



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Verkkopankin käyttöoppaan kehitysehdotuksia

Case: Danske Bank Oyj

Koivula, Satu

2013 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Verkkopankin käyttöoppaan kehitysehdotuksia

Case: Danske Bank Oyj

Koivula, Satu
Palveluiden tuottamisen ja
johtamisen koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2013

Koivula Satu

Verkkopankin käyttöoppaan kehitysehdotuksia

Vuosi

2013

Sivumäärä

34

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli koota kehitysideoita Danske Bankin verkkopankin käyttöopasta varten. Työn toimeksiantaja oli Danske Bank. Tavoitteena oli kerätä asiakkaiden ja työntekijöiden mielipiteitä siitä, mitä verkkopankin käyttöoppaassa tulisi olla. Verkkopankin toiminnoista kohteena olivat tilit ja maksaminen, koska ne koettiin tärkeimmiksi toiminnoiksi. Kehitysideoiden pohjalta voidaan kehittää käyttöopas, joka parantaa asiakaspalvelun laatua, asiakastyytyväisyyttä ja antaa asiakkaille keinoja toimia entistä itsenäisemmin verkkopankissa.

Työssä käytetty tietoperusta keskittyi asiakaspalveluun ja sen laatuun, käyttäjälähtöisyyteen ja verkkopalveluihin.

Tutkimusosuudessa käytettiin menetelminä teemahaastattelua ja netscoutingia. Teemahaastattelu tehtiin kahdelle pankin työntekijälle, jotka olivat neuvoneet asiakkaita verkkopankin käytössä sekä seitsemälle asiakkaalle, jotka olivat verkkopankin käyttäjiä. Netscoutingin avulla verrattiin Danske Bankin, S-pankin ja Handelsbankenin verkkopankkien toimintoja. Tilien ja maksamisen toimintojen vertailun lisäksi verrattiin opastusta verkkopankin käyttämisessä.

Teemahaastattelun ja netscoutingin tuloksista saatiin hyviä kehitysideoita, mitä verkkopankin käyttöoppaan tulisi sisältää. Kehitysideoita olivat muun muassa opastus tiliotteen saamiseen arkistosta, opastus uuteen maksuvälilehteen ja opastus IBAN-tilinumeroihin.

Koivula, Satu

Development Ideas for an Internet Banking Guide

| | | | |
|------|------|-------|----|
| Year | 2013 | Pages | 34 |
|------|------|-------|----|

The purpose of this functional study was to gather improvement ideas for the internet banking guide of Danske Bank. This study was commissioned by Danske Bank. The study's object was to gather customers and workers opinions of about the internet banking guide and what it should include. The focus of the Internet banking was on accounts and paying because those functions were the most important. Based on the improvement ideas, it is possible to develop the guide, which improves customer service and satisfaction and gives more opportunities for the customers to operate independently in the internet bank.

The theoretical part of the study focuses on customer service, its quality, user-orientation and online services in general.

In the study the methods were theme interview and net scouting. The theme interview was executed with two staff members who worked in the bank and gave advices about internet banking. Seven customers, who used the internet bank, were also interviewed. Part of the study was to conduct a comparison of Danske Bank's, S-pankki's and Handelsbanken's internet banks via net scouting. The focus of the comparisons was on the accounts and paying but also on the guiding of other internet banks.

Various development ideas were produced based on results of net scouting and theme interviews. These ideas can be used in the internet banking guide. Some of those ideas were guiding how to get account statements from the archive, making a new payment and guidance for IBAN -account numbers.

Key words Internet banking, customer-orientation, customer service

Sisällys

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Johdanto | 6 |
| 2 | Danske Bank toimeksiantajana | 7 |
| 3 | Asiakaspalvelu | 8 |
| 4 | Verkkopalvelut | 10 |
| 4.1 | Käyttäjälähtöisyys..... | 10 |
| 4.2 | Turvallisuus ja asiakkaan tunnistaminen verkossa | 12 |
| 5 | Päivittäiset raha-asiat ja verkkopankissa maksaminen..... | 13 |
| 6 | Kehitysehdotusten selvittäminen | 14 |
| 6.1 | Teemahaastattelu..... | 14 |
| 6.1.1 | Asiakkaiden teemahaastattelun toteutus ja tulokset | 15 |
| 6.1.2 | Kollegoiden teemahaastattelun toteutus ja tulokset..... | 16 |
| 6.2 | Net scouting..... | 18 |
| 6.2.1 | Pankkien verkkosivujen maksu- ja tiliosoiden net scouting toteutus ja tulokset | 19 |
| 7 | Kehitysehdotukset verkkopankin käyttöopasta varten | 26 |
| 8 | Johtopäätökset | 27 |
| | Lähteet | 29 |
| | Kuvat | 31 |
| | Taulukot | 31 |
| | Liitteet..... | 32 |

1 Johdanto

Vuonna 2008 18-74-vuotiaasta 87 % eli 2,8 miljoonaa suomalaisista ihmistä käytti verkkopankkia (Tilastokeskus 2009, 13). Pankkien konttoriverkosto supistuu jatkuvasti, koska asiakkaat ovat siirtyneet asioimaan verkkoon. Päivittäisasioinnin määrä konttoreissa on vähentynyt vuosi vuodelta. Kaikesta päivittäisasioinnista enää murto-osa tapahtuu konttorilla.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kerätä kehitysideoita Danske Bankin verkkopankin käyttöoppaaseen. Verkkopankin kehityksessä painopiste oli tileissä ja maksamisessa, koska koettiin, että nämä on tärkeimpiä verkkopankin toimintoja. Kehitysideoiden perusteella voidaan kehittää käyttöopas, joka parantaa asiakaspalvelun laatua ja tyytyväisyyttä sekä antaa asiakkaille keinoja toimia itsenäisesti verkkopankissa. Opinnäytetyön tavoitteena oli käyttää asiakkailta saatuja kehitysideoita verkkopankin käyttöoppaan kehityksessä.

Opinnäytetyö on toiminnallinen ja siinä tutkimusmenetelminä käytettiin teemahaastattelua ja net scoutingia. Asiakkaiden sekä Danske Bankin kollegoiden teemahaastattelut toteutettiin Hyvinkään Danske Bankin konttorilla, joissa tutkija on itse työskennellyt.

Opinnäytetyön alussa esitellään Danske Bank toimeksiantajana. Esittelyn jälkeen on teoriaosuus jossa keskitytään asiakaspalveluun ja verkkopalveluihin. Tämän jälkeen esitellään päivittäisiin raha-asioihin ja verkkopankissa asioimiseen liittyvää tietoa. Teoriaosuuden jälkeen esitellään opinnäytetyön toiminnallinen osio ja tutkimustulokset. Asiakkaiden ja kollegoiden teemahaastattelut on käsitelty teemoittain. Net scoutingin osuudessa esitellään tulokset joita syntyi Handelsbankenin ja S-pankin verkkopankkien vertailevassa tutkimuksessa.

2 Danske Bank toimeksiantajana

Danske Bank on saanut alkunsa jo vuonna 1887, joka oli aluksi valtion omistama Postisäästöpankki. Vuonna 1970 pankin nimi vaihtui Postipankiksi ja palvelutkin alkoivat tätä myöten vastata muiden pankkien palveluita. (Sampo Pankki 2012.)

Vuonna 1997 Postipankki koki yhdistymisen Suomen Vientiluoton kanssa ja uudeksi nimeksi tuli Leonia. Lopullinen yhteistyö postin kanssa päättyi vuonna 2000. Sampo Pankki nimi tuli pankin käyttöön vuonna 2001. Helmikuussa 2007 Danske Bank osti kaikki Sammon konserniin kuuluvat yhtiöt. Sampo Pankin nimi muuttui 15.11.2012 Danske Bankiksi. (Sampo Pankki 2012.)

Danske Bank on Suomessa kolmanneksi suurin pankki, joka tarjoaa kokonaisvaltaisia pankkipalveluita henkilö-, yritys- sekä yhteisöasiakkaille. Pankilla on henkilöasiakkaita Suomessa 1,1 miljoonaa ja 100 000 yritys- tai yhteisöasiakasta. Sampo Pankin kuuluessa Danske Bank-konserniin, toimintaa on 15 eri maassa ja konsernin työntekijöiden määrä on 21 000. (Sampo Pankki 2012.)

Opinnäytetyöntekijä suoritti opiskeluihinsa liittyvän toisen harjoittelun Hyvinkään Danske Bankissa. Työtehtäviin kuului päivittäiset kassapalvelut, arkistointi sekä asiakkaiden auttaminen e-pisteellä. Harjoittelun aikana tuli ilmi, että moni asiakas kaipaa tukea verkkopankin käyttöön ja kokee siinä epävarmuutta. Aikataulun vuoksi ei aina ollut mahdollista auttaa asiakkaita, kun he apua tarvitsivat. Näiden tilanteiden myötä syntyi ajatus siitä, että voitaisiin tehdä opinnäytetyö, jossa kerättäisiin kehitysideoita verkkopankin käyttöopasta varten.

Verkkopankin kehitysideoiden avulla voidaan kehittää verkkopankin käyttöopas helpottamaan päivittäistä asiointia verkkopankissa. Muun muassa laskun maksu ja muut maksamiseen liittyvät toiminnot päätettiin valita keskiöön. Tällöin opinnäytetyön aiheeksi täsmentyivät tilit ja maksaminen verkkopankissa sekä niihin liittyvät kehitysideat.

Danske Bankin verkkopalveluissa asiakkaat näkevät kaikki tilinsä sekä ne mihin löytyy käyttöoikeus. Tilitapahtumista voidaan hakea tapahtumia jopa vuoden taakse. Säästötilien avaaminen on myös verkkopankissa vaivatonta. Verkkopankkiviesti on turvallinen tapa viestiä, ja sen avulla pystyy lähettämään erilaisia toimeksiantoja kuten tilin avauksen, tilin lopetuksen sekä erilaisten korttien tilauksen. Verkkopankin arkistosta asiakkaat löytävät mm. tilisopimukset, tiliotteet sekä toimeksiannot, nämä tiedot säilyvät verkkopankin arkistossa kuusi vuotta. (Sampo Pankki 2012.)

3 Asiakaspalvelu

Aarnikoivu määrittelee teoksessaan asiakaspalvelun asiakkaan ja asiakaspalvelijan väliseksi kohtaamiseksi, jossa yrityksen työntekijä eli asiakaspalvelija tuo yrityksensä arvokulttuurin sekä suhteen asiakkaaseen näkyväksi. Asiakaskohtaamisen onnistumiseen vaikuttaa se, kuinka asiakaslähtöistä yrityksen toiminta on. (Aarnikoivu 2005, 16.)

Tuotantokeskeisyydestä siirtyminen palveluyhteiskuntaan on vaikuttanut tietoisuuteen hyvään palveluun ja asiakkaiden vaatimuksiin. Palveluun kiinnitetään enemmän huomiota ja sitä voidaan jo vaatia. Palvelujen käyttäjät eivät enää tyydy mihin vaan palveluun vaan haluavat tulla kohdelluiksi ihmisinä ja palvelun maksajina. Yrityksen arvokkaimpana pääomana pidetään kannattavia ja kestäviä asiakassuhteita. (Lepola ym. 1998, 16.)

Asiakaspalvelijat saavan työnsä kautta paljon tietoa asiakkaista, he ymmärtävät ja tulkitsevat heidän tarpeitaan. Tästä huolimatta asiakaspalvelua ei välttämättä arvosteta tarpeeksi ja tiedetä sen strategista merkitystä yritykselle. (Ylikoski ym. 2006, 64.)

Asiakkaiden vaatimukset ovat muuttuneet ja se pakottaa yritykset tekemään muutoksia. Informaatioyhteiskunnan seurauksena asiakkaat ovat vaativampia sekä kriittisiä. Hintojen pitäisi olla alhaisia ja palvelun hyvää. Näiden yhteen sovittaminen on kuitenkin vaativaa sillä yritysten tavoite on edelleen voiton tuottaminen. (Aarnikoivu 2005, 14.)

Asiakaspalvelua ei ole nähty aiemmin täysin hyödynnettävänä erottautumiskeinona. Tulevaisuuden asiakaspalvelussa tulisi huomioida nykyisten asiakassuhteiden kehittäminen sekä hoitaminen sillä niin saadaan aikaiseksi asiakkaiden uskollisuus. (Aarnikoivu 2005, 22.)

Asiakaspalvelu parhaimmillaan on elämyksiä, ei pelkkää tarpeiden tyydytystä. Jokainen asiakaspalvelija on yrityksensä käyntikortti ja tämän perusteella asiakas luo mielikuvansa asiakaspalvelun tasosta. Hyviä palvelukokemuksia ei voi varastoida, mutta ne ohjaavat tulevaisuudessa asiakkaan valintoja. (Lepola ym. 1998, 29.)

Ylikoski ym. (2006, 55.) kertovat teoksessaan, että laatu on sitä, että palvelu vastaa asiakkaan odotuksia tai vaatimuksia. Laatukäsitys muodostuu asiakkaan käyttäessä palvelua tai tuotetta jopa ensimmäisen kerran. Tämä käsitys tarkentuu kun asiakas käyttää palvelua tai tuotetta useammin. Laatu on siis asiakkaan tulkittavissa joten sitä tulee tarkastella asiakkaan näkökulmasta.

Palvelun laatu on aina asiakkaan kokema siitä miten laadukasta palvelu on ollut. Laatuarvioon vaikuttaa palveluprosessi kokonaisuudessaan. Asiakas vertaa palvelua aiempiin kokemuksiinsa ja siitä muodostuu koettu laatu. Palvelun laatu arvioidaan joka kerralla uudestaan eli koska se on ainutlaatuista, niin palvelun laadun mittaaminen ei ole yksiselitteistä (Lepola ym 2008, 28.)

Ennen palvelun käyttöä asiakkaalle on odotuksia palvelun suhteen ja laadun arvioinnissa asiakas peilaa palvelukokemustaan juurikin näihin odotuksiin. Jos odotukset täyttyvät, asiakas kokee laadun hyväksyttäväksi tai hyväksi. (Ylikoski ym. 2006, 65.)

Laatu ja asiakastyytyväisyys eivät kuitenkaan ole sama asia. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttaa moni muukin asia kuin palvelun tai tuotteen laatu kuten hinta. (Ylikoski ym. 2006, 55.)

Asiakaspalvelun laatu ilmenee kun asiakas käyttää palvelua vuorovaikutuksessa asiakaspalvelijan kanssa tai itsepalveluna. Asiakaspalvelijan tulee varmistaa, että hän tuottaa hyvää laatua ja mukauttaa se asiakkaan odotuksia vastaavaksi. (Ylikoski ym. 2006, 67.)

Laatutekijät voidaan jakaa kahteen osaan: vuorovaikutus asiakkaan kanssa sekä muihin laatutekijöihin. Vuorovaikutukseen liittyviä tekijöitä ovat mm. asiakaspalvelijan avuliaisuus, joustavuus sekä empatia. Muihin laatutekijöihin kuuluu muun muassa turvallisuus, konttoreiden sijainti sekä palvelun nopeus. (Ylikoski ym. 2006, 67-68.)

Laatutekijät eivät ole irrallisia, vaan muodostavat kokonaisuuden joista muodostuu asiakkaan laatukokemus. Ylikoski kuvaa teoksessaan, että luotettavuus on kaikista tärkein laadun osuus. Asiakaspalvelijan toiminta kertoo asiakkaalle sen, kuinka luotettava yhtiö on. (Ylikoski ym. 2006, 69.)

Ylikoski kertoo teoksessaan, että asiakastyytyväisyys on sitä, että asiakas on palvelukokemuksen jälkeen tyytyväinen saamaansa palveluun. Palvelun laatu on vain yksi asiakastyytyväisyyden osa. (Ylikoski 2001, 149.)

Aarnikoivu (2005, 46.) kuvaa, että asiakastyytyväisyys on yrityksen tärkein ja joskus ainoa toimintaa mittaava asia. Nykyisin joissain yrityksissä asiakkuudet jaotellaan segmentteihin, eli arvokkaampien asiakkaiden tyytyväisyys on tärkeintä ja heidän tyytyväisyytensä eteen tehdään enemmän ponnisteluja.

4 Verkkopalvelut

Verkkopalvelut ovat palveluita joita voidaan verkon välityksellä käyttää, tuottaa tai jakaa. Ne voivat täydentää, korvata perinteisiä palveluita tai olla täysin uusia. Verkkopalvelut voivat olla joko tiedon välittämistä, asiointia ja vaikuttamista tai elämyspalveluita kuten erilaiset yhteisöt ja peli-sivustot. (Sinkkonen ym. 2009, 25.)

Grefen kirjoittaa teoksessaan, että verkkoliiketoiminta ei ole pelkästään tietokoneita ja liiketoimintaa vaan verkkoliiketoimintaa, jonka tietotekniikka mahdollistaa. (Grefner 2010, 2-3).

Verkkopankki on operatiivinen palvelu eli verkkosovellus. Sen sisältö on aina toiminnallinen ja niiden toimintalogiikka on mutkikkaampi ja vuorovaikutteisempi kuin verkkosivujen. (Sinkkonen ym. 2009, 26.)

Sähköinen vuorovaikutus mahdollistaa sen että yritys ei enää tarvitse välttämättä niin paljon myyntiloja ja henkilökuntaa. Markkinoinnin ja myynnin jälkeen on vain huomioitava, että asiakas saa haluamansa palvelun nopeasti, edullisesti ja että toiminnasta syntyy tarpeeksi katetta. (Koskinen 2004, 39.)

Verkkopalvelut kehittyvät niin nopeasti, että se aiheuttaa paineita verkossa toimiville yrityksille. Tulevaisuudessa verkko tulee olemaan vain yksi palvelukanava muiden joukossa. Asiakaspalvelussa työskentelevillä ihmisillä tulee olemaan samat tiedot käytettävissään, riippumatta siitä, mitä kautta asiakas kontaktoi heitä. (Aalto ym. 2000, 16,18.)

4.1 Käyttäjälähtöisyys

Käyttäjälähtöisyys on ollut olennainen osa yritysten innovaatiotoiminnassa jo kymmenen vuoden ajan. Kuitenkin tuote- ja palvelukehitystä on tehty usein ilman käyttäjälähtöisyyttä. (Kotila & Mutanen 2012, 20.)

Kun halutaan tutkia käyttäjien näkökulmia ilman suuria oletuksia tai rajoituksia, on kyseessä laadullinen käyttäjätutkimus. Käyttäjätutkimus on käytännönläheistä tiedonhakua, jossa on tarkoituksena keskustella käyttäjien kanssa. Tutkimuksen avulla haetaan tietoa käyttäjien tarpeista, odotuksista sekä tuntemuksista. Näin saadaan lisää vuorovaikutusta käyttäjän ja palvelun kehittäjän välille sekä syvällistä tietoa palvelujen tai tuotteiden käytöstä. Kun perehdytään kunnolla käyttäjiin ja heidän ympäristöönsä, luodaan hyvä pohja kehitysprosessille ja sen onnistumiselle.

On myös oleellista etsiä yllättäviä piirteitä palvelusta jota tutkitaan jotta voidaan löytää esimerkiksi markkinoinnin tai tarjonnan suhteen parannettavaa. (Kotila & Mutanen 2012, 23.)

Käyttäjäkeskeinen suunnittelu on suositumpi lähestymistapa tuotekehityksessä. Jos yritys haluaa menestyä markkinoillaan, on tuotteen tai palvelun sovittava käyttäjän tarpeisiin, odotuksiin sekä osaksi rutiineja. Kun nämä kriteerit täyttyvät, palvelu on pidempiaikaisempaa sekä kestävä. (Kotila & Mutanen 2012, 23-24.)

Saariluoma kirjoittaa, että teknisen kehittämisen keskiössä tulisi olla aina palveluiden käyttäjä. Käyttäjä muodostaa tekniikan kehittämisen perustan. (Oulasvirta & Saariluoma 2011, 45.)

Käyttäjäkokemus rakennetaan käyttäjäkeskeisellä suunnittelutavalla. Tulee lähteä siitä, että ketkä ovat nykyisiä ja potentiaalisia asiakkaita ja mitä he arvostavat. Suunnitteluprosessissa apuna voidaan käyttää käyttäjäpersoonia jotta suunnittelija pystyy samaistumaan heihin. (Sinkkonen ym. 2009, 27.)

Käyttäjälähtöisyyteen tulee panostaa, koska rahoja ei kannata käyttää sellaiseen palveluun, jota ihmiset eivät käytä. Hyvin tehty ja helppokäyttöinen palvelu myy paremmin ja näin yritys saa kilpailuedun. Potentiaaliset asiakkaat hylkäävät huonon verkkopalvelun sekunneissa joten palveluun kannattaa panostaa, jo etusivulta lähtien. (Sinkkonen ym. 2009, 28-29.)

Sinkkonen kirjoittaa teoksessaan, että verkkopalvelun tulee tukea käyttäjien tavallisia tapoja suorittaessa erilaisia tehtäviään. Tulisi selvittää tarkasti kuka palveluita käyttää ja minkälaisia käyttäjiä halutaan. Palvelun navigoinnin tulisi olla selkeää jotta käyttäjä löytää tarpeelliset asiat nopeasti. Kun asiakas käyttää palvelua, hänen tulee tietää mitä hän voi sen kautta tehdä ja kuinka pääsee takaisinpäin tarvittaessa. (Sinkkonen ym. 2009, 35-36.)

Palvelussa tulisi olla juuri ne toiminnot joita käyttäjä tarvitsee, eli ei liikaa eikä vähempää kuin on tarvis. Palvelun termien tulee olla käyttäjille tuttuja tai ne pitää selittää. On hyvä huomioida että palvelussa on opastusta, jotta ongelmatilanteiden sattuessa, asiakas tietää miten toimia. (Sinkkonen & muut 2009, 36.)

Käyttäjien ja asiakkaiden omat kokemukset ovat tärkeitä kun kyse on käyttäjäkeskeisyydestä. Kun käyttäjiltä kerätään kommentteja palvelun suunnitteluvaiheessa, niitä voidaan soveltaa ja täten huomioida asiakkaiden tarpeet. (Koskinen 2004, 149.)

Käyttäjäkeskeiseen suunnitteluun tulee ottaa huomioon käyttäjien tarpeet ja palvelun arviointi käyttäjien kanssa. On tärkeää kehittää tuotteita ja palveluita jotka vastaavat asiakkaiden tarpeita ja vaatimuksia. (Oulasvirta 2011, 102.)

Verkkopalveluissa on hyvä huomioida asiat jotka vaikuttavat sivuston käytettävyyteen. Asiakkaiden tarvitsemat yhteystiedot yritykseen tulisi aina olla näkyvillä, jotta ongelmatilanteissa saadaan yhteys palveluntarjoajaan. Myös hintatietojen tulisi olla näkyvissä asiakkaille. Asiakkaiden ajan tuhlaminen koetaan myös ärsyttäväksi tekijäksi. Mainoksia ei saisi olla sivustolla liikaa, jotta asiakkaan aikaa ei tuhlaata. (Krug 2006, 164-165.)

4.2 Turvallisuus ja asiakkaan tunnistaminen verkossa

Verkkopankkien turvallisuus on huippuluokkaa Suomessa. Asiakkaat tunnistetaan käyttäjätunnuksen, salasanan sekä vaihtuvan turvakoodin avulla. Asiakkaan vastuulla on, että hän pitää tunnuksensa salassa eikä luovuta niitä kenellekään toiselle. (Korhonen 2003, 93.)

Asiakkaan raha-asoiden hoidossa on oleellista luottamuksellinen suhde pankin ja asiakkaan välillä. On voitava luottaa siihen, että varat ovat turvassa sekä mahdolliset toimeksiannot ovat turvallisia tehdä pankissa. Luottamus on molemminpuolista, sillä Pankin on voitava luottaa asiakkaan rehellisyyteen siten että asiakas ei käytä pankkia rikollisiin tarkoituksiin. (Alhonsuo ym. 2009, 182.)

Pankkiturvallisuus voidaan jakaa kolmeen osaan jotka ovat tekninen, tietotekninen sekä palvelujen turvallisuus. Tekniseen turvallisuuteen sisältyy muun muassa käteisen rahan, kassakaappien sekä yösäilöjen turvallisuus. Tietotekniseen turvallisuuteen kuuluvat toimenpiteet, jotka estävät pankkeihin kohdistuvat rikokset. Pankit pyrkivät jatkuvasti parantamaan tietoyhteyksien turvallisuusratkaisujaan. Palvelujen turvallisuus on sitä, että asiakkaan henkilöllisyys varmennetaan ja että asiakkaan allekirjoitus saadaan uusia sopimuksia tehdessä. (Alhonsuo ym. 2009, 182-183.)

Pankkien luotettavuuteen vaikuttaa paljon tietoturva, jonka myötä voidaan taata tietojen oikeellisuus ja tunnistaa asiakkaan mahdolliset käyttöoikeudet. Tietoturvaratkaisut takaavat sen, että luottamuksellinen tieto ei joudu väärin käsiin. (Alhonsuo ym. 2009, 183.)

5 Päivittäiset raha-asiat ja verkkopankissa maksaminen

Jokainen kuluttaja tarvitsee nykypäivänä raha-asioiden hoitoon pankkia ja sen palveluita. Ilman tiliä tai pankkia, raha-asioiden hoito on vaikeaa, ellei mahdotonta. Palkat, korvaukset ym. maksetaan pankin tilille. Laskut maksetaan myös suoraan saajan tilille. Myös erilaiset kortit ovat välttämättömiä maksuvälineitä ja käteisen rahan nostamista varten. (Alhonsuo ym. 2009, 185.)

Päivittäisten raha-asioiden tärkein osa on käyttötili, johon voi liittää maksupalvelusopimukset sekä kortit. Käyttötiliin voidaan liittää verkkopankki, suoraveloitukset, e-laskut, maksukuoripalvelun sekä puhelinpalvelun. Laskuja voidaan maksaa myös tarvittaessa kassapalveluissa pankin konttorissa. (Alhonsuo ym. 2009, 185.)

Käyttötili on yleensä hyvin matalakorkoinen ja siksi sen ohelle suositellaankin usein säästötilejä, sijoitusratkaisuja ja rahastoja. Erilaisen säästämisen vaihtoehdot ovat laajentumassa kokoajan. (Alhonsuo ym. 2009, 185.)

Konttoriverkosto on supistunut kokoajan Suomessa. Widgren toteaaakin, että Internet-palveluiden käyttäjämäärän kasvulla on suuri vaikutus siihen. (Widgren 2002, 41.)

Verkkopankissa maksaminen on yleistynyt todella nopeasti Suomessa. Osasyynä voidaan nähdä suomalaisten nopea internetin käytön omaksuminen. Suomalaisten käytössä on tietokoneita, jotka sijaitsevat työpaikoilla, kirjastoissa sekä kouluissa. (Alhonsuo ym. 2009, 187.)

Verkkopankki on hyödyllinen etenkin syrjäseudun asukkaille joiden ei tarvitse enää matkustaa pitkiä matkoja konttorille maksaakseen laskuja. Myös liikuntarajoitteiset sekä kiireiset ihmiset hyötyvät verkkopalveluista. (Korhonen 2003, 92.)

Laskun maksamisessa asiakas syöttää tarvittavat tiedot niiden tarkoitetuille paikoille laskulomakkeelle. Tarvittavat tiedot ovat saajan tilinumeron IBAN-muodossa ja saajan nimi, laskun viitenumero, laskun summa sekä maksupäivä (ellei se ole kuluva päivä.) (Alhonsuo ym. 2009, 187-188.)

Pankin kannalta verkkopankkimaksaminen on kustannustehokas tapa. Suurimassa osassa Sampo Pankin konttoreita sijaitsee myös tietokoneita, joilla voi asioida verkkopankissa konttorin aukioloaikoina. (Alhonsuo ym. 2009, 187-188.)

Danske Bankin verkkopankissa voi tehdä maksut-osiossa vaivattomasti e-laskun, jolloin lasku saapuu suoraan verkkopankkiin. Sen voi tehdä maksettua laskun, jolloin vahvistussivulla kysytään haluaako asiakas tehdä laskusta e-sopimuksen. E-lasku on maksuton palvelu, joka on ekologinen ja helppo ratkaisu asiakkaalle sekä sen maksu hoituu muutamalla klikkauksella. (Danske Bank 2013.)

Suoraveloitus on palvelu, joka poistuu vuonna 2014. Suoraveloitus voidaan tehdä jos laskuttaja on tehnyt sopimuksen pankin kanssa. Asiakkaalle huolehdittavaksi jää vain, että tilillä on tarpeeksi saldoa maksun veloittamiseksi. Laskuttajan on täytynyt tehdä Pankin kanssa sopimus palvelusta, jotta suoraveloitus toimii. Suoraveloitusten sijaan suositellaan e-laskua tai suoramaksua, koska suoraveloitus on pikkuhiljaa poistumassa. (Danske Bank 2013.)

Toistuva maksu on palvelu jossa maksut veloittuvat asiakkaan valitsemana päivänä. Sitä voidaan käyttää säästötarkoituksessa, niin että esimerkiksi käyttötililtä veloittuu palkkapäivänä tietty summa säästöttilille, jolloin asiakkaalla on aina säästössä rahaa. Se on myös suositeltava taloyhtiöiden vastikkeiden maksuissa, tällöin asiakkaan tulee kuitenkin itse tehdä muutokset summaan, jos siihen tulee muutoksia. (Danske Bank 2013.)

6 Kehitysehdotusten selvittäminen

6.1 Teemahaastattelu

Opinnäytetyön alussa kerättiin teoriaa verkkopalveluista, asiakaspalvelusta ja asiakastyytyväisyydestä sekä markkinoinnista. Kun teoria oli pääosin kerätty, siirryttiin suunnittelemaan teemahaastattelun runkoa. Haastattelun tärkeimpinä teemoina olivat opinnäytetyön teoreettisesta viitekehyksestä löytyvät aiheet.

Haastattelut toteutettiin Hyvinkään Danske Bankin konttorilla. Teemahaastatteluun osallistui asiakkaita sattumanvaraisesti näiden käydessä konttorin e-pisteellä, jossa on käytössä tietokone jolla voi maksaa laskuja ja hoitaa muita verkkoasiointiin liittyviä asioita.

Asiakkaiden haastattelun tueksi otettiin myös Danske Bankin konttorin työskentelevien kollegoiden haastattelu. Nämä asiakaspalvelijat olivat kokeneita verkkopankin käytön opastamisen suhteen.

Opinnäytetyön tuotoksena esiteltiin kehitysideat verkkopankin käyttöopasta varten.

Haastattelu on joustava menetelmä ja sopii siksi hyvin erilaisiin tutkimuksiin. Haastattelussa voidaan saada esiin vastausten taustalla olevia motiiveja koska ollaan suorassa vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa. (Hirsjärvi & Hurme 2006, 34.)

Opinnäytetyön tutkimusosio oli laadullinen. Tavoitteena oli ilmiön kokonaisvaltainen ymmärtäminen. Tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden toiminnan taustalla olevia tekijöitä. Aineistoa kerättiin yksilöhaastattelujen avulla. Kyseessä oli teemahaastattelu, koska tarkoituksena oli kerätä tietoa tietyistä teemasta eli tässä tapauksessa verkkopankin käytöstä. Haastattelut nauhoitettiin asiakkaan luvalla. Litteroinnissa otettiin huomioon ne näkökulmat, joita asiakkaat painottavat. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 63-64.)

Opinnäytetyössä käytettiin teemahaastattelua yhtenä tutkimusmenetelmänä. Teemahaastattelu on avoimen- ja lomakehaastattelun välimuoto. Haastattelun teemat ovat tiedossa, mutta kysymysten muoto ja järjestys puuttuvat. (Hirsjärvi ym. 2010, 208.)

6.1.1 Asiakkaiden teemahaastattelun toteutus ja tulokset

Teemahaastatteluihin osallistui seitsemän Danske Bankin asiakasta. Haastateltujen ikä vaihteli 19-vuodesta 68-vuoteen. Vastaajat valittiin satunnaisesti niiden joukosta jotka asioivat Danske Bankin konttorilla e-pisteellä. Vastaajista kuusi oli naisia ja yksi mies. Suurin osa vastaajista oli käyttänyt Danske Bankin verkkopankkia jo ainakin muutaman vuoden ajan. Kaksi vastaajista oli kuitenkin suhteellisen tuoreita verkkopankin käyttäjiä.

Haastattelut toteutettiin Hyvinkään konttorilla. Haastattelun apuna olivat muistiinpanot, johon kirjattiin asiakkaiden vastaukset sekä asiakkaiden haastattelut nauhoitettiin asiakkaiden luvalla. Haastattelujen pituudet vaihtelivat 5 minuutista 15 minuuttiin.

Haastattelut litteroitiin ja kirjoitettiin puhtaaksi. Analysoinnissa käytettiin apuna teemahaastattelua. Vastaukset jaoteltiin sen perusteella. Aineistoa tiivistettiin siltä osin kun siinä ilmeni yhteneväisyyksiä vastauksissa.

Asiakkailta kysyttiin haastattelussa, minkälaisia haasteita he olivat kohdanneet verkkopankin käytössä. Haasteet verkkopankin käytössä olivat asiakkaille hyvin erilaisia.

Haastattelussa mainittiin haasteena Javan käyttö, joka oli turvaohjelma jota tarvittiin Danske Bankin verkkopankkiin kirjautuessa. Haasteena oli, se että asiakkaan tuli itse huolehtia Javan asianmukaisesta päivityksestä. Danske Bank ilmoitti luopuvansa Javasta kesällä 2013. (Danske Bank, 2013.)

Tilinumerot IBAN-muodossa sekä BIC/Swift-koodit olivat myös aiheuttaneet haasteita. Nykyään tilinumerot ovatkin kansainvälisessä muodossa ja jokaisella pankilla on oma BIC/Swift-koodinsa. Yhtenä haasteena mainittiin myös pankkitunnusten huolellinen säilyttäminen.

Moni asiakas kiitteli konttorilta saatavaa tukea ja kertoivat, että siellä apu oli aina lähellä. Eräs asiakas kertoi, että tietokoneeseen oli tehty erikoissäädöksiä, liittyen hänen näkövammaansa. Tukea kerrottiin myös saatavan helposti Danske Bankin asiakastuesta, joka auttaa tietokoneen käytössä puhelimen välityksellä.

Moni asiakkaista koki, että konttorin e-piste on turvallinen paikka asioida ja siellä haluttiin asioida nimeen omaan siitä syystä, että konttorin henkilökunta auttaa tarvittaessa. Asiakkaat myös mainitsivat, että kotikoneella verkkopankin käytössä apu ei ole niin lähellä.

Kaikki asiakkaat kokivat, että verkkopankin käyttöopas olisi todella hyödyllinen verkkopankin käytön tukena. Asiakkaat ehdottivat, että oppaan tulisi sisältää havainnollistavia kuvia sekä että sen tulisi olla paperinen versio sekä mahdollisesti PDF-tiedostona lähetettävissä asiakkaille.

Käytännön asioita mitä oppaassa tulisi olla, eivät asiakkaat haastattelun aikana osanneet sanoa. He vain kokivat, että käyttöopas olisi hyvä olla, mutta mitään konkreettista ehdotusta he eivät osanneet sanoa. Kuitenkin käyttöoppaassa tulisi heidän mukaan huomioida asiakkaiden erilaiset tarpeet.

6.1.2 Kollegoiden teemahaastattelun toteutus ja tulokset

Verkkopankin käyttöoppaan kehittämisen tueksi päätettiin haastatella kahta Danske Bankin konttorin työntekijää. Nämä henkilöt työskentelivät Danske Bankin kassa- ja konttorin tukitoimissa. Heillä oli paljon kokemusta asiakkaiden opastamisesta Dansken Bankin verkkopankin kanssa.

Haastattelut toteutettiin Hyvinkään konttorilla ja apuna käytettiin nauhuria. Haastattelujen kesto oli noin 15 minuuttia. Haastatteluissa painottuneet asiat on huomioitu lopputuloksissa. Aineistoa tiivistettiin siltä osin, mikäli haastattelujen vastauksissa ilmeni yhteneväisyyksiä. Aineistoa analysoitiin teemoittelun avulla.

Danske Bankin konttorintyöntekijät kokivat, että verkkopankkiasioinnissa tuen tarve oli päivittäistä. Toisaalta he kertoivat, että se vaihteli myös päivien mukaan. Yleensä avun tarve lisääntyi alku- sekä loppukuusta. Syyksi he kertoivat laskutusasiat sekä muun muassa sen, että palkat tulivat silloin pankkiin.

Haastateltavat kokivat, että tukea pitäisi olla tarjolla enemmänkin, koska aina konttorin työntekijät eivät muilta työkiireiltään ehdi asiakkaita auttamaan. Haastateltavat olivat sitä mieltä, että suurin osa apua tarvitsevista oli ikääntyviä ihmisiä, joille tietokoneen käyttökin saattoi olla haastavaa.

Konttorin työntekijöiden haastattelussa keskusteltiin yleisimmistä haasteista, mitä asiakkaat kohtasivat verkkopankin käytössä. Konttorityöntekijöiden haastattelussa yhteisenä teemana oli se, että uusi maksu-välilehti aiheuttaa monilla asiakkaille vaikeuksia. Siinä täytyi täyttää yksi lomake jonka avulla saadaan tehtyä maksu.

Kun tiedot oli syötetty, lopuksi maksu hyväksyttiin omalla salasanalla. Työntekijöiden mukaan tämän lomakkeen täyttäminen ei aina ollut itsestään selvyys vaan siihen kaivattaisiin ohjeet, miten se tulee täyttää.

Myös tilinumeroiden muuttuminen kansainväliseen IBAN-muotoon oli herättänyt asiakkaissa ihmetystä. Danske Bankin verkkopankkiin syötettäessä vanhanmuotoinen tilinumero, verkkopankki muutti sen automaattisesti IBAN-tilinumeroon ja ilmoitti sen automaattisesta muutoksesta.

Tiliotteiden saaminen verkkopankista oli myös ollut osalla asiakkaille haasteellista. Tämä johtui siitä, että kun tiliotteita haettiin, niin tuli rajata ensin haku ja painaa hae sekä laittaa ruksi ”näytä luetut”-kohtaan.

Asiakkaille tarjottiin tukea verkkopankin käyttöön muun muassa antamalla opetusta verkkopankin käyttöön muun muassa tunnusten antamisen vaiheessa. Tukea oli myös saatavilla konttorilla, mikäli sille tarvetta oli. Verkkopankin käytössä opastetaan konttorin työntekijöiden mukaan omien resurssien mukaan, kun työntekijöillä oli mahdollisuus irrottautua muista töistään hetkeksi.

Verkkopankin käyttöön tukea saatiin myös asiakaspalvelunumeroista sekä teknisissä ongelmissa auttoi verkkopankin asiakastuki, jonne moni haastateltava kertoi soittaneensakin.

Toinen konttorintyöntekijä mainitsi, että tiliotteiden saaminen arkistosta oli monella haastavaa ja siihen tulisi tehdä selkeä ohjeistus.

Myös verkkopankkitunnusten säilyttäminen oli tärkeä painopiste haastattelussa, sekä se että ne olivat henkilökohtaiset, eikä niitä saa luovuttaa kenellekään. Kaikille asiakkaille ei ole ollut selvää, että ne ovat sähköinen henkilöllisyystodistus ja niitä ei voi antaa toisen käyttöön. Asia käytiin läpi asiakkaille verkkopankkitunnuksia annettaessa ja mikäli väärinkäyttöä ilmeni, asia käytiin uudestaan läpi.

Ensimmäinen haastateltava oli sitä mieltä, että kun asiakas sai ensimmäiset verkkopankkitunnukset ja tällöin ensimmäisellä sisäänkirjautumis-kerralla vaihdettiin salasana, se aiheutti joillekin asiakkaille haasteita. Tämä nousi esiin myös verkkopankin käyttöoppaan sisällön kehittämisessä.

Uuden maksun tekeminen oli myös asia, jonka konttorintyöntekijät kertoivat olevan tärkeä painopiste opasta ajatellen.

Yhteistä haastateltavilla oli se, että kumpikin oli sitä mieltä että verkkopankin käyttöoppaassa tulisi olla selkeitä ja havainnollisia kuvia. Samaa mieltä oltiin myös siitä, että käyttöoppaan tulee olla yksinkertainen ja jokaisen vaiheen läpikäyvä. Kumpikin haastateltavista painotti sitä, että opastus uutta maksua varten tulisi olla oppaassa.

6.2 Net scouting

Lähteiden tarkastelu Internetissä on tullut yhä tärkeämmäksi menetelmäksi. Internetistä löytyy tietoa vanhemmista aiheista, mutta myös tämän päivän trendejä. Net scouting on hyvä tapa oppia ymmärtämään markkinatilannetta sekä ympäristöä. Menetelmän avulla voi myös havaita olemassa olevia ratkaisuja muilla alueilla, nykyisiä markkinatrendejä sekä mahdollisia uusia markkinointinäkymiä. (Moritz 2005, 194.)

Tutkimuksessa käytettiin apuna net scoutingia eli tutkittiin muiden pankkien verkkoasiointia ja sitä kuinka hyvin sivuilta löytyi opastusta verkkopankki asiointiin. Vertailuun otettiin mukaan Handelsbankenin ja S-pankin verkkopankit. Sisäänkirjaus tapahtui oikean asiakkaan roolissa, kyseessä ei ollut siis verkkopankin testiohjelma. Tarkoituksena oli keskittyä kyseessä olevien pankkien verkkopankkien tilit ja maksaminen-osioon sekä havainnoida niistä löytyviä kohtia ja vertailla niiden toiminnallisuutta Danske Bankin verkkopankkiin.

6.2.1 Pankkien verkkosivujen maksu- ja tiliosioiden net scouting toteutus ja tulokset

Net scoutingissa tarkastelun kohteeksi otettiin vertailun vuoksi S-pankin sekä Handelsbankenin verkkopankit. Net scoutingissa keskityttiin tileihin ja maksamiseen sekä mahdollisesti sivuilta löytyvään opastukseen asiakkaalle. Opastusta etsittiin pankin kotisivuilta sekä verkkopankin sisältä. Verkkopankkiin kirjauduttiin asiakkaan roolissa, jolloin saatiin mahdollisimman asiakaslähtöiset tulokset.

Tutkimuksessa pyrittiin löytämään eroavaisuuksia verkkopankissa asioinnista sekä vertailemaan mitä eri pankkien verkkopankissa voi tehdä. Eroavaisuudet pyrittiin tuomaan esiin ja niistä koottiin taulukko missä havainnollistetaan eri verkkopankkien toiminnallisuuksista.

Tutkija tutustui Handelsbankenin verkkopankkiin aluksi maksamisen välilehteen, eli siihen miten maksu tehtiin. Verkkopankissa maksaminen Handelsbankenissa oli hyvin erilainen kokemus, sillä kun Dansken verkkopankissa maksulomake oli yhdellä sivulla, niin Handelsbankenista maksua tehdessä valittiin ensin saajan tilinumero. Maksua tehdessä edettiin useamman sivun kautta. (Kuva 1.)

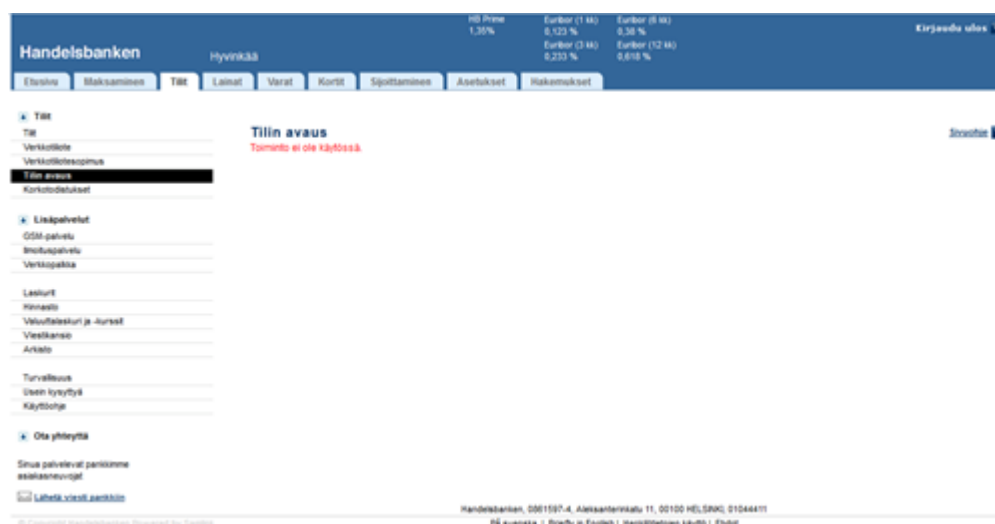
The screenshot shows the Handelsbanken online banking interface. At the top, there's a navigation bar with tabs: Etusivu, Maksaminen, Tilit, Lainat, Varat, Kortit, Sijoittaminen, Asetuskeskus, and Hakemisto. Below this, a sidebar on the left lists various services under categories like 'Maksaminen', 'Lisäpalvelut', and 'Ota yhteyttä'. The main content area is titled 'Uusi maksu' (New payment). It contains a form with the following fields: 'Valitse maksupohja' (a dropdown menu), 'Anna saajan til.' (a text input field), 'Valitse maa' (a dropdown menu set to 'Suomi'), and 'Valitse valuutta' (a dropdown menu set to 'EUR Euro'). A 'Jatka >>' button is located at the bottom of the form. Below the form, there's a link 'Lue ohjeet' (Read instructions). At the very bottom, there's a footer with contact information and a copyright notice.

Kuva 1: Uusi maksu Handelsbankenin verkkopankissa

Tämän jälkeen edettiin painamalla jatka. Sitten valittiin Saajan nimi seuraavalla sivulla, samalla sivulla oli maksun määrä ja viesti tai viite oli pakollinen maksaessa.

Kun nämä tiedot oli kirjoitettu, painetaan jälleen Hyväksy maksu ja sitten aukeaa uusi sivu jossa pääsi joko hyväksymään maksun vaihtuvalla avainluvulla tai jatkamaan lisää maksuja. Jos maksuja oli useampia, voitiin ne kaikki hyväksyä kerralla avainluvulla kaikkien maksujen päätteeksi.

Handelsbankenin verkkopankissa tilejä ei voinut ainakaan tutkimuksen aikana avata tai lopettaa. Verkkopankki ilmoitti, että toiminto ei ollut käytössä. (Kuva 2.)



Kuva 2: Tilin avaus välilehti

Maksua kokeiltaessa huomattiin, että kun maksu ei vahvistettu, se jäi etusivulle ilmoituksella ”Sinulla on vahvistamattomia maksuja”. Tällöin verkkopankki ilmoitti jos maksua ei hyväksy, niin se säilyy hyväksymättömänä 60 päivää eli kaksi kuukautta. Eli käytännössä jos maksu olisi aiheeton/virheellinen, se jäisi etusivulla muistutukseksi kahdeksi kuukaudeksi. Seuraavalla käyntikerralla tutkija onnistui poistamaan tuon testimaksun.

Selkeä ero Danske Bankin verkkopankkiin oli se, että Handelsbankenin verkkopankissa maksuja hyväksyttäessä tuli aina syöttää vaihtuva avainluku kun taas Danske Bankin verkkopankissa ne hyväksyttiin aina jokaisen maksun jälkeen asiakkaan omalla salasanalla. Tämä helpotti asiointia, kun salasana oli asiakkaan omavalintainen eikä tarvinnut erikseen kaivaa avainlukukorttia maksua hyväksyttäessä.

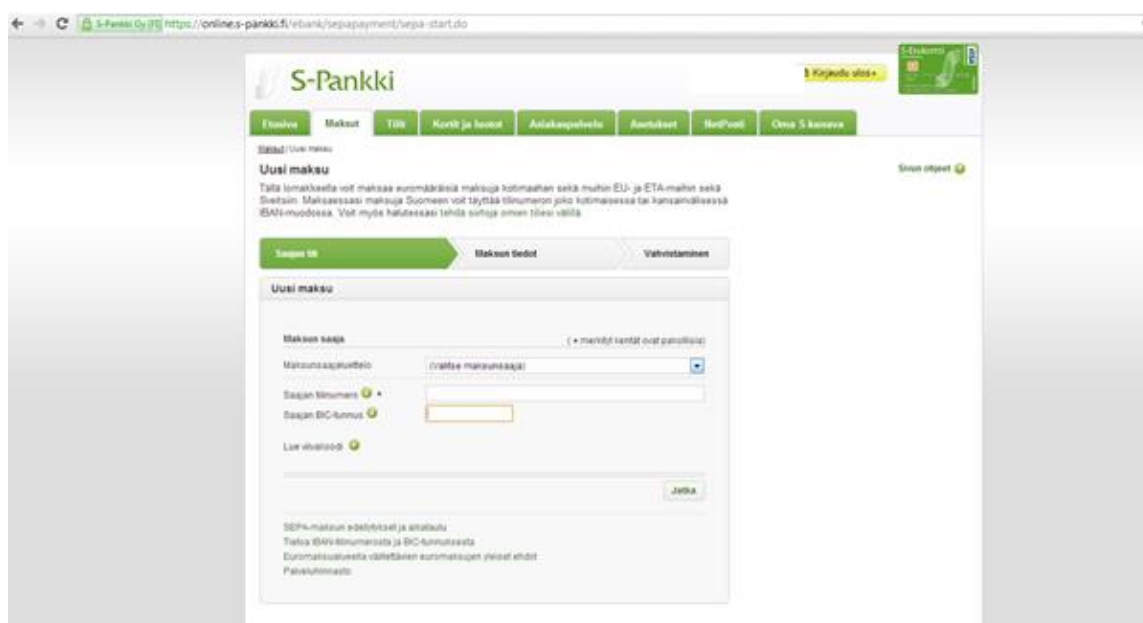
Handelsbankenin verkkopankki pyysi kuukausittain vaihtamaan asiakkaan kirjautumisessa tarvittavan salasanan turvallisuussyistä. Tällaista toimintoa ei ollut käytössä Danske Bankin verkkopankissa.

Handelsbankenin internetsivuilla ei ollut verkkopankkiin opasta saatavilla. Tutkija etsi kotisivuilta muun muassa hakusanoilla opas, ohjeistus sekä ohje. Yhteydenottopyyntö oli

mahdollista jättää verkkosivujen kautta. Yhteydenottopyyntö-lomake oli suunnattu asiakkaille, joilla oli ongelmia verkkopankin käytön kanssa tai jonkin muun palvelun kanssa. Yhteydenottotavat asiakkaaseen olivat sähköposti sekä puhelin.

Handelsbankenin verkkopankin sisältä ei varsinaisesti löytynyt opastusta. Eri otsikoita klikkaamalla niissä saattoi olla lyhyitä selityksiä siitä, mitä tietyssä osiossa pystyy tekemään.

Tutkija tutustui S-pankin verkkopankkiin ja sen käyttäjälähtöisyyteen osana opinnäytetyötä. S-pankin verkkopankissa oli helppo löytää maksamiseen johtava sivu. Handelsbankenin verkkopankin tapaan S-pankissa maksu tehtiin ensin syöttämällä saajan tilinumero ja tämän jälkeen painettiin Jatka-painiketta. (Kuva 3.)



Kuva 3: S-pankin uusi maksu-välilehti

Maksun tiedot kohdassa oli tarkoitus syöttää Saajan nimi, mahdollinen BIC-tunnus, tili jolta maksu veloittui sekä määrä. Viitenumeron tai viestin kirjoittaminen oli vapaaehtoista. Tällä sivustolla oli myös mahdollista valita, mikäli halusi maksusta toistuvaissuorituksen. Maksaminen oli hyvin samantapainen toiminnoiltaan kuin Handelsbankenin verkkopankissa. Danske Bankkiin eroavaisuus oli siinä, että maksu eteni jatka-painikkeella useammalle sivulle. Myös maksu vahvistettiin vaihtuvalla avainluvulla. (Kuva 4.)

[illegible]

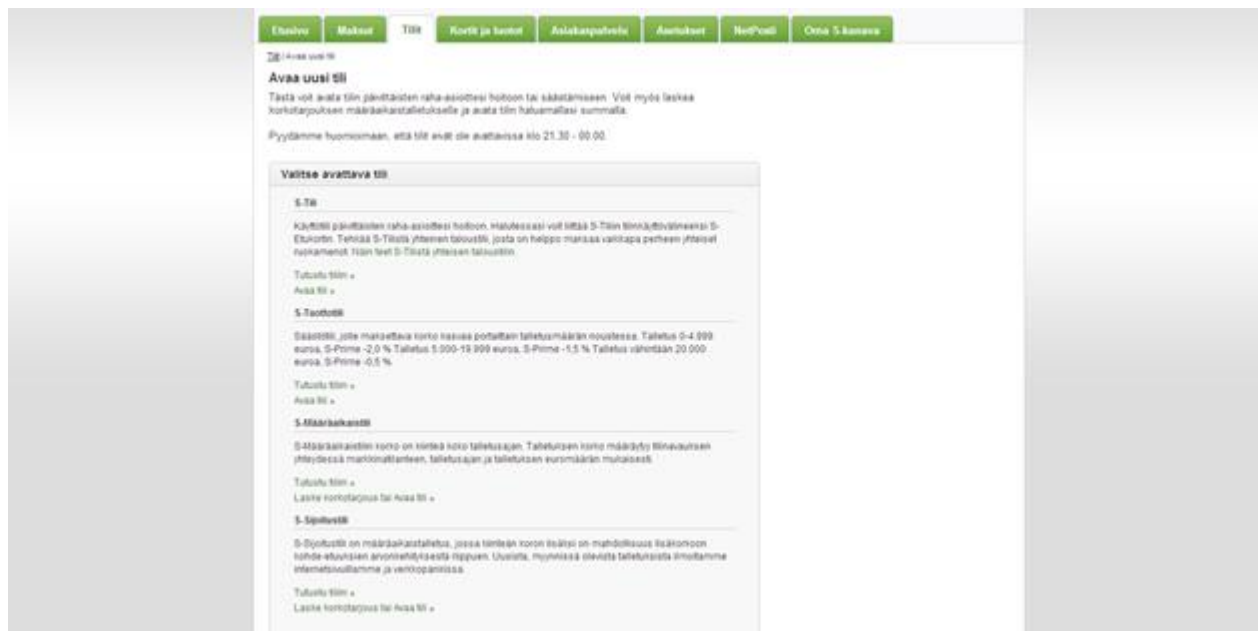
Kuva 4: Maksun tiedot välilehti

Kuvassa 4 näkyy, että maksun tiedot syötettiin useammalle sivulle. Tähdellä merkityt kohdat tuli täyttää ja kun ne oli täytetty, painataan jatka. Mikäli jokin kohta jäi täyttämättä, verkkopankki ilmoitti tiedon puuttuvan ja ennen kuin se oli täytetty, ei päässyt jatkamaan.

[illegible]

Kuva 5: Tilit-valikko

Tilin avaus oli mahdollista S-pankin verkkopankissa aivan kuten Danske Bankinkin verkkopankissa. Tilit-kohdasta oli mahdollista avata muun muassa S-tili, S-tuottotili, määräaikaistalletus sekä sijoitustili. (Kuva 5.)



Kuva 6: Tilin avaus S-pankissa

Tilit-välilehdellä oli mahdollista tutustua tilien korkoihin sekä muihin ehtoihin. Tilin avaukseen pääsi painamalla tilin alta kohtaa Avaa tili. Tilien avaus ei ollut mahdollista kello 21.30-00.00 välisenä aikana. (Kuva 6.)

S-pankin kotisivuilta löytyi usein kysyttyä -osio, jossa luki muun muassa mitä tehdä jos pankkitunnukset katoavat. S-pankin kotisivuilta löytyi verkkopankkiin kirjautumis-opas. Oppaassa käytiin selkeästi läpi ensimmäisen salasanan vaihto ja kuinka jatkossa kirjautuminen onnistuu. Ohjeistuksesta löytyi selkeästi kaikki mitä tarvitaan verkkopankin käyttöön sekä myös maininta siitä, miten verkkopankkitunnuksia tulee säilyttää. S-pankin verkkopankin sisältä ei löytynyt varsinaista opasta liittyen tileihin ja maksamiseen. (Kuva 7.)



Kuva 7: S-pankin pankkitunnusten käyttöohje

6.2.2 Yhteenvedo Netscoutingista

Taulukossa 1 on tuotu esille eri toiminnot pankkien verkkopankkisivuilla. Tarkoituksena oli havainnollistaa taulukon avulla kuinka verkkopankit eroavat toisistaan. Net scoutingin myötä selvisi että kolmen eri pankin verkkopankit olivat hyvin erilaisia. S-pankin ja Danske Bankin verkkopankeissa oli mahdollista avata tilejä, mutta tutkimuksen aikaan Handelsbankenin verkkopankissa ei saanut avattua tilejä. Handelsbankenin verkkopankki oli yksinkertainen ja helppo omaksua, mutta sivusto ei tarjonnut lisäarvoa käyttäjälle. S-pankin verkkopankki yllätti positiivisesti sen toiminnallisuuden takia. Sivulla oli helppoa avata uusia tilejä ja kotisivuilta löytyi selkeitä ohjeistuksia muun muassa pankkitunnusten käyttöön.

S-pankin ja Handelsbankenin verkkopankeissa uusi-maksu välilehti eteni aina jatkupainikkeella ja tiedot syötettiin erillisille sivuille, joissa oli ohjeet. Danske Bankin verkkopankissa uusi maksu tehtiin vain yhdelle sivulle ja tämän jälkeen maksu hyväksyttiin omalla nelinumeroisella salasanalla.

Selkeitä verkkopankin käyttöohjeita ei löydetty tutkimuksen aikana pankin sivuilta tai verkkopankin sisältä. S-pankin sivuilta löytyi ohje pankkitunnusten käyttöön ja Danske Bankin sivuilla oli ohje turvaohjelmiston asentamiseen. Handelsbankenin sivuilta ei onnistuttu löytämään mitään ohjeistusta. Kaikilla pankeilla oli FAQ-osuus eli usein kysyttyjä kysymyksiä sivuillaan. Niistä löytyi vastauksia liittyen tileihin, maksamiseen sekä muuhun verkkoasiointiin.

Mikään verkkopankki ei ollut vaikeakäyttöinen vaan melko helposti omaksuttava, jos vain oli aikaa tutustua kunnolla verkkoasiointiin.

Kun Danske Bankin pankkitunnukset saadaan, tulee käyttöön nelinumeroinen valmis salasana paperilla, joka pitää vaihtaa heti ensimmäisellä sisäänkirjautumiskerralla. Oma salasana pitää olla nelinumeroinen, mutta ei liian yksikertainen (kuten 1234 tai 0000). S-pankin pankkitunnuksissa salasana on ensimmäisellä sisäänkirjaantumiskerralla syntymäaika, tämän jälkeen pitää luoda oma salasana, jossa on 4-6 numeroa. S-pankin verkkopankissa suositellaan noin kuukauden välein vaihtamaan salasana tietoturvasuuteen perustuen. Tämä sama ominaisuus löytyi Handelsbankenin verkkopankista. Handelsbankenin verkkopankissa piti keksiä pisin oma salasana, siinä tuli olla vähintään kahdeksan merkkiä.

| | Danske Bank | Handelsbanken | S-Pankki |
|------------|--|---|---|
| Tilit | Tilien avaus ja lopetus onnistuu. Avata voi Säästötilin, Varatilin sekä Paketteja. | Tilin avaus ja lopetus ei onnistunut. | Tilien avaus onnistui; S-tili, S-tuottotili, määräaikaistalletus sekä sijoitustili. Lopetus onnistui myös. |
| Maksaminen | Tiedot syötettiin yhdelle lomakkeelle, maksun vahvistus tehtiin omalla salasanalla | Ensin saajan tili ja jatka, saajan nimi, maksun määrä, viesti/viite pakollinen. Maksu hyväksyttiin vaihtuvalla avainluvulla . | Saajan tilinumero >Jatka. Saajan nimi ja BIC-tunnus sekä viite/viesti mahdollinen. |
| Opastus | Turvaohjelmiston asennukseen löytyi ohjeet. | Ei löytynyt varsinaista opasta. | Opastus pankkitunnusten säilyttämiseen, ei muuta varsinaista opasta |
| Salasana | Nelinumeroinen salasana: Ensimmäisellä sisäänkirjauksella vaihdettiin. Ei tarvinnut vaihtaa omaa salasanaa säännöllisesti. | Salasana vähintään kahdeksan merkkiä. Kuukauden välein oman salasanan vaihdos. | Ensimmäisellä kirjautumiskerralla kirjaututtiin syntymäajalla, sitten oma salasanan vaihto. Salasanan vaadittu pituus on 4-6 numeroa. Verkkopankissa suositus salasanan vaihdosta säännöllisesti. |

Taulukko 1: Verkkopankkien toiminnallisuudet

7 Kehitysehdotukset verkkopankin käyttöopasta varten

Danske Bankin asiakkaiden ja konttorin työntekijöiden teemahaastattelusta selvisi, että verkkopankin käytössä tarvittava tuki oli hyvin yksilöllistä. Toki tietyt haasteet toistuivat, mutta mitään selkeää yleistystä oli niistä vaikea koota. Verkkopankin tukea tarvitsi tutkimuksen aikana eri-ikäiset asiakkaat. Tukea tuleekin tarjota iästä riippumatta.

Asiakkaiden teemahaastattelussa tuli esiin, että moni tulee konttorin e-pisteellä maksamaan laskunsa, koska kokivat, että siellä oli tuki lähellä. Jatkossa onkin tärkeää painottaa, että tukea saa myös verkkopankin välityksellä kotikoneelta tai soittamalla asiakaspalveluun. Danske Bankin työntekijöillä on tärkeä rooli eri kanavien mainostamisessa asiakkaalle. Myös asiakkaiden asiointi helpottuu, kun mahdolliset verkkopankin haasteet ratkeavat vaikkapa kotisohvalta käsin.

Danske Bankin käyttöoppaassa olisi tärkeää huomioida selkeys ja että siinä on paljon havainnollistavia kuvia. Se tulisi olla PDF-muodossa jolloin sitä voisi lähettää asiakkaalle tai vaihtoehtoisesti tulostaa paperille riippuen asiakkaiden tarpeista. Suurin osa haastatelluista haluaisi sen paperisena versiona.

Verkkopankin käyttöoppaassa olisi hyvä olla tietoa IBAN-tilinumeroista ja sen mistä asiakkaat näkevät oman tilinumeronsa kansainvälisessä muodossa. Oppaassa oli myös hyvä olla maininta Danske Bankin BIC/Swift-koodista. BIC-koodia tarvitaan ulkomaanmaksujen lisäksi myös osassa kotimaanmaksuja.

Verkkopankin käyttöopas keskittyen tileihin ja maksamiseen oli asiakkaiden mielestä hyvin tarpeellinen. Verkkopankin yksi tärkeimpiä toimintoja, oli että laskujen maksu ja muut perustoiminnot onnistuivat ja siitä syystä painopisteenä olivat tilit ja maksaminen.

Verkkopankin käyttöoppaassa olisi hyvä olla opas siihen miten tiliotteet saadaan arkistosta sekä ohje siihen miten uusi maksu tehdään. Mikäli asiakkaalla tulee verkkopankin käytössä ongelmia, olisi oppaassa hyvä mainita asiakaspalvelunumerot sekä teknisen tuen numero. Asiakkaiden toiveissa oli myös saada oppaaseen hyvä ohje verkkopankkitunnusten säilyttämiseen. Oppaassa olisi hyvä myös mainita, että verkkopankissa salasanan vaihto tehdään vain kerran ensimmäisellä kirjautumiskerralla.

Teemahaastatteluissa tuli ilmi, että kaikkia haasteita ei voida käyttöoppaalla ratkaista. Asiakkaat joille tietokoneen käyttö itsessään ei ole tuttua, tulisi ohjata tietokoneen käyttökurssille, jossa opeteltaisiin perusohjelmien sekä itse tietokoneen käyttöä.

Verkkopankin haasteiden ratkaisussa on tärkeää, että asiakas voi olla pankkiin yhteydessä suoraan kotitietokoneeltaan. Pankkiin voi olla yhteydessä verkkopankista lähetettävän viestin avulla tai soittamalla tekniseen tukeen. Näin säästyy asiakkaiden aika ja muun muassa tekniset haasteet on helpompi ratkaista omalta kotitietokoneelta käsin. Mikäli verkkopankkiin pääsemisessä on ongelmia, voi asiakas myös jättää Danske Bankin kotisivuilta yhteydenottopyynnön.

8 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli koota kehitysideoita Danske Bankin verkkopankin käyttöopasta varten. Tavoitteena oli kerätä asiakkaiden ja työntekijöiden mielipiteitä siitä, mitä verkkopankin käyttöoppaassa tulisi olla. Kehitysideat kerättiin asiakkaiden ja kollegoiden teemahaastatteluilla. Lisäksi apuna käytettiin net scoutingia, minkä avulla kartoitettiin, minkälaiset ovat muiden pankkien verkkopankit toiminnallisuudeltaan. Muiden pankkien verkkopankeista ja kotisivuilta etsittiin käyttöopasta tai muita asiakasta opastavia opuksia.

Opinnäytetyön teoria koostui työssä asiakaspalvelusta, käyttäjälähtöisyydestä sekä verkkopalveluista. Verkkopankissa asioiminen on tärkeä osa pankkien palvelutarjontaa. Verkossa raha-asioitaan pystyy hoitamaan vuorokauden ympäri ja paikkaa katsomatta. Verkkopankin käyttöoppaan kehittäminen on katsottu tärkeäksi, jotta mahdollisimman moni asiakas pystyisi toimimaan itsenäisesti verkossa.

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä oli se, että mitä verkkopankin käyttöoppaan tulisi sisältää. Verkkopankin käyttöopas rajattiin koskemaan tilejä ja maksamista ja tutkimuksen edetessä raja-osa osoittautui tarpeelliseksi, koska koettiin, juuri maksaminen on tärkeimpiä verkkopankin toimintoja, johon moni kaipaa tukea. Tutkimuskysymykseen saatiin vastaus teemahaastattelujen ja net scoutingin myötä.

Teemahaastatteluihin osallistui seitsemän Danske Bankin asiakasta ja heidän ikänsä vaihteli 18 vuodesta 68 vuoteen. Asiakkailta saatu palaute teemahaastattelujen myötä oli todella positiivista ja verkkopankin käyttöoppaan kehittämistä pidettiin tärkeänä. Haastatteluista selvisi myös se, että verkkopankin käyttöoppaan tulisi sisältää ohjeet uuden maksun tekemiseen ja tiliotteiden saamiseen arkistosta. Lisäksi koettiin, että IBAN - tilinumeroista ja pankkitunnusten säilyttämisestä tulisi olla selkeä opastus sekä Danske Bankin palvelunumerot tulisi olla helposti saatavilla.

Opinnäytetyössä haastateltiin myös kahta Danske Bankin työntekijää, jotka opastivat asiakkaita verkkopankin käytössä. Näiden haastattelujen myötä tulokset täydentyivät ja

verkkopankin käyttöoppaan sisältö oli helpompi hahmottaa. Työntekijät avustivat kumpikin viikkotasolla noin 10 asiakasta, joten heillä oli hyvä kuva siitä minkälaisia verkkopankin haasteet olivat.

Net scoutingissa tutustuttiin Handelsbankenin ja S-pankin verkkopankkien toiminnallisuuteen ja siihen miten sivuilta löytyi opastusta verkkopankkiasiointiin. Verkkopankkiin kirjaututtiin asiakkaan ominaisuudessa. Handelsbankenin verkkopankkia oli helppo oppia käyttämään ja uuden maksun tekeminen oli yksinkertaista, kunhan seurasi ohjeita. Verkkopankissa ei pystynyt avaamaan tilejä tai sulkemaan omia tilejään, joten palvelu ei sinällään tuottanut lisäarvoa. Sivustoilta ei myöskään löytynyt verkkopankin käyttöopasta.

S-pankin verkkopankki oli toiminnallisuudeltaan hyvin samankaltainen maksuissa kuin Handelsbanken. S-pankin verkkopankissa pystyi kuitenkin avaamaan ja sulkemaan tilejä sekä siellä oli opastus muun muassa pankkitunnusten käyttöä varten. S-pankin verkkosivut tarjosivat siis paljon eri toimintoja.

Tutkimuksen avulla saatiin vastaus tutkimuskysymykseen eli miten verkkopankin käyttöopasta voitaisiin kehittää. Tutkimuksen avulla saatiin kerättyä kehitysehdotuksia, joita on mahdollista käyttää Danske Bankin verkkopankin käyttöoppaan kehittämisessä. Lisäksi saatiin yleiskuva siitä, mitä kilpailijoiden verkkopankit tarjosivat.

Jatkotutkimuksena olisi mielenkiintoista kehittää itse verkkopankin käyttöopas. Danske Bankin verkkopankki uudistuu kesällä 2013 jolloin muun muassa turvaohjelma Java poistuu ja tuon uudistuksen jälkeen olisi hyvä kehittää tuo käyttöopas asiakkaille. Tutkimuksen aikana ei tiedetty kaikista uudistuvan verkkopankin ominaisuuksista, mutta kokonaiskuva saatiin kuitenkin siitä, mitkä asiat asiakkaat kokivat haasteellisiksi verkkopankissa asioidessa.

Lähteet

- Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Juva: WS Bookwell.
- Alhonsuo, S., Nisén A., Pellikka T. 2009. Finanssitoiminnan käsikirja. Helsinki: Hakapaino.
- Bergström S., Leppänen A. 2003. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Prima.
- Grefen, P. 2010. Mastering e-business. England: Routledge.
- Hirsjärvi, S., Hurme, H. 2006. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Korhonen, J. Iloa Internetistä. 2003. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Koskinen, J. 2004. Verkkoliiketoiminta. Helsinki: Edita Prima.
- Krug, S. 2006. Älä pakota minua ajattelemaan! Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Kuotila, H., Mutanen, A. 2012. Käytäntöä tutkimassa. Vantaa: Multiprint.
- Lepola, R., Pulkkinen I., Raivio L., Selinheimo R., Sulkanen L. 1998. Asiakaspalvelu. Porvoo: WSOY.
- Oulasvirta, A. 2011. Ihmisen ja tietokoneen vuorovaikutus. Helsinki: Gaudeamus.
- Sinkkonen I., Nuutila E. & Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.
- Tilastokeskus. 2009 Internetin käytön muutokset: Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2008-tutkimuksen tuloksia. Helsinki: Multiprint.
- Uusitalo, L. 2002. Kuluttaja virtuaalimarkkinoilla. Helsinki: Edita Prima.
- Vilkka, H., Airaksinen T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino.
- Widgren, M. 2002. Pankkikilpailuglobaalistuvilla markkinoilla. Vantaa: Dark.

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko Asiakas? Keuruu: Otavan Kirjapaino.

Ylikoski, T., Järvinen, R. & Rosti P. Hyvä asiakaspalvelu- menestystekijä finanssialalla. 2006. Vammala: Vammalan Kirjapaino.

Sähköiset lähteet

Danske Bank. 2013. Viitattu 10.3.2013. www.danskebank.fi

Handelsbanken. 2013. Viitattu 10.3.2013. www.handelsbanken.fi

Sampo Pankki. 2012. Viitattu 10.10.2012. www.sampopankki.fi

S-pankki. Viitattu 10.3.2013. www.s-pankki.fi

Moritz, S. 2005. Service Design: Practical access to an evolving field. Viitattu 10.3.2013. http://stefan-moritz.com/_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf

Kuvat

| | |
|--|----|
| Kuva 1: Uusi maksu Handelsbankenin verkkopankissa..... | 19 |
| Kuva 2: Tilin avaus välilehti..... | 20 |
| Kuva 3: S-pankin uusi maksu-välilehti..... | 21 |
| Kuva 4: Maksun tiedot välilehti..... | 22 |
| Kuva 5: Tilit-valikko | 22 |
| Kuva 6: Tilin avaus S-pankissa | 23 |
| Kuva 7: S-pankin pankkitunnusten käyttöohje | 24 |

Taulukot

| | |
|--|----|
| Taulukko 1: Verkkopankkien toiminnallisuudet | 25 |
|--|----|

Liitteet

| | |
|--|----|
| Liite 1: Asiakkaiden teemahaastattelun runko | 33 |
| Liite 2: Kollegoiden haastattelu | 34 |

Liite 1: Asiakkaiden teemahaastattelun runko

Yleistä

1. Koska olet saanut verkkopankkitunnuksesi käyttöön?
2. Miten päädyit hankkimaan verkkopankkitunnukset?
3. Suositeltiinko verkkopankkia sinulle pankin toimesta?

Asiakaspalvelu

4. Miten tärkeänä koet asiakaspalvelun roolin käyttäessäsi verkkopankkia?
5. Miten paljon olet saanut tukea asiakaspalvelijoilta verkkopankin käytössä?

Verkkopalvelut ja käyttäjälähtöisyys

6. Minkälaisia haasteita olet kohdannut käyttäessäsi verkkopankkia?
7. Miten helposti saat tukea ongelmatilanteissa?
8. Kuinka hyvin verkkopankin käytössä on huomioitu sen käyttäjät?

Liite 2: Kollegoiden haastattelu

1. Kuinka usein autat asiakkaita työsi ohella verkkopankin käytössä?
2. Kuinka monta asiakasta suurin piirtein mielestäsi asioi e-pisteellä päivän aikana?
Kuinka moni näistä asiakkaista tarvitsee tukea verkkopankin käytössä?
3. Minkälaista tukea asiakkaat yleensä kaipaavat?
4. Millaisia haasteita asiakkaat kohtaavat?
5. Mitä asioita pitäisi mielestäsi painottaa verkkopankin käyttöoppaassa?
6. Muita kommentteja?