

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

2020

Ville Casagrande

PANKKIEN PALVELUTARJONNAN VERTAILU

– palvelut korkeakouluopiskelijoille

Ville Casagrande

PANKKIEN PALVELUTARJONNAN VERTAILU

- palvelut korkeakouluopiskelijoille

Korkeakouluopiskelijat opiskelevat itselleen tutkintoa, joka parantaa heidän mahdollisuuttaan työllistyä. Vakituiseen työelämään ja palkkatuloon siirtyminen ottaa kuitenkin aikansa, mikä herättää tarpeen edullisille palveluille. Korkeakoulutettujen etuihin panostaminen opiskeluaikana voi pidemmällä tähtäimellä nousta pankin kannalta hyvinkin merkittäväksi tekijäksi.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa ajantasainen vertailu Danske Bankin korkeakouluopiskelijoille tarjottavista palveluista suhteessa kahden markkinaosuudeltaan Suomen suurimman pankin, OP ryhmän ja Nordean vastaaviin palveluihin. Vertailua varten hankitut tiedot eduista ja hinnoista ovat peräisin pankkien omista julkisista materiaaleista. Vertailun tueksi opinnäytetyöhön on haettu tietoa muun muassa asiakkaan odotuksista ja kokemasta arvosta, pankkipalveluista sekä niiden hinnoittelusta. Teoriaosuudessa ilmeni esimerkiksi, että asiakassuhteisiin tulee panostaa suhteen alkuvaiheessa, jotta niistä tulee kannattavia sekä että tarjooman ja sen hinnoittelun tulee vastata asiakkaan odotuksia. Teoriaosuudessa pohjustettiin myös vertailussa käytettäviä tuotteita ja niiden ominaisuuksia.

Vertailun avulla selventyi, että varsinkin Danske Bankin korkeakouluopiskelijan edut päivittäispalveluista ovat erittäin kilpailukykyiset vertailtaviin pankkeihin nähden, joskin ne ovat pientä sisältömuutosta vailla. Danske Bankin yhteistyö Frankin ja Akavan kanssa lisäävät etujen kilpailukykyä entisestään. Frankin kautta saatava opiskelijakortti maksuominaisuudella on uniikki tuote, jota ei kilpailijoiden palvelutarjonnasta löydy. Kilpailusta erottuva yhteistyö Danske Bankin ja Akavan välillä tuo huomattavia etuja korkeakouluopiskelijoille, ja sitä kautta heidät lähemmäksi Danske Bankia.

ASIASANAT:

pankkipalvelut, vertailu, opiskelijat, etuudet

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business Administration | Financial Management

2020 | 42 pages

Ville Casagrande

COMPARISON OF BANKS' SERVICESCAPE

- Services for students in universities and universities of applied sciences

Students in universities and universities of applied sciences are studying for a degree that enhances their probability to find employment. However, moving towards a steady job and payroll takes time, which creates a need for affordable services. Investing in the benefits for these students can prove to be a very important factor in the long term for the bank.

The purpose of this thesis was to produce an up-to-date comparison of the benefits for the target group offered by Danske Bank in relation to two competitors that cover the largest market shares in the Finnish banking industry, Nordea and OP Group. The data for the comparison was collected from each individual banks' websites. The thesis also describes the customer's expectations and experienced value, banking services and their pricing. The theoretical part shows for example that the customerships need to be heavily invested in at the beginning to become profitable and that the servicescape should meet the customer's needs.

The comparison showed that specially Danske Bank's benefits of the daily banking services for students are well suited for the competition, with a small need of change in its content. The cooperation that Danske Bank has with Frank and Akava further increases the competitiveness of the benefits. For example, the student debit card, which is available through Frank, is a unique product that is not available among the competitors' supply of services. The cooperation between Danske Bank and Akava distinct from the competition brings remarkable benefits to the students, and them closer to Danske Bank's services through associations.

KEYWORDS:

Student, banking services, student benefits, comparison

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 ASIAKKAASTA ASIAKKUUTEEN	7
2.1 Asiakkaan odotukset	8
2.2 Asiakkaan kokema arvo	9
2.3 Segmentointi	10
2.4 Asiakaskannattavuus	12
2.5 Palvelutarjooma	13
3 PANKKITOIMINTA	15
3.1 Pankkitoiminnan tehtävät	15
3.2 Pankin tarjoamat palvelut henkilöasiakkaille	16
3.2.1 Tilit ja maksuliikepalvelut	16
3.2.2 Säästäminen ja sijoittaminen	18
3.2.3 Rahoituspalvelut	20
3.3 Palveluiden hinnoittelu	22
4 PALVELUTARJONNAN VERTAILU	25
4.1 Danske Bank	25
4.2 Nordea	29
4.3 OP-ryhmä	30
4.4 Palveluiden vertailu	32
5 JOHTOPÄÄTÖKSET	38
LÄHTEET	40

KUVAT

Kuva 1. Frank -maksukortti opiskelijatunnisteella (Frank B).	27
--	----

TAULUKOT

Taulukko 1. Päivittäisten pankkipalveluiden hinnoittelun vertailu.....	33
Taulukko 2. Päivittäisten pankkipalveluiden hinnoittelun vertailu luottokorttien kanssa.	34
Taulukko 3. Luottokorttien vertailu.	34
Taulukko 4. Opintolainan kustannusten vertailu.	35
Taulukko 5. Vakuudettoman luoton kustannusten vertailu.	36
Taulukko 6. ASP-lainojen vertailu.	36
Taulukko 7. Osakesäilytykseen ja kaupankäyntiin liittyvien kulujen vertailu.	37

1 JOHDANTO

Korkeakouluopiskelijat ovat pankeille tulevaisuuden asiakkaita, jotka kouluttautumisellaan parantavat työllistymismahdollisuuksiaan. Säännölliset tulot korkeakoulututkinnon tuoman paremman tulotason kanssa parantavat korkeakoulutetun maksukykyä sekä kasvattavat tarvetta tulevaisuudessa varallisuudenhoitoon. Opintojen aikana korkeakouluopiskelijat ovat kuitenkin suurimmalta osin sivussa säännöllisistä palkkatuloista, mikä luo heille tarpeen edullisille palveluille sekä opintoajan rahoitukselle. Korkeakouluopiskelijat ovat joko yliopistossa tai ammattikorkeakoulussa tutkintoa suorittavia opiskelijoita.

Opinnäytetyön tavoitteena on antaa Danske Bankille ajantasainen kuva heidän korkeakouluopiskelijoille suunnatuista palveluistaan suhteessa markkinaosuudeltaan suurimpien pankkien vastaaviin. Opinnäytetyössä vertaillaan Danske Bankin korkeakouluopiskelijoille suunnattuja OP Ryhmän ja Nordean vastaaviin etuihin ja palveluihin. Vertailun perusteella arvioidaan ovatko Danske Bankin korkeakouluopiskelijoille suunnatut palvelut riittävällä tasolla kilpailijoihin nähden. Vertailu saattaa kannustaa Danske Bankin kehittämistoimenpiteisiin ja muut pankit vastaamaan oman tarjoaman kehittämisellä, mistä on hyötyä myös korkeakouluopiskelijoille.

Opinnäytetyön teoriaosuus alkaa asiakkuuden käsittelystä. Luvussa käydään läpi asiakkaan odotuksia ja kokemaa arvoa, asiakkaiden ryhmittelyä sekä kannattavuutta. Ennen vertailua teoriaosuudessa käydään myös läpi pankkitoimintaa, eri pankkipalveluita sekä niiden hinnoitteluun vaikuttavia tekijöitä. Opinnäytetyön vertailun toteuttamiseksi on käytetty kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Suoritetun vertailun tietopohja koostuu valittujen pankkien omista materiaaleista. Kerätty tieto pyritään yhtenäistämään mahdollisimman vertailukelpoiseksi, jonka jälkeen vertailut suoritetaan taulukkojen avulla. Vertailusta muodostetaan lopuksi johtopäätökset Danske Bankin korkeakouluopiskelijoille suunnattujen etujen tasosta sekä esitetään johtopäätösten pohjalta nousseita kehitysehdotuksia.

2 ASIAKKAASTA ASIAKKUUTEEN

Finanssiyhtiölle kuten pankille, asiakkaita ovat sekä yritykset ja organisaatiot että henkilöasiakkaat. Asiakkaat voidaan jakaa kahteen eri ryhmään: potentiaaliset asiakkaat ja varsinaiset asiakkaat. Potentiaalisia ovat ne, joita pankki tavoittelee asiakkaakseen kohdennetulla markkinoinnilla. Potentiaalisia asiakkaita ovat myös osapuolet, jotka ottavat pankkiin yhteyttä kysyäksään tietoa jostain pankin tarjoamasta palvelusta tai esimerkiksi pyytäänsä tarjousta. Varsinaisia asiakkaita ovat ne, joilla on jo olemassa sopimus jostakin pankin tarjotusta palvelusta, jossa asiakkaat ovat osoittaneet jo halunsa asiakkuuteen. (Ylikoski & Järvinen 2012, 66.)

Asiakkaat ovat finanssirytyksen keskeinen pääoma ja perusta sen toiminnalle. Asiakkaita voivat potentiaalisten ja varsinaisten asiakkaiden lisäksi olla myös finanssirytyksen asiakasrekisterissä olevat henkilöt ja yritykset, joilla ei välttämättä varsinaisia tuotteita tai palveluita olisikaan. Finanssirytyt voivat olla yhteydessä valmiiden asiakkaidensa lisäksi myös edellä mainittuihin rekisterissä oleviin osapuoliin, edistääkseen tavoittelemansa pitkäkestoista ja keskitettyä asiakkuutta. (Alhonsuo ym. 2012, 60–61.)

Asiakassuhde saa alkunsa, kun asiakas tekee pankin kanssa sopimuksen yhdestä tai useammasta sen tarjoamasta palvelusta. Suhde muodostuu ajan edetessä kohtaamisista pankin kanssa. Kohtaamiset voivat olla henkilökohtaisia palvelutilanteita, asiointeja verkkopalveluissa tai muiden kanavien kautta tapahtuvia yhteydenpitoja. Kohtaamiset rakentavat ja osittain testaavat asiakkaan luottamusta pankkiin. Luottamuksen luonti ja säilyttäminen on keskeinen tehtävä pankin asiakkuuden hallinnassa, sillä se edesauttaa asiakkaan sitouttamista ja tätä kautta parantaa pankin kannattavuutta asiakasuskollisuuden muodossa. (Ylikoski & Järvinen 2012, 68–71.) Asiakkuuksien hoitaminen on finanssirytysten strateginen valinta ja yksi keskeisistä kilpailutekijöistä. Asiakkuusosaamista kehittämällä finanssirytyt voi kasvattaa sekä asiakas- että markkinaosuuttaan. Asiakkaiden odotusten lisäksi tulevaisuuden kilpailutilanteeseen vaikuttavat talouskehitys, lainsäädäntö, nykyisten kilpailijoiden toiminta ja uusien kilpailijoiden mukaantulo markkinoille. Asiakasuskollisuus perustuu asiakkuuden lujuteen: kun asiakas on tyytyväinen, asiakkuuden lujuus vahvistuu. Esimerkiksi hyvin hoidettu reklamaatio vahvistaa asiakkuuden lujuutta. Asiakastyytyväisyys riippuu asiakkaan kokemasta arvosta eli laadusta ja panostuksesta. Tyytyväinen ja sitoutunut asiakas haluaa pysyä asiakkaana. Hän voi

myös hyvien kokemustensa perusteella suositella käyttämiään palveluita tuttavilleen. (Finanssialalle A.)

2.1 Asiakkaan odotukset

Asiakkaalla on omat odotuksensa hänelle muodostettavasta arvosta, liittyen esimerkiksi hänen aikaisempiin kokemuksiinsa, toiveisiin ja tarpeisiin sekä yrityksen tarjoamaan yhteydenpitoon ja maineeseen. Kun tiedetään miten asiakas tuotetta käyttää, pystytään tiedon perusteella tuottamaan asiakkaalle lisää arvoa palvelun avulla. (Tuulaniemi 2011.) Strategiset ja markkinoinnilliset tavoitteet ovat tärkeitä yritysten pyrkiessä kehittämään tuotteitaan ja palveluitaan, saavuttaakseen lisää kilpailuetua markkinoilla. Asiakkaat odottavat esimerkiksi verkkopankin toimivan virheettömästi ja nopeasti vuorokauden ympäri. Huonot kokemukset ovat hetkessä valtavan ihmisjoukon tiedossa, ja keskustelu saattaa kehittyä erittäin vilkkaaksi ja aggressiiviseksi. Finanssiyhtiön onnistuneet yksittäiset ratkaisut tuottavat harvoin suurta kilpailuetua tai julkisuutta, koska niitä pidetään jopa itsestäänselvyksinä. (Alhonsuo ym. 2012, 62.)

Palvelujen hinta sijoittuu asiakkaan arvopuntarissa kustannuspuolelle. Hinnan merkitys finanssipalvelujen valinnassa korostuu varsinkin silloin, kun yhtiöiden hinnoissa ja palveluissa on eroja ja asiakas kilpailuttaa yhtiöitä. Myös päivittäisiä raha-asioitaan hoitava asiakas ehkä pohtii, mitä on valmis kustakin finanssipalvelusta maksamaan suhteessa siihen mitä siitä saa. Pankkipalvelut ovat perusominaisuuksiltaan varsin samanlaisia toisiinsa nähden, jonka takia asiakas arvioi yksittäisen tekijän sijasta sitä kokonaisuutta, jonka hän finanssiyhtiön valitessaan saa. Arvoa tavoitellessaan asiakas kohdistaa odotuksia sekä valinnan positiivisiin että negatiivisiin seurauksiin ja vertailee tämän perusteella eri palveluita ja finanssiyhtiöitä. Koska valinnan lopullisia seurauksia on vaikea arvioida, asiakkaan arvo-odotukset, eli millaista arvoa asiakas arvioi valintansa seurauksena saavansa, ratkaisevat valinnan. (Ylikoski & Järvinen 2012, 24–26, 115.)

Pekka Puustinen (2013, 86–88) tuo esiin kirjassaan, että ihmisen tekemistä markkinoilla ei voida selittää pelkästään järkipäisestä, vaan ihminen on hänen mukaansa ennen kaikkea kokeva olento, joka ei pyri aina taloudelliseen rationaalisuuteen. Jonkin tuotteen tai palvelun ominaisuudet ovat joskus toissijaisia, koska asiakkaat hakevatkin kokemuksia, jotka liittyvät heidän muistoihinsa, tunteisiin ja symboliikkaan. Kokemuksellinen nä-

kökulma korostaa aistien ja tunteiden merkitystä arvoon. Koettu arvo sisältää sekä halutun arvon ja korostaa, että arvo perustuu kuluttajien opittuihin käsityksiin maailmasta. Arvo siis syntyy asiakkaan omissa prosesseissa, ja se arvioidaan asiakkaan arjessa.

Turvallisuus on ihmiselle ja yhteisöille sekä arvo että tarve. Optimaalisessa tilanteessa ihmiselle syntyy riittävä varmuus selviytymisestä, vaikka jokin uhka toteutuisikin. Taloudellinen turvallisuus syntyy kyvystä kasvattaa varallisuutta ja vähentää talouden hallintaan liittyviä riskejä. Kuluttajat ovat itsenäisesti valmiita tekemään ainakin yksittäisiä turvallisuustoimia tai siirtämään riskin pois omista käsistään, kuten riskienhallintaan ratkaisuja tarjoavalle finanssiyritykselle. Jo pelkkä käteisen rahan tallettaminen pankkitilille säästöön voidaan tulkita riskin siirtämiseksi, kun huomioidaan talletuspankkeja velvoittava talletussuoja, joka turvaa talletukset määrärajaan asti. (Alhonsuo ym. 2012 38–39, 118.)

2.2 Asiakkaan kokema arvo

Arvolla tarkoitetaan asiakkaan saaman hyödyn ja hänen maksaman hinnan välistä suhdetta. Hinta ei välttämättä ole pelkästään rahallista arvoa, vaan hinnaksi voidaan määritellä esimerkiksi uhraukset, joita asiakas on joutunut tekemään hankinnan eteen. Tuotteen tai palvelun arvo asiakkaalle on siis asiakkaan kokema tuotteen tai palvelun hyödyllisyys. Arvo on aina suhteellista, sillä tuotteella tai palvelulla on tietty arvo vain, jos joku kokee sen tietyn arvoiseksi. Halvallakin tuotteella voidaan näin ollen luoda enemmän arvoa, jos asiakkaan kokeman hinnan ja hyödyn suhde on parempi kuin kalliimmalla tuotteella. Jos asiakkaalle tarjotulla palvelulla, tuotteella tai niiden yhdistelmällä pystytään ratkomaan asiakkaan ongelma tai saavuttamaan hänen haluamansa, kokee asiakas saaneensa arvoa. (Tuulaniemi 2011.)

Arvo syntyy asiakkaan arjessa, jossa muokkautuu kaikki hänen elämänsä merkitykset. Nämä merkitykset taas johtavat arvoon tai arvottomuuteen esimerkiksi vuorovaikutustilanteissa ja -ympäristöissä, joihin ihminen linkittää muistonsa, sosiaaliset verkostonsa, henkilökohtaiset tavoitteensa ja resurssinsa. Resurssit sisältävät esimerkiksi asiakkaan varallisuuden, tietotaidon, käytettävissä olevan ajan tai valmiudet käyttämään finanssi-palveluun liitettyjä tietoteknisiä tuotteita. Käytännössä siis kaikki elinpiiriin liittyvä ja potentiaalisesti myös arjessa väistämättä läsnä olevat finanssipalvelut. (Puustinen 2013, 71–73.)

Asiakkaan kokema arvo kehittyy yrityksen ja asiakkaan välisestä vuorovaikutuksesta eri kohtaamisissa ja kanavissa (mm. asiakaspalvelu, internet, tuotteet, palvelut ja ympäristöt). Yritykselle asiakkaan arvo realisoituu siinä, kuinka usein asiakas käyttää tuotteita ja palveluita ja millä volyymillä, ja kuinka kannattava asiakas on toimintansa perusteella yritykselle. (Tuulaniemi 2011.)

2.3 Segmentointi

Asiakkaiden tarpeet ja toiveet ovat hyvinkin erilaisia. Henkilöasiakkaiden ominaisuudet kuten esimerkiksi elämänvaihe vaikuttavaa palvelutarpeisiin, joten näin ollen samat palvelut eivät voi tyydyttää kaikkia. Asiakkaan segmentointi antaa mahdollisuuksia palvella paremmin erilaisia asiakasryhmiä, samalla tehostaen yhtiön markkinointitoimenpiteiden suunnittelua ja kohdentamista. (Ylikoski & Järvinen 2012, 53.) Finanssialan yrityksetkin määrittelevät visionsa, strategiset tavoitteensa ja keinonsa sekä jakavat asiakkaitaan tavoitteidensa mukaisiin segmentteihin. Yritykset tekevät paljon tutkimuksia ja selvityksiä markkinatilanteesta, yhteiskunnallisista muutoksista ja omasta asiakaskunnastaan. (Alhonsuo ym. 2012, 62.)

Segmentti on asiakasryhmä, johon kuuluvilla ostajilla on vähintään yksi ostamiseen liittyvä yhteinen piirre. Segmentointi on eri asiakasryhmien etsimistä ja valitsemista markkinoinnin kohteeksi niin, että valitun kohderyhmän arvostukset ja tarpeet tuntien sekä asiakasymmärrystä hyödyntäen pystytään tyydyttämään ne kilpailijoita paremmin ja kannattavasti. Asiakaslähtöisyys tuottaa yritykselle toimivia ja kannattavia asiakassuhteita, josta segmentoinnissakin on kysymys. Tarjooma ja asiakaspalvelu on suunniteltava segmenteittäin, hinta ja saatavuusratkaisut voivat olla erilaisia eri kohderyhmille, markkinointiviestintä suunnitellaan kullekin kohderyhmälle sopivaksi ja asiakassuhteita hoidetaan eri tavoin eri segmenteissä. Tuotetta ei ainoastaan markkinoida segmenteille, vaan tuotteet kuten koko toimintakin suunnitellaan asiakaslähtöisesti. (Bergström & Leppänen 2015, 133.)

Useimmiten yksittäinen finanssiyhtiö palvelee useita eri segmenttejä samanaikaisesti. Jako tapahtuu alustavasti yritys- ja henkilöasiakkaisiin, josta asiakkaat jaetaan palvelulajeittain ja näiden jakojen sisällä on usein tarpeen ryhmitellä asiakkaat vielä hienojakoisemmin. Segmentointi parantaa yhtiön asemaa suhteessa kilpailijoihin siten, että tarkkaan tunnetulle asiakasryhmälle on helpompaa tarjota heille tärkeitä tuotteita ja palveluita. Tämä sekä kasvattaa asiakkaan kokemaa arvoa että asiakastyytyvääisyyttä ja edesauttaa

pitkäkestoisempaa asiakassuhdetta. Asiakkaan tavoitteleman arvon segmenttikohtainen tunteminen auttaa yritystä suuntaamaan resursseja asiakassuhteen kannalta keskeisiin tekijöihin. Segmentoinnilla voidaan löytää myös asiakasryhmiä, joiden tarpeet eivät täysin tyydyty nykyisellä palvelutarjonnalla, sekä uusien asiakkaiden tarpeita ja toiveita voidaan ennakoida vastaavantyyppisen asiakassegmentin tärkeinä pitämien asioiden avulla. (Ylikoski & Järvinen 2012, 54.)

Jotta jaottelun perusteella syntyneitä segmenttejä voitaisiin hyödyntää, niiden tulee olla mitattavia, tavoitettavia, merkittäviä ja toimintakelpoisia. Mitattavuudella tarkoitetaan, että segmentin tulisi olla helposti tunnistettavissa omaksi ryhmäkseen sekä sen ostovoiman tulisi olla määriteltävissä. Tavoitettavuudella viitataan siihen, että segmenttiin pysyisi helposti kohdistaa markkinointitoimenpiteitä, sekä sitä tulisi olla helppo palvella. Segmentin tulisi olla myös merkittävä eli joko riittävän suuri kooltaan tai riittävän kannattava. Toimintakelpoisuudella tarkoitetaan sitä, että segmentin tulisi olla sellainen, jolle yrityksellä on palvelutarjoomansa perusteella mahdollisuus suunnitella järkevää, tehokasta ja houkuttelevaa markkinointia. (Puusa ym. 2015, 92–93.)

Markkinoiden segmentoinnissa voidaan käyttää useita eri tekijöitä, joista tavallisimpia ovat: asiakkaiden ominaisuudet, asiakkaiden käyttäytyminen ja asiakkaiden palvelun käytöstä tavoittelemat hyödyt. Segmentointi perustuu edellä mainittujen tekijöiden samanaikaiseen käyttöön, mahdollisimman tarkan kuvan saamiseksi asiakkaasta sekä hänen palvelukäytöstään. Finanssiyhtiön laajat tietokannat mahdollistavat varsin hienoja-koisen asiakasryhmittelyn. Henkilöasiakkaiden kohdalla asiakkaiden ominaisuudet tarkoittavat asiakkaiden elämäntyyliä sekä heidän demografisia tietojaan kuten ikä, sukupuoli, koulutus, ammatti, perheen koko ja perheen elämänvaihe. Esimerkiksi asiakkaan sukupuoli, ikä, koulutus, tulot ja perheen elämänvaihe vaikuttavat palvelutarpeisiin ja valinnoissa painottuviin asiakkaan tavoittelemaa arvoa kuvaaviin tekijöihin. Muun muassa ikä vaikuttaa finanssipalvelujen käyttöön ja finanssiasioden seuraamiseen. Ikä vaikuttaa myös asiakkaan suhtautumiseen riskeihin ja uusien palvelujen kokeilemiseen. (Ylikoski & Järvinen 2012, 54–55.)

Osuuspankin vuonna 2020 julkaisemassa sisäisessä tutkimuksessa kävi ilmi, että 25–30-vuotiaat ovat eniten kiinnostuneita sijoittamisesta, vaikka heillä onkin vähemmän sijoitusvarallisuutta kuin vanhemmilla ikäluokilla. Tutkimuksen mukaan nuoret poikkeavat vanhemmista sijoittajista aktiivisuudellaan ja omatoimisuudellaan. Tietoa haetaan laajasti paitsi netissä julkaistuja materiaaleja lukemalla, katselemalla ja kuuntelemalla myös

erilaisissa sijoitustilaisuuksissa ja -valmennuksissa käymällä. Sijoittamiseen liittyvät toimenpiteet tehdään usein itsenäisesti verkossa. Julkaisussa OP:n säästämisen ja sijoittamisen palvelujen product owner Tiina Routamaa kertoo, että vanhemmat ikäluokat turvautuvat sijoitusten tekemisessä usein nuoria enemmän pankin asiantuntijan apuun. Nuoret tekevät hänen mukaansa verkkopankissa tai OP-mobiilissa itsenäisesti sijoittaja-profiiliin ja sijoittamisen sopimuksen sekä vertailevat ja tekevät sijoituksia. Nuoret esittävät usein mahdolliset kysymykset OP:n asiantuntijoille sähköisten kanavien kautta. (Lehtonen 2020.)

Differointi ja asemointi

Jotta yritys pärjäisi valitussa kohderyhmässä, sen on näytettävä asiakkaille pystyvänsä tuottamaan asiakkaille sitä arvoa, jota he hakevat. Samalla yrityksen on erotuttava kilpailijoista. Differointi on oman tarjooman erilaistamista kilpailijoiden vastaavista tarjoomista, jonka tarkoitus on tuottaa asiakkaille parempaa arvoa kuin kilpailijat. Differointia voidaan tehdä monella tavalla, esimerkiksi muuttamalla tuotteen fyysisiä ominaisuuksia, suorituskykyä, tyyliä tai muotoilua kilpailijan tuotteeseen nähden. Differointi auttaa asemoinnissa. Asiakkaat luontaisesti vertailevat kilpailevia tarjoomia keskenään ja laittavat niitä mielessään tiettyyn järjestykseen. Yritykset yrittävätkin vaikuttaa siihen, miten niiden tarjooma sijoittuu tässä vertailussa. Asemoinnilla tarkoitetaan yrityksen pyrkimyksiä sijoittaa tarjoomansa asiakkaan mielessä tiettyyn asemaan kilpailijoihin nähden, tarkoituksenaan erottua positiivisesti kilpailijoista. Asemoinnissa voidaan korostaa esimerkiksi tuoteominaisuuksia tai tarjooman tuomia hyötyjä. Samankaltaisten tuotteiden kohdalla yritys voi luoda vastakkainasettelua ja painottaa tuotteiden eroja kilpailijaan nähden. Asiaa kannattaa kuitenkin tarkastella asiakkaan näkökulmasta: mitä asiakas pitää tärkeänä? Mitä asiakkaan kannalta kilpailijoista erottuvaa ja asiakkaalle paremmin arvoa tuovaa yrityksen tarjooma sisältää? (Puusa ym. 2015, 95–96.)

2.4 Asiakaskannattavuus

Kaikki finanssiyhtiön asiakkaat eivät ole yhtä kannattavia. Osa asiakkaista ei tuo yhtiöön juurikaan tuottoja ja heidän palvelemisensa tuottaa tappiota. Kannattavuuden alarajalla on taas asiakkaita niin paljon, että heidän palvelemisensa on tarkoituksenmukaista palvelurakenteen säilyttämiseksi. Tosin jotkut finanssiyhtiöt saattavat perustaa toimintansa

pelkästään parhaiden, kannattavien asiakkaiden palvelemiseen. Parasta tuottoa tuovien asiakkaiden joukko on suhteessa muihin asiakkaisiin pieni. Usein arvioidaan, että 20 prosenttia asiakkaista tuo 80 prosenttia yrityksen tuotosta. Finanssialalla asiakassuhteen alussa vaaditaan paljon panostusta, ennen kuin asiakkaasta tulee kannattava. Kannattavista asiakkaista pyritään pitämään kiinni, sillä tämä on taloudellisesti edullisempaa kuin jatkuva uusien asiakkaiden hankinta.

Kannattavien asiakassegmenttien tunnistaminen edellyttää eri asiakkuuksien arvon määrittämistä. Määrityksessä käytetään apuna laskelmaa, jossa asiakkuuden arvo saadaan määrittämällä ensin paljonko asiakas tuo yhtiöön rahaa vähennettynä asiakassuhteen luomisen ja ylläpidon kustannukset koko asiakkuuden ajalta. Tälle hetkelle laskutussa kannattavuudessa voidaan lisäksi ottaa huomioon suhteen kannattavuuden tuleva kehitys. Tällöin arvioidaan siis myös, miten pitkään asiakassuhde tulee kestämään ja miten asiakkaan kannattavuus tulee kehittymään. Lisäksi pyritään arvioimaan, paljonko yhtiö saa uusia asiakkaita nykyisten asiakkaiden suosittelujen perusteella. Suosittelujen taloudellinen arvo kertyy asiakashankinnassa säästettyjen kustannusten perusteella. Asiakkuuden arvon määrittäminen edellyttääkin varsin paljon tietoa tuotoista ja kustannuksista asiakkuuden elinkaaren eri vaiheissa. (Ylikoski & Järvinen 2012, 59–60.)

2.5 Palvelutarjooma

Tarjoomia ja muita palvelujaan kehittäessään finanssialan yritykset hakevat kilpailuetua muihin alan toimijoihin. Kukin alalla toimijoista haluaa olla muita parempi ja tarjota mahdollisimman laadukkaita palveluja asiakkailleen. Jotkin yritykset pyrkivät erikoistumalla hakemaan optimaalisen asiakaskunnan ja parhaan hyödyn yritykselle. Nykyisin on kuitenkin ollut vallalla synnyttää suuria finanssitavarataloja, joista asiakas saa kaikki finanssialan palvelut samasta paikasta. Jokaisella finanssitavaratalolla on asiakkailleen tarjottavat tuotteet ja palvelut eli tarjoomat. Tarjooma sisältää tuotteen, palvelun, kokonaisratkaisun, viestinnän, hyvän tahdon ja paljon muuta. Yleensä tarjooma on vain yrityksen tarpeiden pohjalta koottu valikoima tavaroita tai palveluja, eikä tarjoomaa nähdä osana asiakkuuden koko prosessia. Finanssituotteille ja -tarjoomille ei ole olemassa mitään standardia, joskin lainsäädäntö asettaa tiettyjä vaatimuksia palveluiden sisällölle tai menettelytavoille. (Alhonsuo ym. 2012, 61.)

Puusan ym. (2015, 205–206) teoksessa haastateltavan OP-ryhmän entisen pääjohtajan Reijo Karhusen mukaan pankin tuote- ja palvelukehityksen lähtökohtana on enemmän

se, että erilaisille asiakassegmenteille on pystyttävä tarjoamaan juuri niille parhaiten soveltuvat ja niitä eniten puhuttelevat tuotteet, palvelut ja palvelukonseptit. Palvelu on hänen mukaansa koettava myös henkilökohtaiseksi, joten räätälöintiä tarvitaan, kuitenkin kustannustehokkaasti toteutettuna. Asiakkaan odotusten ohella myös tehokkuusvaateet ovat sääntelymuutosten ja kilpailuympäristön muutosten vuoksi koko ajan kasvussa. Siksi finanssialan toimijat alati muokkaavat prosessejaan, karsivat palveluverkostojaan ja kehittävät jatkuvasti sähköisiä palveluitaan.

Suomalaiselle finanssitoiminnalle antaa leimaa pankki- ja vakuutustoiminnan läheinen yhteys. Yleiskieleen kuuluva termi finanssitavaratalo kuvaa ryhmää tai konsernia, joka tarjoaa rahoitus- sijoitus- ja vakuutuspalveluja laaja-alaisesti. Finanssialan yritysten tarjoamat palvelut ovat viime vuosikymmeninä samankaltaistuneet tietyin tavoin. Erityisesti säästämis-, sijoittamis- ja varainhoitopalvelussa pankit ja vakuutusyhtiöt tarjoavat samankaltaisia tuotteita asiakkaille. Pankkikonsernit ovat perustaneet omia henkivakuutusyhtiöitä tarjoamaan esimerkiksi eläkevakuutusta, ja vakuutusyhtiöt ovat perustaneet omia pankkeja. Finanssitoiminnassa tapahtunut uuden teknologian käyttöönotto erityisesti internetin hyödyntämisessä on mahdollistanut osaltaan samankaltaistumisen. Finanssitavaratalon näkökulmasta on edullista ja tehokasta voida tarjota saman jakelukanavan kautta asiakkaille mahdollisimman monia palveluita, niin pankki- kuin vakuutuspuolelta. Pankkien motiivi yhteistyöhön vakuutuspalvelujen osalta on korostunut halu pitää asiakkaasta kiinni kokonaisasiakkuuden konseptin pohjalta. Konseptissa pankki tarjoaa asiakkaalle monenlaisia eri tuotteita ja palveluita niin, että asiakkaan kokema hyöty syntyy kokonaisuudesta. (Alhonsuo ym. 2012, 102–103.)

3 PANKKITOIMINTA

3.1 Pankkitoiminnan tehtävät

Pankkitoiminnan ytimen muodostaa rahoituksen välitys. Niin kotitalouksilla, yrityksillä ja julkisyhteisöillä muodostuu yli- tai alijäämää joko lyhyt- tai pitkäaikaiselle rahoitukselle. Toinen päätehtävistä on tehokas ja luotettava maksujen välitys, joka on nykyajan markkinoilla välttämättömyys. Kolmas perustehtävä muodostuu riskinhallintapalvelujen tuottamisesta, jossa keskeisessä asemassa ovat korko- ja valuuttarikseiltä suojautumista palvelevat tuotteet sekä riskien hajauttamiseen liittyvät suunnittelupalvelut. Muun muassa teknologian kehitys, varallisuuden lisääntyminen, asiakkaiden tarpeiden muutos ja globalisaatio ovat suuresti monipuolistaneet ja laajentaneet rahoituspalveluiden tarjontaa. Tätä myötä myös rajat perinteisen pankin, muiden luottolaitosten, sijoituspalveluyri- tysten ja vakuutuslaitosten välillä ovat hämärtyneet. Markkinoille on syntynyt finanssi- konserneja sekä pankki- ja vakuutusalan yhteistoimintasopimuksia. Finanssikonserni saattaa useasti koostua pankin lisäksi myös rahoitusyhtiöstä, rahastoyhtiöstä, vahinko- vakuutusyhtiöstä ja henkivakuutusyhtiöstä. Nykyisin suurimmat pankkiryhmät ovat täy- den palvelun finanssitaloja, jotka tarjoavat asiakkailleen laajan valikoiman erilaisia fi- nanssipalveluja, joiden tarjonnassa turvaudutaan usein muiden palveluntarjoajien kanssa tekemiin yhteistyösopimuksiin. (Kontkanen 2016, 11–14.)

Pankkitoiminnan eri lohkoja ovat vähittäispankkitoiminta, tukkupankkitoiminta ja pää- omamarkkinasidonnainen pankkitoiminta. Pääomamarkkinasidonnaisella pankkitoimin- nalla tarkoitetaan yleisesti pankkien erityisesti suuryrityksille tarjoamia pankkipalveluita, joita ovat esimerkiksi arvopapereiden liikkeeseen laskuun liittyvät takaukset tai yritysjär- jestelyiden rahoittaminen. Tukkupankkitoiminnalla tarkoitetaan pankkien ja muiden ra- hoitusalan yritysten välisiä luotto-, talletus- tai johdannaismarkkinoita. Tukkupankkitoi- minnan markkinoilla ne pankit ja muut toimijat, joilla on paljon likvidejä varoja, voivat lainata rahaa niille pankeille, jotka tarvitsevat enemmän likviditeettiä. Kuitenkin vähittäis- pankkitoiminta muodostaa hyvin suuren osan kaikesta pankkitoiminnasta, sekä yleensä myös suurimman osan pankkien tuotoista. Vähittäispankkitoiminta ei kuitenkaan ole ir- rallaan muista pankkitoiminnan muodoista, sillä esimerkiksi rahoituksen hinta pankkien välisillä tukkumarkkinoilla välittyy myös vähittäispankkimarkkinoille. Vähittäispankkipal- veluihin luetaan yleensä kaikki kotitalouksien sekä pienien ja keskisuurten yritysten tar-

vitsemat ja käyttämät tavallisimmat pankkipalvelut. Anto- ja ottolainauspalvelut – luottojen myöntö ja talletusten vastaanotto – eri muodoissaan kuuluvat vähittäispankkitoimintaan, kuten myös erilaiset kortti- ja maksuliikennepalvelut sekä kotitalouksien varallisuuden hoito. (Alhonsuo ym. 2012, 91–93.)

3.2 Pankin tarjoamat palvelut henkilöasiakkaille

Henkilöasiakkaiden pankkipalveluihin kuuluvat yleensä päivittäiset raha-asiat, lainat, säästö- ja sijoitustuotteet sekä varallisuudenhoitopalvelut. Jokainen kuluttaja tarvitsee päivittäisten raha-asioiden hoitoon pankin palveluja. Ilman tiliä ja pankkien maksupalveluita raha-asioiden hoitaminen on lähes mahdotonta. Esimerkiksi palkat, eläkkeet ja sosiaalietuudet maksetaan pankin tileille. Laskut on maksettava laskuttajan pankkitilille. Korteista on tullut maksamisen väline, jota ilman on vaikea hoitaa päivittäisiä ostoksia tai nostaa käteistä rahaa. (Alhonsuo ym. 2012, 62, 199.)

3.2.1 Tilin ja maksuliikepalvelut

Tilin avaamista koskevaan sopimukseen on merkittävä riittävät tiedot tilin omistajasta ja avaajasta sekä käyttöön oikeutetuista. Kyseisiä tietoja ovat mm. nimi, henkilötunnus, osoite ja kotipaikka. Pankin on voitava varmistua tiliä avatessa omistajan ja avaajan henkilöllisyydestä. Vain talletuspankeilla, eli liike-, säästö- ja osuuspankeilla on lain mukaan oikeus vastaanottaa talletuksia yleisöltä. Talletuksille on ominaista lainsäädännössäänkin varmistettu erityinen luotettavuus, turvallisuus ja salassa pysyminen. Kaikkien talletuksia vastaanottavien pankkien on kuuluttava talletussuojarahastoon, josta tallettajien saamiset pankin maksukyvyttömyystilanteessa maksetaan enintään 100 000 euron määrään asti. Talletustoiminnan avulla pankki ottaa talletusten muodossa yleisöltä rahaa velaksi. Pankki sitoutuu maksamaan tilinomistajalta saamansa velan takaisin tiliehtojen mukaisesti. Talletusten merkitys pankkien varainhankinnassa on suuri. Talletusten osuus Suomessa toimivien pankkien varainhankinnassa on ollut noin 40 prosenttia. Talletustuotteet ovat eri pankeissa perusominaisuuksiltaan kovin yhdenmukaisia. Erot tuotteiden välillä liittyvät talletuskorkoon, tilin käytöstä perittäviin palkkioihin ja tiliin liittyviin palveluihin. Talletusten korot ovat usein kiinteäkorkoisia. (Kontkanen 2016, 108.)

Kun henkilöasiakkaat hoitavat päivittäisiä raha-asioitaan mukaan lukien maksut sekä niiden vastaanotto, keskeisin pankkipalvelu on käyttelytili, johon voi liittää tai johon kuuluvat

muut raha-asioiden hoitamiseen liittyviä maksupalveluita. Käyttelytilejä ovat varsinaiset maksuliikenteen hoitoon tarkoitetut käyttötilit sekä säästötilit. Käyttelytilien nimet vaihtelevat pankeittain. Käyttelytilit ovat usein korottomia tai niiden korko on hyvin alhainen. Korottomuus on seuraus siitä, että käyttelytilien käyttötarkoitus on nimenomaan päivittäisten raha-asioiden hoito. Tilille tulee rahaa, sieltä maksetaan laskuja ja siirretään varoja säästö- tai sijoitustileille, rahastoihin tai muihin mahdollisiin sijoitusvaihtoehtoihin. (Alhonsuo ym. 2012, 199.)

Jokapäiväisen maksuliikenteen hoitoon on tarkoitettu tilit, joissa korko on selvästi vallitsevia lyhyitä korkoja matalampi tai talletuksille ei makseta korkoa lainkaan, ja joista tapahtuvista nostoista ei yleensä (pankin konttorissa kassatoimintana tapahtuvaa maksamista lukuun ottamatta) peritä erillistä tapahtumakohtaista hintaa. Näihin tileihin liittyvät erilaiset maksupalvelut, joiden käytöstä voidaan periä kuukausi- tai tapahtumahintoja. (Kontkanen 2016, 109.)

Maksukortit

Maksukortti on yleinen nimitys korteille, joilla voidaan maksaa ostoksia. Pankkien myöntämiä maksukortteja ovat debit- ja credit-kortit, sekä niiden yhdistelmät. Kansainväliset debit-kortit ovat korvanneet Suomessa aiemmin käytössä olleen pankkikortin. Debit-kortit toimivat haltijansa tilinkäyttövälineenä, koska debit-kortti on liitetty kortinhaltijan pankkitiliin ja sillä tehdyt maksutapahtumat veloitetaan liitettyltä tililtä. Kortinhaltija on veloitettu käyttämään korttiaan korttiehtojen mukaisesti ja säilyttämään korttia ja siihen liittyvää henkilökohtaista tunnuslukua huolellisesti annettujen ohjeiden mukaisesti. Debit-kortit ovat pääsääntöisesti kansainvälisten korttiyhtiöiden tuotteita, kuten MasterCardja tai Visoja.

Credit-kortit voivat olla joko maksuaika- tai luottokortteja. Maksuaikakortilla tehdyt ostokset laskutetaan kortinhaltijalta yleisesti kuukausittain sekä maksetaan kokonaisuudessaan laskutuskuukausittain, korottomalla maksuajalla. Luottokortilla tarkoitetaan korttia, jolla tehdyistä ostoksista lähetetään kortinhaltijalle lasku kuukausittain. Luottokorttilaskua lyhennetään vähintään ennalta sovitun minimilyhennyksen verran. Kortinhaltija maksaa korttiin liitetystä luotosta korkoa, ja luottoajat vaihtelevat noin kuukaudesta jopa useisiin vuosiin. Credit-kortteja myöntävät luottokortti-, ja rahoitusyhteisöt sekä pankit. Kortin myöntäjä määrittelee luottokortin käyttöehdot, joissa määritellään muun muassa luottoraja ja luoton takaisinmaksuaikataulu. (Kontkanen 2016, 217–218.)

Verkkopankki

Verkkopankki on pankin tarjoama, internetissä toimiva sivusto, jonka kautta asiakas pysyy sisään kirjautuneena näkemään pankkitilinsä ja -palvelunsa sekä hoitamaan pankkiasioitaan. Verkkopankissa voi esimerkiksi hakea luottoa ja hallinnoida sijoituksia. Verkkopankkipalvelut toimivat myös viestintäkanavana pankin ja asiakkaan välillä. (Finanssialalle B.)

Pankkipalveluja käytetään yhä suurenevissa määrin verkon kautta. Esimerkiksi lähes 90 prosenttia suomalaisista maksaa laskunsa pääasiallisesti verkkopankissa tai e-laskulla. Eniten käytettyjä palveluja ovat laskujen maksupalvelut ja tilitapahtumien seuraaminen. Internetpankissa pankkipalvelujen valikoima on laaja ja pankkiasioden hoito on myös kustannuksiltaan edullisinta. Yhä keskeisempi osa palveluverkkoa ovat kaikki ne tietoliikenneyhteydet, jotka liittävät asiakkaan pankkiin. Palveluverkkoon kuuluvat näin ollen erilaiset pankkipalveluja tarjoavat automaattit, sopimuksiin perustuvat kotitietokoneiden kytkennät pankkitileihin ja pankkiasioden hoito puhelimen välityksellä. Verkkopankin suosio on vähentänyt muiden palvelukanavien käyttöä. (Kontkanen 2016, 71.)

3.2.2 Säästäminen ja sijoittaminen

Sijoitusmarkkinoiden vapautuminen ja kilpailun kiristyminen ovat tuoneet markkinoille paljon erilaisia tuotenimiä. Sijoittaja voi tehdä valintoja myös sijoittamisen väylien osalta. Kun sijoittaja on tehnyt ratkaisunsa varojensa jakamisesta korko-, osake- ja ns. pääomaturvattujen ratkaisujen kesken, on hänen vielä omia tarpeitaan vastaavasti valittava sijoittamisen väylä. Käytettävissä ovat suorat sijoitukset kuten tilit ja osakkeet, sekä epäsuora sijoittaminen rahastojen ja sijoitus- tai eläkevakuutusten kautta. Suorissa sijoituksissa asiakas tekee päätöksen esimerkiksi kustakin talletuksesta, osakeostosta tai myynnistä henkilökohtaisesti haluamanaan aikana. Rahastosijoittamisessa asiakas valitsee itselleen sopivan sijoituskokonaisuuden mutta jättää ratkaisujen tekemisen rahastoa hallinnoivan yhtiön ja siellä toimivien salkunhoitajien vastuulle valitsemansa rahaston sääntöjen mukaisesti. Asiakas kuitenkin päättää itse, milloin hän tekee sijoituksensa ja milloin siirtää sijoitusvaransa muihin kohteisiin. Sijoitusvakuutukset tehdään henkivakuutusyhtiöiden kautta henkivakuutussopimuksena, jolla asiakas kerryttää säästöä tulevaisuutta varten. Sijoitusvakuutuksen ”kuoren” sisälle voi liittää monenlaisia sijoituskohteita,

vaihdella niitä markkinatilanteen mukaan ja nostaa varat itselleen sopivana hetkenä. (Kontkanen 2016, 107.)

Perinteinen säästämisen ratkaisu on pankkitalletus. Säästämisen ja sijoittamisen tilejä ei yleisesti ole tarkoitettu päivittäisen raha-asioden hoitoon. Säästämisen tilit voivat olla joko jatkuvia tai määräaikaisia. Niillä voi olla esimerkiksi määrällisiä tai ajallisia nostorajoituksia. Tileille maksettava korko voi vaihdella talletettavan määrän ja talletusajan mukaan. (Alhonsuo ym. 2012, 299–300.)

Sijoituspalvelu on lainsäädännön mukaan mm. sijoitusneuvontaa, omaisuudenhoitoa sekä rahoitusvälineitä koskevien toimeksiantojen vastaanottamista, välittämistä ja toteuttamista. Sijoituspalvelua tarjoava yritys voi myönnetyn toimiluvan mukaisesti tarjota asiakkaille lisäksi oheispalveluita, kuten mm. rahoitusvälineiden säilytys- ja hoitopalveluja, myöntää sijoituspalveluun liittyviä luottoja ja muuta rahoitusta sekä tuottaa sijoitustutkimuksia ja yleisiä suosituksia rahoitusvälineillä käytävään kauppaan liittyen. (Finanssivalvonta 2020.)

Sijoituspalveluja kuten sijoitusneuvontaa, voivat tarjota vain viranomaisvalvonnassa olevat luottolaitokset tai siihen toimiluvan saaneet sijoituspalveluyritykset. Sijoitusneuvojan on ennen palvelun tarjoamista selvitettävä asiakkaan taloudellinen asema, sijoituskokemus ja -tietämys sekä sijoitustavoitteet, jotta asiakkaalle voidaan suositella hänelle soveltuvia rahoitusvälineitä ja palvelua. Sijoitusneuvontaa tarjoavien on perehdyttävä tarkasti asiakkaan tilanteeseen ja kerrottava eri tuotteiden soveltuvuudesta asiakkaalle. (Kontkanen 2016, 132.)

ASP-säästäminen

Asuntosäästöpalkkiojärjestelmä (ASP) on nuorille (18–39-vuotiaille) tarkoitettu asuntosäästö- ja tukijärjestelmä ensimmäisen omistusasunnon hankintaan. Asunnon hankkija tekee pankin kanssa ASP-sopimuksen ja avaa ASP-tilin, jolle hän sitoutuu säästämään vähintään 10 prosenttia asunnon hinnasta. (Kontkanen 2016, 160.) ASP-tilille tulee tehdä talletuksia vähintään kahdeksana kalenterivuosineljänneksenä. Yhden neljänneksen eli kolmen kuukauden aikana talletuksen tulee olla vähintään 150 euroa ja enintään 3 000 euroa. Pankki maksaa ASP-tilille vuotuista yhden prosentin verotonta talle-

tuskorkoa, jonka lisäksi pankilta saa 2–4 prosentin lisäkorkoa, kun on saavuttanut säästötavoitteensa ja hankkii asunnon. Lisäkorko maksetaan tallettamisen aloittamisvuodelta ja tämän jälkeen enintään viideltä seuraavalta kalenterivuodelta. (Valtiokonttori A.)

3.2.3 Rahoituspalvelut

Suurin osa pankkien lainoista on myönnetty kotitalouksille, ja näistä lainoista taas valta-osa on asuntolainoja. Asuntolainojen lisäksi kotitaloudet nostavat pankeista kulutusluottoja sekä opintolainoja. Luotonottoon kannustavia tekijöitä ovat muun muassa luottamuksen kasvu omaan ja yleiseen taloustilanteeseen sekä suotuista korkotasoa. Asuntolainakantaa kasvattaa myös lainojen takaisinmaksuaikojen pidennys sekä asuntojen hintojen nousu. Lainat ovat sidottu markkinaehtoihin korkoihin, jotka voivat olla joko vaihtuvia tai kiinteitä. Vaihtuvista koroista suosituin sidonnaisuus on koron sitominen markkinoilla määräytyviin euribor -viitekorkoihin yhdessä pankin oman viitekoron kanssa. Vaihtuvien korkojen etuja ovat mahdollisuudet nopeisiin lainakorkojen muutoksiin. Viitekoron lasku näkyy pienempinä korkokuluina, kun taas vastaavasti viitekoron nousu kasvattaa korkokuluja, ja vaikeuttaa erityisesti pitkäaikaisissa luotoissa tulevan korkorasituksen ennakoimista. Kiinteäkorkoisissa lainoissa merkittävin etu on maksuerien vakaus ja suojaus korkojen nousua vastaan, kun korko on ennalta määritetty. Siinä missä vaihtuvakorkoisen lainan takaisinmaksu ei aiheuta lisäkustannuksia, niin kiinteäkorkoisen lainan takaisinmaksu etuajassa aiheuttaa lisäkustannuksia, kun asiakas joutuu korvaamaan pankin korkotulojen menetyksen. Pankit tarjoavat myös erilaisia korkoturvaluotteita vaihtuville lainoille sekä vaihtuvan ja kiinteän koron yhdistelmiä. (Kontkanen 2016, 156–157.)

Henkilöasiakas voi hakea lainaa joko pankin konttorissa tai verkkopalvelussa. Asiakkaan tulee lainahakemuksessa antaa tietoja mm. itsestään, perheestään, tuloistaan, menoistaan ja muista lainoistaan. Näillä tiedoilla pankki arvioi asiakkaan lainan takaisinmaksukykyyn ja riskin. Lainapäätöksen saaminen voi kestää jonkin aikaa, vaikka pankit pitävät lainanmyöntöprosessia kilpailutekijänä ja pyrkivät mahdollisimman nopeisiin päätöksiin. Laina myönnetään, mikäli asiakkaan katsotaan pystyvän hoitamaan lainan takaisinmaksu sovitun mukaisesti ja lainaa vastaan annettavat mahdolliset vakuudet ovat kunnossa. Vakuudet, laina-aika, asiakkaan koko asiakkuus ja maksukyky vaikuttavat lainan ehtoihin. (Alhonsuo ym. 2012, 249.)

Lainoihin usein liitettävän vakuuden tarkoitus on varmistaa luoton myöntäjälle lainan takaisinmaksu. Usein asuntolainoihin liittyvässä asunnon ostossa ostettava asunto pantataan lainan vakuudeksi, mutta vakuus on kuitenkin vain yksi tekijä, jota luoton myöntäjä arvioi asiakkaan maksukykyä ja riskiä harkitessaan. (Alhonsuo ym. 2012, 249–250.)

Opintolaina

Opintolaina on laina, jonka opiskelija hakee valitsemastaan pankista sen jälkeen, kun hänelle on myönnetty opintolainan valtiontakaus. Koska valtio on lainan takaajana, ei opintolainalle tarvitse muuta vakuutta. Lainan ehdot ja takaisinmaksu sovitaan pankin kanssa, yleensä takaisinmaksu aloitetaan noin kahden vuoden kuluttua opintojen päättymisestä. Opintolainasta ei makseta lainan aikana korkoja, vaan ne lisätään lainan pääomaan eli pääomitetaan. Pääomituksen seurauksena takaisin maksettava velkapääoma kasvaa myös korkojen ja koron korkojen verran. Kela maksaa vuonna 2014 tai myöhemmin ensimmäiset korkeakouluopinnot aloittaneille opiskelijoille opintolainahyvitystä, tiettyin edellytyksin. Opintolainahyvityksen voi saada, mikäli opiskelija on nostonut opintolainaa opintojen aikana yli 2 500 euroa ja suorittaa tutkintonsa määräajassa. Opintolainahyvitys on 40 prosenttia opintolainan 2 500 euroa ylittävästä osuudesta. (Kontkanen 2016, 162–163.)

ASP-laina

Kun etukäteen sovitut tarvittavat säästöt ovat koossa, pankki voi myöntää ASP-lainan. ASP-etujen saaminen edellyttää, että asunto tulee ASP-lainanottajan omaan vakituiseen asumiskäyttöön. ASP-korkotukilainan määrä lasketaan ASP-tilin hyväksytyistä talletuksista. Korkotukilainaa laskettaessa otetaan huomioon tilille tehtyjen talletusten lisäksi yhden prosentin peruskorko sekä lisäkorko. ASP-laina voi olla enintään 90 prosenttia asunnon hankintahinnasta, sekä lisäksi lainan enimmäismäärä voi olla Helsingistä ostettavalle asunnolle 180 000 euroa, Espoosta, Kauniaisista tai Vantaalta 145 000 euroa ja muista kaupungeista 115 000 euroa. Mikäli ASP-korkotukilaina ei kata 90 prosenttia asunnon hankintahinnasta, voi pankin kanssa sopia lisälainasta. ASP-lainan koron tulee olla alhaisempi kuin muiden vastaavien pankin myöntämien ensiasuntolainojen koron. ASP-lainoissa ei voi käyttää korkosuojauksia, ja viitekorkona voidaan käyttää yleisesti asuntolainoissa käytettäviä viitekorkoja. (Valtiokonttori B.) Jos ASP-lainan korko ylittää

korkotukiaikana 3,8 prosenttia, valtio maksaa 70 prosenttia tämän tason ylittävästä korosta 10 vuoden ajan. ASP-lainan vakuudeksi riittävät usein ostettu asunto sekä valtiontakausta, joka voi olla suurimmillaan 50 000 euroa. (OP A.)

3.3 Palveluiden hinnoittelu

Pankkipalveluiden hinnoittelun ei tulisi lähtökohtaisesti erota tavaroiden ja palvelujen hinnoittelusta yleensä. Muilla toimialoilla tavallisena pidettävä markkinoiden tarjontaan ja kysyntään perustuva hinnoittelu ei kuitenkaan ole vielä ulottunut kaikkiin pankkipalveluihin. Varainhankinnan sekä luotto- ja sijoitustoiminnan välistä rahoituskatetta ei vapaan koronmuodostuksen oloissa voida käyttää muun palvelutoiminnan hintojen pitämiseen keinotekoisella alhaisella tasolla. Koti- ja ulkomainen kilpailu sekä vapaat pääomanliikkeet eivät salli olennaista poikkeamista yleisestä korkotasosta sen enempää varainhankinnassa kuin luotonannossakaan. Tämä on pakottanut pankit asteittain siirtämään koko palveluvalikoivansa tarkasti harkittuun hinnoitteluun ja entistä tiukempaan kustannusten kontrollointiin.

Pankin tuotevalikoima on hyvin laaja perinteisistä henkilöasiakkaiden tilipalveluista aina monimutkaisiin yrityskauppojen rahoitusjärjestelyihin. Myös useimmat pankkien asiakkaista käyttävät jatkuvasti tai ainakin aika ajoin laajaa valikoimaa erilaisia palvelutuotteita. Eri asiakasryhmien käyttämät palveluvalikoimat poikkeavat huomattavasti toisistaan. Osalle käytettävistä tuotteista on annettu selkeästi oma hintansa, osa on edelleenkin ilman erillistä veloitusta asiakkaiden käytettävissä. Pankkipalveluiden hinnoista ei aina saa helposti selkeää kokonaiskuvaa. Vaikka yksittäisten pankkipalvelujen hinnoista voidaan tehdä selviä havaintoja, paljon vaikeampaa on saada kuvaa hintojen kokonaiskehityksestä. (Kontkanen 2016, 99.)

Finanssialalla on käytössä erilaisia hinnoittelustrategioita kuten kustannusperusteinen hinnoittelu, kilpailuperusteinen hinnoittelu, arvoon perustuva hinnoittelu, asiakaskohtainen hinnoittelu ja pakettihinnoittelu. Kustannusperusteisessa hinnoittelussa asiakas maksaa finanssipalvelusta juuri sen käytöstä aiheutuvat kustannukset. Esimerkiksi laskun maksamisesta perittävä maksu, kuukausittainen verkkopankin käyttömaksu ja hallinnointipalkkio ovat usein kustannusperusteisesti hinnoiteltu. Kilpailuperusteisessa hinnoittelussa hinta määräytyy markkinoilla. Finanssiyhtiö voi profiloitua hintaseuraajaksi ja seurata hinnoittelussa muita saman markkinan yrityksiä tai alkaa hintajohtajaksi, jolloin se pyrkii tuomaan uudet hinnoittelumallit ensimmäisenä markkinoille. Asiakkaat myös

kilpailuttavat finanssialan yhtiöitä pyytäen hintatarjouksia useammalta yhtiöltä, jolloin testataan yhtiöiden keskinäistä hintakilpailukykyä ja -halua. Arvoon perustuvassa hinnoittelussa palvelulle pyritään määrittämään hinta, joka vastaa asiakkaan näkemystä palvelun arvosta. Jos osa asiakaskunnasta suosii mahdollisimman halpoja hintoja, heille voisi tarjota hyvin yksinkertaisia ja pelkistettyä finanssipalveluja itsepalveluna. Asiakaskohtaisessa hinnoittelussa asiakas keskittää kaikki finanssitoimintansa yhteen yhtiöön ja saa siitä vastineeksi koko palvelutarjoon yksilöityyn hintaan. Mitä enemmän palveluja kappale- ja euromääräisesti asiakas käyttää, sitä edullisemman kokonaishinnan hän palveluistaan maksaa. Edeltävien lisäksi finanssipalveluissa käytetään pakettihinnoittelua. Asiakas valitsee käyttöönsä palvelupaketin ja maksaa siitä kiinteän hinnan. Pakettihinnoittelussa yleisesti ottaen laajempi paketti tarkoittaa korkeampaa hintaa, joka on kuitenkin hinnoiteltu suhteessa edullisemmaksi kuin suppeammat vaihtoehdot. Asiakkaan kannalta pakettihinnoittelu ei aina ole tarkoituksenmukainen. Näin on, mikäli asiakas joutuu ostamaan koko palvelupaketin, vaikka tarvitsisi vain yhtä tai kahta osaa siitä. Tällöin paketti ei tuo riittävästi arvoa asiakkaalle. (Ylikoski & Järvinen 2012, 115–118.)

Hinnoittelu on nykyoloissa tärkeä osa liiketoiminnan suunnittelua ja pankkien markkinointia. Ympäristömuutokset ja pankkitoiminnan erityispiirteet tuovat luonnollisesti hinnoitteluun oman lisänsä. Erityisen piirteen pankkitoiminnan hinnoittelulle muodostaa siihen usein liittyvä luotonannon tai -oton hinnoittelu eli koronmääritys. Pankkien luotto- ja talletustuotteiden hinnat määritetäänkin useimmiten poikkeamina suuntaa antavista markkinakoroista. Pankin tavoitteena on muidenkin yritysten tapaan hinnoitella tuotteensa mahdollisimman tarkoin asiakkaiden arvostuksia kuvastamalla tavalla. Olenaisista olisi tietää, kuinka paljon asiakkaat ovat valmiita maksamaan tietyistä palveluista ja muotoilla tuotteet sekä niiden hinnat tämän tiedon ja pankin oman kustannuslaskennan pohjalta. Omat hinnoittelukokemukset, kilpailijoiden hinnat ja tuotteiden laskennalliset kustannukset antavat viitteitä käytännön hinnanmääritykseen. Arviot asiakkaiden tarpeista ja hintareaktioista ovat kuitenkin olennaisin perusta onnistuneelle hinnoittelulle. Oman erityispiirteensä pankkituotteiden hinnoittelussa tuo mahdollisuus erilaisten palvelukokonaisuuksien kokonaishinnoitteluun. (Kontkanen 2016, 100–101.)

Muiden yritysten tavoin finanssiyhtiöt ovat oppineet tarjoamaan potentiaalisille asiakkailleen arvoa lisääviä hintahoukuttimia. Asiakkaille tarjottavat alennukset voivat liittyä kokonaisasiakkuuden siirtoon tai yksittäisen finanssituotteen kampanjaan. Lähes kaikki finanssiyhtiöt tarjoavat keskittämisetuja asiakkailleen. Mitä laajemmin asiakas keskittää

päivittäiset raha-asiansa, lainansa ja sijoituksensa yhteen finanssiyhtiöön, sitä suuremmat keskittämisalennukset hänelle yleensä myönnetään. Pitkäkestoisten, hyvien asiakassuhteiden palkitseminen on lisääntynyt ja on johtamassa yhä enemmän asiakaskoh-
taiseen hinnoitteluun.

Monien palvelujen hinnoittelu on eriytynyt yhä enemmän myös asiakassegmenteittain. Nuorille, lapsiperheille, aikuispariskunnille ja eläkeläisille tarjotaan omia palvelukokonai-
suuksiaan, joihin sisältyvät segmenttikohtaiset alennukset. Finanssialalla etenkin nuoret ja eläkeläiset voivat valita omat vakuutus- ja pankkipalvelupakettinsa, jotka sisältävät
näiden ryhmien yleisimmin tarvitsemat vakuutus- ja pankkipalveluvaihtoehdot edulliseen
pakettihintaan. (Ylikoski & Järvinen 2012, 115, 119–120.)

4 PALVELUTARJONNAN VERTAILU

Ennen vertailua listataan korkeakouluopiskelijoille suunnattuja etuja jokaisen opinnäytetyössä huomioitavan pankin palvelutarjonnoista. Listauksen jälkeen etuja pyritään yhtenäistämään eri muuttujilla, esimerkiksi OP Ryhmän tarjonnassa on oletuksena, että asiakas on omistaja-asiakas. Yhtenäistetyt edut viedään taulukoihin, etujen vertailun helpotukseksi. Taulukoissa vertaillaan, mitä eri tuotteet tai tuotepaketit maksaisivat korkeakouluopiskelijoille. Taulukoista muodostetaan johtopäätöksiä ja selvitetään, millä tasolla edut Danske Bankin tarjonnassa ovat Nordeaan ja OP ryhmään verrattuna.

Vertailun kannalta huomioitavaa on, että Danske Bank sekä Nordea ovat molemmat kansallisia pankkeja, jotka toimivat Suomessa samoilla hinnastoilla ja eduilla ympäri maan. Opiskelijoiden ja nuorten edut ovat OP Ryhmän sisällä suurimmilta osin samat, mutta osuuspankkien itsenäisyyden takia eri paikkakuntien osuuspankkien hinnoissa ja eduissa saattaa näkyä pieniä eroja. Opinnäytetyön vertailussa otetaankin huomioon vain OP Helsingin asiakasedut ja hinnastot. Valinta on tehty sillä perusteella, että Helsingin ja pääkaupunkiseudun korkeakouluissa on määrältään eniten opiskelijoita niin yliopistoissa kuin ammattikorkeakouluissa. Vuonna 2019 selkeästi eniten yliopisto-opiskelijoita opiskeli Helsingin yliopistossa sekä kolmanneksi eniten myös pääkaupunkiseudulla sijaitsevassa Aalto yliopistossa (Tilastokeskus 2020a). Eniten ammattikorkeakouluopiskelijoita puolestaan opiskeli Metropolia ammattikorkeakoulussa, joka sijaitsee myös pääkaupunkiseudulla (Tilastokeskus 2020b).

4.1 Danske Bank

Danske Bank on kansainvälinen, 13 maassa toimiva pohjoismainen pankki, joka tarjoaa kokonaisvaltaisia pankkipalveluita niin henkilö-, yritys- kuin yhteisöasiakkaillekin. Danske Bank on Suomen kolmanneksi suurin pankki ja sillä on Suomessa lähes miljoona henkilöasiakasta. Pankkipalveluiden lisäksi Danske Bank tarjoaa henki- ja eläkevakuutuksia, asuntolainoja, varallisuudenhoitoa sekä kiinteistö- ja leasingpalveluja. (Danske Bank A.)

Danske Bankin opiskelija-asiakkaaksi voi rekisteröityä 18–32-vuotias korkeakouluopiskelija verkkopankissa. Opiskelija-asiakkaat saavat muun muassa maksuttomat päivit-

täispalvelut 32 ikävuoteen asti. Danske Bank on yhteistyössä myös opiskelijoiden hyötypalvelu Frankin kanssa sekä tarjoaa mittavia etuja Akavan jäsenliittolaisille. Akava on korkeakoulutettujen työmarkkinakeskusjärjestö, johon kuuluu 36 jäsenliittoa, ja noin 117 000 opiskelijajäsentä (Akava 2019). Akava-edut lunastaakseen asiakkaan tulee olla jonkin Akavan jäsenliiton jäsen. Asiakkaaksi tuleminen ja akavalaisen etujen lunastaminen onnistuvat verkkopankin kautta. (Danske Bank B.) Frank-yhteistyöedun lunastaakseen korkeakouluopiskelijan tulee kuulua opiskelijajärjestöön, joka on Frankin kanssa yhteistyössä. Tämä koskee kymmentä ylioppilaskuntaa sekä Tampereen poliisiammattikorkeakoulun ja Ahvenanmaan opiskelijakuntaa (Frank A).

Päivittäispalvelut

Danske Bankin päivittäispalveluiden hinnoittelu jakautuu joko etuohjelman alaiseen hinnoitteluun tai perushintoihin, jossa jokainen asiakkaan päivittäinen tuote hinnoitellaan erikseen. Etuohjelmaan liittyvä asiakas valitsee hänelle sopivimman tuotepaketin, jossa paketoidaan yksittäisiä päivittäistuotteita kokonaisuuksiksi. Nämä päivittäispalvelupaketit koostuvat Danske Silver-, Danske Gold- sekä Danske Platinum Plus-paketeista. Silver-paketti esimerkiksi sisältää peruspankkipalvelut, joihin kuuluu käyttötili, verkkopankkitunnukset sekä debit-kortti Päivittäispalvelupaketit hinnoitellaan etutason perusteella, mikäli asiakas ei ole opiskelija- tai nuorisoasiakas (18–27-vuotias). Etutasot luokitellaan pääsääntöisesti asioinnin laajuuden mukaan alkaen etutasosta 1, jossa asiakkaan yhteenlasketut talletukset, sijoitukset ja lainat eivät ylitä 10 000 euroa. Ylin taso Danske Bankissa on etutaso 4, jossa asioinnin laajuus tulee olla vähintään 150 000 euroa. Opiskelija-asiakas on oikeutettu muun muassa ilmaiseen Silver-pakettiin, sekä alennettuihin Gold- ja Platinum Plus-paketteihin. (Danske Bank C.)

Frank-asiakkaana opiskelija on oikeutettu maksuttomiin Danske Bankin verkkopankkitunnuksiin, käyttötiliin sekä debit-korttiin opiskelijatunnisteella (Kuva 1) koko opintojensa ajaksi – ikään katsomatta. Näin ollen Frank-yhteistyö mahdollistaa myös yli 32-vuotiaille opiskelijan ilmaisen päivittäispalvelupaketin edut Danske Bankissa, korkeakoulusta valmistumiseen asti. (Frank B.)



Kuva 1. Frank -maksukortti opiskelijatunnisteella (Frank B).

Danske Bankin kattavin Platinum Plus -paketti maksaisi opiskelijalle 3,50 euroa kuukaudessa, ja siihen kuuluu ilmaisten peruspankkipalveluiden lisäksi rajattomat määrät käyttötilejä, käteisnostoja Otto- ja muilla pankkiautomaateilla, sekä paperinen tiliote (Danske Bank C).

Rahoituspalvelut

Akavalaisille on tarjolla vakuudeton 2 000–15 000 euron suuruinen Etulaina 1–5 vuodelle 2,9 % pankin marginaalilla (normaali marginaali 4,9 %) sekä 2,5 euron laskutusmaksuilla (normaali laskutusmaksu 4,5 euroa). Akavalainen saa lainan ilman 90 euron avausmaksua. Etu on voimassa vuoden 2020 loppuun asti. (Danske Bank D.)

Akavan jäsenliiton jäsenenä Danske Bankin asuntolainan marginaalista saa aina automaattisen alennuksen. Liiton jäsenenä asiakas saa lainansa edullisemmin kuin asiakkaat ilman liiton jäsenyyttä. Asuntolainasta ei myöskään peritä toimitusmaksua tai järjestelypalkkioita. Toimitusmaksu ja järjestelypalkkio ovat normaalisti 0,6 prosenttia lainan pääomasta, kuitenkin vähintään 300 euroa. Tämä tarkoittaa vähintään 300 euron säästöä akavalaiselle. Vuoden 2020 loppuun asti akavalaiset saavat saman edun myös sijoitusasuntolainalle. Lainan etuihin kuuluvat myös 4–12 kuukauden pituiset lyhennysvapaat ilman 180 euron toimitusmaksua per lyhennysvapaa. Akava-etujen piiriin kuuluva pystyy myös asettamaan 2–3 porrasta lainan lyhentämiseen ensimmäiselle viidelle vuodelle. Asiakas voi esimerkiksi lyhentää lainaa ensimmäiset kaksi vuotta 500 euroa per

kuukausi, kolmannen vuoden 750 euroa per kuukausi ja lopun laina-ajan 1000 euroa per kuukausi. Akavalainen asuntolaina-asiakas saa myös 25–50 prosenttia alennusta päivit-
täispalvelupaketeista (mikäli hän ei kuulu Dansken Nuoriso tai Opiskelija-eturyhmään)
sekä MasterCard Gold- ja Platinum luottokorteista, niin kauan kun asiakas lyhentää lai-
naa. (Danske Bank E.)

Varsinaisia muita etuja rahoituspalveluista ei Danske Bankilla ole korkeakouluopiskeli-
joille. Danske Bankin opintolainan edullisin avausvaihtoehto on verkkopankissa, jolloin
sen avaus maksaa 30 euroa. Takaisinmaksuvaiheessa lainan automaattinen lyhennys
tililtä on 2,70 euroa. (Danske Bank F.)

ASP-lainan kuten muidenkin asuntolainojen järjestelypalkkio on Danske Bankilla 0,6 %
lainan pääomasta, kuitenkin vähintään 300 euroa. Lainan automaattinen lyhennys asi-
akkaan tililtä maksaa 2,70 per maksuerä. (Danske Bank G.)

Sijoituspalvelut

Platinum Plus -pakettiin kuuluu myös Danske Reaaliaikapalvelut, joka tuo asiakkaalle
reaaliaikaiset pörssikurssit Helsingin, Tukholman ja Kööpenhaminan pörseistä, sekä
uutiset Kauppalehdestä ja Dow Jones Newswiresta. Palveluun kuuluu myös luovutus-
voitto- ja tappiolaskelma asiakkaan verkkopankkiin. (Danske Bank C.)

Akavalaisena korkeakouluopiskelija on oikeutettuna alennuksiin kuten 15 prosentin alen-
nus varainhoito- ja neuvontapalkkiosta, maksuttomiin reaaliaikapalveluun ja analyysipal-
veluun (3kk ajaksi) sekä maksuttomaan kotimaisen ja ulkomaisten osakkeiden säilytyk-
seen koskien myös osakesäästötiliä. Lisäksi akavalaisen kaupankäynnin välityspalkkiot
alkavat automaattisesti paremmalta hintatasolta (välityspalkkio 0,12 % kuitenkin vähin-
tään 5 euroa). Edellä luetellut edut jakautuvat kolmeen kokonaisuuteen. Varainhoito
Online -palvelussa asiakas sijoittaa tehdyn sopimuksen mukaisesti kuukausittain tietyn
summan, joka sijoittuu salkunhoitajan valitsemiin kustannustehokkaisiin rahastoihin.
Kaupankäynti Online -palvelu on enemmän omatoimisille sijoittajille tarkoitettu, jossa
alennukset välityspalkkioista ja markkinoiden seurantapalveluista ovat keskiössä.
Danske sijoitusneuvonnassa taas keskustellaan asiantuntijan kanssa sopivimmasta si-
joittamisen kokonaisuudesta entuudestaan kertyneelle omaisuudelle. (Danske Bank H.)

4.2 Nordea

Nordea on pohjoismainen yleispankki, joka tarjoaa kattavia palveluita 20 maassa, joista Suomi, Ruotsi, Tanska ja Norja muodostavat Nordean kotimarkkina-alueen (Nordea A). Nordealla on Suomessa noin 3,1 miljoonaa henkilöasiakasta, noin 240 000 pientä ja keskisuurta yritysasiakasta ja 350 suurta yritys- ja yhteisöasiakasta (Nordea B).

Nordean korkeakouluopiskelija-asiakkaaksi voi liittyä, kun on 19–30-vuotias ja opiskelee yliopistossa, ammattikorkeakoulussa tai muussa korkeakoulussa. Nordean korkeakouluopiskelijan edut ovat voimassa siihen asti, kunnes asiakas täyttää 31, vaikka hän valmistuisikin jo aiemmin. (Nordea C.)

Päivittäispalvelut

Nordealla on erillisen tuotteiden hinnoittelun lisäksi käytössään kaksi pakettihinnoiteltua tuotepakettia päivittäisten raha-asioiden hoitoon. Nordealla otetaan käyttöön vähintään pankkitunnukset, tili ja kortti, jonka jälkeen ne hinnoitellaan pakettina automaattisesti. Peruspakettiin kuuluu 1–2 maksukorttia (jotka voivat olla myös Nordea Gold ja Nordea Credit luottokortteja), verkkopankkitunnukset sekä käyttötili. Mobiili Plus -pakettiin kuuluu kaikki Peruspaketin tuotteet, mutta Mobiili Plus -paketin käyttäjä on ottanut mobiilipankin käyttöönsä. (Nordea D.) Korkeakouluopiskelija-asiakkaalle Mobiili Plus-paketti on maksuton, ja Peruspaketti maksaa 4 euroa kuukaudessa (Nordea C).

Nordea tarjoaa korkeakouluopiskelija-asiakkailleen opiskelijan Nordea Gold luottokorttia maksutta, ilman opintopistevaatimuksia ja säännöllisiä tuloja. Kortissa on 1 500–2 000 euron luottoraja, korotonta maksuaikaa keskimäärin 30 päivää sekä tuoteturva- ja ulkomaan matkavakuutus. Luottokortin kuukausi- ja vuosimaksuttomuus edellyttää, että se on osana jompaa kumpaa päivittäispalvelupakettia. Mikäli luottopuolen kertynyttä velkaa ei makseta kokonaan pois sen ensimmäisen lyhennyksen yhteydessä, tulee seuraaville lyhennyksille mukaan myös 4,50 euron tilinhoitomaksu, kunnes velka on maksettu. (Nordea E.) Matkavakuutus on voimassa 90 päivän ajan, kunhan 75 prosenttia matka- ja majoituskuluista on maksettu kortin luotto-ominaisuudella. Tuoteturvavakuutus on voimassa 180 päivää 100–2 000 euron hintaiselle tuotteelle, joka on ostettu luotolla. Tuoteturvavakuutuksessa on 50 euron omavastuu. (Nordea F.)

Rahoituspalvelut

ASP-lainalle opiskelija-asiakkaan ei tarvitse maksaa järjestelypalkkiota (Nordea G). Järjestelypalkkio on suuruudeltaan 0,4 prosenttia lainasta, kuitenkin minimissään 300 euroa (Nordea H). Näin korkeakouluopiskelija-asiakas säästää vähintään 300 euroa ASP-lainan kustannuksista. Mikäli asiakas ottaa Nordealta asuntolainan, siirtyy hän asuntolaina-asiakkaan etujen piiriin, joilla saa päivittäispalveluista Mobiili Plus -paketin maksutta lainan ajaksi. Lisäksi asuntolaina-asiakas saa rahastojen kaupankäyntipalvelut käyttöönsä ilman merkintä- vaihto- ja lunastuspalkkioita. (Nordea I.)

Opintolainan järjestelypalkkio on Nordean hinnaston mukaan 20 euroa verkkopankissa sekä konttorissa. Lainan lyhennysten automaattinen veloittaminen lainanhoitotililtä maksaa opintolainansa lyhentävälle 2,30 euroa per veloitus. (Nordea J.)

Sijoituspalvelut

Nordealla ei ole korkeakouluopiskelija-asiakkaille tarjolla muiden asiakkaiden hinnoittelusta eroavia konkreettisia etuja sijoituksiin liittyen, mutta vertailun vuoksi voidaan mainita ASP-tilille maksettavan lisäkoron suuruus. ASP-tilin lisäkorko on Nordeassa 4 % (Nordea K).

4.3 OP-ryhmä

Vuonna 2020 OP Ryhmään kuului toukokuun alussa 141 osuuspankkia Suomen alueella. Osuuspankit ovat itsenäisiä, paikallisia, vähittäispankkitoimintaa harjoittavia talletuspankkeja. Pääkaupunkiseudulla vähittäispankkitoimintaa harjoittaa Helsingin Seudun Osuuspankki, joka tunnetaan myös nimellä OP Helsinki. Yritysmuodoltaan osuuspankit ovat osuuskuntia, joiden omistaja-asiakkaaksi voi liittyä maksamalla osuusmaksun. (OP B.)

OP Helsingin, kuten muidenkin osuuspankkien etujen keskiössä on omistaja-asiakkuus. Omistaja-asiakkaaksi liittymisen yhteydessä tulee maksaa jäsenosuusmaksu, joka on useimmissa osuuspankeissa suuruudeltaan 100 euroa. Asiakas voi irtisanoutua jäsenyydestään hänen niin tahtoessaan, jolloin hänelle palautetaan jäsenosuusmaksu koko-

naisuudessaan. Omistaja-asiakkaille kertyy OP-bonuksia automaattisesti kuukausittaisen asiointinsa perusteella. Bonustilille kertyneillä OP-bonuksilla maksetaan automaattisesti pankin palvelumaksuja, lainojen toimitus- ja palvelumaksuja, säästöjen ja sijoitusten palvelumaksuja ja OP Kodin palkkioiden lisäksi myös vakuutusmaksuja. Bonuksia kertyy säästötileillä olevista varoista, rahastoista, sijoitussidonnaisista vakuutuksista, asunto- ja opintolainasta, vakuudellisesta pankkilainasta sekä maksetuista vakuutusmaksuista, kuten koti- ja ajoneuvovakuutus tai jatkuva matkavakuutus. Jos omistaja-asiakkaalla on esimerkiksi yhteensä 100 000 euron edestä bonuksiin oikeuttavaa asiointia, kertyy hänelle vuodessa 250 euron edestä OP-bonuksia. (OP C.)

OP Ryhmällä ei ole varsinaista erottelua opiskelijoille tai korkeakouluopiskelijoille eturyhmänä kuten esimerkiksi Danske Bankilla ja Nordealla. Sen sijaan OP Ryhmällä edut määräytyvät enimmäkseen joko nuoren iän (alle 26 vuotta), omistaja-asiakkuuden tai molempien mukaisesti.

Päivittäispalvelut

Nuori omistaja-asiakas saa itselleen päivittäispalvelut eli tilin, kortin ja verkkopankkitunnukset maksutta, kunnes hän täyttää 26 vuotta. Tämän jälkeen päivittäispalvelut hinnoitellaan vain hänen omistaja-asiakkuutensa perusteella. Päivittäispalvelut maksavat omistaja-asiakkaalle 3,95 euroa kuukaudessa. (OP D.)

OP:n nuorena asiakkaana saa päivittaiset pankkipalvelut maksutta OP-Visa Credit/Debit-, OP-Visa Debit- tai OP-Visa Electron-kortilla. OP tarjoaakin peruspalveluiden kortiksi vähintään 18 vuotta täyttäneille korkeakouluopiskelijoille OP-Visa-luottokorttia. Luottokortti voidaan myöntää pääasialliselle OP:n asiakkaalle, ilman opintopistevaatimuksia. Luottokortilla on 2 000 euron luottoraja ja keskimäärin 35 päivää korotonta ja kulutonta maksuaikaa. (OP E.) Omistaja-asiakkaat saavat opiskelijan luottokorttiin tuoteturva-vakuutuksen, joka kattaa credit- ja debit-ominaisuuksilla tehtyjen ostoksien kotimaan lisäksi ostot ulkomailla ja verkkokaupoissa. Vakuutus suojaa ehtojen mukaisia hankintoja 180 päivän ajan siitä, kun esine on tullut kortinhaltijan haltuun. Omavastuu on tuoteturvassa 75 euroa ja yksittäisestä esineestä korvataan enintään 2 000 euroa. (OP F.)

Rahoituspalvelut

Omistaja-asiakkaat saavat opintolainansa nostettua OP:lla ilman toimitusmaksua, kun hakemus tehdään verkossa (OP G). ASP-lainan toimitusmaksu OP:lla on 0,4 % lainan määrästä ja vähintään 300 euroa (OP H).

Sijoituspalvelut

Omistaja-asiakkaana kykenee ostamaan, myymään ja vaihtamaan lähes kaikkia rahastoja (säästäjän rahastot, vastuulliset rahastot sekä osake- ja korkorahastot) ilman kuluja. Vuoden 2020 loppuun asti omistaja-asiakkaat voivat ostaa ja myydä ETF-rahastoja kuiluitta. Omistaja-asiakkaat pääsevät myös automaattisesti osakekaupankäynnin hinnaston toiselle hintaportaalille, jossa välityspalkkion suuruus on 0,17 % (vähintään 7 €), kun ensimmäisen palkkioportaan välityspalkkio on 0,2 % (vähintään 9 €). (OP I.)

4.4 Palveluiden vertailu

Korkeakouluopiskelijoille tarjottuja etuja vertaillaan seuraavissa osioissa taulukoiden avulla. Asiakkuuden laajuuksia ja tasoja pyritään samankaltaistamaan vertailtavuuden parantamiseksi. Kaikissa vertailuissa on muun muassa oletuksena, että OP:n asiakas on omistaja-asiakas.

Päivittäispalveluiden vertailu

Taulukossa 1 vertaillaan pankkien tarjoamien päivittäispalveluiden hintoja korkeakouluopiskelijoille. Halvimpien vertailukohteiden vuoksi on oletettu, että OP:n asiakas olisi omistaja-asiakas, opiskelijalla olisi mobiilipankki käytössä ja että hän valitsisi halvimman päivittäispaketin. Viimeisessä sarakkeessa on vertailtu akavalaisen asuntolaina-asiakkaan päivittäispaketin hintaa OP:n ja Nordean asuntolaina-asiakkaan hintoihin. Huomioiden pelkkä 100 000 euron asuntolainan tuoma asioinnin laajuus, Danske Bankissa asiakas nousee toiseksi korkeimmalle etutasolle. Nordealla asuntolaina-asiakas saa au-

tomaattisesti ilmaisen Mobiili Plus-paketin, kun taas OP:lla pelkästä 100 000 euron asuntolainasta kertyy bonuksia noin 20 euroa kuukaudessa, joka on enemmän kuin tarpeeksi kattamaan päivittäispalveluiden kuukausimaksut.

Taulukko 1. Päivittäisten pankkipalveluiden hinnoittelun vertailu.

Korkeakouluopiskelija, omistaja-asiakas, käytössä mobiilipankki	18–25 vuotta	26–30 vuotta	31–32 vuotta	Yli 32 vuotta, käytössä Frankin maksukortti opiskelijatunnisteella	Yli 32 vuotta, Akavan jäsen, asuntolainaa 100 000 €
Danske Bank (€/kk)	0	0	0	0	0,80–1,20
OP Helsinki (€/kk)	0	3,95	3,95	3,95	0
Nordea (€/kk)	0	0	4	4	0

Taulukon 1 perusteella voidaan havaita, että Danske Bankilla korkeakouluopiskelija nauttii ilmaisista päivittäispalveluista pisimpään, kun hänelle ei ole ajankohtaista hankkia asuntolainaa tai luottokorttia. Danske Bankin päivittäispalvelupakettiin ei voi kuulua luottokortti kuten OP:lla ja Nordealla, vaan ne ovat hinnoiteltu erikseen. Toisaalta Danske Bankilla on normaalin debit-kortin paikalle mahdollista saada Frankin kautta opiskelija-kortti maksuominaisuudella, jota vastaavaa tuotetta ei OP:lta tai Nordealta saa.

Taulukkoon 2 on lisätty Danske Gold-kortin vuosimaksu jaettuna kuukausikohtaiselle hinnalle, jotta saadaan tuotekokonaisuudelle vertailukelpoinen hinta. Gold kortin vuosimaksu on 1,9 % luottorajasta, enintään 150 euroa. Luottorajaksi valitaan Nordean ja OP:n korteilla käytettävä 2 000 euroa. Vuosimaksu on siis 38 euroa. Akavalaisen asuntolaina-asiakkaan 25–50 prosentin alennus Danske Bankin päivittäispaketeista koskee myös luottokortteja.

Taulukko 2. Päivittäisten pankkipalveluiden hinnoittelun vertailu luottokorttien kanssa.

Korkeakouluopiskelija, omistaja-asiakas, käytössä mobiilipankki	20–25 vuotta	26–30 vuotta	31–32 vuotta	Yli 32 vuotta, käytössä Frankin maksukortti opiskelijatunnisteella	Yli 32 vuotta, Akavan jäsen, asuntolainaa 100 000 €
Danske Bank (€/kk)	3,17	3,17	3,17	3,17	2,39–3,58
OP Helsinki (€/kk)	0	3,95	3,95	3,95	0
Nordea (€/kk)	0	0	4	4	0

Käyttötulilla, verkkopankkitunnuksilla, debit-kortilla sekä erikseen hinnoitellulla MasterCard Gold-luottokortilla korkeakouluopiskelijan Danske Bankin päivittäispalveluiden kuukausihinnan pohjaksi muodostui 3,17 euroa. Danske Bankin luottokortin vuosimaksu on kiinteä, ja siihen on sisällytetty kuluja laskutuspalkkioista rinnakkaiskorttiin. OP:n ja Nordean tapauksessa luottokortti ei edellytä säännöllistä tuloa, joten luottokortit ovat näin ollen helpommin saatavissa opiskelijalle.

Taulukko 3. Luottokorttien vertailu.

Korkeakoulu- opiskelija, omistaja-asiakas	Luottoraja	Koroton maksuaika	Tuoteturva- vakuutus	Matka- vakuutus	Käteisnosto- vakuutus
MasterCard Gold	2 000	43 päivää	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Opiskelijan OP Visa	2 000	35 päivää	Kyllä	Ei	Ei
Opiskelijan Nordea Gold	2 000	30 päivää	Kyllä	Kyllä	Ei

Taulukossa 3 on otettu taulukon 2 vertailun sisältävät luottokortit erilliseen tarkasteluun. Danske Bankin Mastercard Gold-kortilla on kattavammat ominaisuudet kuin opiskelijoille suunnatuilla luottokorteilla. Kortilla on myös muista poikkeava käteisnostovakuutus, joka kattaa esimerkiksi automaattinoston yhteydessä ryöstetyt käteiset 250 euroon asti 75 euron omavastuulla. Ostoturva kattaa luotto-ominaisuudella tehdyt ostokset kaikkialla

maailmassa 180 päivän ajan, 2 000 euroon asti 75 euron omavastuulla. (Danske Bank I.) Kortin matkavakuutus on voimassa 90 päivää, jos vähintään 75 % matkakustannuksista on maksettu kortin luotto-ominaisuudella (Danske Bank J). Tulee kuitenkin muistaa, että Danske Bankin luottokortti on vuosimaksullinen, ja sen hakeminen edellyttää tiukempia kriteereitä kuin opiskelijoille suunnatut luottokortit.

Rahoituspalveluiden vertailu

Taulukossa 4 esitetään opintolainaan liittyviä kustannuksia pankkien välillä. Nordean ja OP Helsingin opintolainan nostamisen yhteydessä on mahdollista tehdä nostosopimus, jonka avulla opintolaina siirtyy automaattisesti tilille Kelan opintotakausten mukaisesti. Automaattinen lainannosto säästää kustannuksissa, sillä pankit ovat hinnoitelleet erilliset nostot 5–10 euron hintaisiksi. Osuuspankin omistaja-asiakas on vertailun ainoa, joka ei maksa avauspalkkiota opintolainan ensimmäisestä nostosta. Opintolaina kerryttää myös OP bonuksia, joten asiointin laajuuden mukaan on mahdollista, että OP Helsingin omistaja-asiakas ei joudu maksamaan palvelumaksua lyhennysten tai lainaehtojen muutosten yhteydessä. Taulukosta käy ilmi, että OP Helsingin omistaja-asiakas selviää opintolainasta pienimmillä palvelumaksuilla.

Taulukko 4. Opintolainan kustannusten vertailu.

Nostosopimus, omistaja-asiakas, verkkoasiointi	Avauspalkkio (€)	Lyhennysvapaa (€)	Maksut erillisiltä nostoilta (€)	Maksut lyhennysten yhteydessä (€)
Danske Bank	30	5*	5	2,7
OP Helsinki	0	0–50**	5	0–2,5
Nordea	20	5	10	2,3

*Maksuajan pidennys yli 14pv (Danske Bank F).

**Maksusuunnitelman muutos enintään 50 euroa (OP F).

Taulukossa 5 on vertailtu Danske Bankin akavalaisille vuoden 2020 loppuun asti myönnettävää Etulainaa OP Ryhmän sekä Nordean samankaltaisiin tuotteisiin. Kuukausimaksuissa on huomioitu, että vakuudettomat luotot eivät kerrytä OP Ryhmässä bonuksia. Vertailusta käy ilmi, että Danske Bankin Etulaina akavalaisille on ylivoimaisesti edullisin

vakuudettoman kulutusluoton tuotteista niin korkomarginaaleiltaan kuin kuukausimaksuiltaan.

Taulukko 5. Vakuudettoman luoton kustannusten vertailu.

Akavalainen, omistaja-asiakas	Lainamäärä (€)	Avauspalkkio (€)	Pankin marginaali (%)	Tilinhoitomaksu (€/kk)
Etulaina, Danske Bank	2 000–15 000	0	2,9	2,5
Täsmäluotto, OP Ryhmä	2 000–15 000	0	7,95	6
Joustoluotto, Nordea	2 000–50 000	0	8,9	12,5*

*0,01 % per päivä myönnetyn luoton määrästä, enintään 12,5 euroa

Taulukossa 6 vertaillaan ASP-lainan kustannuksia. OP Helsingillä omistaja-asiakkaatkaan eivät säästy lainan avauspalkkiosta, joka on 0,4 prosenttia lainan määrästä, ja vähintään 300 euroa. Asuntolaina kerryttää kuitenkin OP:lla bonuksia, joita voi käyttää myös lainojen palvelu- ja toimitusmaksuihin. Danske Bankilla akavalaiset saavat asuntolainaa maksaessaan etuja mm. päivittäispalveluista, ja Nordealla asuntolainan ottaessa pääsee myös asuntolaina-asiakkaan etujen piiriin.

Taulukko 6. ASP-lainojen vertailu.

Akavalainen, omistaja-asiakas, korkeakouluopiskelija	Avauspalkkio (% lainan määrästä)	Maksut lyhennysten yhteydessä (€)	Lainan otto parantaa muita etuja
Danske Bank	0	2,7	Kyllä
OP Helsinki	0,4	0–2,5	Kyllä
Nordea	0	2,3	Kyllä

Sijoituspalveluiden vertailu

Danske Bankin säästämiseen ja sijoittamiseen liittyvät korkeakouluopiskelijan edut painottuvat enimmäkseen Akava-yhteistyöhön. Sijoittamisen eduista vertailtavimpia ovat maksuttomat osakkeiden säilytyspalkkiot, sekä etu välityspalkkiotasosta. ASP-tilien lisäkorot olivat kaikilla maksimimääräinen 4 %, enimmäkseen samoilla ehdoilla, joten tilien välistä vertailua ei tarvita.

Taulukko 7. Osakesäilytykseen ja kaupankäyntiin liittyvien kulujen vertailu.

Akavalainen, omistaja-asiakas	Säilytyskulut (€/kk)	Välityspalkkio (%)	Välityspalkkio Vähintään (€)
Danske Bank	0	0,12	5
OP Ryhmä*	0	0,10	5
OP Ryhmä	2,80–5,20	0,17	7
Nordea	0–1,95	0,2	8

*Uuden osakesijoittajan edut: Maksuton säästäjän palvelupaketti, alennus kotimaisten ja ruotsalaisten osakkeiden kaupankäyntipalkkiosta (OP J).

Taulukossa 7 vertaillaan osakesäilytykseen ja kaupankäyntiin liittyviä kustannuksia. Taulukossa on eritelty myös OP Ryhmän uuden osakesijoittajan edut, jotka ovat voimassa 31.3.2021 asti ja koskee vuoden 2020 aikana avattuja säilytyksiä. Etu oikeuttaa alennettuun välityspalkkioon kotimaisten ja ruotsalaisten osakkeiden kaupankäynnistä, mutta edun säästäjän palvelupakettiin kuuluu vain kotimaisen osakkeen säilytys. OP Ryhmän osakesäilytykseen tarvitaan jompikumpi säästäjän- tai sijoittajan paketeista. OP bonuksilla voi maksaa myös osakesijoittamisen hallinnointikuluja. (OP J.) Nordean kaupankäyntikulut alkavat 0,2 % välityspalkkiosta (vähintään 8 euroa). Säilytyskulut ovat henkilöasiakkaille 1,95 euroa mutta voivat kuitenkin laskea nollaan, mikäli edeltävänä vuosineljänneksellä on maksettu välityspalkkioita. (Nordea M.) Nordean kaupankäyntikulut ovat vertailun korkeimmat. Vertailusta nähdään, että akavalaisen osakesijoittamisen edut ovat erittäin kilpailukykyiset muihin verrattuna. OP:n erikoiskampanja takaa edullisimman osakesijoittamisen, mutta siihen ei sisälly esimerkiksi ulkomaan osakkeiden säilytys.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tavoitteena opinnäytetyössä oli antaa Danske Bankille ajantasainen kuva pankin korkeakouluopiskelijoille tarjotuista etujen tasosta kilpailijoiden tarjoomaan nähden. Tutkimus toteutettiin palveluiden vertailulla, sekä sitä tukevalla teoriaosuudella. Teoriaosuudessa käsiteltiin muun muassa finanssialan asiakkuutta, asiakkaan odotuksia ja kokemaa arvoa sekä kannattavuutta. Tekstissä tuotiin myös esille, että finanssialalla asiakassuhteen alussa vaaditaan paljon panostusta, ennen kuin asiakkaasta tulee kannattava. Tämä antaa perusteita myös korkeakouluopiskelijoiden palvelutarjontaan panostamiselle. Teoriapohjassa käsiteltiin myös segmentointia, palvelutarjoomaa, pankkipalveluiden hinnoittelun tekijöitä sekä vertailussakin käytettyjä pankin tuotteita ominaisuuksiineen.

Opinnäytetyössä vertailutettiin Danske Bankin korkeakouluopiskelijoille suunnatut edut kahden suurimman kilpailijan vastaaviin palveluihin. Vertailun pohjalta muodostui ajantasainen kuva Danske Bankin etujen tasosta suhteessa OP Ryhmän ja Nordean valikoihin. Vertailussa pyrittiin tuomaan kilpailijoiden palveluiden edut samalle viivalle, vaikka tarjoomien erot olivatkin välillä suuria. Vertailussa kävi ilmi, että Danske Bankin päivittäispalvelut ovat hinnoiltaan edullisimmat, mutta sisällöstä löytyi eroavaisuuksia ja osittain myös parannettavaa kilpailijoihin verrattuna. OP Ryhmän ja Nordean vetonauloja korkeakouluopiskelijalle tuntuvat olevat opiskelijoille suunnatut luottokortit. Rahoituspuolelta tuotiin esiin eri pankkien etuja niin lainojen avausmaksuista kuin ilmoitetuista korkomarginaaleista. Rahoituspalvelut- kohdassa verrattiin myös vakuudettomia kulutusluottoja Danske Bankin akavalaisille tarjottuun Etulainaan. Asuntolainojen vertailua hankaloitti esimerkiksi verkkosivuilla olevien valmiiden asuntolainalaskelmien eroavaisuudet, sekä korkomarginaalien puutteet. Laina-neuvottelut ja niissä käytetyt marginaalit ovat tosin usein tapauskohtaisia. Opiskelijoille suunnatun opintolainojen kustannuksissa Danske Bankilla on parantamisen varaa kilpailijoihin nähden. Säästämisen ja sijoittamisen osalta Danske Bankin akavalaisille suunnatut edut olivat erittäin kilpailukykyiset ja osittain jopa houkuttelevat, kuten vertailussa todettiin. Danske Bankin korkeakouluopiskelijoille suunnattujen etujen kilpailukyky tuntuu olevan hyvin paljon kiinni yhteistyöstä Akavan sekä Frankin kanssa.

Työssä toteutettiin vertailua hakemalla tieto ensin pankkien omista aineistoista, jonka jälkeen tietoa pyrittiin samanlaistamaan vertailtavuuden parantamiseksi. Aineisto täytti

suurimmilta osin yhden opinnäytetyön avaintekijöistä eli ajantasaisuuden. On paljon tietoa, jotka eivät välity pelkästään verkkosivujen kautta, mutta suuri osa tutkimuksen kohderyhmästä todennäköisesti kohtaa myös samat materiaalit kuin mitä vertailussa käytettiin. Vertailussa käytettiin taulukoita, joihin syötettiin vertailukohteita samankaltaistavia muuttujia. Vertailu ei kyennyt tietysti täysin kattamaan pankkien tarjoomien ja etujen joista eroa, johtuen muun muassa palveluiden rakenteiden sekä järjestelmien suurista erilaisuuksista. Vertailussa keskityttiin tutkimaan, millä vaihtoehdolla selviäisi pienimmillä kustannuksilla, painottaen taloudellista rationalismia ja keskittyen rahallisiin etuihin. Kuten opinnäytetyön teoriaosuudessa on todettu, ihminen ei kuitenkaan aina pyri taloudelliseen rationaalisuuteen, ja siksi on hyvä huomioida, että vertailun halvimmat hinnat eivät kerro parhaasta palvelukokonaisuudesta, vaan ihmiset kokevat arvoa eri tavoin. Silti, korkeakouluopiskelijoiden kouluttautuessa parempiin ammatteihin ja ollessa välillisesti sivussa päätoimisesta työelämästä, syntyy heille väistämättä tarpeita edullisille palveluille ja rahoitukselle. Kuten kilpailijoiden tuotetarjoomakin osoittaa, edullinen ja saatavissa oleva opiskelijan luottokortti on erinomainen tuote vastaamaan korkeakouluopiskelijan talouden tarpeisiin. Vaikka Danske Bankin päivittäispalvelut osoittautuivat pitkälle kattaviksi, puuttuu Danske Bankilta yhä vastine kilpailijoiden lanseeraamalle opiskelijan luottokortille.

Pankkipalveluiden hinnoittelu -luvussa todettiin, että hinnanmäärityksen käytännön viitteitä antavat omat hinnoittelukokemukset, kilpailijoiden hinnat ja tuotteiden laskennalliset kustannukset. Kuitenkin olennaisinta olisi arviot asiakkaiden tarpeista ja hintareaktioista. Jatkotutkimusaiheena voisi olla korkeakouluopiskelija-asiakkaiden luottokortti, jonka myötä selvitetäisiin opiskelijan luottokortin kysynnän ja käytön taso. Selvityksen perusteella Danske Bankin kannattaisi harkita opiskelijalle saatavissa olevan luottokortin lisäystä korkeakouluopiskelijoille tarjottavaan ilmaiseen päivittäispalvelupakettiin. Mikäli selvityksen ja kustannuslaskennan kautta luottokortin lisääminen pakettiin osoittautuisi kannattavaksi, lisäksi pystyisi nostamaan Danske Bankin tarjonnan korkeakouluopiskelijan silmissä omaan arvoonsa, kun yhdestä paikasta saisi kaikki päivittäispalvelut edullisimmin pisimmäksi aikaa.

Danske Bankin tulisi myös keskittyä markkinoimaan ja kehittämään uniikkeja yhteistyöetujaan Frankin ja Akavan kanssa, tavoittaakseen enemmän korkeakouluopiskelijoita. Vaikka päivittäispalvelutuotteiden eduille on käytettävyyden vuoksi enemmän kysyntää, esimerkiksi akavalaisen edullinen vakuudeton luotto tai edut osakesäilytyksestä ovat tärkeitä etuja kilpailukyvyn säilyttämiseksi.

LÄHTEET

Akava 2019: Mikä on Akava? Osoitteessa: <https://akava.fi/keita-olemm/>. Viitattu 04.12.2020.

Alhonsuo, S.; Nisén, A.; Nousiainen, S.; Pellikka, T. & Sundberg, S. 2012: Finanssitoiminnan käsikirja. 2. uudistettu painos. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus Oy FINVA.

Danske Bank A: Tietoa pankista. Osoitteessa: <https://danskebank.com/fi/tietoa-pankista>. Viitattu 26.11.2020.

Danske Bank B: Tutustu akavalaisten etuihin. Osoitteessa: <https://danskebank.fi/sinulle/tule-asiakkaaksi/yhteistyokumppaneiden-jasenedut/akava-edut>. Viitattu 24.11.2020.

Danske Bank C: Danske Etuohjelman päivittäispalvelupaketit. Osoitteessa: <https://danskebank.fi/-/media/pdf/danske-bank/fi/fi/tuotteet/hinnasto-etuohjelmat.pdf?rev=3b1feca837a34350baf482c04bb5eb63&hash=938305408AB107C6AB52DE74ABE83CD0>. Viitattu 19.11.2020.

Danske Bank D: Akavalaisen etulaina. Osoitteessa: <https://www.danskebank.fi/sinulle/tule-asiakkaaksi/akava/etulaina#t1>. Viitattu 26.11.2020.

Danske Bank E: Tutustu akavalaisten lainaetuihin. Osoitteessa: <https://danskebank.fi/sinulle/tule-asiakkaaksi/akava/asuntolainaetu>. Viitattu 26.11.2020.

Danske Bank F: Opintolainahinnasto. Osoitteessa: <https://danskebank.fi/-/media/pdf/danske-bank/fi/fi/tuotteet/opintolainahinnasto192019fisp.pdf?rev=68125919341e4f8f9d42e91dfdd774e1&hash=EFAE1996439E2A6BE397ECF0A427DB30>. Viitattu 26.11.2020.

Danske Bank G: Asuntolainahinnasto. Osoitteessa: <https://danskebank.fi/PDF/fi/Henkiloasiakkaat/Lainat/LAINAT%20PALVELUHINNASTO%20FI.pdf>. Viitattu 26.11.2020.

Danske Bank H: Akavalaisten sijoittamisen edut. Osoitteessa: <https://danskebank.fi/sinulle/tule-asiakkaaksi/akava/sijoittajan-edut>. Viitattu 26.11.2020.

Danske Bank I: Mastercard Gold- yhdistelmäkortin osto- ja käteisnostoturva. Osoitteessa: https://danskebank.fi/PDF/fi/Henkiloasiakkaat/Tilit,%20kortit,%20maksaminen/Korttien%20vakuutusehdot/MC_Gold_Ostoturva_ehdot_FI.pdf. Viitattu 26.11.2020.

Danske Bank J: Mastercard Gold- luottokortin ulkomaanmatkavakuutus. Osoitteessa: <https://www.danskebank.fi/PDF/fi/Henkiloasiakkaat/Tilit,%20kortit,%20maksaminen/Korttien%20vakuutusehdot/DBFIN03v02MasterCardGoldjaVisaGoldLuottokortinUlkomaanmatkavakFI.pdf>. Viitattu 26.11.2020.

Finanssialalle A: Asiakkuuksien hoitaminen. Osoitteessa: <https://www.finanssialalle.fi/opintomateriaalit/finanssialan-perusteet/finanssialalla-toimiminen/asiakkuuksien-hoitaminen.html>. Viitattu 20.10.2020.

Finanssialalle B: Pankkiasiakkaan asiointikanavat. Osoitteessa: <https://www.finanssialalle.fi/opintomateriaalit/finanssialan-perusteet/pankkiala/henkiloasiakkaan-paivittaispalvelut/pankkiasiakkaan-asiointikanavat.html>. Viitattu 24.11.2020.

Finanssivalvonta 2020: Sijoituspalveluyritykset. Osoitteessa: <https://www.finanssivalvonta.fi/paamomarkkinat/sijoituspalvelun-tarjoajat/>. Viitattu 17.11.2020.

Frank A: Opiskelijajärjestöt. Osoitteessa: <https://www.frank.fi/opiskelijajarjestot/#lp-pom-text-370>. Viitattu 24.11.2020.

Frank B: Tilaa opiskelijakortti. Osoitteessa: <https://www.frank.fi/opiskelijakortti/>. Viitattu 19.11.2020.

Kontkanen, E. 2016: Pankkitoiminnan käsikirja. 4. uudistetun painoksen lisäpainos. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus Oy FINVA.

Lehtonen, T. 2020: Nuoret aikuiset innokkaita sijoittajia. Osoitteessa: <https://op.media/talous/sijoittaminen/nuoret-aikuiset-innokkaita-sijoittajia-26dcfb7355bf4e9f8748b2408484ea53>. Viitattu 20.10.2020.

Nordea A: Yhteenveto Nordeasta. Osoitteessa: <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/Yhteenveto-Nordeasta/>. Viitattu 24.11.2020.

Nordea B: Markkinat. Osoitteessa: <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/Markkinat/>. Viitattu 24.11.2020.

Nordea C: Liity korkeakouluopiskelija-asiakkaaksi. Osoitteessa: <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/asiakasedut/opiskelija.html>. Viitattu 24.11.2020.

Nordea D: Mobiili Plus- ja Peruspakettien hinnat. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/verkko-mobiilipalvelut/mobiili-plus-peruspaketti.html>. Viitattu 24.11.2020.

Nordea E: Luottokortti opiskelijalle. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/maksuluottokortit/tuoto-opiskelijan-luottokortti.html>. Viitattu 24.11.2020.

Nordea F: Nordea Gold -korttiin sisältyvät vakuutukset. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/maksuluottokortit/korttivakuutukset.html#tab=Nordea-Gold>. Viitattu 24.11.2020.

Nordea G: Palvelut sijoittamiseen ja säästämiseen. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/asiakasedut/opiskelija.html#tab=Palvelut-sijoittamiseen-ja-saastamiseen>. Viitattu 24.11.2020.

Nordea H: Asuntolaina – hinnat. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/lainat/asuntolainat/asp-laina.html#tab=Hinnat>. Viitattu 24.11.2020.

Nordea I: Edut asuntolaina-asiakkaalle. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/asiakasedut/asuntolaina-asiakkaan-edut.html#tab=Edullinen>. Viitattu 24.11.2020.

Nordea J: Opintolaina – hinnat. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/lainat/opintolaina/opintolaina.html#tab=Hinnat>. Viitattu 24.11.2020.

Nordea K: ASP-tili. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/saastaminen-sijoittaminen/saastamisen-tilit/asp-tili.html>. Viitattu 24.11.2020.

Nordea L: Joustoluotto – luottoa ilman vakuuksia. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/lainat/kulutusluotot/joustoluotto.html>. Viitattu 26.11.2020.

Nordea M: Sijoittamisen kaupankäynnin hinnat. <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/palvelumme/saastaminen-sijoittaminen/sijoittaminen/kaupankaynnin-ja-sailytyspalveluiden-hinnoja.html#tab=Hinnat---Kaupankaynti>. Viitattu 26.11.2020.

OP A: ASP-laina. Tuotekuvaus. Osoitteessa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/lainat-ja-asunnot/asp-laina>. Viitattu 20.11.2020.

OP B: Tietoa osuuspankeista. Osoitteessa: <https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/osuuspankit/osuuspankkien-esittely>. Viitattu 26.11.2020.

OP C: OP-bonukset. Osoitteessa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/omistaja-asiakas-ja-edut/op-bonukset>. Viitattu 26.11.2020.

OP D: Päivittäiset pankkipalvelut. Osoitteessa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/paivittaispalvelut>. Viitattu 26.11.2020.

OP E: OP-Visa opiskelijalle. Osoitteessa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/kortit/opiskelijan-luottokortti>. Viitattu 26.11.2020.

OP F: Tuoteturva. Osoitteessa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/vakuutukset/tuoteturva>. Viitattu 26.11.2020.

OP G: Opintolainat – luoton myöntäminen ja nosto. Osoitteessa: <https://www.op.fi/hinnasto?pid=578800&hid=25500>. Viitattu 26.11.2020.

OP H: Asuntolainat – luoton myöntäminen ja nosto. Osoitteessa: <https://www.op.fi/hinnasto?pid=578800&hid=25100>. Viitattu 26.11.2020.

OP I: Omistaja-asiakkaan edut ja OP bonukset säästämisestä ja sijoittamisesta. Osoitteessa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/omistaja-asiakas-ja-edut/omistaja-asiakkaan-edut-saastamisesta-ja-sijoittamisesta>. Viitattu 26.11.2020.

OP J: Arvo-osuustili ja osakesijoittajan palvelupaketti. Osoitteessa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/saastot-ja-sijoitukset/osakesijoitukset/osakesijoittaminen-op-verkkopalvelussa>. Viitattu 26.11.2020.

Puusa, A.; Reijonen, H.; Juuti, P. & Laukkanen, T. 2015. Akatemiasta markkinapaikalle. Johtaminen ja markkinointi aikansa kuvina. 6. painos. Helsinki: Talentum Media Oy.

Puustinen, P. 2013: Vaihdamtavallankumous. Finanssipalvelun uusi logiikka. Helsinki: Talentum Media Oy.

Tilastokeskus 2020a: Yliopistotutkintojen määrä kääntyi kasvuun. Osoitteessa: https://www.stat.fi/til/yop/2019/yop_2019_2020-05-13_tie_001_fi.html. Viitattu 20.11.2020.

Tilastokeskus 2020b: Ylempään ammattikorkeakoulututkintoon johtavaan koulutukseen osallistuminen jatkoi kasvuaan. Osoitteessa: https://www.stat.fi/til/akop/2019/akop_2019_2020-04-17_tie_001_fi.html. Viitattu 20.11.2020.

Tuulaniemi, J. 2011: Palvelumuotoilu. E-kirja. Helsinki: Talentum Media Oy.

Valtiokonttori A: ASP-säästäminen. Osoitteessa: https://www.valtiokonttori.fi/palvelut/rahoitus-ja-lainapalvelut/asp-saastaminen-ja-asp-laina/#asp-saastaminen_asp-saastaminen. Viitattu 20.11.2020.

Valtiokonttori B: ASP-laina. Osoitteessa: https://www.valtiokonttori.fi/palvelut/rahoitus-ja-lainapalvelut/asp-saastaminen-ja-asp-laina/#asp-laina_asp-laina. Viitattu 20.11.2020.

Ylikoski, T. & Järvinen, R. 2012: Asiakkaan kokemus arvo kilpailutekijänä finanssialalla. 1. painoksen lisäpainos. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus Oy FINVA.