässä roolissa puhuttaessa digiopastuksesta, sillä vastuullisesti toimiva yritys kantaa vastuunsa oman yritystoimintansa vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan ja yrityksen omiin sidosryhmiin. Nykypäivänä yhteiskuntavastuun noudattamisesta on tullut yksi merkittävä tekijä vaikuttamaan yrityksen maineeseen ja kilpailukykyyn, sillä parhaimmillaan vastuullisesti toimiva yritys kehittää ja hyödyttää kaikkia osapuolia muun muassa digitalisaation näkökulmasta. Tukemalla ja opastamalla asiakkaita digitaalisten palveluiden käytössä yritys mahdollistaa hyvän maineen kasvamisen sekä pidempiaikaisten asiakassuhteiden synnyn (Kuluttajaliitto.fi, n.d.). Suomen Yrittäjien mukaan yritysten yhteiskuntavastuu on jaettavissa tavallisesti kolmeen osa-alueeseen, joita ovat taloudellinen vastuu, ekologinen vastuu sekä sosiaalinen vastuu. (Yrittäjät, n.d.)

2.2.1 Digiopastuksen piirteet ja muodot

Digitalisaation aikakaudella jokaisella toimijalla on itsellään vastuu siitä, että omat palvelut toimivat moitteetta ja niiden käyttöön on tarjolla riittävästi tukea ja opastusta. Yksi tärkeimpiä keinoja tukea asiakkaita sähköisen asiointin parissa on pitää huoli siitä, että suunnitellut ja rakennetut digitaaliset palvelut käyttöliittymineen ovat riittävän helppokäyttöisiä ja selkeitä, jotta asiakkaiden olisi niitä helppo käyttää. Käyttöliittymien toimivuus ja ennen kaikkea loogisuus ovat niitä avaintekijöitä, jotka vaikuttavat oleellisesti palveluiden käytettävyyteen ja osaltaan myös saatavuuteen. Organisaatioiden pitäisikin pystyä jo palveluiden suunnitteluvaiheessa huomioimaan erilaiset käyttäjäryhmät ja heidän tarpeensa, jotta palveluiden saavutettavuus ja käytettävyyks voitaisiin toteuttaa asiakkaiden näkökulmasta parhaalla mahdollisella tavalla. (Valtiovarainministeriö 2017, 22-23.) Nykypäivänä digitaalisten palveluiden käyttö on kuitenkin jo suurimmalle osalle ihmisistä täysin luonteva tapa hoitaa päivittäistä asiointia eri viranomaisten ja esimerkiksi pankkien kanssa. Paluu vanhaan malliin, jossa esimerkiksi viranomaisasiointi ja pankkiasiointi pitäisi hoitaa fyysisesti paikanpäällä, tuottaisi merkittäväälle osalle ihmisistä ongelmia, sillä he osaavat ja ovat jo tottuneet hyödyntämään asiointissaan sähköisiä palveluita sekä digitaalisia kanavia (Valtiovarainministeriö 2017, 4-5).

Valtiovarainministeriö teetti vuonna 2016 AUTA-nimisen hankkeen, VM056:00/2016, jossa tavoitteena oli valmistella ehdotus toimintamallista, jolla mahdollistetaan toimivat ja selkeät

julkiset palvelut kattavasti jokaisen saataville. Tavoitteena oli myös suunnitella toimivia käytäntöjä tuen antamiseen koskien digitaalisia palveluja sekä käytännöt antaa tukea myös niille asiakkaille, jotka eivät itse pysty digitaalisia palveluita käyttämään. (Valtiovarainministeriö 2015b.)

AUTA-hankkeen loppuraportista käy ilmi, että nykypäivänä yritysten tulisi pyrkiä löytämään kaikkiin mahdollisiin asiointitilanteisiin sopiva tarvittavan tuen toimintamalli ja samalla tunnistaa myös ne muut mahdolliset toimijat ja järjestöt, jotka pystyvät tarjoamaan tilanteisiin tukea ja palvelua. Vaikka osa digituen tarvisijoista tulee tarvitsemaan tukea ja opastusta digitaalisten palveluiden käytössä säännöllisesti myös jatkossa, niin suuri osa nykypäivän tuen tarvisijoista kyetään myös opastamaan itsenäiseen toimintaan digitaitojen opetteluun, opastuksen sekä riittävän saavutettavuuden ja käytettävyyden avulla. (Valtiovarainministeriö 2017, 7.)

Digitukea on olemassa monenlaista riippuen kulloisestakin palvelusta tai palvelun tarjoajasta. Esimerkiksi lähituen, etätuen ja erilaisten koulutusten järjestäminen ja tarjoaminen ovat niitä tapoja, joilla digitukea on mahdollista järjestää. Lähituella voidaan käsittää esimerkiksi erilaiset asiointipisteet, vertaistuki tai jopa asiakkaan kotona tapahtuva tuki, kun taas etätukea edustavat erilaiset chat, puhelin- ja videotukipalvelut. Koulutusten kautta tapahtuvaa digitukea ovat erilaiset online-koulutukset, kansalaispistoissa tarjolla olevat kurssit ja tapahtumat, erilaiset opetusvideot sekä opaskirjat, joiden avulla digitukea on mahdollista järjestää (Valtiovarainministeriö 2017). Lisäksi myös erilaiset harjoitteluympäristöt sekä käyttäjätunnuksukset voivat olla digituen näkökulmasta joillekin asiakasryhmille toimivia digiopastuksen keinoja digitaalisten palveluiden omatoimiseen tai tuettuun harjoitteluun (Valtiovarainministeriö 2017, 55). On kuitenkin äärimmäisen tärkeää huomioida kenelle digiopastusta milloinkin tarjotaan ja millä tavoin, sillä eri ryhmien edustajilla on erilaiset valmiudet ja kyvyt vastaanottaa digiopastusta molempia osapuolia hyödyttävällä tavalla. Osalle ihmisistä voi hyvinkin riittää esimerkiksi videoyhteyden avulla järjestetty digiopastus tai jopa automatisoinnin ja robotiikan avulla järjestetty tuki, kun taas osa tarvitsee huomattavasti vaativampaa vertaistukea ja jopa sitä, että digiopastus tapahtuu asiakkaan kotona erilaisista syistä riippuen. (Valtiovarainministeriö 2017, 13-14.)

Edellä mainitun lisäksi digitukeen kuuluu olennaisena osana myös asiakkaiden ohjaaminen erilaisten sähköisten palveluiden ja asiointin pariin. Digitukea tarjoavien osapuolien on tärkeä tiedostaa, että digitueksi voidaan katsoa myös tämän kaltainen sähköisien palveluiden ja asiointin pariin ohjaaminen, sillä vielä nykypäivänä kaikki asiakkaat eivät ole välttämättä tietoisia kaikista niistä digitaalisten palveluvaihtoehtojen olemassa olosta ja mahdollisuudesta hyödyntää niitä asioiden hoitamiseen (Valtiovarainministeriö 2017, 4-5.)

Vapaaehtoiset digiopastajat ovat merkittävässä roolissa digituen antajina ja opastajina. Näitä vapaaehtoisia varten on olemassa erilaisia vapaaehtoistyön eettisiä periaatteita kuten salassapitovelvoitus, joka takaa sen, että asiakkaan henkilökohtaiset tiedot ovat turvassa myös digiopastuksen aikana. Monet vapaaehtoistyötä järjestävät tahot ja järjestöt viittaavat toiminnassaan näihin eettisiin periaatteisiin ja hyödyntävät lisäksi vielä erillisiä vaitiolovelvollisuutta koskevia sopimuksia, joilla kyetään takaamaan asiakkaille luotettavaa ja turvallista digiopastusta (Valtiovarainministeriö 2017, 58.)

Väestörekisterikeskus on teettänyt erikseen digituen eettisen ohjeistuksen, joka on koottu eri tahojen toiveesta ja tarpeesta. Ohjeistuksessa tuodaan ilmi velvollisuuksia niin digituen antajia kuin vastaanottajiaakin kohtaan ja tavoitteena on pyrkimys edistää turvallista sekä laadukasta digitukea yhteisymmärryksessä molempien osapuolien kesken. Tämä eettinen ohjeistus neuvoo digituen antajia toimimaan ystävällisesti, rohkaisevaan sävyyn sekä tavoitteellisesti siten, että jatkossa digitukea saatuaan asiakas kykenisi käyttämään teknisiä laitteita sekä hoitamaan asiointiaan itsenäisesti digitaalisia palveluita hyödyntäen. (Väestörekisterikeskus 2019)

Väestörekisterikeskuksen eettinen ohjeistus muistuttaa digituen antajia myös siitä, että annettaessa digitukea ei tule ottaa kantaa sähköisen asioinnin sisältöihin, vaan niissä tapauksissa digituen antajan tulisi aina ohjata asiakas kyseessä olevan palveluntarjoajan pariin. Samoin tulee toimia tilanteissa, joissa asiakkaan oikeustoimikelpoisuus on heikentynyt esimerkiksi terveydentilan tai mahdollisen päihtymyksen johdosta. (Väestörekisterikeskus 2019)

Vahva sähköinen tunnistautuminen on yksi digitaalisten palveluiden lähtökohdista ja siten myös digiopastuksen tärkeimpiä piirteitä. Väestörekisterikeskuksen digituen eettinen ohjeistus neuvookin opastajia huomioimaan sen, että digituen saajan tulee aina tehdä itse vahva sähköinen tunnistautuminen palveluihin kirjauduttaessa ja tämän lisäksi opastustilanteessa tulee huomioida, että varsinainen opastus palvelun käytössä voi edellyttää asiakkaan salassa pidettävien tietojen tai muun arkaluontoisen materiaalin näkemistä. Tällöin digiopastavan tahon tulee varmistua siitä, että asiakas on ymmärtänyt tilanteen ja hyväksynyt henkilötietojensa näkymisen, jotta opastus digitaalisten palveluiden parissa voi jatkua (Väestörekisterikeskus 2019).

AUTA-hankkeesta saadun palautteen perusteella yksi digiopastamisen haasteista on ollut nimenomaan opastus vahvan tunnistusvälineen käyttöön, sillä nykylainsäädäntö ei mahdollista henkilökohtaisen tunnistusvälineen luovuttamista missään tilanteessa. Suomen perustuslakiin vahvasta sähköisestä tunnistamisesta ja sähköisistä luottamuspalveluista, 617/2009 23 §:n 2, on säädetty ehdoton tunnistusvälineen luovuttamiskielto ilman minkäänlaisia poikkeuksia, ja vaikka kyseinen sääntely on luotu asiakkaan suojaksi, niin vaikeuttaa se osaltaan myös digituen antamista. Digituen näkökulmasta katsottuna erityisesti toimintarajoitteisten ja muiden

erityisryhmien sähköisen asioinnin avustamisen mahdollistamiseksi tulisikin sääntelyssä kiinnittää huomiota siihen, että näitä henkilöitä olisi mahdollisuus avustaa vahvan tunnistusvälineen käytössä ja opastamisessa. Muutoin ongelmaksi voi muodostua, että tällöin sääntelyllä muodostetaan sellaisille ryhmille, jotka tarvitsevat tukea sähköisessä asiointissa, jopa esteitä saada ja käyttää tunnistusvälineitä tai asioida muuten digitaalisia palveluita hyödyntäen. (Valtiovarainministeriö 2017, 37-39).

Tärkeimpiä ja tunnuksenomaisimpia digiopastuksen piirteitä on se, että annetun digiopastuksen tulee tavoitteiden suhteen olla aina tasalaatuista, kattavaa sekä ennen kaikkea palvelultaan tasapuolista. Tämänkaltaisten tavoitteiden seuraamiseen edellytetään riittävästi tietoa tuen kattavuudesta ja saatavuudesta, sekä riittävän laadukas mittaristo, joka tulisi rakentaa yhdessä alueellisten toimijoiden sekä muiden tukea tarjoavien tahojen, kuten pankkien avulla. Näin pystyttäisiin varmistumaan siitä, että digiopastus on mahdollisimman yhtenäistä sekä tasalaatuista ja että se täyttää ne asetetut kriteerit, joilla digiopastusta annetaan sitä tarvitseville ihmisille tuen tarjoajasta huolimatta (Valtiovarainministeriö 2017, 26.)

Viestinnän sekä informoinnin tärkeys digiopastuksen saatavuudesta on myös merkittävässä roolissa, sillä on ensiarvoisen tärkeää, että digituen saamisen mahdollisuuksista viestitään ja informoidaan mahdollisimman selkeästi ja laajasti esimerkiksi paikallislehtiä ja -radioita sekä erilaisia verkostoja hyödyntäen. Usein on niin, että tämänkaltainen viestintä on ainoastaan alueellisen toimijan vastuulla ja tällöin yksi keino tehostaa viestintää on tehdä yhteistyötä eri alueen virastojen, kirjastojen, yhdistyksien ja jopa vähittäiskauppojen kanssa. Myös eri toimijoiden asiakaspalvelupisteissä on tiedostettava ja samalla myös osattava kertoa niistä alueella toimivista tahoista, joilta digitukea on saatavilla (Valtiovarainministeriö 2017, 41).

Viestinnässä ja informoinnissa on tärkeää huomata, että vielä nykypäivänä eri toimijoilla ja toimialoilla voi olla käytössään täysin toisistaan poikkeavaa sanastoa ja termistöä sähköisten laitteiden sekä digitaalisten palveluiden pääasialliselle tuelle ja opastukselle. Näin ollen tarjolla olevat digitaaliset palvelut saatetaan asiakkaiden keskuudessa kokea helposti monimutkaisina ja osittain jopa työläinä käyttää ja osaltaan epäyhtenäinen ja jopa epälooginen sanasto on hankaloittanut ymmärrystä sekä kokonaisvaltaista käsitystä tarjolla olevasta digituen kentästä, viestinnästä ja jopa kommunikoinnista eri toimijoiden kesken. Tämän vuoksi saavutettavuuden ja kokonaisvaltaisemman käsityksen kasvattamiseksi siitä digituesta ja opastuksesta, jota eri toimijat tarjoavat, olisi ensiarvoisen tärkeää pyrkiä luomaan myös looginen ja yhtenäinen sanasto ja käsitteet, jotta mahdollistetaan yhdenvertainen mahdollisuus jokaiselle tarjolla olevan digituen löytymiseen ja riittävän avun saamiseen. Mahdollisimman yhtenäinen ja looginen sanasto mahdollistaa huomattavasti selkeämmän sekä yhtenäisemmän asiakasviestinnän eri toimijoiden välillä ja tällä tavoin myös parannetaan ja helpotetaan digitukea tarjoavien tahojen keskinäistä kommunikaatiota. (Valtiovarainministeriö 2017, 4)

Yksi huomioonotettava piirre digituen tarjoamisessa on myös arviointi palveluiden saatavuudesta. Tänä päivänä on olemassa jo hieman tietoa siitä minkälaista tukea ja opastusta digitaalisten palveluiden käyttöön on saatavissa, kuten esimerkiksi erilaisten järjestöjen ja kirjastojen järjestämä tuki. Tämän lisäksi on olemassa paljon hajanaista tietoa eri julkisten palveluiden tuottajien ja toimijoiden tuottamasta tuesta ja neuvonnasta, mutta tämänkaltaiset tiedot ovat kuitenkin osaltaan vielä hajallaan eikä siten kaikilta osin yhteneväisiä. Selkeyden ja tavoitettavuuden vuoksi tietoa digituesta ja sen saamisen mahdollisuudesta tulisi koota yhtenäisemmäksi kokonaisuudeksi. Tämän jälkeen tietoa palveluiden tasapuolisuudesta ja saatavuudesta olisi helpompi seurata ja mitata jatkossa. Asiakshyödyt huomioon ottaen olisi myös ensiarvoisen tärkeää kyetä arvioimaan tavoittaako ja kohtaako tarjolla oleva digiopastus juuri ne ihmiset, jotka tukea ja opastusta tarvitsevat (Valtiovarainministeriö 2017, 45-46.)

On myös arvioitava niitä hyötyjä, joita asiakkaat saavat tarjotusta digituesta, sillä osa asiakkailla koituvasta hyödystä on osittain suoraa, mutta osittain myös välillistä. Suoraan hyötyyn asiakasnäkökulmasta voidaan katsoa palvelun saatavuuden sekä saavutettavuuden ohella palvelun varsinainen käyttökokemus sekä palvelun laatu. Myös asiakkaalle itselleen toteutuvat mahdolliset aika- ja kustannussäästöt voidaan katsoa suoraksi hyödyksi. Välillisiin hyötyihin taas voidaan nähdä lukeutuvan esimerkiksi madaltunut kynnys erilaisten sähköisten laitteiden sekä digitaalisten palveluiden käyttöön sekä ylipäättään oman henkilökohtaisen digiosaamisen vahvistumiseen. Omalta osaltaan juuri tämänkaltaisen välillinen hyöty edesauttaa asiakkaan itsenäisen toimintakyvyn ylläpitoa ja osaltaan myös tukee yleistä ihmisen hyvinvointia (Valtiovarainministeriö 2017, 46).

2.2.2 Vapaaehtoistoiminta osana digiopastusta

Vapaaehtoistoiminta voidaan määritellä useiden eri käsitteiden avulla. Vapaaehtoistoiminnan yhteydessä voidaan mainita esimerkiksi vapaaehtoistyö, kansalaistoiminta tai tukihenkilötyö. (Musick & Wilson 2008; Porkka 2009.) Vapaaehtoistoiminnan voidaan sanoa olevan yleishyödyllistä, vapaaehtoisen omasta tahdosta tapahtuvaa, palkatonta vapaaehtoistoimintaa, joka kohdistuu perheen tai ystäväpiiriin ulkopuolelle. (Valtiovarainministeriö 2015b; Yeung 2005.) Yeungin määritelmän mukaan vapaaehtoistoiminta on palkatonta, vapaaehtoisen omaan tahtoon pohjautuvaa ja tyypillisesti jonkin tietyn osapuolen organisoitua yleishyödyllistä toimintaa. (Yeung 2005, 15.) Vapaaehtoistoiminnassa tavoitteena ei ole taloudellinen tulos tai palkkatyö, vaan sen sijaan toiminnan sekä motivaation lähteenä on toisen auttaminen, apuna oleminen ja tarkoituksellinen oppiminen. (Eskola & Kurki 2001, 10.)

Euroopan parlamentin määrittäminen (Euroopan parlamentti 2008.) vapaaehtoistyöstä käsittää neljä eri kohtaa alla olevan listauksen mukaisesti. Näiden neljän kohdan avulla vapaaehtoistyötä kuvataan ja sen perusteella vapaaehtoistyön kriteerit voidaan täyttetyksi.

- 1) *Vapaaehtoistyöstä ei makseta palkkaa eikä sitä tehdä taloudellista korvausta vastaan*
- 2) *Vapaaehtoistyötä tehdään täysin omasta vapaasta tahdosta*
- 3) *Vapaaehtoistyö luo hyötyä kolmannelle osapuolelle perhe- ja ystäväpiirin ulkopuolella*
- 4) *Vapaaehtoistyö on jokaiselle avointa ja mahdollista*

Vapaaehtoistoiminnassa toiminnan johtaminen pohjautuu ihmisiin vaikuttamiseen sekä heidän inspiroimiseen, kaikille yhteisen vision luomiseen ja viestintään sekä vahvaan me-hengen rakentamiseen ja motivointiin. Tämänkaltaisen johtamisen tarkoitus on luoda vapaaehtoistojen keskuuteen vahva yhdessä tekemisen tunne, jonka avulla saavutetaan merkityksellisiä päämääriä. Selkeät ja merkitykselliset päämäärät auttavat vapaaehtoistojen innostamisessa ja heidän sitoutumisessa varsinaiseen vapaaehtoistoiintaan. (Kuuluvainen 2015, 9.) Vapaaehtoistoiminnassa ja toiminnan johtamisessa on huomioitava henkilöstön valmiudet ja motiivit vapaaehtoistoiminnan huomioimisessa ja on myös kyettävä auttamaan vapaaehtoisia tarpeen vaatiessa. Vapaaehtoisten keskuudessa toimijoiden on pystyttävä luottamaan toisiinsa ja siihen, että koko organisaatiossa vapaaehtoistoiintaa tehdään yhteisen hyvän eteen. (Musick & Wilson 2008, 432 - 434.)

Nordeassa digiopastus pohjautuu vapaaehtoisuuteen ja työntekijät voivat halutessaan ilmoittautua mukaan toimintaan. Tällä tavoin ketään ei velvoiteta tarjoamaan digiopastusta, vaan asiakkaiden opastaminen pohjautuu työntekijöiden omaan haluun ja motivaatioon auttaa asiakkaita digitaalisten laitteiden ja palveluiden käytössä.

Motivaatiotekijät osa vapaaehtoista digiopastusta

Vapaaehtoistoiminnassa vapaaehtoisen oma motivaatio ja motiivit vapaaehtoistoiintaa kohtaan ovat tärkeässä osassa. Vapaaehtoistoiminnan näkökulmasta vapaaehtoisen oma halu toimia vapaaehtoisena sekä se, mitä odotuksia vapaaehtoisella itsellään on toimintaa kohtaan ovat merkityksellisiä. (Laimio & Välimäki 2011, 19.) Henkilön omat motivaatiotekijät ovat merkittävässä roolissa osallistuttaessa vapaaehtoistoiintaan ja ilman vapaaehtoisten omaa motivaatiota ja halua koko vapaaehtoistoiminnan toteutuminen ja jatkuvuus joutuisivat koe-tukselle. Toimivan vapaaehtoistoiminnan vaatimus ja vahvuus on nimenomaan koko toiminnan vapaaehtoisuus, vapaamuotoisuus sekä riippumattomuus. (Yeung 2005, 83.)

Motivaatiosta puhuttaessa voidaan sanoa olevan niin sisäistä kuin ulkoista motivaatiota. Sisäiset motivaatiotekijät yhdistetään itsensä toteuttamiseen ja kehittämiseen. Vapaaehtoistoiminnassa vapaaehtoiset itsessään ovat tyypillisesti sisäisesti motivoituneita, jolloin he ovat mielissään omasta tekemisestä sekä sen tuottamasta mielihyvästä. Sisäiset motivaatiotekijät ovat vaikuttavia ja kestäviä ja sisäisesti motivoituneet henkilöt omaavat halua kehittyä tehtävässään, oppia uutta ja saada aikaan jotain merkityksellistä. (Laimio & Välimäki 2011, 22.)

Ulkoiset motivaatiotekijät kuten palkka, saatu palaute ja erilaiset osallistumismahdollisuudet ovat vaikutuksiltaan lyhytaikaisempia verrattuna sisäisiin motivaatiotekijöihin. Tämän johdosta varsinkin vapaaehtoistoiminnassa jatkuvan palautteen antaminen vapaaehtoistoimijoille on tärkeää, jotta he kokevat antamansa panoksen tärkeäksi sekä merkitykselliseksi ja siten osaltaan voivat vaikuttaa toiminnan jatkuvuuteen. Ulkoisten motivaatiotekijöiden tunnistaminen ei ole kuitenkaan helppoa eikä ihmiset itsekään ole aina välttämättä lainkaan tietoisia omista motiiveistaan. Etenkin vapaaehtoistoiminnassa erilaisten ulkoisten motivaatiotekijöiden tunnistamisella on valtava merkitys liittyen tehtävän valintaan, annettuun ohjaukseen ja tukeen sekä palkitsemiseen. (Laimio & Välimäki 2011, 22.)

Motivaatiotekijöistä puhuttaessa on tärkeä ymmärtää sisäisen ja ulkoisen motivaation raja, joka ei ole sama kuin esimerkiksi työn ja vapaa-ajan välillä oleva raja. Vaikka työhön on määritelmällisesti liitettävissä palkkio, voi ihminen siitä huolimatta kokea työnsä velvollisuudeksi tai tavaksi saada palkkaa ja menestystä. Tällöin hän toimii ulkoisten motivaatiotekijöiden ansiosta. Vaihtoehtoisesti ihminen voi olla myös kiinnostunut sekä innostunut työstään ja tällöin häntä ohjaavat sisäiset motivaatiotekijät. (Martela & Jarenko 2014, 15.)

2.2.3 Digiopastuksen asiakkaat

Digiopastuksen tarvisijoiden absoluuttista lukumäärää on hyvin hankala muodostaa eli sitä henkilömäärää joka tarvitsee tukea ja opastusta digitaalisten laitteiden ja palveluiden käytössä. Kyky alkaa käyttämään digitaalisia laitteita ja palveluita on hyvin yksilöllistä ja myös erilaisia rajoitteita omaksua digitaalisten palveluiden ja laitteiden käyttöä on useita. Esimerkiksi valtiovarainministeriön teettämän AUTA-raportin mukaan noin 140 000 yli 65-vuotiaasta ovat pienituloisia ja tällöin digitaalisten palveluiden käyttöön tarvittavien laitteiden hankinta voi osoittautua kynnyksymykseksi. Tämän lisäksi yli 75-vuotiaassa on noin 300 000 henkilöä, joilla ei ole tietokonetta lainkaan ja yli 65-vuotiaistakin löytyy noin 500 000 ihmistä, joilla ei ole älypuhelinta. Näiden lisäksi on paljon iäkkäitä, jotka eivät ole koskaan käyttäneet Internetiä saati tietokonetta, ja noin 5% väestöstä lukeutuu niihin, joilla on jokin muu haitta tai este digitaalisten palveluiden käytölle kuten näkövamma, lukivaikeus tai jokin muu toimintarajoite. Tälle väestön osalle digitaalisten palveluiden käyttö voi olla osittain jopa mahdollista, mikäli heidän ei ole lainkaan mahdollista käyttää asianmukaisia apuvälineitä ja sivustoja tai digitaaliset palvelut eivät ole lainkaan saavutettavissa apuvälineitä käyttäville käyttäjille. (Valtiovarainministeriö 2017, 6-7)

Edellä mainitun lisäksi valtiovarainministeriön AUTA-raportista ilmenee muitakin ryhmiä, joille digitaalisten palveluiden saavutettavuus ja käyttö ylipäättään voi osoittautua äärimmäisen hankalaksi. Esimerkiksi Suomessa noin 400 000:lla on todettuna muistioireita tai muita kognitiivisia tekijöitä, jotka osaltaan hankaloittavat arkipäiväisiä toimia ja vaikeuttavat ky-

kyyn omaksua ja käyttää digitaalisia palveluita. Maahanmuuttajat kohtaavat herkästi ongelmia kielimuurista johtuen ja heidän lisäksi osa nuorista tarvitsee tukea ja apua viranomaisten kanssa asioimisessa. (Valtiovarainministeriö 2017, 7)

Suomessa onkin yhä paljon ihmisiä, jotka eivät koe kovinkaan luontevaksi asiointia digitaalisten palveluiden parissa. Haasteina voidaan kokea muun muassa osaamattomuus käyttää tietokonetta ja digitaalisia palveluita tai sitten haasteena voi olla myös varsinaisen palvelun huono käytettävyys. Osalle myös uskallus käyttää digitaalisia palveluita voi olla esteenä ja sen sijaan he haluaisivat hoitaa asiointinsa paikanpäällä palvelutiskeillä tai vaihtoehtoisesti puhelimitse (Valtiovarainministeriö 2017, 4-5).

On todettu, että digitalisaatio luo paremmat mahdollisuudet käyttää ja hyödyntää erilaisia palveluita niiden ihmisten osalta, jotka ovat kykeneviä ja halukkaita käyttämään myös Internetiä. Näiden ihmisten osalta digitalisoituneet palvelut pienentävät esimerkiksi maantieteestä tai eri elämäntilanteista johtuvia eriarvoisuuksia palveluiden käyttäjinä. On kuitenkin huomionarvoista, että samanaikaisesti digitalisaatio pitää sisällään myös niitä tekijöitä, jotka osaltaan voivat aiheuttaa myös eriarvoistumista. Ihmisille, jotka eivät kykene käyttämään digitaalisia palveluita, voi aiheutua tilanteita joissa eriarvoisuus korostuu siinä, että he omaavat muita heikommat mahdollisuudet saada riittävää informaatiota asioista ja tehdä vertailuja esimerkiksi eri palveluvaihtoehtojen ja hintojen välillä. Vaihtoehtoisesti heille voi muodostua hidasteeksi esimerkiksi erilaisten kasvokkain tapahtuvien palveluiden varaaminen ja tavoitettavuus. Näin ollen eriarvoistuminen kasvaa niiden ihmisten välillä, jotka pystyisivät hyödyntämään digitaalisten palveluiden käytöstä verrattuna niihin, jotka jäävät näiden palveluiden ulkopuolelle. Tällä tavoin digitaalisten palveluiden ulkopuolelle jäävien ihmisten osalta palveluiden saatavuus ja tavoitettavuus hidastuu ja pahimmillaan estyy jopa kokonaan. Moni ihmisistä omaa kuitenkin halua oppia hyödyntämään ja käyttämään tarjolla olevia digitaalisia palveluita ja sen vuoksi on tärkeää pitää huoli siitä, että ihmiset eivät ajaudu syrjäytetyksi koko yhteiskuntaa koskehtavan digitaalisen kehityksen myötä. (Valtiovarainministeriö 2017, 5-6.)

Syitä digitaalisten laitteiden ja palveluiden käytön vaikeudelle voi olla joko puuttuvat laiteresurssit tai puuttuvat osaamisresurssit. Näiden resurssien perusteella ihmiset voidaan jakaa kärjistetyksi kahteen luokkaan eli niihin joilla ei ole tarvittavia laitteita sekä niihin joilla ei ole tarvittavaa osaamista digitaalisten laitteiden ja palveluiden käyttöön. Laiteresurssien puute voi olla osittain varattomuuden aiheuttamaa tai mahdollisesti jopa maantieteellistä sijaintia hankalassa paikassa, jossa tietoliikenteen toimivuutta ja saavutettavuutta on hankala toteuttaa. Osaamisresurssien puute voi varsinaisten henkilökohtaisten digitaalitojen lisäksi joutua esimerkiksi kielitaidottomuudesta tai erilaisista aisti- tai motorisista vammoista. Tosin osa osaamisresursseista pystytään parantamaan erilaisin laiteresurssein, mikäli käytettävissä on sopivia ja palveluiden käyttöön soveltuvia apuvälineitä (Valtiovarainministeriö 2017, 7-8). Hy-

västä ja selkeästä digituesta hyötyvät ne kansalaiset, joilla on mahdollisuus käyttää digilaitteita ja jotka tarvitsevat tukea digilaitteiden käyttöön tai sähköiseen asiointiin. Näistä kansalaisista on mahdollisuus kehittyä esimerkiksi omien lähipiiriensä vertaistukihenkilöitä, mikäli heille kyetään takamaan riittävän hyvät perustiedot digitaalisten laitteiden ja palveluiden käyttöön. (Valtiovarainministeriö 2017, 7.)

Tänä päivänä asiakkaat jotka tarvitsevat digiopastusta hakeutuvat opastuksen pariin monia eri reittejä ja kanavia pitkin riippuen heidän asuinpaikastaan, elämäntilanteestaan, terveydentilanteestaan, siitä mistä ja miten he ovat saaneet tiedon digiopastuksesta sekä siitä minkälainen heidän verkostonsa on. Sen vuoksi on tärkeää, että ihmiset tietävät digiopastusta olevan saatavilla ja myös mistä sitä on saatavilla. Digiopastuksen löydettävyyttä ja tavoitettavuutta pystytään vahvistamaan yhtenäisellä, selkeällä sekä alueellisella viestinnällä. (Valtiovarainministeriö 2017, 40-41.) HelpAge Internationalin teettämä tutkimus, *Living, not just surviving*, osoittaa sen, että monin paikoin ikäihmisille kyllä järjestetään mahdollisuuksia muun muassa digitaitojen opetteluun, mutta useimmiten valtaosa ikäihmisistä ei ole lainkaan tietoisia tämänkaltaisista mahdollisuuksista. (HelpAge International 2019, 15.)

Asiakassegmentointi

Asiakassegmentointi on eräs keinoista tarjota täsmällistä ja kohdennettua digitukea ja opastusta molempia osapuolia hyödyttäen. Valtiovarainministeriön teettämän AUTA-raportin mukaan digiopastusta tarvitsevat asiakkaat on jaettavissa neljään eri ryhmään. Ensimmäinen tukitaso pitää sisällään ne asiakkaat, jotka osaavat käyttää itse digitaalisia palveluita ja kykenevät toimimaan niin sanotulla itsepalveluperiaatteella. Toisen tukitason asiakkaat pystyvät käyttämään palveluita itsenäisesti, mutta tarvitsevat kuitenkin kevyttä digiopastusta satunnaisesti esimerkiksi sähköisiä palvelukanavia kuten chat-kanavia hyödyntäen. Tällöin kyseessä saattaa olla esimerkiksi tarve jonkin tietyn palvelun tai laitteen käytön tuelle, tai henkilökohtaiseen asiointiin liittyvän neuvonnan tarve, jolloin asiakas neuvotaan kyseistä palvelua järjestävän viranomaisen luo. (Valtiovarainministeriö 2017, 7)

Kolmanteen ja neljänteen tukitasoon luetaan ne henkilöt, jotka tarvitsevat digiopastusta selkeästi enemmän kuin ensimmäisen ja toisen tukitason asiakkaat. Kolmannen tukitason asiakkaat ovat asiakkaita, jotka eivät käytä palveluita lainkaan ja sen vuoksi tarvitsevat opastusta ja tukea säännöllisesti. Tällöin tukea voidaan antaa esimerkiksi etäpalvelun tai puhelinpalvelun muodossa, mutta myös lähituki sähköisten palveluiden asiointipisteissä, eri järjestöjen antama vertaistuki sekä erilaiset koulutukset ovat tarpeellisia kolmannen tukitason asiakkaille (Valtiovarainministeriö 2017, 7).

Neljäs tukitaso pitää sisällään asiakkaat, jotka eivät pysty itse käyttämään lainkaan digitaalisia palveluita ja myöskään laitteiden käyttöönotto ja siinä avustaminen eivät ole mahdollista.

Tällöin tulee varmistaa, että asiointi neljännen tukitason asiakkailla sujuu toisia kanavia hyödyntäen kuten puhelimen avulla tai kotikäyntiasiointina. Valtuutus on myös tämänkaltaisissa tilanteissa paljon hyödynnetty asioiden hoitamisen tapa. (Valtiovarainministeriö 2017, 7-8.)

Nordean vuonna 2018 teettämän tutkimuksen mukaan ikäihmiset voidaan jakaa karkeasti kolmeen eri ryhmään digipalveluiden ja digiosaamisen osalta: digitaalisesti taitavat, osittain digitalisoituneet ja traditionaaliset. Digitaalisesti taitavat ovat tottuneet käyttämään teknologiaa yleisemmin ja lisäksi heillä on käytössään verkkopankki sekä pankkien tarjoamia mobiilisovelluksia. Osittain digitalisoituneet taas ovat tottuneet käyttämään lähinnä verkkopankkia eikä heille muiden digitaalisten palveluiden kuten mobiilisovelluksien käyttö ole tuttua. Traditionaaliset ikäihmiset käyttävät omalta osaltaan digitaalisia palveluita sekä muita teknologisia ratkaisuja erittäin vähän, osa jopa olemattomasti. On kuitenkin huomioitavaa, että tämänkaltaisen jaottelu on vain yleiskuva ikäihmisten pankkiasioiden digitaalisuudesta. (Nordea 2018, 6)

Samassa Nordean teettämässä tutkimuksessa ilmeni myös että ikäihmisten kohdalla ei välttämättä nähdä tarvetta kaikkien digitaalisten palveluiden käyttöönotolle, sillä esimerkiksi osa asiakkaista on jo tottuneita verkkopankin käyttäjiä, jolloin tarve mobiilipalveluihin siirtymiseen ei ole suuri. Näin ollen uuden opettelu ei toisi riittävästi lisäarvoa asiakkaalle, joka on jo tottunut hyödyntämään digitaalisia palveluita verkkopankin avulla. (Nordea 2018, 3).

Reumaliiton hankkeen, *Luotsaamassa ikäihmisiä nettiin*, perusteella on olemassa ikäihmisiä, jotka eivät ole vielä alkaneet käyttämään digitaalisia palveluita, mutta ovat kuitenkin valmiita opettelemaan niiden käyttöä, mikäli heidät niin sanotusti kutsutaan mukaan. Nämä ikäihmiset eivät vielä ole kokeneet digitaalisuutta eivätkä tekniikan kehittymistä omakseen lainkaan, mutta ovat ymmärtäneet kuitenkin, että mikäli he haluavat olla kykeneväisiä tulevaisuudessa omia asioitaan hoitamaan, niin nyt olisi oikea hetki opetella digitaalisten palveluiden käyttöä digiopastuksen avulla. Hankkeessa mukana olleet ikäihmiset osallistuivat digiopastuksiin joko tuttaviansa tai Reumayhdistyksen houkuttelemina ja moni heistä oppi ja innostui uusien palveluiden käytön opettelusta, hankki itselleen tarvittavia laitteita ja pääsi siten mukaan osalliseksi digitalisoituvaan tietoyhteiskuntaan. (Marjakangas 2019, 62.)

Myös HelpAge Internationalin teettämä tutkimus, *Living, not just surviving*, osoittaa, että monet ikäihmisistä ovat halukkaita oppimaan uusien teknologioiden käyttöä esimerkiksi laskujen maksamisessa sekä pankkipalveluiden ja internetin käytössä. Suuri osa tutkimukseen osallistuneista piti tärkeinä uusien digitaitojen opettelemisen, jotta he kykenevät toimimaan yhteiskunnan täysivaltaisina jäseninä omia asioita itsenäisesti hoitaen. (HelpAge International 2019, 13-14.)

Reumaliiton hankkeen toinen ikäihmisten ryhmä taas koostui ihmisistä, jotka eivät ole alkuunkaan halukkaita kuulemaan digitaalisuudesta eivätkä myöskään omista laitteita, joilla digitaalisia palveluita olisi mahdollista käyttää. Tutkimuksesta ilmeni, että tämän ryhmän henkilöt eivät osallistu lainkaan tapahtumiin, joissa mainitaan jotain digitaalisuuteen liittyvää ja nämä henkilöt haluavat toimia aivan kuten ennenkin eivätkä ole halukkaita hankkimaan laitteita eivätkä myöskään vastaanottamaan opastusta uuden tekniikan käytöstä. Reumaliiton teettämän hankkeen aikana todettiin, että on parempi suunnata käytettävissä olevat voimavarat niihin ikäihmisiin, joilla on oma halu ja motivaatio oppia uutta, sillä oppiminen ja perehtyminen uusien digitaalisten palveluiden käyttöön vaatii omaa kiinnostusta ja oppimishalua. (Marjakangas 2019, 62.)

Reumaliiton hankkeessa kolmas ikäihmisten ryhmä koostui ikäihmisistä, jotka kokevat haasteita arkipäiväisessä elämässään ja kotona pärjäämisessä ylipäätään, eivätkä heidän kognitiiviset kykynsä mahdollista lainkaan itsenäistä tietokoneen ja sitä kautta digitaalisten palveluiden käytön opiskelua. Tämän ryhmän henkilöt hyötyvät digitaalisten palveluiden käytöstä avusteisesti, mutta eivät ole kykeneväisiä itse osallistumaan erilaisiin koulutus- tai digiopastustilaisuuksiin. Reumaliiton mukaan on kuitenkin tärkeää muistaa puhua myös mainitun ikäryhmän ihmisten puolesta, jotta heidän asiointimahdollisuutensa huomioitaisiin ja säilytettäisiin muun muassa henkilökohtaisten asiointipisteiden avulla. Tutkimus toi ilmi myös sen, että tulevaisuudessa kotona asuvien ikäihmisten keskuudessa muistiongelmat lisääntyvät eikä näin ollen ole realistista ajatella, että he kykenisivät hoitamaan asioitaan itsenäisesti digitaalisia palveluita hyödyntäen. (Marjakangas 2019, 62.)

Ryhmittelään digitukea ja opastusta tarvitsevat asiakkaat mihin ryhmiin tahansa, niin tärkeintä on tarjota monipuolista tukea sähköisen asioinnin ja erilaisten laitteiden sekä sovellusten käyttöön. On myös tärkeä huomioida, että tarjottu tuki ja opastus tavoittavat oikealla tavalla ne ihmiset, jotka tukea ja opastusta tarvitsevat. Usein digiopastusta ja tukea tarvitsevat ihmiset ryhmitellään iän perusteella, mutta iän sijaan on kyettävä huomioimaan myös esimerkiksi ne henkiset ja fyysiset rajoitteet jotka osaltaan saattavat vaikeuttaa digitaalisten palveluiden käyttöä, ja jopa riittävien digitaitojen oppimista ja sisäistämistä. Osa ikäihmisistä kokee haasteita digitaalisten laitteiden ja palveluiden kanssa johtuen esimerkiksi siitä, että he eivät työuriensa aikana tietotekniikkaa käyttäneet eikä tietotekniikka ollut heidän aikanaan vielä yleistynyt. Nuoret sitä vastoin omaavat digitaitoja ja digitalisaatio on heidän kohdallaan arkipäiväistä, mutta osan kohdalla digitaidot kohdistuvat usein työelämän ja tarjolla olevien palveluiden käytön ja hyödyn kannalta toisarvoisiin asioihin. (Valtiovaraministeriö 2017, 5-6.)

Lisäksi on olemassa ihmisiä, joille digitaalisten laitteiden ja palveluiden käyttö on mahdollista jonkin rajoitteen vuoksi. Tällöin ainoastaan puhelinasiointi tai toisen henkilön valtuuttaminen asioiden hoitoon on ainoa vaihtoehto esimerkiksi pankkiasioiden hoitoon. On myös

olemassa ihmisiä, joilla digitaalisten laitteiden ja palveluiden käyttö ei ole riippuvainen heidän osaamisestaan tai oppimisestaan, vaan käyttämättömyys voi johtua ainoastaan palvelun mahdollisesta esteellisyydestä eikä palvelua pysty käyttämään erilaisia apuvälineitä kuten näkövammaisten ruudunlukuohjelmia tai pistenäyttöä hyödyntäen. (Valtiovarainministeriö 2017, 6-7.)

2.2.4 Digiopastus Nordeassa

Digiopastuksen näkökulmasta yhteistyö eri toimijoiden, kuten pankkien, eri järjestöjen sekä julkisten palveluiden tuottajien yhteistyö digiopastuksen osalta on tarpeellista, sillä toisin kuin esimerkiksi päivittäistavarakaupat ja kioskit, joiden keskeisenä voimavarana voidaan pitää tiheää toimipisteverkkoa, ovat pankit vähentäneet toimipisteitään johtuen tuotteiden ja palveluiden vahvasta digitalisoimisesta. (Valtiovarainministeriö 2017, 39-40.)

Digiopastuksen painoarvo on Nordeassa noussut erityisesti syksyn 2019 aikana, jolloin sähköiseen tunnistautumiseen liittyvät lakimuutokset ovat osaltaan muuttaneet pankkiasiointia. Myös Nordean Suomen maajohtaja Ari Kaperi tuo kommentteissaan vahvasti ilmi digiopastuksen tärkeyden merkityksen.

”Pankit haluavat tarjota asiakkailleen arkea helpottavia ja samalla tietoturvallisempia ratkaisuja. Digitalisoituminen ei kuitenkaan saa jättää ketään ulkopuolelle. Siksi uusien ratkaisujen käyttöönotto vaatii runsaasti digineuvontaa” (Ari Kaperi 2019)

Nordeassa lähtökohta on, että digiopastusta järjestetään kaikille sitä tarvitseville asiakkaille ja saatavilla on erilaisia ohjevideoita sekä ladattavia kirjallisia ohjeita digipalveluiden käytön tueksi. Tämän lisäksi konttoreissa neuvojat auttavat ja opastavat asiakkaita tarvittaessa kädestä pitäen Nordean digiasioissa ja lisäksi asiakkailta on mahdollisuus saada puhelimitse henkilökohtaista palvelua myös 24/7 -asiakaspalvelusta. Pankkipalveluihin tunnistautumisen lisäksi Nordeassa opastetaan tunnistautumaan muun muassa Poliisin, Kelan, Verottajan sekä Omakannan tarjoamiin digitaalisiin palveluihin.

Ikäihmisille suunnatussa digiopastuksessa Nordean pääpaino on edistää ikäihmisten talouslukutaitoja opastamalla heitä digitaalisten palveluiden käytössä, sillä digitaalisten pankkipalveluiden kuin myös talouslukutaitojen osaamisen merkitys korostuu tulevaisuudessa. Näiden taitojen osaaminen ja ymmärtäminen pitävät myös ikäihmiset mukana yhteiskunnassa sen täysivaltaisina jäseninä.

Lisäksi osana Nordean tarjoamaa digiopastusta asiakkaalla on mahdollisuus hankkia käyttöönsä kuukausimaksullinen Nordea Tabletti, mikäli asiakas on yli 60-vuotias eikä hänellä ole ennestään erillistä älylaitetta digitaalisten palveluiden käytön mahdollistamiseksi. Nordean

Tabletti sisältää valmiiksi esiasennettuna ne yleisimmät pankkiasiointiin tarvittavat sovellukset, joita hyödyntäen asiakkaan on mahdollisuus hoitaa jokapäiväisiä pankkiasioitaan. Nordea Tabletin käyttöön asiakkaan on mahdollista saada henkilökohtaista tukea ja opastusta tarpeen niin vaatiessa.

Digiaamut

Nordea tarjoaa päivittäisen muun pankkiasioinnin ohessa tapahtuvan digiopastuksen lisäksi erikseen järjestettäviä asiakastilaisuuksia eli niin sanottuja digiaamuja, jotka ovat suunnattu pääosin ikäihmisille ja heidän henkilökohtaiseen opastamiseen. Digiaamuja järjestetään konttoreissa ennen niiden varsinaista aukioloajan alkamista ja tällöin Nordean asiakkailla on mahdollisuus saada opastusta rauhallisessa ympäristössä kädestä pitäen Nordean tarjoamien digitaalisten palveluiden käyttöönottoon ja niiden käyttöön.

Digiaamuissa aiheet ovat usein Nordean mobiilipankin, tunnuslukusovelluksen, tunnuslukulaitteen tai verkkopankin käytössä. Muun muassa näihin kaikkiin mainittuihin sovelluksiin ja palveluihin tarjotaan henkilökohtaista opastusta siten, että asiakkaalla itsellään on mukanaan omat verkkopankkitunnukset ja laitteet, joiden käytössä hän opastusta ja tukea tarvitsee.

Digiopastustilaisuudet

Vuoden 2019 aikana Nordea on järjestänyt erillisiä digiopastustilaisuuksia keskimäärin kerran kuukaudessa viidessä eri Helsingin kirjastossa. Jokaiseen opastustilaisuuteen on osallistunut kahdesta kolmeen vapaaehtoista nordealaista digiopastajaa asiakkaita opastamaan. Vastavanlaisia digiopastustilaisuuksia Nordea järjestää satoja vuodessa, joissa asiakkailla on mahdollisuus osallistua ja opetella yhdessä nordealaisten kanssa digitaalisten palveluiden käyttöä. Erityisesti senioriasiakkaille järjestetään paljon erilaisia tapahtumia, osittain myös yhteistyössä eri seniorijärjestöjen kanssa esimerkiksi kirjastoissa.

Tämän kaltaiset digiopastustilaisuudet ovat asiakkaille täysin maksuttomia eivätkä tilaisuudet velvoita asiakasta ilmoittautumaan erikseen tarjolla oleviin tapahtumiin. Esimerkiksi iäkkäille suunnatuissa digiopastustilaisuuksissa Nordean vapaaehtoiset työntekijät neuvovat kädestä pitäen ja käyvät läpi asiakkaan kohtaamia haasteita digitaalisten palveluiden parissa. Tavoitteena on, että jo parin neuvontakerran jälkeen asiakas pystyy itsenäisesti käyttämään esimerkiksi Nordean mobiilipankkia sekä tunnuslukusovellusta ja tällä tavoin suoriutumaan itsenäisesti pankkiasioinnistaan.

Nordeassa jokaisella työntekijällä on mahdollisuus osallistua vapaaehtoiseksi digiopastajaksi pääosin ikäihmisille suunnattuihin tapahtumiin. Digiopastustilaisuudet perustuvat vapaaehtoisten oman osaamisen ja ammattitaidon hyödyntämiseen ja siten yhteiskunnan ja asiakkaiden käyttöön. Digiopastustilaisuuksissa keskitytään digitaalisten palveluiden opastamiseen

sekä niiden käytön tukemiseen asiakkaan pankkisuhteesta riippumatta, sillä pääpiirteittäin kirjautumis- ja tunnistautumistavat ovat samankaltaisia pankista riippumatta. Tulevaisuudessa kaikki pankit tulevat enenevässä määrin ottamaan käyttöön digitaaliset tunnistautumiset sekä Tunnuslukulaitteen omaiset tavat tunnistautua erilaisiin digitaalisiin palveluihin

Digiopastajaksi ilmoittautumisen jälkeen työntekijöille järjestetään koulutusta, jossa perehdytään ikäihmisten sekä mahdollisten erikoisryhmien kohtaamisiin sekä digitaalisiin palveluihin ylipäättäen. Tällä tavoin varmistetaan molemmin puolin siitä, että tarjottu digiopastus on yhtenäistä sekä Nordean arvojen mukaista palvelua. Digiopastuksen ominaispiirteenä voidaan pitää sitä, että opastustilaisuuksissa tavoitteena ja haluna jokaisella vapaaehtoisella on halu auttaa ikäihmisiä digitaalisen pankkiasioinnin kanssa ja osoittaa kuinka se helpottaa jokaisen arkea ja päivittäistä pankkiasiointia. Myös Nordean Suomen maajohtaja Ari Kaperi kannustaa osaltaan nordealaisia tarttumaan mahdollisuuteen osallistua vapaaehtoistoimintaan ja sitä kautta tukemaan asiakkaita Nordean palveluiden hyödyntämisessä.

”Tavoitteemme on, että vähintään joka toinen meistä tarttuu tähän mahdollisuuteen, mikä tarkoittaisi 3 500 osallistujaa tänä vuonna. Superviikoilla voimme tavoittaa entistä enemmän lapsia, nuoria, senioreita ja yrittäjiä sekä tarjota yhä useammalle Nordean työntekijälle kokemuksen oman osaamisensa ja työnsä laajemmasta merkityksestä yhteiskunnassa. Yhdessä näytämme vaikutuksemme”, (Ari Kaperi, 24.9.2019)

Vapaaehtoisena toimiessaan asiakkaita autetaan aina oman osaamisen rajoissa ja pyrkimyksenä on yhdessä edetä asiakkaan kohtaamien haasteiden parissa. Huomionarvoista on se, että digiopastustilaisuuksissa vapaaehtoiset nimenomaan opastavat asiakkaita käyttämään palveluita eivätkä itse käytä niitä asiakkaiden puolesta. Vapaaehtoistyössä on myös kaikkia koskeva vaitiolovelvollisuus ja tämän lisäksi Nordea vapaaehtoisia digiopastajia sitoo Nordean työntekijöinä myös pankkialaisuus ja sen noudattaminen.

2.3 Tietoperustan yhteenveto

Digitalisaatio on muuttanut työelämää ja sen vaatimuksia myös rahoitusallalla. Kyse ei ole pelkästään työntekijöiden muuttuvista osaamisvaatimuksista, johtamisen- ja työntekeksenmaileista, vaan muutos koskee koko rahoitusallaa ja sen eri toimijoita.

On selvää, että digitalisaatio asettaa uusia vaatimuksia kaikille palveluallolle myös Suomessa. Huomioitavaa on kuitenkin se, että osa toimijoista kehittyy nopeammin kuin toiset. Esimerkiksi informaatio- ja viestintäpalvelut sekä erilaiset yritys- ja asiantuntijapalvelut kohtaavat digimurroksen nopeammin ja pystyvät reagoimaan siihen. Myös rahoitusala lukeutuu näihin kärki-toimialoihin, joissa digitalisoitumisen paineet tulevat osaltaan asiakkailta, mutta myös alan muilta toimijoilta. Toki Suomessa rahoitusallan isot toimijat kuten Nordea ja Osuuspankki (OP)

ovat jo muutaman vuoden eläneet tietynlaisessa digimurroksessa kehittäen palveluitaan aiempaa digitalisoituneempaan suuntaan, mutta nyt ja lähitulevaisuudessa paine kehittää ja tarjota aiempaa ketterämpiä ja asiakkaille arvoa tuottavia digitaalisia palveluita kasvaa entisestään digitalisaation edetessä ja kehittyessä.

Vaikka palveluita digitalisoimalla kyetään mahdollistamaan aiempaa parempi palveluiden saatavuus maan eri osissa ja eri asiakasryhmien kesken, niin ei pidä kuitenkaan unohtaa yksittäisiä asiakkaita, jotka osaltaan mahdollistavat koko pankkitoiminnan ylläpitämisen ja kehittämisen. Samaan aikaan kun organisaatioilla on vahva halu ja selkeä tavoite kehittää digitaalisia palveluitaan, niin tulee niiden kiinnittää myös huomio siihen, että asiakkaille tarjotaan riittävästä tukea ja opastusta digitaalisten laitteiden ja palveluiden käyttöön. Tällä tavoin organisaatiot pystyvät varmistumaan siitä, että jokaisella asiakkaalla on yhdenvertainen saavutettavuus sekä mahdollisuus käyttää digitaalisia palveluita. Samalla myös neuvontavelvoitteet asiakkaita kohtaan täyttyvät, mahdollistaen asiakkaiden toimimisen yhteiskunnan täysivaltaisina kansalaisina.

3 Tapaustutkimus

Tämän opinnäytetyön tutkimustavaksi on valittu tapaustutkimus, sillä tapaustutkimukselle olennaista on etsiä vastausta kysymyksiin ”Miten?” ja ”miksi?” tai ”Miten jokin asia ymmärretään?”. Tapaustutkimuksessa tutkimuksen tarkoitus on pystyä tuottamaan uudenlaista tietoa esimerkiksi jonkin toiminnan kehittämisen tukemiseksi. Tapaustutkimuksessa tutkijalla on mahdollisuus aineiston keruuseen eri lähteitä hyödyntäen, ja tällä tavoin on mahdollisuus rakentaa kattava kokonaiskuva ja ymmärrys tutkittavasta kohteesta tai ilmiöstä. (Wynn & Williams, 2012.)

Kehittämisasetelman näkökulmasta tapaustutkimus on tutkijan kannalta joustava tapa, tarjoten tutkittavan kohteen tai ilmiön tutkimiseen vaihtelevuutta. Luonteeltaan tapaustutkimus sopii jonkin toiminnan, kuten tässä opinnäytetyössä valitun vapaaehtoisuuteen perustuvan digiopastuksen kehittämisen tutkimiseen, sillä digituen ja -opastuksen järjestäminen ja tarjoaminen ihmisille on tänä päivänä tärkeässä osassa digitalisaation kehittyessä. (Yin 2009, 7-10.) Tässä opinnäytetyössä toteutetun tutkielman tarkoituksena ei ole ratkaista ongelmia, vaan luoda ymmärrys tutkitun ilmiön nykytilasta ja sitä kautta tarjota ehdotuksia Nordealle heidän toiminnan kehittämiseen digiopastuksen osalta.

Tämän opinnäytetyön tapaustutkimuksen ja asetetun kehittämisasetelman tarkoituksena on havainnollistaa sitä laajempaa näkökulmaa siitä, miten nykymallinen digiopastus koetaan, ja mitä haasteita digitaalisten laitteiden ja palveluiden käytössä ilmenee digiopastusta hyödyntävien asiakkaiden keskuudessa. Tutkielmassa selvitetään myös digiopastustilaisuuksissa käyvien asiakkaiden henkilökohtaisia kokemuksia niistä haasteista sekä kehitystoiveista, joita he kokevat digitaalisten laitteiden ja palveluiden sekä siihen tarjotun tuen parissa. Tämän tapaustutkimuksen tavoitteena on auttaa Nordeaa kehittämään tarjoamaansa digiopastusta keräten digiopastustilaisuuksissa käyvien ikäihmisten, ja digiopastusta tarjoavien vapaaehtoisten omia kokemuksia sekä ilmi tulleita haasteita digitaalisten palveluiden ja laitteiden käytössä.

Kehittämiskysymykset

Opinnäytetyön kehittämiskysymykset käsittelevät sitä, mihin ihmiset tänä päivänä kokevat digiopastusta tarvitsevan sekä minkälaista neuvoa ja digiopastusta tarvitaan. Kehittämiskysymyksissä käsitellään myös Nordean järjestämässä digiopastustilaisuuksissa käyneiden asiakkaiden sekä digiopastusta tarjonneiden digiopastajien kokemuksia ja ajatuksia siitä, miten tänä päivänä tarjottua digiopastusta olisi mahdollista kehittää:

1. Mihin digiopastusta tarvitaan?
2. Minkälaista neuvoa ja digiopastusta asiakkaat tarvitsevat?
3. Miten Nordean tarjoamaa digiopastusta tulisi kehittää?

Näiden runkokysymysten avulla haluttiin selvittää, mihin digiopastustilaisuuksissa käyvät asiakkaat kokevat ylipäättään digiopastusta tarvitsevansa. Kysymysten avulla haluttiin myös selvittää yhdessä toimeksiantajan kanssa niitä ongelmakohtia ja haasteita, joita digiopastuksessa käyvät asiakkaat kokevat ja kohtaavat nykypäivänä digitaalisten palveluiden kanssa ja kuinka toimintaa olisi mahdollista kehittää, jotta digiopastus tarjoaisi mahdollisimman paljon hyötyjä molemmille osapuolille.

3.1 Tutkielman tiedonkeruumenetelmät

Tutkimus voi olla luonteeltaan laadullinen tai määrällinen. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus pitää sisällään numeroita ja tarkkuutta, kun taas kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa käsitellään elämyksiä ja ihmisten käsityksiä. (Rutberg & Bouikidis 2018.) Laadulliselle tutkimukselle tunnusomaista on, että se sisältää kysymyksiä aiheen tai asian merkityksestä ja yhtenä laadullisen tutkimuksen erityispiirteenä pidetään sitä, että tutkimuksen tarkoitus ei ole löytää suoranaista totuutta, vaan enemmänkin löytää arvoituksia ja ratkaisuja niihin ihmisten omien kuvausten, näkemyksien ja tulkintojen avulla. Näitä tutkimuksen avulla syntyneitä ratkaisuita voivat olla esimerkiksi jonkin tietyn toiminnan uusi toimintamalli tai ohjeistus varsinaiseen toimintaan. (Vilka 2015, 118-120.)

Tämän laadullisen opinnäytetyön tiedonkeruumenetelmiksi valikoituivat Nordean digiopastustilaisuuksissa käyneille ikäihmisille toteutettu puolistrukturoitu lomakehaastattelu sekä Nordean digiopastusta tarjoaville vapaaehtoisille sähköisesti suunnattu kysely. Yksilöhaastatteluin toteutettujen puolistrukturoitujen lomakehaastatteluiden vahvuus tässä tutkielmassa oli se, että asiakkaat kertoivat yksityiskohtaisemmin kohtaamistaan haasteista digitaalisten palveluiden parissa, sekä siitä mihin he tukea tarvitsevat ja miten he toivoisivat digiopastusta kehitettävän. Ryhmähaastattelussa tämänkaltaisen tieto ja asiakkaiden omakohtaiset kokemukset eivät välttämättä olisi ilmenneet yhtä hyvin ja näin ollen saadut vastaukset olisivat olleet enemmän koko haastateltavaa ryhmää edustavia kuin asiakkaiden henkilökohtaisesti antamia vastauksia.

Nordean vapaaehtoisille suunnattu sähköinen kysely valikoitui tiedonkeruumenetelmäksi, sillä kyselymenetelmän avulla haluttiin saada kattava yleiskuva valitusta kohderyhmästä. Tässä tutkielmassa sähköisen kyselylomakkeen vahvuus kohderyhmän ollessa suuri oli, että tällä tavoin säästettiin aikaa ja mahdollistettiin suurempi aineiston määrä kattavan yleiskuvan saamiseksi. Samalla kohderyhmälle annettiin parempi mahdollisuus vastata kyselyyn omien aikataulujen mukaisesti. Sähköisen kyselylomakkeen etuna oli myös se, että saadun aineiston analysointi oli helpompaa ja nopeampaa Microsoft Forms -ohjelman avulla.

Molemmat menetelmät toteutettiin Microsoft Forms-ohjelmaa hyödyntäen, joka on osa Microsoft Office 365 -palvelua. Forms -ohjelma on tarkoitettu erilaisten kyselyiden ja äänestysten tekoon ja sen avulla saadut vastaukset on mahdollista arvioida ja analysoida palvelun sisäisten

analystiikkaominaisuuksien avulla. Tällä tavoin Forms-ohjelmaa hyödyntäen lomakehaastattelusta ja sähköisestä kyselystä kerätyt tiedot saatiin samaan paikkaan ja tieto oli siten myös helpommin analysoitavissa.

Valittujen tiedonkeruumenetelmien avulla haluttiin selvittää digiopastustilaisuuksissa käyvien ikäihmisten sekä digiopastusta tarjoavien vapaaehtoisten omia kokemuksia ja näkemyksiä Nordean tarjoamasta digiopastuksesta ja sen kehitysmahdollisuuksista. Aineistoa tutkielmaa varten kerättiin haastattelemalla 12:ta Nordean digiopastustilaisuuksissa käynyttä ikäihmistä sekä lähettämällä sähköinen kysely 40:lle digiopastusta antaneelle Nordean vapaaehtoiselle, jotka olivat osallistuneet viime aikaisiin Nordean tarjoamiin digiopastustilaisuuksiin.

3.1.1 Haastattelu tiedonkeruumenetelmänä

Haastattelu on yksi tavoista kerätä tietoa tutkimuksiin. Haastattelutilanne on aina vuorovaikutuksellinen ja sen ensisijaisena tavoitteena on informaation kerääminen. Vapaaseen keskusteluun verrattuna haastattelussa erona on se, että haastattelut ja niissä esitetyt kysymykset ovat aina ennalta suunniteltuja. Haastattelumuodosta riippumatta haastattelun tavoitteena tulee aina olla, että sen avulla saadaan tutkimuksen kannalta oleellista ja luotettavaa tietoa. Yksi haastattelun etu on sen joustavuus, sillä varsinaisessa haastattelutilanteessa tutkija ja haastateltava ovat vuorovaikutuksessa keskenään ja tällä tavoin tutkijan on mahdollista ohjata tiedonhankintaa. Haastattelutilanteessa tutkijan on mahdollisuus myös tulkita haastateltavan elekieltä sekä puhetta, jolloin vastauksia ja niiden motiiveja on helpompi tulkita verrattuna esimerkiksi kyselyihin. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 34-35, 41-43)

Haastattelun ensisijaisena tarkoituksena on pyrkimys saada riittävästi tietoa esimerkiksi jostakin paikallisesta ilmiöstä tai vaihtoehtoisesti saada käsitys jostain tapahtumasta ja ymmärtää sitä syvällisemmin. Näin ollen haastattelijalla on jo muutamaa henkilöä haastattelemalla mahdollisuus saada riittävästi merkittävää tietoa riittävän käsityksen saamiseksi. Haastatteluiden tarkoituksena ja tutkijan varsinaisena päämääränä tulee olla haastatteluiden avulla kerätä riittävä aineisto, jonka pohjalta luotettavien päätelmien tekeminen on mahdollista. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 58-60, 66)

Hirsjärvi ja Hurme tuovat ilmi, että haastattelun luotettavuutta ja laatua on mahdollisuus parantaa hyvän ja ennalta suunnitellun haastattelurungon avulla. He myös korostavat, että varsinaisen haastatteluvaiheen laadukkuutta lisää se, että haastattelussa käytetty tekninen välineistö ja materiaali on kunnossa. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 184-185.) Haastatteluita voidaan toteuttaa eri tavoin ja näitä toteutusmalleja ovat yksilöhaastattelut, parihaastattelut sekä ryhmähaastattelut. Valittava toteutusmalli riippuu tutkittavasta ilmiöstä sekä siitä, ketä on tarkoitus haastatella. Tutkimuksen tekijä on kuitenkin aina se, joka lopulta tekee päätöksen haastattelun toteutusmallista. (Hirsjärvi ym. 2010, 210-211.)

Yksilöhaastattelut ovat haastattelijan kannalta toteutusmalliltaan muita joustavampia ja yksilöhaastattelut myös antavat haastateltavalle mahdollisuuden esittää tarkempia perusteluita tai pyytää haastateltavaa tarkentamaan annettuja vastauksia haastattelun aikana. Haastattelijan on kuitenkin hyvä tiedostaa, että haastattelun aikana haastateltava voi muotoilla vastauksiaan haluamallaan tavalla ja siltä osin vaikuttaa kerättyyn tietoon. (Hirsjärvi ym, 2010, 204-205.)

Haastattelut on jaettavissa strukturoituihin ja strukturoimattomiin haastatteluihin kysymyksistä riippuen. Lomakehaastattelu on yksi strukturoidun haastattelun esimerkki, jossa kysymykset ja vastausvaihtoehdot ovat määritetty valmiiksi ja suunniteltu siten, että ne eivät muuta muotoaan haastattelun aikana tai vastaajien kesken. Etuna tässä haastattelumuodossa on se, että haastattelijat itse ei voi johdatella vastaajaa ja hänen mielipiteitään aiheeseen liittyen. Strukturoimaton haastattelumuoto sen sijaan perustuu haastattelijan ja haastateltavan väliseen vapaaseen keskusteluun, jossa molemmat voivat osaltaan vaikuttaa haastattelun etenemiseen ja tällöin haastattelu myös etenee enimmäkseen haastateltavan ehdoilla. Erona strukturoituun haastattelumuotoon on myös se, että haastattelu itsessään ei ole sidottuna ennalta määritettyihin kysymyksiin ja vastausvaihtoehtoihin, vaan haastattelu perustuu avoimeen keskusteluun haastattelijan ja haastateltavan kesken. (Ruusuvoori & Tiittula 2005, 11-12) Strukturoidun ja strukturoimattoman haastattelumuodon lisäksi on olemassa myös puolistrukturoitu haastattelumuoto, joka perustuu osin ennakkoon suunniteltuun haastatteluun, mutta siihen sisältyy myös keskustelua haastattelijan ja haastateltavan välillä. (Ruusuvoori & Tiittula 2005, 12)

Opinnäytetyön tiedonkeruuvaiheessa digiopastustilaisuuksissa käyneille asiakkaille suunnattuja puolistrukturoituja lomakehaastatteluita suoritettiin neljänä eri ajankohtana. Kaksi haastattelukertaa järjestettiin Nordean järjestämissä erillisissä digiopastustilaisuuksissa Helsingin keskuskirjasto Oodissa ja kaksi haastattelukertaa Nordean Leppävaaran konttorin järjestämissä digiaamuissa. Ennen digiopastustilaisuuksia Helsingin kaupungin Kulttuurin ja vapaa-ajan toimialan edustajilta kysyttiin lupa haastatteluiden tekoon ja samalla heille tuotiin ilmi haastattelun tarkoitus. Myös Leppävaaran konttorin johtajalta kysyttiin etukäteen lupa osallistua heidän järjestämiin digiaamuihin asiakashaastatteluiden toteuttamiseksi.

Haastatteluiden aluksi haastateltaville kerrottiin haastattelun tarkoitus ja se, että annetut vastaukset käsitellään täysin anonymisti ja luottamuksellisesti. Osa haastattelukysymyksistä sisälsi monivalintaisia kysymyksiä, joiden tarkoituksena oli kerätä taustatietoa muun muassa haastateltavan ikäryhmästä, hänen käyttämistään sähköisistä laitteista sekä siitä mistä hän oli saanut tiedon järjestetystä digiopastustilaisuudesta. Monivalintakysymyksien lisäksi haastattelu sisälsi myös avoimia kysymyksiä, joiden avulla haastateltaville haluttiin jättää mahdollisuus tuoda ilmi hänen omia näkemyksiään ja kokemuksiaan Nordean tarjoamasta digiopastuk-

sesta sekä ideoista sen kehittämiseen. Samalla haastateltavan oli mahdollisuus keskustella aiheesta enemmän ja saada myös paremmin ymmärrystä siitä, mistä kysymyksessä on kyse, mikäli hän ei täysin ymmärtänyt mitä kysymyksellä tarkoitetaan.

3.1.2 Kyselylomake tiedonkeruuvälineenä

Kysely ja kyselylomake on yksi tiedon- ja aineistonkeruun tapa, jossa esitettyjen kysymysten muoto on vakioitu. Tällöin kaikilta vastaajilta kysytään täysin samat asiat, samalla tavalla ja samassa järjestyksessä. Kyselylomake on hyvä tiedonkeruun väline silloin, kun halutaan saada kattavasti tietoa tutkitusta ilmiöstä ja valitulta kohderyhmältä. Kyselylomake soveltuu erinomaaisesti tiedonkeruun ja aineiston keräämisen välineeksi silloin, kun tutkittavia on paljon eivätkä he välttämättä ole samanaikaisesti samassa paikassa. (Vilka 2007, 26-28) Kyselymenetelmän etuna voidaan pitää sitä, että se säästää tutkijan aikaa ja kerätty aineisto on mahdollista analysoida tarvittaessa nopeastikin erilaisten analysointi-ohjelmien avulla. Kyselyssä voidaan myös käyttää sekä avoimia että monivalintakysymyksiä ja tällöin vastaajan tulee itse valita annetulta asteikolta itselleen oman käsityksen mukainen paras vaihtoehto. Kyselymenetelmän huonoja puolia on se, että vastaanottaja saattaa ymmärtää kysymyksiä väärin tai hän voi vastata kysymyksiin huolimattomasti. Lisäksi on mahdollista, että kyselyn vastaanottaja jättää kokonaan vastaamatta kyselyyn. (Hirsjärvi 2007, 57-58.) Hyvin ennalta suunniteltu ja selkeä kyselylomake on kulmakivi laadukkaalle ja luotettavalle tutkimukselle. Kyselylomakkeen tärkeimpinä vaiheina pidetään lomakkeen suunnittelua, esitettyjen kysymysten muotoilua ja niiden testausta. (Vilka 2007, 78.)

Kysely tunnetaan yhtenä survey-tutkimuksen keskeisenä menetelmänä. Termi survey on englanninkielinen sana, jolla tarkoitetaan niitä kyselyiden, haastatteluiden ja havainnoinin muotoja, joissa tutkimusaineisto kootaan standardoidusti ja jossa valittu kohderyhmä muodostaa otoksen tai näytteen perusjoukosta. Kyselyssä aineistoa voidaan kerätä pääosin kahdella eritavalla. Nämä tavat ovat joko posti- ja verkkokysely tai kontrolloitu kysely. Posti- ja verkkokyselyssä tutkittaville toimitetaan lomake, jonka tutkittavat täyttävät itse ja palauttavat lomakkeen sen jälkeen takaisin tutkijalle. Menettelyn etuna on nopeus ja tutkijan näkökulmasta helpompi aineiston keruu. (Hirsjärvi ym. 2007, 188-189.) Kontrolloituja kyselyitä on kahdenlaisia. Informoitu kysely, jossa tutkija itse jakaa lomakkeet henkilökohtaisesti ja voi näin ollen samalla kertoa tarkemmin tutkimuksen tarkoituksesta, selostaa kyselyä ja vastata mahdollisiin kyselyä koskeviin kysymyksiin. Toisena vaihtoehtona on henkilökohtaisesti tarkistettu kysely, jossa tutkija on lähettänyt kyselyt etukäteen ja kerää itse ennalta ilmoitetun ajan kuluttua. Tällöin tutkijan on mahdollista käydä lomakkeet läpi sekä tarkistaa, että lomakkeet on täytetty oikein. Samalla tutkijan on mahdollista keskustella tutkimukseen tai lomakkeen täyttämiseen liittyvistä asioista. (Hirsjärvi ym. 2007, 192.)

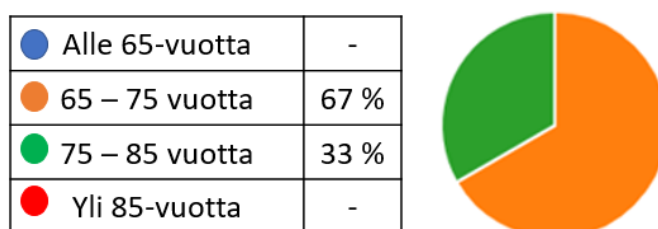
Opinnäytetyön tiedonkeruuvaiheessa käytettyä kyselylomaketta itsessään ei tietoisesti suunniteltu pitkäksi lomakkeen sisältäessä vain kuusi kysymystä, sillä tärkeintä oli saada vastaajat

motivoitumaan ja vastaamaan kyselyyn viemättä kuitenkaan liikaa heidän aikaansa. Kysely sisälsi ainoastaan yhden monivalintakysymyksen ja viisi avointa kysymystä ja tällä tavoin haluttiin paremmin saada selville niitä vastaajien omia kokemuksia ja henkilökohtaisia näkemyksiä Nordean tarjoamasta digiopastuksesta sekä sen kehittämistarpeista. Kyselyssä kiinnitettiin huomiota myös kysymysten järjestykseen, jotta vastaajien mielenkiinto ja motivaatio kyselyyn vastaamiseen heräisi.

Sähköisen kyselyn saaneiden kohderyhmä valikoitui niistä vapaaehtoisista digiopastajista, jotka olivat toimineet digiopastajina viimeaikaisissa Nordean järjestämissä digiopastustilaisuuksissa. Kysely lähetettiin opinnäytetyön ohjaajan toimesta Nordean vastuullisuusyksikön sähköpostiosoitteesta ja tällä tavoin vastaanottajille tuotiin ilmi se, että heidän vastauksensa tulisivat palvelemaan osaltaan myös koko Nordeaa eikä ainoastaan opinnäytetyöntekijää. Sähköpostiviestin liitteeksi luotiin vielä erillinen saate, jossa vastaanottajille kerrottiin tarkemmin opinnäytetyön aihe ja tekijä, kyselyn tarkoitus sekä se, että saadut vastaukset tullaan käsittelemään täysin anonyymisti ja ehdottoman luottamuksellisesti.

3.2 Osallistujien valinta ja aineiston keruu

Opinnäytetyön tiedonkeruuvaiheessa tehtyihin haastatteluihin valikoitui satunnaisesti asiakkaat niistä henkilöistä, jotka kävivät Nordean järjestämissä digiopastustilaisuuksissa. Asiakkaista suurin osa oli iältään 65 - 75 vuotiaita (Kuvio 1) ja jokainen haastateltava oli siirtynyt jo eläkkeelle työelämästä. Haastatteluita tehtiin niin usealle asiakkaalle, kunnes heidän vastauksissaan alkoi ilmetä toistuvuutta eikä näin ollen opinnäytetyön tutkimuksen kannalta uutta tietoa ilmennyt.



Kuvio 1: Haastateltavien ikäjakauma

Digiopastustilaisuuksissa käyville asiakkaille suunnattujen haastatteluiden tavoitteena oli saada tietoa siitä, kuinka usein ja mihin tarkoitukseen he käyttävät digitaalisia pankin palveluita tai digitaalisia palveluita ylipäätään sekä millä laitteella he pääsääntöisesti palveluita käyttävät. Lisäksi haluttiin tietää, mikä sai asiakkaan tulemaan kyseisen päivän digiopastukseen ja vastasiko tarjottu digiopastus hänen tarpeisiinsa. Haastattelussa kysyttiin myös asiakkaan henkilökohtaisia toiveita tai kehityskohteita digiopastukselle jatkoa ajatellen, sekä sitä ovatko he saaneet digiopastusta myös muilta tahoilta kuin ainoastaan Nordealta. Tavoitteena

oli kerätä tietoa asiakkaiden omista ideoista ja toiveista Nordean tarjoaman digiopastuksen kehittämiseksi.

Toiseen tiedonkeruuvaiheeseen sisältyi sähköisen kyselyn lähettäminen Nordean digiopastustilaisuuksissa toimineille digiopastajille, jotta myös heidän näkemyksiään ja ideoitaan saadaan näkyväksi. Digiopastusta tarjoaville Nordean vapaaehtoisille työntekijöille suunnatun sähköisen kyselyn avulla haluttiin saada tietoa siitä, mikä sai heidät osallistumaan järjestettyihin digiopastustilaisuuksiin, ja mistä he saivat tiedon mahdollisuudesta osallistumiseen. Lisäksi haluttiin tietää, miten Nordean digiopastajat kokevat digiopastuksen toimivan tällä hetkellä, ja mitkä ovat niitä haasteita, joita asiakkaat enimmäkseen kokevat, ja mihin asiakkaat digiopastusta tarvitsevat. Kyselyn lopuksi haluttiin tietää digiopastajien omia ideoita ja kehitysehdotuksia Nordean tarjoaman digiopastuksen kehittämiseksi jatkossa.

3.3 Aineiston analyysi ja käsittely

Aineiston analyysi on jokaisen tutkimuksen ja tutkielman ydinasia. Tutkimuksen merkittävin vaihe on hankitun aineiston analysoiminen, tulkinta sekä johtopäätösten teko, johon pyritään jo heti tutkimuksen alkuvaiheessa. Vasta analyysivaihe selventää tutkijalle sitä, minkälaisia vastauksia hän ennalta asetettuihin ongelmiin tai kehittämiskohteisiin saa. On myös mahdollista, että vasta analyysivaihe tuo tutkijalle ilmi, miten alun perin suunnitellut ongelmat olisi pitänyt asettaa. (Hirsjärvi ym.2007, 216) Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineiston analysointi on mahdollista suorittaa heti aineiston keräämisen jälkeen, mutta analysointi voidaan tehdä myös vaiheistettuna etenkin, mikäli tutkimuksessa aineiston keräämiseksi käytetään useampia eri menetelmiä. Kvalitatiivista tutkimusaineistoa voidaan myös analysoida usein eri tavoin kuten eri teemoilla, tyypittelyillä, sisällön erittelyillä tai keskusteluanalyyseilla. (Hirsjärvi ym. 2010, 223)

Aineiston analyysin tärkein vaihe on tutkimuksen tekijän päätös siitä, mikä saadussa aineistossa kiinnostaa ja mikä on tutkimuskysymyksien kannalta oleellista. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 78.) Aineiston analyysia ohjaa niin sanottu analyysirunko, jossa varsinaisen analyysin etenemisjärjestys on pääosin yleisestä yksityiseen. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 78 ; 97)

Laadullisessa aineiston analyysissa varsinaisen analyysin tehtävä on selkeyttää kerättyä aineistoa ja tuottaa sitä kautta uutta ja merkityksellistä tietoa tutkittavasta asiasta. Analyysivaiheessa on tärkeää pyrkiä tiivistämään aineistoa kadottamatta kuitenkaan sen sisältämää informaatiota, vaan päinvastoin analyysin avulla tulisi pyrkiä kasvattamaan saadusta hajanaisesta aineistosta selkeää, mielekästä ja informatiivista aineistoa. (Taanila 2007, 2.) Laadullisessa aineistoanalyysissa kerättyä aineistoa käsitellään kokonaisuutena, jossa havaintoja tehdään tutkimuksen kannalta oleellisista ja merkittävistä asioista. Tämän jälkeen tehtyjä havaintoja redusoidaan eli pelkistetään ja tarvittaessa yhdistellään. (Alasuutari 2007, 42-44.)

Tässä tutkimuksessa aineisto kerättiin suoraan Microsoft Forms -ohjelmaan ja näin ollen kaikki saadut vastaukset olivat helposti analysoitavissa yhden ohjelman avulla. Tutkimusaineisto jaettiin siten, että asiakashaastattelut olivat omana osanaan ja sähköisestä kyselystä saadut vastaukset omana osanaan. Tällä tavoin pystyttiin erottelemaan saadut vastaukset, jotta niistä on helpommin tulkittavissa digiopastustilaisuuksissa käyneiden asiakkaiden omakohtaiset kokemukset ja haasteet sekä Nordean vapaaehtoisten digiopastajien näkemykset ja omakohtaiset kokemukset.

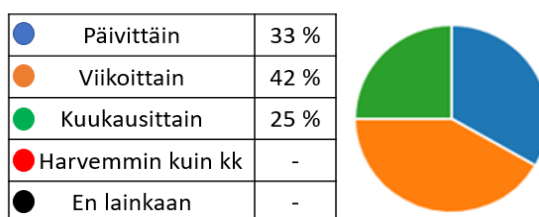
Ennen aineiston varsinaista analysointia luotiin selkeät aihealueet, joihin aineistosta saadut vastaukset jaoteltiin ja tällä tavoin hajanaisesta aineistosta luotiin tiivis ja yhtenäinen aineisto johtopäätösten tekemiseksi. Haastatteluiden ja kyselyn pohjalta ei suoraan saatu vastauksia, vaan tutkijan tehtäväksi jäi koota vastauksista olennainen tieto opinnäytetyön kehittämiskysymyksiin liittyen. Haastatteluissa ja sähköisessä kyselyssä haettiin samankaltaisuuksia vastausten kesken, jotta saaduista kokemuksista ja ideoista pystyttäisiin nostamaan esille niitä ongelmakohtia ja ideoita, joita ratkomalla ja kehittämällä Nordean tarjoamaa digiopastusta olisi mahdollisuus kehittää.

4 Tulokset

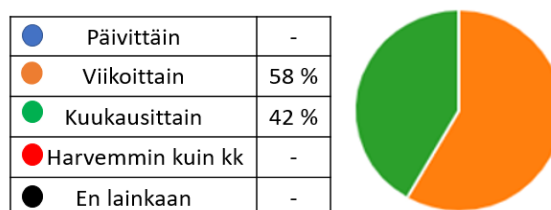
Tässä luvussa esitellään tutkimusaineistosta saatuja tuloksia asiakkaiden haastattelusitaatteja sekä Nordean digiopastajien kyselysitaatteja havainnollistaen. Tulokset on koostettu siten, että havaitut yhteneväisyydet aineistossa on jäsennelty eri aihealueiden alle luoden niistä ymmärrettävän synteesin saatuja vastausten perusteella. Ensimmäinen aihe tuo ilmi tuloksia siitä, miten ja millä laitteilla asiakkaat ovat tottuneet digitaalisia palveluita käyttämään. Myös se, mikä sai asiakkaat tulemaan digiopastustilaisuuteen, ja mistä he ovat tiedon digiopastustilaisuudesta saaneet ilmenevät ensimmäisestä aiheesta. Tulososion toinen aihe käsittelee Nordean digiopastajien syitä ja osallistumista Nordean järjestämiin digiopastustilaisuuksiin. Kolmas aihe kokoaa yhteen sekä asiakkaiden että opastajien kokemuksia nykyisestä Nordean tarjoamasta digiopastuksesta sekä niistä haasteista ja kokemuksista joita asiakkaat kokevat digitaalisten palveluiden kanssa ja joiden vuoksi he digiopastusta tarvitsevat. Haastatteluosion neljännessä aiheessa tarkasteltiin sitä, mitä asiakkaat toivoisivat digiopastukselta jatkossa, ja miten nykymallista digiopastusta voitaisiin kehittää niin asiakkaiden kuin digiopastajien näkökulmasta.

4.1 Asiakkaiden tottumukset digitaalisista laitteista ja palveluista

Kysyttäessä asiakkailta kuinka usein he käyttävät digitaalisia palveluita ylipäätään (Kuvio 2) tulokseksi osoittautui, että kaikista vastanneista jokainen käyttää digitaalisia palveluita vähintäänkin kuukausittain. Verrattuna digitaalisten pankkipalveluiden käyttöön (kuvio 3) tuloksesta on nähtävissä, että asiakkaat kyllä käyttävät pankkipalveluita, osa jopa viikoittain. Digitaalisten pankkipalveluiden käyttö asiakkaiden keskuudessa ei kuitenkaan ole päivittäistä, vaikka osa heistä käyttää digitaalisia palveluita muutoin päivittäin.

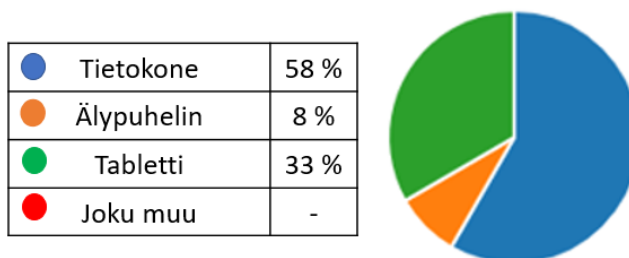


Kuvio 2: Digitaalisten palveluiden käyttö



Kuvio 3: Digitaalisten pankkipalveluiden käyttö

Kysyttäessä laitteista, joilla haastateltavat pääsääntöisesti käyttävät (Kuvio 4) digitaalisia palveluita sekä digitaalisia pankkipalveluita ilmeni, että yli puolet vastaajista käyttävät tietokonetta ja kolmasosa tablettia, vaikka heillä digitaalisten palveluiden käyttöön soveltuva älypuhelin olisikin. Ainoastaan yksi vastaajista sanoi käyttävänsä pääsääntöisesti puhelintaan digitaalisten palveluiden parissa.



Kuvio 4: Digitaalisten laitteiden käyttö

Haastateltavilta kysyttiin haastattelun alussa, mikä sai heidät tulemaan digiopastustilaisuuteen, ja mihin he kokivat tukea tarvitsevansa. Vastauksista ilmeni, että osa asiakkaista koki tarvitsevansa apua uuden tunnuslukusovelluksen kanssa, sillä uutisissa on ollut paljon puhetta siitä, että tunnistautuminen tulee muuttumaan ja vanhat tunnistautumistavat eivät toimi enää jatkossa. Seuraavat haastattelulainaukset kuvaavat sitä, miksi asiakkaat digiopastustilaisuuteen olivat saapuuneet:

” Pakotettu siirtyminen pois paperisista tunnusluvuista. Tunnuslukusovelluksen käyttöön tarvisin apua.”

” Tunnuslukujen vuoksi, sillä kohta se muuttuu.”

Suuriosa haastateltavista koki tarvitsevansa apua digitaalisten laitteiden käytön ja eri ohjelmien asennuksien kanssa ja siitä syystä he olivat saapuneet digiopastustilaisuuteen ja kokivat tarvetta saada digiopastusta paikanpäällä kuten alla olevista haastattelulainauksista on nähtävissä:

” Mobiilipankin ja tunnuslukusovelluksen asennukseen ja niiden käyttöön kuten laskujen maksuun.”

” Älypuhelimien käyttöön ja sen kanssa pankkiasiointiin.”

Asiakkaiden keskuudessa koettiin selkeästi tarvetta digiopastukselle myös jatkossa, kuten alla olevasta kuviosta (Kuvio 5) ilmenee, sillä ainoastaan yksi haastatelluista koki, että hän ei tarvitse digiopastusta jatkossa.

●	En koe	8 %
●	Koen, kertaluontoisesti	58 %
●	Koen, säännöllisesti	33 %



Kuvio 5: Digiopastuksen tarve jatkossa

4.2 Digiopastusta tarjoavat nordealaiset

Nordean digiopastajille suunnatussa kyselyssä haluttiin alkuun selvittää digiopastajien motiiveja ja osallistumista Nordean järjestämiin digiopastustilaisuuksiin. Lisäksi haluttiin tietää mistä digiopastajat olivat saaneet tiedon mahdollisuudesta osallistua vapaaehtoiseen digiopastukseen. Vastauksissa korostui selkeästi digiopastajien oma halu auttaa ja osallistua digiopastustilaisuuksiin ja tämä on nähtävissä myös alla olevista haastattelulainauksista:

” Halu olla avuksi ja päästä auttamaan ihan konkreettisesti.”

” Halu auttaa vanhuksia (oma äitikin on usein pulassa) ja kiinnostus tehdä jotain muuta kuin perusduunia.”

” Halu olla auttamassa ikäihmisiä, jotta he eivät syrjäytyisivät. Lisäksi se, että työnantaja antaa tällaisen mahdollisuuden ja itse digiopastukset ovat mukavia tapahtumia.”

Kyselyn tuloksista ilmeni myös, että Nordean tarjoama mahdollisuus, ja esimiehen kannustus osallistua vapaaehtoiseksi digiopastajaksi järjestettyihin digiopastustilaisuuksiin, olivat niitä syitä, jotka saivat digiopastajat ilmoittautumaan mukaan antamaan digitukea ja opastusta digiopastustilaisuuksissa käyville asiakkaille.

Sähköiseen kyselyyn vastanneiden digiopastajien keskuudessa vastauksissa nousi esille niin ikään digiopastuksen tärkeys, joka sai osaltaan työntekijät mukaan opastamaan Nordean asiakkaita digitaalisten palveluiden käytössä. Samalla opastajilla itsellään oli mahdollisuus tutustua Nordean asiakkaisiin sekä tarjolla oleviin digitaalisiin palveluihin, joiden parissa he eivät välttämättä päivittäisissä työtehtävissään ole tekemisissä. Alla olevat haastattelulainaukset kuvaavat sitä, kuinka Nordean tarjoama digiopastus koetaan tärkeänä opastajien keskuudessa:

*” Pidän tärkeänä senioreiden opastusta digimaailmaan ja samalla mahdollisuu-
teen tavata oikeita asiakkaita.”*

*” Pidän opastusta tärkeänä. Samalla minun tulee päivitettyä henkilöasiakkaiden
palvelut, kun itse teen töitä yritysasiakkaiden kanssa.”*

*” Haluan kohdata oikeita asiakkaita ja auttaa heitä omaksumaan mielestäni
erinomaiset nordealaiset digityökalut pankkiasioinnin helpottamiseksi. Koen,
että meillä kaikilla on huikea mahdollisuus yhteiskuntavastuun toteuttami-
seen. olen ylpeästi nordealainen.”*

Digiopastajille suunnatun kyselyn alussa kysyttiin myös sitä, mistä digiopastajat olivat saaneet tiedon mahdollisuudesta osallistua digiopastustilaisuuksiin, ja tällä tavoin haluttiin tietää, ta-voittavatko nykyiset tiedotuskanavat digiopastajat, vai saavatko he tiedon jostain muualta. Yli puolet vastaajista toi ilmi, että he olivat saaneet tiedon Nordean Intrasta ja osa taas kuuli esimiehiltään mahdollisuudesta osallistua vapaaehtoiseksi digiopastajaksi tuleviin digiopastus-tilaisuuksiin.

4.3 Digiopastustilaisuuksissa koettuja kokemuksia ja haasteita

Kysyttäessä niin digiopastuksessa käyviltä asiakkailta kuin Nordean vapaaehtoisilta digiopasta-jiltakin miten toimivaksi he kokevat tänä päivänä tarjotun digiopastuksen, nousi vastauksista pääsääntöisesti esille se, että opastustilaisuudet koettiin hyvin toimiviksi molempien ryhmien keskuudessa. Alla olevat haastattelu- ja kyselylainaukset kuvaavat asiakkaiden ja digiopasta-jien omakohtaisia kokemuksia tarjotun digiopastuksen toimivuudesta:

” Digiopastus toimii mielestäni ihan hyvin.”

*” Toteutetun opastuksen osalta hyvin. Opastuksen alussa oli jonoa, joten opas-
tajia olisi voinut olla 1-2 enemmän.”*

” Erittäin hyvää opastusta”

Vaikka Nordean tarjoama digiopastus tänä päivänä koetaan asiakkaiden sekä opastajien kes-kuudessa toimivaksi, niin saaduista vastauksista oli huomattavissa se, että varsinkin digiopas-tustilaisuuksien markkinoinnissa ja näkyvyydessä tapahtumahetkellä on parantamisen varaa. Osa koki, että nykyinen markkinointi ei välttämättä tavoita riittävästi asiakkaita, sillä opas-tustilaisuuksissa ei asiakkaita ole jonoksi asti. Osa vastauksista toi ilmi, että tapahtumapai-koilla, joissa digiopastusta järjestetään, ei näkyvyys ole riittävällä tasolla ja tällä tavoin asi-akkaat eivät välttämättä osaa hyödyntää tarjottuja digiopastustilaisuuksia kuten alla olevista haastattelulainauksista on luettavissa:

” Mainostusta pitäisi olla asiakkaille paljon enemmän, jotta saataisi lisää kävijöitä.”

” ...Asiaan on panostettu paljon ja mielestäni se toimii hyvin tällä hetkellä. Ainoastaan voisi ehkä vielä enemmän miettiä, mikä olisi paras kanava markkinoida digiopastusta asiakkaille. Ja, että opastuksiin tullessa ei tarvitse olla mitään perustaitoja.”

” Mainoskylttinä oli tulostettu A4 ovesa. Ihme että meidät löysi edes 3 hlöä. Kuulin että konttoreissa järjestetty vastaava neuvonta oli erittäin haluttua, jonne myös jonotettiin. Digineuvonnan mainonta kirjaston Facebook sivuilla ei ehkä ole paras mainostamispaikka vanhuksille.”

Asiakkaille tehdyssä haastattelussa ja digiopastajille suunnatussa kyselyssä kysyttiin myös haasteista, joita asiakkaat kohtaavat digitaalisten palveluiden parissa tänä päivänä. Vastauksista ilmeni, että osa asiakkaista ei välttämättä uskalla aloittaa digitaalisten palveluiden käyttöä, vaikka heillä olisi jo tarvittavat laitteet ja sovellukset asennettuna. Myös nykypäivänä vaadittava vahva tunnistautuminen ja sitä kautta markkinoitu digitaalinen tunnuslukusovellus on yksi haasteista, joita asiakkaat kokevat digitaalisten palveluiden käytössä. Lisäksi myös laaja-alainen ja osittain sekava termistö luo haasteita asiakkaille, kuten alla olevista haastattelulainauksistakin ilmenee:

” Sekavat termit ja monimutkainen siirtymä tunnuslukutaulukosta uuteen. Niimet eivät helpottaneet hahmottamaan, mihin käytetään tunnuslukusovellusta ja milloin käytetään Mobilea.”

” ...Hieman haasteita aiheuttaa myös terminologia: verkkopankki, mobiili-pankki, sovellus, laite jne menivät helposti sekaisin.”

Tuloksista oli havaittavissa niin ikään se, että asiakkaiden keskuudessa haasteena koettiin lisäksi turvattomuutta digitaalisten palveluiden osalta sekä sovelluksien toimintavarmuudesta ja tämän vuoksi hakeuduttiin digiopastuksen pariin.

Vaikka varsinaiset digitaaliset palvelut toimisivatkin moitteetta ja asiakas osaisi niitä itsenäisesti käyttää, niin tuloksista on nähtävissä, että asiakkaat kohtaavat kuitenkin haasteita varsinaisten laitteiden käytössä ja tämä ilmenee myös alla olevista haastattelusitaateista:

” Vanhemmilla asiakkailla paljon näppäilyä kanssa ongelmia ja hitautta. Perus älylaitteiden toiminnallisuudet usealla hukassa.”

” Monelle älypuhelimien / tabletin käyttö on hankalaa. Vaikka pankin sovellukset ovat helppokäyttöisiä, vaatii itse laitteen käyttö taitoja.”

” Kännykän näytöt ovat pieniä, eli haasteita nähdä mitä kirjoittaa ja mitä siellä lukee. Tunnuslukulaitteen näppäimistö on hieman hankala...”

”...vaikeus käyttää omaa laitetta, tunnuslukulaite vaikea käyttöinen, ei kiinnostusta opetella uutta.”

4.4 Toiveita ja kehitysehdotuksia digiopastukseen

Asiakkaille toteutetun haastattelun lopussa kysyttiin asiakkaiden omia näkemyksiä ja toiveita digiopastuksesta jatkossa ja miten digiopastusta olisi asiakkaiden mielestä tarpeen kehittää. Vastauksista nousi esille toive digiopastuksen säännöllisyydestä sekä siitä, että jokaisessa opastustilaisuudessa keskityttäisiin yhteen asiaan kerrallaan, sillä liian monen laitteen tai sovelluksen käytön opettelu yhdellä kertaa koettiin mahdottomaksi kuten alla olevista haastattelusitaateista on todettavissa:

” Keskityttäisiin yhteen asiaan kerralla asioidessa, esim. tunnuslukusovellus, mobiilipankki.”

” Olisi säännöllistä ja myös kesäisin. Suuri puute kun ei järjestetä kesäisin, sillä jos tulee ongelma niin mistään ei saa apua.”

” Voisi olla säännölliset ajat, esim. kerran kuussa digitunti muutamassa kirjastossa.”

” Toive on, että digiopastusta järjestetään ympäri vuoden.”

Osa asiakkaista ei haastattelun lopuksi osannut tuoda ilmi mitään kehitysehdotuksia Nordean tarjoamaan digiopastukseen, vaan he olivat tyytyväisiä nykymalliin, jossa on mahdollisuus saada henkilökohtaista opastusta kädestä pitäen.

Vapaaehtoisille suunnatun kyselyn tuloksissa ilmeni, että panostuksen lisääminen markkinointiin ja näkyvyyteen sekä yhteistyön lisääminen muiden digiopastusta tarjoavien toimijoiden kanssa vaatisi parannusta. Myös digiopastustilaisuuksien kestoa ehdotettiin pidennettävän nykyisestä kolmesta tunnista, jolloin markkinointia ja näkyvyyttä parantamalla voisi olla mahdollisuus saada enemmän asiakkaita hyödyntämään tarjottuja digiopastustilaisuuksia. Seuraavista kyselylainauksista on havaittavissa niitä kehityskohteita, joita Nordean vapaaehtoisille digiopastajille suunnattu sähköinen kysely toi ilmi:

” Mainontaa enemmän, niin että mahdollisimman moni asiakas tietoinen digineuvonnan mahdollisuuksista.”

” yhteistyötä järjestöjen kanssa jotka järjestää vastaavaa palvelua. Kohderyhmän tavoittaminen ja mainonta oikeassa kanavissa myös auttaisi”

”...Lisäksi digiopastustapahtumien markkinointi tehokkaammaksi, esim paikallislehtiin ilmaismainontaa. Nämä asiakkaat eivät pörräile netissä tai käytä aktiivisesti Nordea.fi sivuja.”

”...Mielestäni nyt pitää panostaa lisää "digitaidottomien" asiakkaiden tavoittamiseen. He eivät välttämättä käy konttoreissa (tai käyvät vain harvaksen), eivätkä seuraa Nordean some-viestintää tai lue nordea.fi:n sivuja. Museon tapahtumassa huomasin, että suuri osa asiakkaista tuli paikalle aluelehdestä löytäneensä ilmoituksen perustella.”

Myös digiopastajien koulutus ja tietoisuuden lisääminen ennen varsinaisia digiopastustilaisuuksia koettiin selkeiksi kehityskohteiksi vapaaehtoisten digiopastajien keskuudessa kuten alla olevat kyselylainauksetkin osoittavat:

”Ajankohtaisimmat kysymykset / aiheet ja niihin vastaukset osaksi koulutusta / tukimateriaalia (ja nämä päivitetään, jotta ovat ajankohtaiset)...”

” Varmasti digiopastukseen osallistuvien osaamista voisi aina kehittää, jolloin jokaisella olisi laajempi osaaminen, joka saattaisi lyhentää yhden opastushetken pituutta.”

Digiopastajille suunnatun kyselyn vastauksissa oli havaittavissa myös, että varsinaisiin opastustilaisuuksiin toivottaisiin Nordean puolelta erilaisia laitteita ja ohjeistusta hyödynnettäväksi kuten alla olevista kyselylainauksista on nähtävissä:

” Meillä pitää olla opastus tilanteessa mukana tunnuslukulaitteita ja henkilö, joka pystyy aktivoimaan laiteen, jos asiakkaalla ei ole mukana tunnuslukukorttia näin saamme palvelun heti päälle asiakkaalle.”

” demo-versio mobiilipankista/tunnuslukusovelluksesta käyttöön opastustilanteeseen. tabletti opastustilanteeseen. pikakanava tunnuslukusovelluksen aktiivointikoodeille. monet pyysivät kirjallisia ohjeita "mitä painetaan sen jälkeen".”

” Kenties paikalla voisi olla myös jotakin pieniä esitteitä tarpeen tullen jos opastettavalla ei ole mukana tarvittavia välineitä, niin hän voisi sitten erillisen ohjeen perusteella yrittää itse.”

Kehitettävää koettiin myös siinä missä digiopastusta tarjotaan ja miten se voisi parhaiten tavoittaa juuri niitä henkilöitä, joille digiopastusta on suunniteltu tarjottavan. Myös digiopastajien asuihin ehdotettiin yhteneväisyyttä ja selkeyttä, joka osaltaan auttaisi tilaisuuksiin saapuvia asiakkaita hakeutumaan oikeiden tahojen luokse digiopastusta saamaan.

Haastatteluiden lopuksi asiakkailta kysyttiin vielä mahdollisia toiveita tai terveisiä Nordean suuntaan ja vastauksista nousi esille arvostus Nordean järjestämää digiopastusta kohtaan sekä myös toive siitä, että ikäihmiset huomioitaisiin myös jatkossa digitaalisten palveluiden kehityksessä kuten alla olevat haastattelulainaukset osoittavat:

” Hienoa, että tällaisia järjestetään, sillä kokoajan tulee kaikkea uutta niin ei sitä pysy mukana ilman opastusta.”

” Toive ihan yleisesti pankeille siitä, että ikäihmiset huomioitaisiin. Esimerkiksi miehen eno asuu syrjässä ja pakko oli vaihtaa pankkia, kun ei ollut konttoria lähellä ja asiointi vaikeutui. Ettei kaikki menisi ihan digitaalisuuden varaan.”

” Suuret kiitokset, digiopetus on erittäin tarpeellista!”

Sähköisen kyselyn lopuksi digiopastajilta kysyttiin aikomuksista ja halusta osallistua myös jatkossa Nordean järjestämiin digiopastuksiin, ja kuten alla olevasta kuvasta (Kuvio 5) käy ilmi, niin 83% digiopastajista on halukkaita toimimaan vapaaehtoisena digiopastajana Nordean järjestämässä digiopastustilaisuuksissa myös jatkossa.

●	Kyllä	83 %
●	En	4 %
●	En osaa sanoa	13 %



Kuvio 6: Aikomus osallistua digiopastukseen jatkossa

5 Johtopäätökset

Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyön tuloksista tehtyjä johtopäätöksiä opinnäytetyön kysymyksiin, tietoperustaan ja tulosten aihealueisiin peilaten. Johtopäätöksissä käydään läpi sitä, mihin digiopastusta tarvitaan, ja minkälaista neuvoa ja opastusta saatujen tulosten perusteella ihmiset kokevat tarvitsevansa. Tuloksiin pohjautuen tuodaan ilmi myös miten nykypäivänä järjestettyä digiopastusta voitaisiin kehittää, jotta se palvelisi mahdollisimman hyvin niin digiopastustilaisuuksissa käyviä ihmisiä, kuin digiopastusta tarjoavia tahoja. Johtopäätösten lopuksi käydään läpi opinnäytetyön tekijän omaa pohdintaa sekä opinnäytetyön eettisyyttä ja niitä kehitysideoita, joita tämä opinnäytetyöprosessi ja saadut tulokset ovat synnyttäneet, ja joiden avulla Nordean on mahdollista kehittää omaa digiopastusformaattiaan.

Opinnäytetyön ensimmäisenä kehittämistä ohjaavana kysymyksenä oli tarve digiopastukselle. Saatuihin tuloksiin pohjautuen voidaan todeta, että digitukea ja -opastusta tarvitaan, jotta asiakkaat pystyvät hoitamaan asiointiaan itsenäisesti ja luottaen siihen, että saadun opastuksen ja tuen avulla heillä on mahdollisuus toimia yhteiskunnan täysivaltaisina kansalaisina omia asioitaan hoitaen. Vaikka digitaalisten laitteiden ja palveluiden käyttö jatkaa yhä kasvuaan, niin silti on olemassa paljon ihmisiä, jotka oikeanlaisella digituella ja -opastuksella kokevat pystyvänsä oppimaan uutta ja ovat kykeneväisiä digitaalisia laitteita ja palveluita käyttämään. Säännöllinen, selkeään termistöön ja eri tahojen yhteistyöhön pohjautuva digiopastus mahdollistaa sen, että yhdenvertaisuus toteutuu sähköisessä asiointissa ja sähköisten palveluiden tarjonnassa. Palvelun tarjoajien, kuten pankkien, on kyettävä tarjoamaan yhtäläiset palvelumahdollisuudet kaikki asiakasryhmät huomioiden, jotta perusoikeuksien toteutuminen tapahtuu myös perustuslain edellyttämällä tavalla (Suomen perustuslaki 11.6.1999/731).

Toinen opinnäytetyön kehittämistä ohjaava kysymys oli se, minkälaista neuvoa ja opastusta tarvitaan. Tuloksista käy ilmi, että digiopastustilaisuuksissa käyvät asiakkaat kokevat tarvitsevansa eniten tukea ja opastusta digitaalisten laitteiden sekä palveluiden varsinaisessa käytössä. Kuten Lehti & Rossi teoksessaan toivat ilmi, digitalisaation varsinainen arvo syntyy vasta silloin, kun digitaaliset laitteet ja palvelut ovat käyttäjäystävällisiä ja niitä pystytään käyttämään monipuolisesti (Lehti & Rossi 2017, 95). Vaikka opinnäytetyössä saatujen tulosten valossa 75% vastaajista kertoo käyttävänsä digitaalisia palveluita viikoittain, niin kuitenkin 25% vastaajista kertoi käyttävänsä digitaalisia palveluita vain kuukausittain. Eli jopa neljäsosalle digiopastustilaisuuksissa käyneistä asiakkaista digitaalisten palveluiden käyttö on hyvin vähäistä ja osaltaan se johtaa suurempaan digituen ja -opastuksen tarpeeseen. Myös Valtiovarainministeriön AUTA-hankkeen loppuraportissa todetaan Suomessa olevan yhä paljon ihmisiä, jotka eivät koe digitaalista asiointia kovin luontevaksi, vaan he haluaisivat hoitaa asiointinsa paikanpäällä palvelutiskeillä tai vaihtoehtoisesti puhelimitse (Valtiovarainministeriö 2017, 4-5).

Digitalisoituvassa maailmassa tietoteknisten taitojen ja erilaisten sähköisten palveluiden sekä mobiililaitteiden käytön osaamisen tulee olla riittävällä tasolla, jotta ihminen voi kokea olla kykeneväinen hoitamaan asioitaan itsenäisesti (Röyskö 2016, 8). Opinnäytetyössä tehtyjen tutkimustulosten mukaan osa asiakkaista kokee haasteita digitaalisten laitteiden käytön kanssa ja sen vuoksi varsinaisten digitaalisten palveluiden hyödyntäminenkin koetaan hieman pakkopullana. Gerdt & Eskelinen toteavat teoksessaan, että mikäli asiakkaan näkökulmasta asiointi käy liian hankalaksi niin vaikuttaa se suoraan myös asiakasuskollisuuteen ja sen vähenemiseen (Gerdt & Eskelinen 2018, 58-59).

Tehtyjen tutkimustulosten perusteella Nordean digiopastustilaisuuksissa käyneillä asiakkailla on kuitenkin halua pystyä hoitamaan asiointiaan itsenäisesti ja sen vuoksi he kokevat digiopastuksen tärkeäksi keinoksi lisätä osaamista ja ymmärrystä digitaalisten laitteiden ja palveluiden käytössä. Sama tulos on havaittavissa myös Valtiovarainministeriön AUTA-hankkeen loppuraportissa, jossa todetaan, että suurin osa ihmisestä haluaa oppia hyödyntämään ja käyttämään digitaalisia laitteita ja palveluita (Valtiovarainministeriö 2017, 5-6). Näiden tulosten perusteella voidaan todeta, että myös rahoitusallalla toimijoiden on ehdottomasti huolehdittava siitä, että ihmiset eivät ajaudu syrjäytetyksi eivätkä koe eriarvoisuutta digitaalisen kehityksen myötä, vaan heille on kyettävä järjestämään tukea ja opastusta digitaalisten laitteiden ja palveluiden käyttöön.

Eli kysyttäessä minkälaista neuvoa ja digiopastusta asiakkaat tarvitsevat, niin tässä opinnäytetyössä saatuihin tuloksiin perustuen voidaan todeta, että asiakkaat kokevat tarvitsevansa nimenomaan henkilökohtaista tukea ja opastusta digitaalisten laitteiden ja palveluiden käytön parissa. Huomionarvoista on se, että digiopastustilaisuuksissa käyneistä asiakkaista ainoastaan yksi kertoi käyttävänsä älypuhelinta hoitaessaan asioitaan digitaalisia palveluita hyödyntäen, kun loput haastateltavista kertoivat käyttävänsä joko verkkopankkia tai tablettia hoitaessaan asioita digitaalisia palveluita hyödyntäen. Kuten Nordean vuonna 2018 teettämän tutkimuksen tuloksistakin ilmenee, niin ikäihmisten kohdalla ei välttämättä koeta tarvetta uusien digitaalisten palveluiden käyttöönotolle, sillä osa asiakkaista on jo hyvin tottuneita verkkopankin käyttäjiä eikä tällöin tarve jatkuvasti kehittyvien mobiilipalveluiden pariin ole kovin suuri. Näin ollen uuden opettelu ei toisi riittävästi lisäarvoa asiakkaalle, joka on jo tottunut hyödyntämään digitaalisia palveluita verkkopankin avulla. (Nordea 2018, 3.) Eli haluttaessa luoda asiakkaalle arvoa ja hyötyjä digitaalisten laitteiden ja palveluiden käytöstä sekä käytön opettelusta, niin tulee heille pystyä järjestämään riittävää henkilökohtaista opastusta digitaalisten laitteiden ja palveluiden käyttöön.

Opinnäytetyön kolmannessa kehittämistä ohjaavassa kysymyksessä kysyttiin sitä, kuinka digiopastusta olisi mahdollisuus kehittää. Viestintä sekä informointi digiopastuksen saatavuudesta on merkittävässä roolissa, ja onkin ensiarvoisen tärkeää, että digituen saamisen mah-

dollisuuksista kyetään viestimään ja informoidaan mahdollisimman selkeästi ja laajasti esimerkiksi paikallislehtiä ja -radioita sekä erilaisia verkostoja hyödyntäen (Valtiovarainministeriö 2017, 41). Viestintä, informointi sekä markkinointi nähtiin myös selkeinä kehityskohteina niin Nordean digiopastustilaisuuksissa käyneiden asiakkaiden kuin digiopastusta tarjoavien vapaaehtoisten työntekijöiden keskuudessa. Saaduista tuloksista ilmeni, että ainoastaan ne asiakkaat jotka olivat saaneet etukäteen tiedon järjestettävistä digiopastustilaisuuksista, olivat myös niitä, jotka tilaisuuksiin saapuivat. Joten, vaikka digiopastustilaisuuksia järjestetään julkisissa paikoissa kuten kirjastoissa, niin siitä huolimatta näkyvyys ja informointi paikanpäällä ei riitä houkuttelemaan asiakkaita digiopastustilaisuuksiin tukea ja neuvoa hakemaan.

Digiopastustilaisuuksien aikana oli myös havaittavissa, että samanaikaisesti järjestetty opastustilaisuus toisen toimijan taholta keräsi enemmän asiakkaita luokseen, kuin Nordean järjestämä tilaisuus. Saatujen tulosten pohjalta tämän voidaan sanoa johtuneen siitä, että asiakkaiden keskuudessa Nordean järjestämät digiopastustilaisuudet koetaan vahvasti Nordean omia digitaalisia palveluita tukevaksi opastukseksi, kun samanaikaisesti toisen järjestäjän tilaisuus on suunnattu enemmän yleiseen digitaalisten laitteiden ja palveluiden tukeen. On kuitenkin huomioitava, että Nordean digiopastustilaisuudet perustuvat pääosin siihen, että asiakkaita opastetaan digitaalisten pankkipalveluiden käytössä ja näin ollen asiakkaat eivät hakeudu Nordean järjestämään digiopastukseen muiden digitaalisten palveluiden osalta. Tänä päivänä järjestetyissä Nordean digiopastustilaisuuksissa asiakkaan oma pankkisuhde ei ole kuitenkaan merkityksellinen, sillä pankit ovat niitä tahoja, jotka osaltaan kantavat yhteiskunnallista vastuuta tunnistautumisvälineistä ja niiden käytöstä digitaalisten palveluiden parissa.

Jotta tieto mahdollisuudesta osallistua digiopastustilaisuuksiin tavoittaa asiakkaat, niin aivan kuten Valtiovarainministeriön AUTA-hankkeen loppuraportistakin ilmenee, asiakashyödyt huomioon ottaen olisi ensiarvoisen tärkeää kyetä arvioimaan se, että tavoittaako ja kohtaako tarjolla oleva digiopastus juuri ne ihmiset, jotka tukea ja opastusta tarvitsevat (Valtiovarainministeriö 2017, 45-46). Yksi keino, joka nousi esille myös opinnäytetyön tutkimustuloksissa, on tehostaa viestintää ja tehdä yhteistyötä eri alueen virastojen, kirjastojen, yhdistyksien sekä muiden toimijoiden kanssa. (Valtiovarainministeriö 2017, 41.)

Opinnäytetyössä saadut tulokset osoittivat sen, että asiakkaiden keskuudessa osa digitaalisista palveluista koetaan monimutkaisina ja liian monivaiheisina ja osaltaan jopa epäyhtenäinen ja jopa epälooginen sanasto hankaloittaa asioiden ymmärtämistä. saavutettavuuden ja kokonaisvaltaisemman käsityksen kasvattamiseksi siitä digituesta ja opastuksesta, jota eri toimijat tarjoavat, olisi ensiarvoisen tärkeää pyrkiä luomaan myös looginen ja yhtenäinen sanasto ja käsitteet, jotta mahdollistetaan yhdenvertainen mahdollisuus jokaiselle tarjolla olevan digi-tuen löytymiseen ja riittävän avun saamiseen. Mahdollisimman yhtenäinen ja looginen sanasto

mahdollistaa huomattavasti selkeämmän sekä yhtenäisemmän asiakasviestinnän eri toimijoiden välillä ja tällä tavoin myös parannetaan ja helpotetaan digitukea tarjoavien tahojen keskinäistä kommunikaatiota (Valtiovarainministeriö 2017, 4).

Vaikka asiakkaiden keskuudessa ollaan tyytyväisiä järjestettyyn digiopastukseen, niin järjestäjän taholta olisi hyvä miettiä sitä, tietävätkö asiakkaat muita mahdollisuuksia digiopastukseen olevan tarjolla? Ja miten huomioidaan ne asiakkaat, jotka eivät käy järjestetyissä digiopastustilaisuuksissa? Ovatko he ylipäättään lainkaan tietoisia mahdollisuudesta saada digiopastusta ja tukea digitaalisten palveluiden ja laitteiden käytössä? Opinnäytetyön tuloksien mukaan digiopastustilaisuuksissa käyvät asiakkaat toivovat säännöllisyyttä digiopastustilaisuuksiin, mutta samalla myös sitä, että yhdellä opastuskerralla ei käytäisi läpi liian suuria asiakokonaisuuksia, vaan keskityttäisiin aina yhteen ongelmakohtaan per digiopastuskerta. Tällä tavoin olisi helpompi oppia uutta, eikä asioita tulisi liikaa kerralla opeteltavaksi.

Valtiovarainministeriön AUTA-hankkeen loppuraportista käy ilmi, että on tärkeää huomioida se kenelle digiopastusta milloinkin tarjotaan ja millä tavoin, sillä eri ryhmien edustajilla on erilaiset valmiudet ja kyvyt vastaanottaa digiopastusta molempia osapuolia hyödyttävällä tavalla. Osalle ihmisistä voi hyvinkin riittää esimerkiksi videoyhteyden avulla järjestetty digiopastus tai jopa automatisoinnin ja robotiikan avulla järjestetty tuki, kun taas osa tarvitsee huomattavasti vaativampaa vertaistukea ja jopa sitä, että digiopastus tapahtuu asiakkaan kotona erilaisista syistä riippuen. (Valtiovarainministeriö 2017, 13-14.)

Vapaaehtoisten digiopastajien omat henkilökohtaiset motivaatiotekijät ovat myös keskeisessä roolissa vapaaehtoistoiminnassa ja sen kehittämisessä, sillä ilman vapaaehtoisten omaa motivaatiota koko vapaaehtoistoiminnan toteutuminen ja jatkuvuus olisivat vaakalaudalla (Yeung 2005, 83). Opinnäytetyön tuloksista voitiin selkeästi havaita, että vapaaehtoisten digiopastajien omat sisäiset motivaatiotekijät, kuten auttamisen halu ja ylpeys omasta työstä, ovat niitä motivaatiotekijöitä, jotka saavat nordealaiset osallistumaan Nordean järjestämiin digiopastustilaisuuksiin. Nordealaisten keskuudessa digiopastus koetaan myös yhteiskunnallisesti tärkeäksi aiheeksi ja sen vuoksi ollaan valmiita osallistumaan ja auttamaan.

Kaikki vapaaehtoiset digiopastajat eivät kuitenkaan välttämättä osallistu opastustilaisuuksiin sisäisten motivaatiotekijöiden ohjaamana, sillä tuloksista oli havaittavissa, että osa digiopastajista haluaa vaihtelua päivittäisiin työtehtäviin ja osa osallistuu opastustilaisuuksiin uteliaisuuttaan. Tällöin ulkoiset motivaatiotekijät ovat niitä, jotka saavat ihmiset osallistumaan vapaaehtoistoimintaan omien henkilökohtaisten sisäisten motivaatiotekijöiden sijaan. Ulkoisten motivaatiotekijöiden tunnistaminen ei ole kuitenkaan helppoa eikä ihmiset itsekään ole aina välttämättä lainkaan tietoisia omista motiiveistaan (Laimio & Välimäki 2011, 22). Vapaaehtoistoimijoille tulisikin pyrkiä antamaan riittävästi palautetta ja kannustusta, jotta varmistu-

taan siitä, että vapaaehtoiset digiopastajat kokevat antamansa panoksen tärkeäksi sekä merkitykselliseksi niin itselleen kuin järjestävälle taholle (Laimio & Välimäki 2011, 22). Tämä sama toive palautteesta ja kannustuksesta nousi esille myös opinnäytetyön tutkimustuloksista digiopastajien keskuudessa. Digiopastustilaisuuksien kehittämisenäkökulmasta pystytään vaikuttamaan toiminnan jatkuvuuteen pitämällä huoli siitä, että opastajat saavat riittävästi palautetta ja kokevat sitä kautta antamansa työpanoksen merkitykselliseksi.

Eli kysyttäessä kuinka kehittää tänä päivänä tarjottua digiopastusta, niin tämän opinnäytetyön tuloksien pohjalta digiopastuksen näkyvyys ja informointi siitä, milloin ja missä digiopastusta on saatavilla, on ensiarvoisen tärkeää. Tulisi myös pohtia yhteistyössä muiden digiopastusta tarjoavien tahojen kanssa sitä, mitkä ovat niitä kanavia ja tapoja, joilla tavoittaa niitä ihmisiä, jotka digiopastusta tarvitsevat. Opinnäytetyössä saatujen tulosten perusteella on selvää, että iäkkäille suunnattua digiopastusta ei välttämättä ole saatavuuden näkökulmasta järkevää mainostaa pääasiallisesti digitaalisissa kanavissa, sillä iäkkäät eivät välttämättä kyseisiä kanavia käytä lainkaan, eivätkä näin ollen saa tietoonsa mahdollisuuksia osallistua digiopastustilaisuuksiin. Selkeyden ja tavoitettavuuden vuoksi tietoa digituesta ja sen saamisen mahdollisuudesta tulisi koota yhtenäisemmäksi kokonaisuudeksi, jonka jälkeen saatavuutta palveluiden tasapuolisuudesta olisi helpompi seurata ja mitata jatkossa. Asiakshyödyt huomioon ottaen olisi myös tärkeää kyetä arvioimaan se, tavoittaako tarjolla oleva digiopastus juuri ne ihmiset, jotka tukea ja opastusta tarvitsevat (Valtiovarainministeriö 2017, 45-46). Yhtenä digiopastuksen selkeänä kehityskohteenä asiakkaiden keskuudessa nähdään myös se, että opastusta ja tukea tulisi olla saatavilla säännöllisesti ja riittävän usein, jotta omat digitaidot eikä aiemmin saatu digituki ja -opastus pääse unohtumaan järjestettyjen tilaisuuksien välisenä aikana.

Myös digiopastukseen osallistuvien vapaaehtoisten omien motivaatiotekijöiden huomioiminen ja ymmärtäminen ovat niitä keinoja, joiden avulla digiopastusta pystytään kehittämään siten, että se koetaan vastuulliseksi ja tärkeäksi myös digiopastajien näkökulmasta. Ilman vapaaehtoisten omaa motivaatiota ja halua koko vapaaehtoistoiminnan toteutuminen ja jatkuvuus joutuisivat koetukselle. Toimivan vapaaehtoistoiminnan vaatimus ja vahvuus on nimenomaan koko toiminnan vapaaehtoisuus, vapaa-muotoisuus sekä riippumattomuus (Yeung 2005, 83).

5.1 Pohdinta

Tämä opinnäytetyö ja koko sen vaatima prosessi osoittautui opinnäytetyön tekijälle erittäin opettavaiseksi. Työ onnistui avaamaan uusia näkökulmia liittyen opinnäytetyön tekijän omaan työhön ja työtehtäviin Nordeassa. Asetetut tavoitteet niin opinnäytetyön, kuin oman oppimisenkin osalta saavutettiin. Lopputulos oli kaikenkaikkiaan hyvä, ja niin opinnäytetyön tarkoitus, kuin tavoitekin tuli täytetyksi. Toimeksiantajan osalta oltiin myös tyytyväisiä opinnäytetyöstä saatuun tietoon, sekä ideoihin siitä, kuinka tänä päivänä järjestettyä digiopastusta voidaan kehittää. Opinnäytetyön tulokset vahvistivat jo ennestään esillä ollutta käsitystä siitä,

että digiopastus ja sen kehittäminen vaatii jatkuvaa seuranta ja aktiivisuutta, jotta järjestettyjen digiopastustilaisuuksien avulla voidaan palvella mahdollisimman hyvin molempia digiopastuksen osapuolia.

Opinnäytetyöstä saatujen tulosten perusteella voidaan todeta, että nykypäivänä digituki ja -opastus on äärimmäisen tärkeää ja yhteiskuntavastuullista toimintaa. Suomessa Väestökisterikeskus on valtion nimeämä virallinen taho, jolla on päävastuu tukea Suomen kansalaisia digitaalisten laitteiden sekä digitaalisten palveluiden käytössä. Muut tahot, kuten pankit, tukevat osaltaan Väestökisterikeskusta, ja tarjoavat asiakkailleen digitukea ja -opastusta pääosin omien markkinaosuuksiensa verran.

Jokaisen digitaalisia laitteita ja palveluita kehittävän organisaation tulisi huomioida annetun tuen laatu ja mahdollisuus digitaalisten laitteiden sekä palveluiden käyttöön. Digitaalisten laitteiden sekä palveluiden hyöty voidaan nähdä vasta sitten, kun ihmiset niitä tottuneesti käyttävät. Omien palveluiden digitalisointi ei kannata ainoastaan digitalisoimisen takia, vaan siitä tulisi hyötyä palvelun molempien osapuolien.

Opinnäytetyössä tehtyä tutkimusta olisi voinut jatkaa pidemmälle esimerkiksi siten, että asiakailta olisi tiedusteltu mahdollisuutta uuteen yhteydenottoon ja haastatteluun opinnäytetyön tiimoilta myöhemmin. Tällä tavoin asiakkaita olisi voitu haastatella uudelleen ja sitä kautta selvittää aiemmin saadun digiopastuksen toimivuutta ja hyödyllisyyttä asiakkaiden kohdalla. Näin ollen olisi saatu tietoa siitä mihin asiakas digiopastusta tarvitsi aiemmin ja vastasiko saatu digiopastus todellisuudessa niihin tarpeisiin ja haasteisiin, joita asiakas kohtasi ennen digiopastusta saadessaan. Näin ollen olisi myös saatu lisätietoa ja mahdollisuuksia kehittää tänä päivänä tarjottua digiopastusta saatua tutkimustietoa hyödyntäen.

5.2 Luotettavuuden arviointi

Tutkimuksissa tutkimuksen luotettavuus eli tutkimusetiikan huomioiminen on tutkijoiden vastuulla, vaikka he toimisivatkin yhteisten eettisten periaatteiden ja tavoitteiden mukaisesti. Tutkimusetiikka huomioiden luodaan vilpitöntä, läpinäkyvää, kriittistä sekä kaikille avointa tutkimuskäytäntöä. Tieteen yleisenä eettisenä arvona pidetään pyrkimystä riippumattomuuteen ja itsenäisyyteen. (Kuula 2006, 23-27.) Tämän opinnäytetyön aihevalinta pohjautui opinnäytetyöntekijän omaan mielenkiintoon tutustua ja tutkia Nordean tarjoamaa digiopastusta sekä mahdollisuuksia digiopastuksen kehittämiseen.

Arvioidessa tutkimuksen eettisyyttä on tutkittavien suojalla merkittävä painoarvo. Ensisijaisesti tämä tarkoittaa, että tutkittavat henkilöt ovat tietoisia tutkimuksen tavoitteista ja siinä käytettävistä menetelmistä. (Kuula 2006, 62.) Tässä tehdyssä tutkimuksessa jokaiselle osallistujalle kerrottiin etukäteen tutkimuksen aihe, tarkoitus ja tavoitteet ja tällä tavoin haluttiin varmistaa se, että tutkimukseen osallistujat ovat tietoisia mistä tutkimuksessa on kyse.

Eskola & Suoranta toteavat teoksessaan, että silloin, kun tutkimustulokset eivät sisällä ristiriitaisuuksia, voidaan tutkimuksen sanoa olevan luotettava. Tällöin esimerkiksi eri ajankohtina järjestetyt haastattelut varmistavat kyseessä olevan pysyvä ilmiö, että kyseessä on pysyvä ilmiö. (Eskola & Suoranta 2001, 213) Tässä opinnäytetyön tiedonkeruuvaiheessa saaduista vastauksista oli havaittavissa toistuvaa samankaltaisuutta ja myös asiakkaiden keskuudessa oli havaittavissa samanlaisia syitä ja tarpeita digituelle ja -opastukselle. Vastauksissa ei ilmennyt poikkeavuuksia, joka osaltaan vahvistaa käsityksen, että tehty tutkielma ei pidä sisällään ristiriitaisuuksia. Asiakashaastatteluita tehtiin neljänä eri päivänä ja täten asiakkaiden sattumanvaraisuudella ja hajonnalla voidaan vahvistaa ilmiön pysyvyyttä sekä tarpeellisuutta henkilökohtaiselle digituelle ja -opastukselle.

5.3 Kehitysehdotukset Nordealle

Seuraavassa on esitelty kehitysehdotuksia, joiden avulla tänä päivänä tarjottua digiopastusta olisi mahdollisuus kehittää ja opastuksen saavutettavuutta asiakkaiden keskuudessa parantaa. Ideat on koottu opinnäytetyöntekijän omien kokemusten sekä opinnäytetyöstä saadun tutkimustiedon perusteella.

Markkinointi ja yhteistyö

Tutkimustuloksista käy ilmi, että tänä päivänä järjestetyissä digiopastustilaisuuksissa käy ainoastaan niitä asiakkaita, jotka ovat opastustilaisuudesta saaneet tiedon etukäteen. Saatujen vastauksien perusteella Nordean tulisi parantaa, sekä eritoten pyrkiä kohdentamaan, markkinointiaan nykyistä paremmin esimerkiksi paikallislehtiä ja iäkkäiden parissa töitä tekeviä tahoja hyödyntäen. Näitä tahoja ovat muun muassa kaupungit ja kunnat, joilla on iäkkäille suunnattuja palvelukeskuksia. Tämänkaltaiset palvelukeskukset ovat alueen ikäihmisten kohtaamispaikkoja, joissa on mahdollisuus ruokailla, viettää aikaa, harrastaa sekä osallistua erilaisiin tapahtumiin. Usein myös lukuisat eläkeläis- ja seniorijärjestöt järjestävät toimintaa näissä palvelukeskuksissa. Tällä tavoin suuntaamalla markkinointia niihin järjestöihin ja toimijoihin, jotka tavoittavat päivittäin iäkkäitä, Nordealla olisi mahdollisuus tavoittaa ja lisätä tietoisuutta digituesta ja -opastuksesta iäkkäiden keskuudessa.

Olisi myös hyvä miettiä mahdollisuutta ja keinoja kohdentaa markkinointia esimerkiksi postitse suoraan kotiin halutuille kohderyhmille, kuten kaikille yli 65-vuotiaille Nordean asiakkaille. Tällä tavoin informaatio digiopastuksesta, ja mahdollisuudesta saada tukea, tavoitaisi paremmin myös ne ikäihmiset, jotka viihtyvät kotonaan ja käyttävät digitaalisia laitteita ja palveluita harvakseltaan.

Eli pyrkimällä yhteistyöhön esimerkiksi kaupunkien ja kuntien palvelukeskuksien kanssa, sekä postittamalla ikäihmisille tietoa digiopastuksesta ja mahdollisuudesta saada tukea, markkinointi ja tietoisuus digituesta ja -opastuksesta kohdistuisi paremmin juuri niille asiakkaille,

joille digiopastus on alun perin ajateltu suunnattavan, ja niille asiakkaille, jotka opastuksesta parhaiten hyötyvät. On selvä, että digiopastustilaisuuksien markkinointi esimerkiksi digitaalisissa kanavissa ei tavoita kaikkia digiopastusta tarvitsevia asiakkaita, sillä kuten opinnäytetyön tuloksetkin osoittavat, niin osa opastustilaisuuksiin saapuvista ihmisistä käyttää digitaalisia palveluita harvakseltaan, eivätkä he näin ollen saa tietoonsa mahdollisuutta saada digitukea ja -opastusta.

Markkinoinnin lisäksi olisi hyvä suunnitella yhteistyötä kirjastojen lisäksi mainittujen palvelukeskusten kanssa, joissa voisi olla mahdollista järjestää iäkkäille suunnattuja digiopastustilaisuuksia muun palvelukeskuksissa tapahtuvan toiminnan ohessa. Samalla palvelukeskusten henkilökuntaa voisi olla mahdollista kouluttaa ja ottaa heitä mukaan opastustilaisuuksiin antamaan tukea ja opastusta asiakkaille. Tällä tavoin digitukea ja -opastusta pystyttäisiin suuntaamaan juuri niille asiakkaille, jotka opastusta tarvitsevat ja jonka vuoksi Nordea digiopastustilaisuuksia järjestää.

Näkyvyys, materiaalit ja termistö

Digiopastustilaisuuksia järjestettäessä on tärkeää huomioida riittävä näkyvyys myös paikalla, jotta ihmiset huomaavat digiopastusta olevan saatavilla ja löytävät helpommin myös varsinaiseen opastuspisteeseen. Opinnäytetyön tutkimustuloksista ilmeni, että esimerkiksi kirjastoissa järjestetyt digiopastustilaisuudet eivät ole näkyvyydeltään riittäviä, jotta asiakkaat digiopastustilaisuuksiin löytäisivät. Tutkimustuloksiin pohjautuen esimerkiksi selkeät ja erotuvat digiopastuspisteet, sekä yhtenäisempi asustus digiopastajille, auttaisivat asiakkaita löytämään helpommin perille ilman, että heidän täytyy erikseen varsinaista digiopastustoimipistettä etsiä ja sen sijaintia selvittää esimerkiksi kirjaston henkilökunnan kanssa. Tällä tavoin olemalla näkyvästi esillä, saatetaan tavoittaa myös niitä satunnaisia asiakkaita, jotka eivät ole olleet etukäteen tietoisia järjestetystä digiopastustilaisuudesta.

Varsinaisiin digiopastustilaisuuksiin olisi hyvä luoda asiakkaille jaettavaa materiaalia ja ohjeistusta, jota digiopastajat voisivat jakaa asiakkaille annetun digiopastuksen jälkeen. Tällä tavoin, selkeän oppaan ja kirjallisen ohjeistuksen avulla, asiakkaan olisi mahdollista opetella ja jatkaa digitaalisten palveluiden peruskäyttöä kotonaan ilman erillistä digiopastusta, tai vaihtoehtoisesti esimerkiksi yhdessä läheistensä kanssa.

Myös digiopastusta tarvitsevien asiakkaiden omaisille ja lähipiirille olisi hyvä luoda selkeitä oppaita ja ohjeistusta siitä, mitä digiopastus on, ja miten he läheisinä voivat tukea ja opastaa digitaalisten laitteiden ja palveluiden käytössä. Tämänkaltaisen materiaali voisi olla saatavissa joko suoraan konttoreista tai tulostettuna Nordean verkkosivuilta.

Digitaalisten laitteiden ja -palveluiden tuen epävirallisempi muoto on ystävien ja omaisten antama tuki ja tämä olisi myös tärkeää huomioida digitukea ja -opastusta mietittäessä. Esimerkiksi kokoamalla tukimateriaaleja, koulutuslustoja, hyviä käytäntöjä ja ohjeistuksia sekä digituen tuottajien tietoja niin, että ne ovat kaikkien käytettävissä, voivat myös ystävät ja omaiset, jotka antavat tukea, hyödyntää tietoa ja materiaalia sekä löytää tarvittaessa sopivinta tukea läheisilleen ja ystävilleen (Valtiovarainministeriö 2017, 21).

Koulutus ja palaute

Kuten opinnäytetyön teoriaosuusistakin ilmenee, niin vapaaehtoistoiminnassa jatkuva palautteen ja kiitoksen anto, on olennainen osa jatkuvaa ja onnistunutta vapaaehtoistoimintaa. Tutkimustuloksista oli selkeästi nähtävissä, että vapaaehtoisten digiopastajien keskuudessa toivottiin saavan nykyistä enemmän palautetta ja kiitosta vapaaehtoisesta osallistumisesta järjestettyihin digiopastustilaisuuksiin. Yhtenä kehitysehdotuksena voisi olla annetun palautteen ja kiitosten saamisen näkyväksi tekeminen esimerkiksi Nordean sisäisillä internetsivuilla. Tällä tavoin palaute ja kiitokset tavoittaisivat myös muita nordealaisia ja sitä kautta myös heidän kiinnostustaan vapaaehtoistoimintaa kohtaan olisi mahdollisuus lisätä. Esimerkiksi henkilöhaastatteluiden tekeminen vapaaehtoisista digiopastajista ja heidän kokemuksistaan varsinaisesta digiopastuksesta olisi yksi mahdollisuus, jonka kautta voisi osoittaa kiitosta sekä lisätä tietoisuutta Nordean järjestämistä digiopastustilaisuuksista myös muiden nordealaisten keskuudessa.

Vapaaehtoisten digiopastajien koulutus ennen varsinaista digiopastustilaisuutta on tärkeää, sillä vapaaehtoiset eivät välttämättä aina tiedä, mitä digiopastus on, mitä se vaatii ja kuinka digiopastustilaisuuksissa käyviä iäkkäitä asiakkaita kohdataan. Koulustilaisuudet olisi hyvä jakaa esimerkiksi kahteen eri tilaisuuteen, joissa ensimmäisessä käytyä läpi yleisiä käytänteitä digiopastuksesta sekä sen vaatimuksista ja mahdollisuuksista. Vapaaehtoisten digiopastajien kanssa olisi hyvä käydä läpi myös sitä, miten kohdata digiopastustilaisuuksissa käyviä iäkkäitä asiakkaita, ja miten huomioida esimerkiksi heidän mahdolliset kognitiiviset vaikeudet ja muut rajoitteet, kuten muisti-, oppimis- ja näkövaikeudet. Tämänkaltaisten asioiden huomioiminen ja tietoisuuden lisääminen vapaaehtoisten digiopastajien keskuudessa mahdollistaisi nykyistä paremmin tasalaatuisen ja molempia osapuolia hyödyttävän digiopastuksen.

Toinen koulutussessio voisi pitää sisällään sitten enemmän Nordean omiin digitaalisiin laitteisiin ja palveluihin kohdistuvaa koulutusta, jossa laitteiden ja palveluiden asennuksia ja käyttöä käytyä läpi yksityiskohtaisemmin. Samalla pystyttäisiin painottamaan yhtenäisen terminologian käyttöä sekä sen tärkeyttä, sillä digiopastustilaisuuksissa käyvien asiakkaiden keskuudessa osaltaan myös sekava terminologia aiheuttaa hankaluuksia digitaalisten palveluiden käytössä.

5.4 Jatkokehitysideat

Tutkittaessa vapaaehtoisuuteen perustuvaa digitukea ja -opastusta, olisi tulevaisuudessa hyvä keskittyä aiempaa enemmän digiopastustilaisuuksissa käyvien asiakkaiden asiakaskokemusten keräämiseen ja kehittämiseen. Se miten asiakkaat kokevat tarjotun digituen ja -opastuksen, on tärkeää, sillä niiden kokemusten avulla vaikutetaan myös motivaatioon oppia ja opetella käyttämään jatkuvasti kehittyviä digitaalisia laitteita ja palveluita.

Yksi jatkotutkimuksien painopiste voisi olla myös markkinointi ja sen vaikuttavuus. Varsinkin iäkkäille suunnatuissa digiopastustilaisuuksissa markkinoinnilla sekä valituilla markkinointikanavilla, on valtava merkitys sille, että markkinointi tavoittaa oikeat asiakkaat oikeissa markkinointikanavissa. Tällä tavoin tutkimalla ja markkinointia kehittämällä voisi olla mahdollisuus tavoittaa iäkkäitä, digiopastusta tarvitsevia asiakkaita, nykyistä paremmin.

Lähteet

Painetut

Alasuutari, P. 2007. Laadullinen tutkimus. 3. uudistettu painos. Vaajakoski: Gummerus.

Eskola, A. & Kurki, L. 2001. Vapaaehtoistyön auttamisena ja oppimisena. Tampere: Vastapaino.

Eskola, J & Suoranta, J. 2008. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus.

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus. Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo Oy.

Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018. Digiajan asiakaskokemus. Oppia kansainvälisiltä huipuilta. Helsinki: Alma Talent Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. & Sinivuori, E. 2010. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2015. Tutkimushaastattelu, teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki, Gaudeamus.

Hämäläinen, V., Maula, H. & Suominen, K. 2016. Digiajan strategia. Helsinki: ALMA

Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2016. Digitalisaatio - Yritysjohdon käsikirja. Helsinki: Talentum.

Kontkanen, E. 2016. Pankkitoiminnan käsikirja. 4. uud. p. Helsinki: Finanssi ja vakuutuskeskus Finva.

Kuula, Arja 2006. Tutkimusetiikka aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Osuus-kunta Vastapaino.

Kuuluvainen, S 2015. Vapaaehtoistyön johtaminen. Vantaa: Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry.

Lehti, M & Rossi, M. 2017. Digitaalinen Suomi 2017. Vantaa: ERWEKO OY.

Lehto, M. & Neittaanmäki, P. 2016. Digitalisaatio muuttaa yhteiskunnan ja yksilöiden tapaa toimia. Helsinki: Tiedepolitiikka 1/2016.

Löytänä, J & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum Media Oyj

Marjakangas, S. 2019. Resurf-hanke. Luotsaamassa ikäihmisiä nettiin. Hankeraportti 8 / 2019. Reumaliitto 2019.

Martela, F & Jarenko, K. 2014. Sisäinen Motivaatio. Tulevaisuuden työssä tuottavuus ja innostus kohtaavat. Helsinki.

Musick, M.A. & Wilson, John 2008. Volunteers A Social Profile. Yhdysvallat Bloomington: Indiana University Press.

Nordea 2018. Ikäihmiset ja digitaalisuus. Kvalitatiivinen syvähaastattelututkimus. Customer Behavioral Insights (CBI).

Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. 2005. Haastattelu: Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Jyväskylä: Gummerus.

Taanila, A. 2007. Laadullisen aineiston analyysi. Kansanterveystieteen ja yleislääketieteen laitos. Oulun yliopisto.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2013. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.

Valtiovarainministeriö 2017. Digituen toimintamalliehdotus. AUTA-hankkeen projektiryhmän loppuraportti.

Vilkkä, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Yeung, A.B. 2005. Vapaaehtoistoiminnan timantti. Miten mallintaa motivaatiota? Vapaaehtoistoiminta. Anti, arvot ja osallisuus. Tampere: Vastapaino.

Yin, R. 2009. Case study research Design and methods. 4th ed. Kalifornia: Sage Publications Inc.

Sähköiset

Euroopan parlamentti 2008. Euroopan parlamentin päätöslauselmaesitys vapaaehtoistyön roolista taloudellisen ja sosiaalisen yhteenkuuluvuuden edistämiseksi. Viitattu 17.11.2019.

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0070+0+DOC+XML+V0//FI>

Finanssialan tradenomit ry 2013. Digitalisaatio vyöryy voimalla pankkisektorille. Viitattu 16.8.2019. <https://www.finanssialantradenomit.fi/uutiset.html?a100=42251>

Finanssivalvonta 2019. PSD2. Toinen maksupalveludirektiivi - Payment Services Directive, PSD2. Viitattu 22.11.2019. <https://www.finanssivalvonta.fi/saantely/saantelykokonaisuudet/psd2/>

HelpAge International 2019. Living, not just surviving. Viitattu 10.12.2019. https://www.valli.fi/fileadmin/user_upload/Yhdessa/Living_not_just_surviving_OEWG10th.pdf?fbclid=IwAR3gY3G0zjZZfnKvpbN88VkxyXaRVZJWKMtCzaUkRmfKAux-maQi556LRK_k

Insta 2019. Turvallisuuden johtaminen - turvallisen digitalisaation tärkein trendi vuodelle 2019. Viitattu 30.8.2019. <https://www.insta.fi/nakemyksia/turvallisuuden-johtaminen-turvallisen-digitalisaation-t%C3%A4rkein-trendi-vuodelle-2019>

Karhinen, R. & Korkeela, M. 2016. Pankkisektori tienavaajana. Digitaalinen Suomi -julkaisu-hanke. Viitattu 16.9.2019 <https://suomidigi.fi/wp-content/themes/suomidigi/assets/attachments/digitaalinen-suomi-1995-2015/osa1/13%20Pankkisektori%20tienavaajana.pdf>

Kuluttajaliitto N.D. Yhteiskuntavastuu. Viitattu 7.10.2019 <https://www.kuluttajaliitto.fi/tietopankki/turvallisuus-ja-riskit/yhteiskuntavastuu/>

Kuntaliitto 2019. Onnistuva Suomi tehdään lähellä. Viitattu 3.10.2019 <https://www.kirjas-tot.fi/sites/default/files/content/Digituki%20kansallisella%20tasolla.pptx>

Laimio, A. & Välimäki, S. 2011. Vapaaehtoistoiminta kehittyä. Keski-Suomen Sosiaaliturvayhdistys. Verkkodokumentti. Viitattu 19.9.2019. http://www.kssotu.fi/versova/media/Vapehttoim_KEHITTY.pdf

Nordea.com 2019a. Lehdistötiedote. Viitattu 20.9.2019. <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/press-releases/2019/04-04-07h00-alylaitteella-hoidetaan-pankkiasioita-useammin.html>

Nordea.com 2019b. Lehdistötiedote. Viitattu 20.8.2019. <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/press-releases/2019/09-09-10h54-jo-miljoona-suomalaista-kayttaa-nordean-tunnuslukusovellusta.html>

Nordea.com 2019c. Keitä olemme. Viitattu 12.7.2019. <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/>

Nordea.com 2019d. Tarkoitus ja arvot. Viitattu 12.7.2019. <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/arvot/>

Nordea.fi 2019a. Tunnuslukusovellus. Viitattu 18.9.2019. <https://www.nordea.fi/henki-loasiakkaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/tunnuslukusovellus.html>

Nordea.fi 2019b. Tunnuslukulaite. Viitattu 22.11.2019. <https://www.nordea.fi/henkilosaikaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/tunnuslukulaite.html>

Pohjola, M. 2016. Digitalisaatio ja tuottavuus rahoitusallalla. Helsinki: Aalto-yliopiston korkeakoulu https://www.finanssiala.fi/materiaalit/Digitalisaatio_ja_tuottavuus_finanssialalla.pdf

Rutberg, S. & Bouikidis, C.D. 2018. Focusing on the fundamentals: A Simplistic Differentiation Between Qualitative and Quantitative Research. Nephrology Nursing Journal 3-4/2018. Viitattu 19.10.2019 <http://web.b.ebscohost.com/nelli.lau-rea.fi/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&sid=a5cc27e8-c900-4ca5-b627-71a00da594bf%40pdc-v-sessmgr01>

Röyskö, H. 2016. Kohden Vuotta 2020. Näkökulmia digitalisaation vaikutuksista ikääntyvien arkeen. Viitattu 7.9.2019 <https://www.eetury.fi/Site/Data/671/Files/Kohden%20vuotta%202020%20-naekoekulmia%20digitalisaation%20vaikutuksista%20ikaeaentyvien%20arkeen.pdf>

Suomen perustuslaki 30.12.2014/1325. Annettu 1.6.2007.

Suomen perustuslaki 306/2019 luku 1 § 1. Annettu 1.4.2019.

Suomen perustuslaki 11.6.1999/731. Annettu 1.3.2000.

Valtiovarainministeriö 2015a. Sipilän hallituksen 2015-2019 digihankkeet. Viitattu 3.7.2019. <https://vm.fi/digitalisoidaan-julkiset-palvelut>

Valtiovarainministeriö 2015b. Asiakaspalvelun uusi toimintamalli - autetaan asiakasta digitaalisten palveluiden käytössä (AUTA). Viitattu 3.7.2019. <https://vm.fi/auta-hanke/perustiedot>

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Viitattu 12.10.2019. <http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>

Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero S., & Van den Brande, L. 2016. DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Viitattu 19.9.2019. http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC101254/jrc101254_digcomp%202.0%20the%20digital%20competence%20framework%20for%20citizens.%20update%20phase%201.pdf

Väestörekisterikeskus. Suomi digi. Digituki ja digituen toimintamalli. Viitattu 2.10.2019. <https://suomidigi.fi/digituki/digituen-maaritelma/>

Väestörekisterikeskus 2018. Kansalaisvarmenne ja sähköinen henkilöllisyys. Viitattu 21.11.2019. <https://vrk.fi/sahkoinen-henkilollisyys-ja-varmenteet#>

Väestörekisterikeskus 2019. Digituen eettinen ohjeistus. 8/2019. Viitattu 15.10.2019. https://vrk.fi/documents/2252790/10411362/VRK_Digituki_eettinen_ohjeisto_A4_FIN_digi.pdf/1a336fb1-17a3-3760-a2ce-95ba18398eba/VRK_Digituki_eettinen_ohjeisto_A4_FIN_digi.pdf

Wynn, D. J. & Williams, C. K. 2012. Principles for conducting critical realist case study research in information systems. Viitattu 6.12.2019. <https://pdfs.semanticscholar.org/b164/fa461c7769eea102502fedd77c1c725fa616.pdf>

Yrittäjät N.D. Yhteiskuntavastuu. Viitattu 7.10.2019 <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/yritystoiminnan-abc/yhteiskuntavastuu-316681>

Kuviot

Kuvio 1: Haastateltavien ikäjakauma	38
Kuvio 2: Digitaalisten palveluiden käyttö.....	41
Kuvio 3: Digitaalisten pankkipalveluiden käyttö	41
Kuvio 4: Digitaalisten laitteiden käyttö.....	42
Kuvio 5: Digiopastuksen tarve jatkossa	43
Kuvio 6: Aikomus osallistua digiopastukseen jatkossa.....	48

Liitteet

Liite 1: Haastattelukysymykset asiakkaille	66
Liite 2: Sähköinen kysely digiopastajille	67

Liite 1: Haastattelukysymykset asiakkaille

Vapaaehtoisuuteen pohjautuvan digiopastuksen kehittäminen rahoitusallalla.**Kysely asiakkaille:****1) Ikäsi?**

- a) alle 65v b) 65-75v c) 75-85v d) yli 85v

2) Kuinka usein käytät digitaalisia palveluita?

- a) päivittäin b) viikoittain c) kuukausittain d) harvemmin kuin kuukausittain
e) en lainkaan

3) Kuinka usein käytät digitaalisia pankkipalveluita?

- a) päivittäin b) viikoittain c) kuukausittain d) harvemmin kuin kuukausittain
e) en lainkaan

4) Millä laitteella käytät digitaalisia pankkipalveluita?

- a) tietokone b) matkapuhelin / kännykkä / älypuhelin
c) tabletti d) joku muu, mikä? _____

5) Mihin tarkoitukseen käytät digitaalisia palveluita?**6) Mihin tarkoitukseen käytät digitaalisia pankkipalveluita?****7) Mistä sait tiedon tämän päiväisestä digiopastuksesta?****8) Mikä sai sinut tulemaan tämän päiväiseen digiopastukseen ja mihin tarvitset tukea?****9) Vastasiko tämän päiväinen saamasi digiopastus tarpeisiisi eli tulitko autetuksi?**

- a) kyllä
b) osittain
 mitä jäit kaipaamaan? _____
c) ei lainkaan
 mitä jäit kaipaamaan? _____

10) Koetko tarvitsevasi digiopastusta myös jatkossa?

- a) en koe b) koen, kertaluontoisesti c) koen, säännöllisesti

11) Mitä toivoisit digiopastukselta jatkossa?**12) Oletko saanut digiopastusta muilta tahoilta?****Vapaa sana:**

Liite 2: Sähköinen kysely digiopastajille

YAMK-OPINNÄYTETYÖ

Kysely Nordean vapaaehtoisille digiopastajille

Hei!

Ohessa kysely YAMK-opintoihini liittyvään opinnäytetyöhön, jossa tarkoituksena on auttaa Nordeaa kehittämään tarjoamaansa digiopastusta ikäihmisille.

Suothan noin 5 minuuttia aikaasi, vastaat alla olevaan kyselyyn ja autat siten Nordeaa kehittämään yhteiskunnallisesti tärkeää ikäihmisille suunnattua digiopastustaan!

Terveisin,
Juha Pelo

- 1) Mikä sai sinut osallistumaan vapaaehtoiseksi Nordean digiopastukseen?
- 2) Mistä sait tiedon Nordean tarjoamasta digiopastuksesta?
- 3) Miten Nordean digiopastus mielestäsi toimii tällä hetkellä?
- 4) Minkälaisia haasteita digiopastukseen tulevat asiakkaat kokevat mielestäsi eniten?
- 5) Miten sinä kehittäisit Nordean digiopastusta?
- 6) Aiotko osallistua myös jatkossa vapaaehtoiseksi digiopastajaksi Nordean järjestämiin digiopastustilaisuuksiin?