

Pauliina Hakkarainen

MONIKANAVAISUUS JA SEN
HYÖDYNTÄMINEN
PANKKIPALVELUISSA
Tutkimus Savonlinnan Danske Bankin
asiakkaiden näkemyksistä

Opinnäytetyö
Liiketalouden koulutusohjelma


Toukokuu 2013




MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

Mikkeli University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

 MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences	Opinnäytetyön päivämäärä 23.5.2013	
Tekijä(t) Pauliina Hakkarainen	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Liiketalouden koulutusohjelma	
Nimeke Monikanavaisuus ja sen hyödyntäminen pankkipalveluissa. Tutkimus Savonlinnan Danske Bankin asiakkaiden näkemyksistä.		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön aiheena on pankkipalveluiden monikanavaisuus. Kiinnostus aiheen tutkimiseen syntyi asian ajankohtaisuudesta, sillä pankit tarjoavat asiakkailleen palvelujaan entistä monikanavaisemmin. Tässä opinnäytetyössä tutkin, mitä on Danske Bankin monikanavaisuus ja miten asiakkaat hyödyntävät sitä pankkiasioinnissaan. Tavoitteena on saada tietoa siitä, mitä eri asiointikanavia Danske Bank tarjoaa, sekä kuinka hyvin asiakkaat ovat tietoisia niistä. Lisäksi selvitän, kuinka aktiivisesti eri asiointikanavat ovat asiakkailla käytössä.</p> <p>Opinnäytetyön toimeksiantajana on Danske Bank Oyj:n Savonlinnan konttori. Danske Bank -konsernilla on toimintaa 14 eri maassa ja se tarjoaa pankkipalveluita henkilö-, yritys- ja yhteisöasiakkaille. Tutkimukseni aiheeseen liittyen löytyi muutamia aikaisempia opinnäytetöitä pankkialalta. Näissä tutkimuksissa on hyödyllistä aineistoa, johon voin verrata omia tutkimustuloksiani.</p> <p>Tutkimuksen teoriaosuus koostuu monikanavaisuudesta ja siihen liittyvistä käsitteistä. Teoriapohjana on käytetty aiheeseen liittyvän kirjallisuuden lisäksi myös aikaisempia tutkimuksia.</p> <p>Käytännön tutkimus on toteutettu kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä. Aineisto on kerätty puhelinhaastatteluna. Kysely on tehty niille Danske Bank Savonlinnan asiakkaille, joilla on voimassa oleva sopimus Danske Bankin verkkopankkitunnuksista. Tutkimuksestani kävi ilmi, että pankkiasiointi on yhä suuremmassa määrin itsepalvelua, esimerkiksi verkkoasiointia verkkopankissa. Verkkopankki nousi tutkimustuloksissani suosituimmaksi asiointikanavaksi. Vaikka itsepalvelu todettiin nopeaksi, helpoksi ja edulliseksi tavaksi pitää huolta omasta taloudestaan, ei henkilökohtaisen palvelun arvostus ole vähentynyt. Asiakkaat haluavat verkkoasioinnin rinnalle perinteistä henkilökohtaista palvelua, erityisesti laina- ja sijoitusasioissa. Uusimpien asiointikanavien, kuten mobiili- ja tabletpankin tietoisuus ja käyttö, on tutkimukseni mukaan vähäistä. Syyt käyttämättömyyteen löytyivät lähinnä teknisten laitteiden puutteesta tai teknillisestä osaamisesta.</p> <p>Mahdollinen jatkotutkimusaihe voisi käsitellä monikanavaisen pankkiasioinnin markkinoinnin kehittämistä.</p>		
Asiasanat (avainsanat) Monikanavaisuus, asiointikanavat, pankkipalvelut, itsepalvelu, verkkopalvelut		
Sivumäärä 44 s. + liitteet 6s.	Kieli Suomi	URN
Huomautus (huomautukset liitteistä)		
Ohjaavan opettajan nimi Eeva-Riitta Niinimäki	Opinnäytetyön toimeksiantaja Danske Bank Oyj	

DESCRIPTION

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Date of the bachelor's thesis 23 May 2013	
Author(s) Pauliina Hakkarainen		Degree programme and option Degree Programme in Business Management Bachelor of Business Administration	
Name of the bachelor's thesis Multi-channel banking and its utilization as experienced by customers of Danske Bank in Savonlinna.			
Abstract The subject of this thesis is multi-channel banking. The interest towards this topic was raised by its strong and increasing role in current banking services. This study concentrates on the commissioning bank, Danske Bank and more precisely its office in Savonlinna. The research aims at determining what multi-channel means in Danske Bank and how the customers are using it. My main objective is to find out, which different transaction channels Danske Bank offers, and how well the customers know about these channels. Furthermore, it is of interest how actively customers use the various channels for banking services. This thesis is made in cooperation with Danske Bank office in Savonlinna. The Danske Bank Group has operations in 14 countries and it offers banking services to private persons as well as corporate and institutional customers. I found also some earlier theses written about the banking sector. The previous research results proved useful material for comparison with my study results. The theoretical topics of this thesis cover multi-channel banking and related concepts. The theoretical framework is found in literature and previous theses. The method of study in this thesis was quantitative. The research material was collected by phone interview based on a questionnaire. The respondent group were Danske Bank's customers with an active online banking contract. According to the research results, banking services are increasingly self-service and the most popular channel was internet bank. Although self-service was found a fast, easy and inexpensive way to take care of one's economy, customers still value the personal service they get at the bank. The customers want personal service on the side of online banking. Personal service was described important especially with loans and investments. The knowledge and use of the latest service channels, like mobile- and tablet -banks, are limited. The reasons for hesitant use were found mainly with the lack of technical devices and technical know-how. Further research might examine multi-channel banking from the marketing development point of view.			
Subject headings, (keywords) Multi-channel, transaction channels, banking, self-service, internet services			
Pages 44 p. + app. 6p.		Language Finnish	
URN			
Remarks, notes on appendices			
Tutor Eeva-Riitta Niinimäki		Bachelor's thesis assigned by Danske Bank Plc	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
1.1	Aiheen valinta	1
1.2	Pankkitoimiala	2
1.3	Danske Bank Oyj	3
1.4	Aikaisemmat tutkimukset	4
2	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	6
2.1	Tutkimusmenetelmän valinta.....	6
2.2	Aineiston kerääminen.....	7
2.3	Tulosten käsittely ja analysointi.....	9
2.4	Tutkimuksen luotettavuus	10
3	MONIKANAVAISUUS.....	10
3.1	Monikanavaisuus käsitteenä	10
3.2	Monikanavaisuus markkinoinnissa	11
3.3	Asiakas ja verkkomailma.....	12
4	PANKIN TARJOAMAT ASIOINTIKANAVAT	15
4.1	Perinteiset pankkiasiointikanavat.....	16
4.1.1	Konttoripalvelut.....	16
4.1.2	Pankin puhelinpalvelu	17
4.2	Pankkipalvelut verkossa	18
4.2.1	Danske Bankin verkkosivut.....	19
4.2.2	Verkkopankki	20
4.2.3	Facebook asiakaspalvelussa	21
4.3	Uusimmat asiointikanavat	21
4.3.1	Mobiilipankki	22
4.3.2	Tabletpankki.....	22
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET	23
5.1	Vastaajien taustatiedot.....	23
5.2	Asiointikanavien käyttö ja kokemukset	25
5.2.1	Verkkopankin käyttö.....	25
5.2.2	Asiointikanavien tietämys	27
5.2.3	Pääasiallinen asiointikanava pankkiasioissa	28
5.2.4	Itsepalvelu- ja konttoriasiointi -asiakasryhmät.....	29

5.3	Informaatioiveet asiointikanavista	31
5.4	Monikanavaisuus ja pankkipalveluiden muutokset	32
5.5	Palaute ja kehittämiskohteet	33
6	JOHTOPÄÄTÖKSET TUTKIMUKSEN TULOKSISTA.....	34
7	POHDINTA	38
	LÄHTEET	41

LIITTEET

- 1 Aikaisemmat tutkimukset
- 2 Kyselylomake

1 JOHDANTO

1.1 Aiheen valinta

Jokaisella alalla edellytys palvelujen käyttöön on niiden saavutettavuus. Erityisesti palvelualan yritykset mahdollistavat palvelujen parhaan saatavuuden tarjoamalla eri palvelut useiden eri kanavien välityksellä. Usein yrityksen tarjoamia palveluja ja tuotteita voidaan tarjota asiakkaalle välittäjien kautta, tai vaihtoehtoisesti suoraan palvelun tuottajalta. Käytetyimmät kanavat finanssialalla ovat pankkikonttorit, puhelinpalvelu sekä Internet. (Ylikoski & Järvinen 2011, 124.) Pankkialalla palveluiden tarjoaminen eri asiointikanavissa on tärkeää, sillä yhä useammassa pankin konttoreissa jo ehkä hieman vanhanaikainen kassa-asiointi on vähentynyt. Asiakkaat siirtyvät itsepalvelukanaviin, kuten verkkopankkiin. Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan väestön Internetin käytöstä on 79 % pankkiasioden hoitoa (Tilastokeskus 2011). Pankkialalla on tärkeää tutkia tätä aihetta, sillä nykyaikana yhä useammat pankkipalvelut ovat siirtyneet Internetiin ja muihin itsepalvelukanaviin. Myös palveluiden keskittäminen ja pidentyvät välimatkat pankkikonttoreihin ohjaavat asiakkaita monikanavaisuuteen. Internetillä on siis nykypäivänä suuri rooli pankkiasioden hoidossa, joten sen vuoksi tutkimusaiheeni on hyvin ajankohtainen.

Tämän opinnäytetyön aihe syntyi työsuhteesta Danske Bankissa, pankin kassapalveluissa. Aihe tuli esille omassa työssäni asiakkaiden käyttäytymistä seurattessani. Omassa työssäni huomasin, että monet asiakkaat käyttävät edelleen perinteisiä konttorin kassapalveluja, vaikka pankkiasiat olisi mahdollista hoitaa myös muita asiointikanavia käyttäen. On tärkeää selvittää syitä siihen, miksi asiakkaat haluavat käyttää konttoripalveluja monikanavaisuuden sijasta. Tulosten avulla on mahdollista kartoittaa ovatko syyt asiakkaiden käyttötottumuksissa vai mahdollisesti tiedottamisen ja asiointikanavien tunnettuuden puutteessa.

Tutkimuksen rajasin kohdistumaan Danske Bank Savonlinnan henkilöasiakkaisiin. Myös monikanavaisuuden eri asiointimahdollisuudet rajasin tutkimuksessani käsittelemään valittuja asiointikanavia, sillä jokaisen eri asiointikanavan käsittely erikseen olisi tehnyt tutkimuksestani tarpeettoman laajan. Rajasin tutkimukseni käsittelemään perinteisiä kanavia, verkkomaailmaa sekä uusimpia asiointikanavia. Perinteisiin kanaviin kuuluvat pankkikonttori sekä pankin puhelinpalvelu.

Verkkomaailma koostuu tutkimuksessani pankin kotisivuista, verkkopankista, miniverkkopankista sekä Facebook – sivuista. Uusimpiin kanaviin puolestaan valitsin mobiilipankin sekä tabletpankin.

Tutkimustavoitteet

Tutkimukseni tavoitteena on saada tietoa asiakkaiden käsityksistä pankin eri asiointikanavista, miten asiakkaat ovat omaksuneet eri asiointikanavat sekä kuinka aktiivisesti ne ovat heillä käytössä. Tarkoituksena on selvittää, mitä asiointikanavia asiakkaat käyttävät pääsääntöisesti ja mitkä tarjotuista kanavista ovat heille tuttuja. Tutkin myös, mitä käsite ”monikanavaisuus” on asiakkaiden ajatusmaailmassa, vai onko käsite mahdollisesti tuntematon ja vieras. Tutkimuksestani saadaan hyödyllistä tietoa siitä, mitkä pankin tarjoamat asiointikanavat ovat käytössä ja mitkä eivät. Tavoitteena on selvittää myös syitä mahdolliseen käyttämättömyyteen, josta saadaan kehitysehdotuksia monikanavaisuuden käytön lisäämiseksi. Pankille tutkimuksesta on hyötyä siten, että se saa hyödyllistä tietoa tämän hetken monikanavaisuuden käytöstä. Tutkimuksestani nousee esille myös mahdollisia kehitysehdotuksia ja apua monikanavaisuuden käytön lisäämiseen asiakkaiden keskuudessa.

Eri itsepalvelukanavien lisääntyessä ja uusien koko ajan kehittyessä, halusimme yhteistuumin toimeksiantajani kanssa selvittää niiden käyttöä. Pankkien verkkopalveluiden käytöstä on viime aikoina tehty tutkimuksia, joten halusin rajata aiheeni käsittelemään monikanavaisuutta sisältäen myös muita pankin tarjoamia asiointikanavia, ei ainoastaan verkkopankkia.

1.2 Pankkitoimiala

Suomessa pankkijärjestelmän muodostuminen lähti liikkeelle muiden useimpien teollisuusmaiden tapaan vasta 1800-luvulla. Itse pankkitoiminta oli alkujaan rahanvaihtajien ja rahaa säilyttäneiden kultaseppien toimintaa. Suomeen ensimmäiset Säästöpankit perustettiin 1820-luvulla. 1980-luvulla rahoitusmarkkinoille tuli vapaata markkinatilaa, jolloin ilmaantui myös ulkomaalaisia pankkeja, uusia kotimaisia pankkeja sekä pankkiiriliikkeitä. (Kontkanen 2009, 10, 14.)

Pankki-käsitteen kehitys on muokkautunut perinteisestä pankista finanssialan yritykseksi, joka omaa laajan tuotevalikoiman. Vielä tänäkin päivänä voidaan kuitenkin erottaa selkeästi kolme keskeistä päätehtäväaluetta pankkitoiminnasta. Nämä ovat rahoituksen välitys ja siihen sidonnaiset palvelut, riskien hallintaan liittyvät palvelut sekä maksuliikenne. (Kontkanen 2009, 12.)

2000-luvulla pankkitoiminnassa on ollut muutoksia. Muutoksia ovat olleet esimerkiksi fuusiot ja yhteen liittymiset. Fuusiot ja yhteenliittymät näkyvät esimerkiksi pankki- ja vakuutusliikkeiden yhteistoimintana. Myös kansainvälistyminen ja tietotekninen kehitys ovat muokanneet kehityksen suuntaa. Perinteistä konttoriasiointia korvaa sekä täydentää Internet-palvelut sekä puhelinpankkipalvelut. Kehitys käy ilmi verkkopalveluiden ripeänä kehityksenä sekä käytön kasvamisena. Yhä enemmän myös käteinen raha ja sen käsittely ovat vähentyneet. Käteisen rahan ovat korvanneet erilaiset maksukortit sekä Internetin mahdollistama maksaminen. (Kontkanen 2009, 16.)

1.3 Danske Bank Oyj

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Danske Bank Oyj, Savonlinnan konttori. Konttorissa toimivat kassapalvelut, laina- ja sijoituspalvelut sekä yrityspalvelut. Konttorinjohtajana on Aki Nyysönen.

Danske Bankilla on noin viisi miljoonaa henkilöasiakasta ja pankin palveluksessa työskentelee yli 20 000 finanssialan ammattilaista. Suomen lisäksi muita Danske Bank -konsernin maita ovat Tanska, Ruotsi, Norja, Viro, Latvia, Liettua, Irlanti, Pohjois-Irlanti, Iso-Britannia, Saksa, Puola, Luxemburg ja Venäjä. (Danske Bank 2013a.)

Danske Bank sai alkunsa jo vuonna 1887, jolloin se käynnisti toimintansa valtion omistamana Postisäästöpankkina. Postisäästöpankki otti talletuksia vastaan postikonttoreissa. Vuonna 1970 Postisäästöpankki muuttui Postipankiksi ja vuonna 1988 pankki muuttui valtion omistamaksi osakeyhtiöksi. Vuonna 1997 valtion omistamat Postipankki ja Suomen Vientiluotto yhdistettiin yhdeksi uudeksi yhtiöksi, Leonia-konserniksi. Vakuutusyhtiö Sammon omistajat ja Suomen valtio päättivät yhdistää Sammon ja Leonian. Näin ollen yhteistyö Postin kanssa päättyi yhdistymiseen, vuonna 2000. Helmikuusta 2001 käytössä oli nimi Sampo Pankki.

Marraskuussa 2006 tanskalainen Danske Bank A/S osti Sampo Pankin Sampo Pankki Oyj:ltä. Yhdistymisten jälkeen Danske Bank -konserni on muovautunut yhdeksi suurimmista Pohjois-Euroopan pankkiryhmittymistä. Vuonna 2012 pankin nimi yhtenäistettiin Danske Bankiksi. (Danske Bank 2013g.)

Liiketoiminta Danske Bankissa jakautuu kolmeen eri liiketoiminnalliseen osaluueeseen: Henkilöasiakkaisiin (Personal Banking), Yritysiasiakkaisiin (Business Banking) ja Corporates & Institutions -yksikköön. Henkilö-asiakkaat liiketoimintayksikkö käsittää Danske Bankin 1,1 miljoonaa henkilöasiakasta. Henkilöasiakas liiketoimintayksikön johtaja on Kenneth Kaarnimo. Private Banking kattaa puolestaan Danske Bankin varainhoito- ja yksityispankkipalvelut asiakkaille. Tästä liiketoimintayksiköstä vastaa Kimmo Laaksonen. Yritysiasiakkaat liiketoimintayksikkö käsittää pankin noin 100 000 yritys- ja yhteisöasiakasta. Tästä vastaa Leena Vainiomäki. Corporates & Institutions yksikkö tarjoaa suurille yritysasiakkailleen palveluja liittyen muun muassa rahoitukseen ja kansainväliseen kassanhallintaan. Yksikköä johtaa Kari Tähtelä. Danske Bankilla on myös merkittäviä yhteistyökumppaneita, kuten vakuutuslaitos If, sekä kiinteistöalalta Kiinteistömaailma, jonka keskusyksikön Danske Bank omistaa. (Danske Bank 2013e.)

1.4 Aikaisemmat tutkimukset

Omaan tutkimusongelmaani liittyen löytyi muutamia tutkimuksia. Tutkimukset olivat pääasiassa aikaisempia opinnäytetöitä, joita löytyi verkkojulkaisuina. Tutkimuksia, jotka käsittelevät pankkimaailmaa, ja joiden toimeksiantajayrityksenä on pankki, löytyi odotuksiani enemmän. Neljä aikaisempaa opinnäytetyötä olivat kuitenkin tärkeimmässä roolissa sivuten omaa tutkimusongelmaani. Aikaisemmat tutkimukset ovat esiteltyinä liitteessä 1.

Seija Jetsosen opinnäytetyö ”Keski-Suomen Osuuspankin henkilöasiakkaiden kokemukset verkkopalvelun luottohakemusprosessista” (2010) käsittelee Keski-Suomen Osuuspankin henkilöasiakkaiden tyytyväisyyttä verkkopalvelussa tapahtuvaan luottohakemusprosessiin. Tutkimus tehtiin käyttäen kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, lomakehaastattelua. Tutkimus toteutettiin puhelimitse ja otoskoko oli 51 asiakasta, joilla on kokemusta verkkohakemuksen tekemisestä. Tutkimus on toteutustavaltaan hyvin lähellä omaani, sillä tutkimusmenetelmä oli sama

kuin omassa tutkimuksessani. Jetsosen tutkimus on tuottanut toimeksiantajayritykselle arvokasta tietoa asiakkaiden kokemuksista ja mielipiteistä koskien toimeksiantajayrityksen tarjoamia verkkopalveluja. Näistä tuloksista toimeksiantaja saa hyvin tärkeitä kehittämissuhteita ja -kohteita. (Jetsonen 2010.)

Toinen opinnäytetyö oli Matti Laakkosen ”Asiakkaiden tietoisuus ja kiinnostuneisuus verkkopankin sijoituspalveluista” (2011). Case-yrityksenä tässä tutkimuksessa oli Kuopion Handelsbanken. Tutkimus käsittelee myös pankkialaa ja on lähellä omaa aiheitani. Opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä olivat pankkipalveluiden itsepalvelukanavat, kuinka tietoisia sekä kiinnostuneita asiakkaat ovat käyttämään kyseisiä itsepalvelukanavia. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimusmenetelmänä, strukturoituna kyselylomakkeena, joka lähetettiin kohderyhmälle sähköpostilla. Kohderyhmä tutkimuksessa oli 152 Handelsbankenin asiakasta, joilla on verkkopankki sekä sijoituksia. Tutkimuksen tuloksena selvisi, kuinka tietoisia Kuopion Handelsbankenin asiakkaat ovat verkon eri sijoitusmahdollisuuksista. (Laakkonen 2011.)

Myös Stina Ruhasen tekemä tutkimus ”Pankkikonttorin aktiivikäyttäjien ohjaus monikanavaisuuteen” (2012) käsitteli pankkialaa. Tutkimuksen toimeksiantaja on Pirkanmaalainen pankkikonttori, jonka konttoriasiakkaiden suurta määrää selvitettiin laadullisena tutkimuksena. Tutkimusmenetelmänä tutkimuksessa käytettiin puolistrukturoitua haastattelua. Tutkimuksen kohteena olivat konttorin työntekijät, joita haastateltiin sähköpostin välityksellä. Tutkimuksessa haluttiin selvittää työntekijöiden kokemuksia siitä, miksi asiakkaat käyttävät konttoripalveluita. Konttorin työntekijöillä oli jo valmiiksi tietoa asiasta, koska työntekijöiden tehtäviin kuuluu kysyä asiakkaalta tapaamisen yhteydessä, käyttääkö hän konttoripalveluita vai itsepalvelukanavia. Kyselyn tulokset ja vastaukset olivat salattua aineistoa. (Ruhanen 2012.)

Janne Simosen opinnäytetyön ”Nuorten pankin valintaan vaikuttavat syyt” (2011) tavoitteena oli tutkia erityisesti nuorten ihmisten pankinvalintaan vaikuttavia syitä ja löytää ideoita Sampo Pankin markkinointiin. Tutkimus on toteutettu kvalitatiivisena tutkimuksena. Tutkimusaineisto on kerätty nauhoitettuna tutkimushaastatteluna. Kohderyhmänä työssä oli kahdeksan 24–30 -vuotiasta, koulutukseltaan ja taustoiltaan erilaista henkilöä. Tärkeimmät syyt nuorten pankin valintaan olivat vanhempien ja

sukulaisten valinnat, sekä pankin hintataso. Tutkimuksen myötä selvisi, että pankit kilpailutetaan useimmiten vasta, kun laina-asiat tulevat ajankohtaiseksi. (Simonen 2011.)

2 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

2.1 Tutkimusmenetelmän valinta

Tutkimusaineiston hankinta aloitetaan määrittämällä oman tutkimuksen tutkimusongelma. Tutkimusongelman määrittelyn jälkeen voidaan päättää tutkimuksen aineiston keräämisessä käytettävä tutkimusmenetelmä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006a.) Ennen tutkimuksen toteutusta tutkijan on pohdittava tutkimusmenetelmän valintaan vaikuttavia asioita. Näitä ovat esimerkiksi seuraavat asiat: mikä on tai ketkä ovat tutkimuksen kohteena, millä perusteilla tutkittavat valitaan ja kuinka suuri otos tutkimuksen toteutukseen tarvitaan. Myös tutkimusmenetelmän aiheuttamat kustannukset on tärkeää huomioida tutkimusmenetelmää valittaessa. (Hirsjärvi ym. 2004, 166 - 167.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa keskeisiä asioita ovat muun muassa johtopäätökset aiemmin tehdyistä tutkimuksista, työhön liittyvien keskeisten käsitteiden määrittely, tutkittavan kohderyhmän valinta sekä tutkimusaineiston muodostaminen tilastollisesti käsiteltäväksi. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa kerätty aineisto käsitellään usein tilastollisesti. (Hirsjärvi ym. 2004, 130–131.) Kvantitatiivisessa tutkimuksessa selvitetään usein tutkimuskysymyksiä, jotka liittyvät lukumääriin tai prosentiosuuksiin. Näin ollen, jotta tutkimus olisi luotettava, on perusjoukon oltava riittävän suuri ja edustava. Useimmiten kvantitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruussa käytetään standardoituja tutkimuslomakkeita, joissa kysymykset ovat valmiina vastausvaihtoehtoineen. Määrällisen tutkimuksen avulla saadaan usein kartoitettua tämän hetkinen tilanne koskien tutkimusongelmaa, mutta perimmäiset syyt tutkimusongelmaan eivät välttämättä selviä riittävästi käyttäen ainoastaan kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. (Heikkilä 2010, 16.)

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössäni käytän kvantitatiivista, eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivisen tutkimuksen aineiston keruun voi toteuttaa esimerkiksi kyselynä tai haastatteluna. Kyselylomakkeen voi lähettää kohderyhmälle

postitse tai internetin välityksellä. Etuna kyselylomakehaastattelussa on se, että lomakkeiden avulla voidaan kerätä hyvin laaja tutkimusaineisto. Kun kyselylomake on muotoiltu huolellisesti, sen antamat tulokset voidaan käsitellä nopeasti ja analysoida tietokoneohjelmien avulla. (Hirsjärvi ym. 2004, 184.) Myös haastattelun toteutuksessa on useampia vaihtoehtoja. Haastattelun voi tehdä esimerkiksi puhelinhaastatteluna tai henkilökohtaisena haastatteluna. Haastattelututkimuksessa haastattelija on vastaajan kanssa suorassa vuorovaikutuksessa. Haastattelu vie aikaa, mutta se mahdollistaa kysyttävien asioiden selventämistä ja syventämistä. Haastattelun muotona käytän tutkimuksessa strukturoitua haastattelua, eli lomakehaastattelua. Strukturoitu haastattelu tapahtuu laaditun lomakkeen avulla. Kysymysten esittämisjärjestys on ennalta määrätty. (Hirsjärvi ym. 2004, 193 - 197.) Käytännössä toteutin haastattelun puhelinhaastatteluna. Valitsin puhelinhaastattelun, koska puhelimitse saa vastauksia nopealla aikataululla. Tutkimusaineistoa saadaan kerättyä kohderyhmältäni paremmin puhelimitse, kuin kutsumalla heidät konttorille henkilökohtaiseen haastatteluun. Haastattelukanavaa valitessani huomioidaan myös se että kohderyhmää kontaktoitaessa puhelimitse minimoidaan väärinymmärrykset kysymyksissä, joka vaikuttaa taas tutkimuksen luotettavuuteen. Myös käsitteiden ymmärrettävyys varmentuu puhelinyhteydessä, kun haastateltava voi tarkentaa kysymystä tarvittaessa. Puhelinhaastattelu tuntui parhaimmalta vaihtoehdolta myös siksi, että valitulle kohderyhmälle on miellyttävämpi tapa vastata kyselyyn puhelimitse kuin vastaamalla postitettuun kyselyyn.

2.2 Aineiston kerääminen

Kyselylomaketta työstäessä (liite 2) selvitetään, mihin kysymyksiin halutaan vastauksia. Kun lomake on valmis sen hyväksyvät sekä toimeksiantajan edustaja että opinnäytetyön ohjaaja. Kaiken kaikkiaan kyselylomakkeeseen tuli lopulta 16 kysymystä. Kyselylomake on jaettu neljään pääkohtaan, joita ovat verkkopankin käyttö, tietoisuus eri asiointikanavista, vastaajan taustatiedot sekä palaute pankille. Lomakkeessa on muutama kysymys liittyen vastaajan verkkopankin käyttötottumuksiin. Verkkopankin käyttötottumuksesta käy ilmi vastaajan tietoisuus eri asiointikanavista, niin perinteisistä, kuin uusimmistakin. Selvitin myös vastaajan pääsääntöisimmät asiointikanavat eri pankkiasioiden hoitoon, joista oli vastaajalle esimerkit valmiina. Tärkeimmät taustatiedot osoittautuivat tutkimuksen kannalta olevan sukupuoli, ikä, asema sekä koulutus. Lopuksi vastaajalla oli mahdollisuus

kertoa avoimesti palautetta pankille. Palautteen ja kehitysehdotusten antaminen toteutui avoimen haastattelun tyyppisesti. Vaikka kyselylomakkeessa oli useimpiin kysymyksiin valmiit vaihtoehdot, esitin ensin kysymyksen jonka jälkeen vastaaja sai vastata kysymykseen sen sijaan, että valmiit vastausvaihtoehdot olisi lueteltu suoraan. Kysymykset ovat suurimmaksi osaksi valintakysymyksiä, joihin vastaajan on helppo ja nopea vastata. Vastausten jälkeen tulokset on koottu yhteen SPSS-ohjelmalla ja niistä on tehty yhteenveto.

Kyselylomakkeessa on käytetty avoimia kysymyksiä sekä monivalintakysymyksiä. Avoimissa kysymyksissä vastaajalle esitetään kysymys ja vastaukselle on tyhjä tila ilman vastausvaihtoehtoja. Avoimet kysymykset antavat vastaajalle mahdollisuuden ilmaista itseään vapaammin. Monivalintakysymyksissä puolestaan on valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaaja valitsee sopivimmat yleensä joko rastilla tai rengastamalla vastauksen. Monivalintakysymykset auttavat vastaajaa muistamaan ja tunnistamaan kyseessä olevan asian. Näin ollen vastaaminen on mahdollisesti helpompaa ja mielekkäämpää. (Hirsjärvi ym. 2004, 190.)

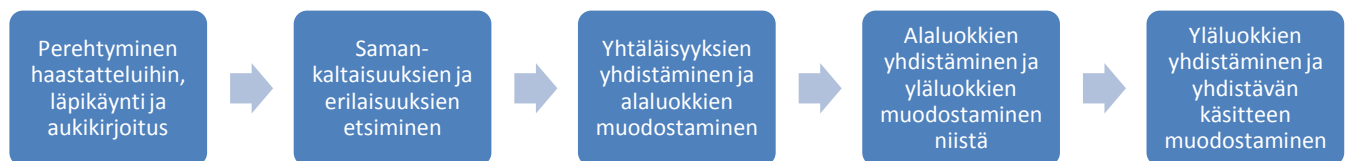
Aineiston kuvaus

Puhelinhaastattelun otanta on 51 Danske Bank Savonlinnan asiakasta. Yhteystiedot, eli tässä tapauksessa puhelinnumerot, saatiin Danske Bankin asiakastiedoista. Kohderyhmä oli rajattu iän sekä verkkopankkitunnussopimuksen perusteella. Vastaajat ovat vähintään 18-vuotiaita. Vastaajat valittiin siten, että jokaisesta määritellystä ikäluokasta tulisi mahdollisimman tasainen määrä vastaajia. Tämä rajaus on tärkeää myös tulosten luotettavuuden kannalta, sillä todennäköisesti juuri ikä voi olla yksi ratkaisevimmista tekijöistä asiakkaan valitessa itselle kaikista sopivinta asiointikanavaa. Haastateltavaksi valittiin tietoisesti ne asiakkaat, joilla on aktiivinen sopimus verkkopankkitunnuksista. Tämä rajaus on tehty siksi, että todennäköisimmin he, joilla on verkkopankkitunnukset, käyttävät muitakin asiointikanavia. Tähän valintaan vaikutti myös se, että jos verkkopankkitunnuksia ei ole, on muidenkin opinnäytetyössäni käsiteltävien asiointikanavien käyttö todennäköisesti hyvin vähäistä. Opinnäytetyön kyselyn kohderyhmään otettiin yhteyttä puhelimitse ja heille esitettiin valmiiksi laadittu kyselylomake.

2.3 Tulosten käsittely ja analysointi

Sisällön analyysi

Sisällönanalyysissä käsitellään jo valmiiksi tekstimuotoon muutettua aineistoa, josta etsitään tuloksista yhtäläisyyksiä sekä eroja. Sisällönanalyysin voi tehdä esimerkiksi haastatteluista, puheista tai keskusteluista. Tämän avulla pyritään selvittämään tiivistetty kokonaisuus, joka sitoo vastaukset laajempaan kokonaisuuteen ja muihin tutkittavan kohteen tutkimustuloksiin. Sisällön erittely puolestaan kuvaa määrällisesti saatujen tutkimustulosten sisältöä. Tämä tarkoittaa esimerkiksi esiintymistiheyttä tuloksissa kohdistuen tiettyihin sanoihin. Sisällönanalyysissä hajautetaan tulokset pieniin osiin, selvitetään eroja ja yhtäläisyyksiä ja lopuksi muodostetaan näistä tuloksista suurempi kokonaisuus. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006b.) Avoimet vastaukset käsitelmin sisällön erittelyä käyttäen. Kuviossa 1 on kuvattu etenemiseni sisällönanalyysissä.



KUVIO 1. Sisällönanalyysin eteneminen (mukailten Tuomi & Sarajärvi 2003, 111.)

SPSS

Usein tutkimustulokset analysoidaan erilaisten tietokoneohjelmien avulla. Nämä ohjelmat ovat tilasto-ohjelmia, jotka helpottavat aineiston käsittelyä ja analysointia. SPSS (Statistical Package for Social Sciences) on tutkimuksessani käytetty tilasto-ohjelma, jonka avulla on helppoa tehdä tilastollisia taulukoita. (Heikkilä 2010, 121 - 122.) Tutkimustulokset syötettiin SPSS-ohjelmaan numeroiden jokainen kyselylomake vastauksineen. Tämän jälkeen tuloksista oli mahdollista tehdä erilaisia havainnollistavia taulukoita. Tuloksissa käytettiin myös ristiintaulukointia.

2.4 Tutkimuksen luotettavuus

Valmiin tutkimuksen luotettavuutta tulisi arvioida. Luotettavuutta on mahdollista arvioida usealla eri mittaus- ja tutkimustavoilla. Yhtenä luotettavuuden mittarina on reliabiliteetti. Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten toistettavuutta, eli kykyä antaa luotettavia tuloksia jotka eivät ole sattumanvaraisia. Tulos voidaan todeta reliaabeliksi, jos esimerkiksi kaksi vastaajaa ovat päätyneet samaan tulokseen. (Hirsjärvi ym. 2004, 216 – 217.) Opinnäytetyön kohderyhmä oli sopivan kokoinen verrattuna tutkittavaan asiaan. Vastaajia oli 51, ja he jakautuivat tarkoituksen mukaisesti tasaisesti eri ikäryhmiin. Eri ikäryhmistä saadut vastaukset lisäsivät tutkimuksen luotettavuutta.

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida myös sen validiteetin mukaan. Validius tarkoittaa tulosten pätevyyttä. Opinnäytetyössä on mahdollista arvioida esimerkiksi laaditun kyselylomakkeen validiteettia. Validiteetti tarkoittaa sitä, että tutkimuslomakkeella on saatu vastauksia juuri niihin asioihin, joita alunperin haluttiin tutkia. Validiteettia tässä tapauksessa voi heikentää esimerkiksi kysymysten asettelu aiheuttamat väärinymmärrykset, jolloin vastaajat ovat voineet vastata kysymyksiin eri tavalla mitä toivottiin. (Hirsjärvi ym. 2004, 216 – 217.) Tutkimuksen validiteetti varmistettiin sillä, että kyselylomake esitettiin vastaajille puhelimitse. Puhelimitse vastaajaan oltiin suorassa kontaktissa, jolloin oli mahdollista tarkentaa oliko vastaaja ymmärtänyt kysymyksen odotetulla tavalla.

3 MONIKANAVAISUUS

3.1 Monikanavaisuus käsitteenä

Monikanavaisuus on termi, joka voidaan käsittää saatavuuden sekä median ja markkinoinnin tasolla. Termiä monikanavaisuus käytetään, kun palveluntarjoajalla on käytössä vähintään kaksi erilaista asiointikanavaa. Monikanavaisuus kattaa kaikki kanavat, joita yksittäinen palveluyritys tarjoaa asiakkailleen. Asiakkaille monikanavaisuus on puolestaan sitä, että palveluiden saatavuus sekä niiden käyttö muuttuu vaivattommaksi. Palveluiden vaivaton saatavuus kasvattaa palvelun käyttäjän, eli asiakkaan, kokemaa arvoa. Monikanavaisuuden mahdollistama palvelujen helppo saatavuus näkyy asiakkaalle siten, että asiakas voi valita yhä

useammista asiointipaikoista hänelle sopivimman. (Ylikoski & Järvinen 2011, 125 - 126.) Termiä käytetään työssäni saatavuuden näkökulmasta, eli kuvaamaan pankin tarjoamia eri asiointikanavia, jotka helpottavat asiakkaan pankkiasiointia. Myös pankkipalvelut ja päivittäisasiointi termeinä ovat tukemassa tätä. Pankin palveluverkon yhä keskeisemmät osat ovat kaikki tietoliikenneyhteydet, jotka sitovat asiakkaan pankkiin. Palveluverkkoon kuuluvat automaattit, jotka tarjoavat eri pankkipalveluja, maksupäätejärjestelmät, verkkopankit, sekä pankkiasioden hoitaminen puhelimen välityksellä. (Kontkanen 2009, 70.) Monikanavaisuus kuvaa yleisellä tasolla viestintää, ostamista, asiointia ja asiakaspalvelun tarjoamista erilaisten viestintävälineiden ja asiointikanavien välityksellä (Palonen 2010).

Monikanavaisten palveluiden tarjoaminen ja käyttäminen edellyttää kuitenkin sitä, että asiakkaat ovat omaksuneet ne. Monikanavaiseen asiointimalliin liittyy myös haasteita. Esimerkiksi pankin tarjoamien sähköisten asiointikanavien käyttö edellyttää asiakkaalta teknisiä taitoja ja mahdollisesti myös omaa tietokonetta tai muita teknisiä laitteita. (Ylikoski & Järvinen 2011, 126.) Asiakkaat ovat asiointitavoiltaan myös hyvin erilaisia. Nämä erilaiset roolit asioinnissa edellyttää palvelujen tarjoajalta erilaisia asiointikanavia. Asiakkaalle tulisi olla tarjolla yksilöllisesti juuri hänen rooliinsa sopiva asiointikanava sen sijaan, että kaikille asiakkaille tarjottaisiin yhtä ja samaa palvelua samassa asiointikanavassa. (Grönroos & Järvinen 2001, 37.)

3.2 Monikanavaisuus markkinoinnissa

Myös markkinoinnin kannalta monikanavaisuuden käyttö on laajentunut. Yrityksillä on mahdollisuus hyödyntää monikanavaisuutta markkinoinnissaan. Erityisesti monikanavaisuuden nopeus ja kustannustekijät tekevät siitä kannattavan markkinointikanavan. Myös kuluttajakäyttäytyminen on muovautunut siihen suuntaan, että yhä useammin tietoa etsitään ja vastaanotetaan monikanavaisesti. (Digitaalisen markkinoinnin barometri 2012.) Yrityksen monikanavamarkkinointi tarkoittaa sitä, että yritys käyttää useampaa kuin yhtä tapaa ylläpitääkseen asiakassuhteitaan ja myydäkseen tuotteitaan sekä palvelujaan. Tämä monikanavainen toimintamalli tarjoaa parhaimmillaan tehokkaan tavan kontaktoida kuluttaja oikean kanavan kautta oikeaan aikaan ja oikeassa paikassa. (Koski 2006.)

Pankit hyötyvät monikanavaisuudesta monella tavalla. Verkossa tehtävät toiminnot pienentävät pankin kustannuksia verrattuna esimerkiksi käteisen käsittelyyn pankkikonttorissa. Asiakkaiden asioidessa sähköisesti säästyy myös henkilökunnan työaika. Pankkien on mahdollista tehostaa toimintaansa vapautuvilla henkilöstöresursseilla. Internet mahdollistaa edullisemman markkinoinnin. Verkkopalvelujen avulla myös asiakastyytyväisyys kasvaa, ja monikanavaisten palveluiden avulla pankin on mahdollista tavoittaa uusia asiakkaita. (Koivisto 2011.)

Nykyään yhä useammin perinteistä painettua aineistoa korvataan digitaalisella aineistolla. Myös sosiaalinen media on kasvattanut suosiotaan yritysten markkinointikanavana. Vuonna 2011 sosiaalinen media markkinointikanavana oli jo yhtä suosittu kuin verkkomainonta. Sosiaalisen median blogien, yritysten omien mobiilisivustojen ja ulkopuolisten yhteisöjen uskotaan kasvattavan suosiotaan tulevaisuudessa. (Digitaalisen markkinoinnin barometri 2012.)

Saatavuuden kannalta ajateltuna yrityksellä on mahdollisuus tuottaa asiakkaalle lisäarvoa auttamalla heitä hyödyntämään monikanavaisuutta. Asiakkaiden käyttäytymisen muuttuessa myös palvelut muuttuvat. Kuluttajista on muokkautunut yhä laatumietoisempia ja vaativampia, mutta toisaalta myös osaavampia. Uusien asiointikanavien kehittyessä muodostuu asiakkaalle tarve saada apua palvelukanavien käyttöön liittyen. Asiakkaat tarvitsevat ”kuluttajakoulutusta”, eli henkilökohtaista neuvontaa ja tukea palveluiden käyttöön. (Järvinen 2003.) Pankkien verkkopalvelut tarjoavat asiakkaalle elektronisen jakelukanavan, jonka avulla finanssipalvelut ovat saatavilla virtuaalisesti. Verkkoasiointi on yritysten kannalta myös kilpailuetu. Asiakas pysyy tyytyväisenä, kun yritys tuottaa asiakkaalle palveluja mahdollisimman pienillä kustannuksilla ja vastaa asiakkaan tarpeisiin. (Stewart 2002, 5.) Pankin tarjoaman monikanavamallin käyttöä on tärkeä selvittää, sillä tutkimuksen myötä selviää asiakkaiden antama painoarvo eri asiointikanaville. Tutkimukseni mahdollistaa myös tiedonsaannin asiakkaiden kokemuksista koskien tarjottuja asiointikanavia.

3.3 Asiakas ja verkkomaailma

Mikkosen (2013) mukaan perinteisen konttoriasioinnin väistyttyä monikanavaisen pankkiasioinnin tieltä suomalaisista noin 90 % kokee verkkopankin miellyttävimmäksi asiointikanavaksi hoitaa päivittäiset raha-asiat.

Asiakaskäyttäytyminen on muuttunut yhä suuremmissa määrin teknologian kehityksen mukaan. Itsepalvelukanaviin siirtyminen edellyttää pankilta kuitenkin asiakkaiden toivomusten mukaan sähköisen asioinnin helppoutta, monipuolista sekä laadukasta palvelua. Pankkipalvelun tulee olla myös saatavilla silloin, kuin se sopii parhaiten asiakkaan omaan aikatauluun. Vielä 1980-luvulla fyysisiä pankkikonttoreita oli oltava, mutta nykyään asia ei ole enää näin. Tulevaisuudessa pankit eivät kilpaile asiakassuhteistaan enää hinnoittelulla, vaan tärkeämmäksi asiaksi tyytyväisen asiakkaan säilyttämiseksi kasvaa se, miten, missä ja milloin pankki voi auttaa asiakastaan. Tämän mahdollistaa monikanavaisuus pankkipalveluissa.

Sähköinen pankkipalvelu täydentää asiakkaalle tarjolla olevaa henkilökohtaista pankkipalvelua. Verkkopalveluihin siirtymiseen henkilökohtaisen palvelun sijaan asiakas usein tarvitsee konkreettista hyötyä. Asiakas hyötyy monella tavalla pankkien tarjoamista verkkopalveluista. Itsepalveluun siirtymisessä asiakas säästää pankin palvelumaksuissa. Myös ajallisesti itsepalvelusta on asiakkaalle hyötyä, sillä verkkopalvelut ovat usein käytössä vuorokauden ympäri. Näin ollen asiakas voi hoitaa pankkiasiansa omaan aikatauluunsa sopivassa hetkessä. Teknologian kehittyessä itsepalvelukanavat ovat mahdollistaneet myös sen, ettei pankkipalveluiden hoito ole aina sidottuna paikkaan. Verkkopankit toimivat kannettavilla tietokoneilla, ja uusimmat mobiili- ja tabletovellukset mahdollistavat laskujen maksun ja tilitapahtumien seuraamisen myös matkoilla. Usein itsepalvelukanavia käytetään kuitenkin valitusti hoidettavan pankkiasian mukaan. Itsepalvelukanavia käyttävä asiakas voi hoitaa laajemmat asiat halutessaan myös henkilökohtaisena palveluna. Vaikka asiakkaat ovat yleisesti tyytyväisiä verkkopankkipalveluihin, he haluavat silti säilyttää mahdollisuuden konttorissa tapahtuvaan henkilökohtaiseen pankkineuvontaan. (Ylikoski & Järvinen 2011, 131 - 135.)

Esimerkiksi kulutusluottoa hakisi 58 % digitaalisten kanavien kautta, jos asiointikanavan voisi vapaasti valita. Rahastomerkin tekeminen olisi mieluista digitaalisten kanavien kautta 56 %:lle ja tilin avaisi 54 % verkkopalvelussa, sähköpostitse tai verkkopankkiviestillä. Ero huomataan kuitenkin verrattaessa vaativampiin pankkiasioihin. Lainaneuvottelun haluaisi hoitaa vain 11 % näiden digitaalisten kanavien kautta. (Ylisassi 2012.)

Mikkonen (2013) toteaa, että kaikki asiakkaat eivät halua asioida konttorissa, ellei ole pakko. 60 % toivoisi, että teknologian kehitystä olisi hyödynnettävä siten, että henkilökohtaista pankkineuvontaa olisi mahdollista saada myös verkossa. Tämän ajatuksen pohjalta on kehitetty uutena pankkipalveluna verkkotapaamiset, joissa asiakas ja pankkivirkailija ovat yhteydessä tietokoneen välityksellä. Tapaaminen voidaan sopia asiakkaan aikataulun mukaisesti niin, ettei hänen tarvitse tulla konkreettisesti paikalle konttoriin. Henkilökohtaisen palvelun toive kuitenkin toteutuu.

Monikanavaisuuden haasteet

Monikanavaiseen asiointimalliin siirtyminen ei ole sen helppoudesta ja nopeudesta huolimatta mutkatonta. Kaikilla asiakkaila ei ole mahdollisuutta asioida itsepalvelukanavissa. Tähän voi olla syynä esimerkiksi teknisen osaamisen tai teknisten laitteiden puute. 86,8 % alle 70-vuotiaista käyttää verkkopankkia, mutta sähköisten pankkipalveluiden käyttö vanhemmilla ikäryhmillä on selvästi vähäisempää. 70-84 vuotiaista vain 52 % hoitaa laskunsa verkkopankin kautta. Vanhemmista, yli 85-vuotiaista, vain muutama käyttää sähköisiä pankkipalveluja laskujen maksuun. Noin puolet 85-vuotiaista ja vanhemmista hoitaa laskunsa edelleen perinteisesti pankkikonttorin kassalla. Heidän pankkiasioinnissaan hyvin tärkeässä roolissa ovat läheiset, jotka avustavat laskujen hoitamisessa. Keskeisimpiä ongelmia laskujen hoitamisessa ovat maksuautomaattien loppuminen sekä Internetiin ja tietokoneisiin liittyvät ongelmat, kuten selvisi myös oman tutkimukseni tuloksissa. Näitä ongelmia ovat esimerkiksi internetyhteydessä ilmenevät ongelmat sekä tilinumeroiden ja viitenumeroitten pituus. Laskun tietojen kirjoittaminen on vaativaa, ja myös mahdollisia virheitä laskun maksussa pelätään. (KÄKÄTE 2012.)

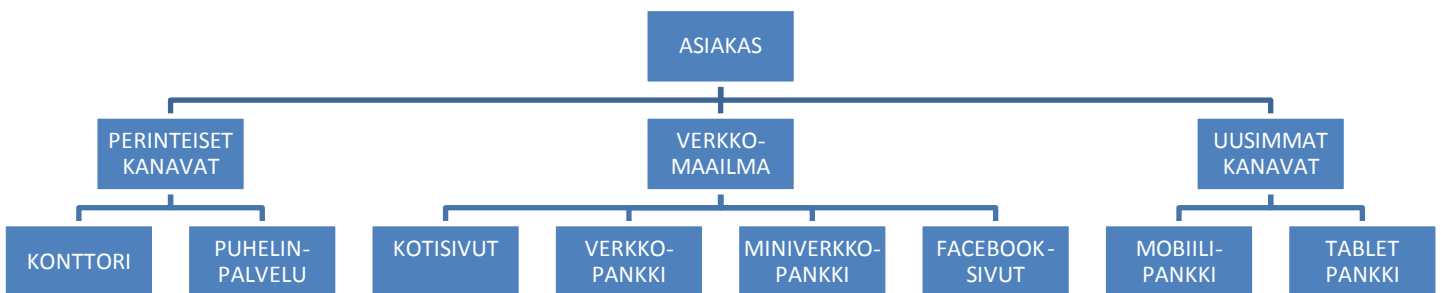
Ikääntyneiden Internetin käyttö on kasvamassa. 65–74-vuotiaista 61 prosenttia käyttää Internetiä. Osuus on kasvanut kahdeksan prosenttiyksikköä vuodesta 2011 vuoteen 2012. (Tilastokeskus 2012a.) Myös sähköisten palveluiden suosioon liittyy omat haasteensa. Kun asiakas käyttää verkkopankkia hoitaakseen kaikki, tai suurimman osan pankkiasioistaan, hän ei ole minkäänlaisessa sosiaalisessa kontaktissa tai yhteydessä pankkinsa pankkineuvojiin. Olisi tärkeää, että asiakkaaseen oltaisiin henkilökohtaisesti yhteydessä omasta pankista, sillä ilman sosiaalista yhteydenpitoa ja

asiakaspalvelua asiakkaalle ei muodostu pankkiinsa uskollista sidettä. (Stewart 2002, 25.)

Myös ennakkoasenne ja haluttomuus käyttää verkkopalveluita ovat haasteena monikanavaisuuteen siirtyessä. Suuri vaikuttava tekijä verkkopankin käyttöön on asiakkaan asenne tietokonetta ja verkkoasiointia kohtaan. Käytön haluttomuuden taustalla voi olla tiedon puute. Puutteellinen tieto verkkoasiointista voi aiheuttaa epävarmuutta ja siksi ei halua kokeilla uusia asiointitapoja. (Koivisto 2011.)

4 PANKIN TARJOAMAT ASIOINTIKANAVAT

Opinnäytetyössäni käsittelen pankin tarjoamia eri asiointikanavia ja olen jakanut ne kolmeen eri aihealueeseen. Aihealueet koostuvat perinteisistä kanavista, verkkomaailmasta sekä uusimmista asiointikanavista. Perinteisiin kanaviin kuuluvat sekä konttori että puhelinpalvelu. Verkkomaailma puolestaan käsittää verkkopankin, miniverkkopankin, Facebook-sivut sekä pankin kotisivut. Uusimpiin asiointikanaviin kuuluvat mobiilipankki sekä tabletpankki. Kuviossa 2 on kuvattu asiointikanavien jakautuminen eri aihealueisiin. Kuvion olen tehnyt opinnäytetyöni teorian pohjalta. Aihealueet on jaettu ajallisesti niiden kehitysvaiheiden mukaisesti.



KUVIO 2. Pankkien asiointikanavat ryhmiteltynä.

4.1 Perinteiset pankkiasiointikanavat

Pankkikonttori ja pankin puhelinpalvelu kuuluvat pankkiasioinnin perinteisiin asiointikanaviin. Konttorissa asiakas saa henkilökohtaista palvelua. Usein tapaamiset asiantuntijan ja asiakkaan välillä hoidetaan ajanvarauksella, joka on sovittu etukäteen. Pankkipalvelut eivät ole enää sidonnaisia konttoriverkostoihin, mutta konttorit ovat edelleen tärkeä kanava finanssipalveluiden jakelussa. Sähköisten kanavien ja itsepalvelun suosion kasvaessa konttorit ovat keskittyneet lähinnä laajempien pankkiasioden hoitoon. Pankkikonttorin palvelut ovat kehittyneet ja muokkautuneet asiakkaiden tarpeiden ja kysynnän mukaan sopiviksi. (Kontkanen 2009, 67 - 68.) Myös pankin puhelinpalvelu on yksi mahdollisuus hoitaa pankkiasioita. Sen käyttö finanssialalla on kasvanut 2000-luvun alussa, mutta pankkitoiminnassa siitä ei ole kuitenkaan tullut suosittua maksukanavaa. Puhelinpalvelun tarkoituksena on taata asiakkaalle nopea ja helppo tapa asioida. (Ylikoski & Järvinen 2011, 127.)

4.1.1 Konttoripalvelut

Manninen (2011) toteaa, että perinteisten pankkikonttorien päätehtävä on siirtynyt asiantuntijapalveluihin. Pankkikonttorissa käydään, kun on ajankohtaista tehdä suuria päätöksiä liittyen esimerkiksi lainoihin, säästämiseen tai sijoittamiseen. Myös asiakkaan halu keskustella omaan talouteen liittyvistä eri vaihtoehdoista tuo hänet pankkiin. Henkilökohtaiseen palveluun pankkikonttorissa on hyvä tukeutua asuntolainaan ja eläkesäästämiseen liittyvissä pohdinnoissa. Myös suuret elämänmuutokset, kuten avioero tai vakava sairaus voivat muuttaa oman talouden tasapainoa niin, että asiasta on hyvä käydä keskustelemassa pankin asiantuntijan kanssa.

Pankkikonttorien rooli on varmasti muuttunut vuosien saatossa, teknologian ja eri asiointikanavien kehittyessä. Konttorissa asiakas saa palvelua kasvotusten. Tärkein asiointiperuste asiakkaalle on asiakaspalvelijan asiantuntevuus ja henkilökohtainen palvelu. Monilla palveluja tarjoavilla aloilla tätä niin sanottua ”face-to-face” -palvelua on supistettu ja tilalle on tarjottu erilaisia itsepalvelukanavia asioiden hoitamiseen. (Ylikoski & Järvinen 2011, 124–125.) Perinteiset konttorin käteispalvelut ovat vähentyneet, sillä pankkikorttien käyttö on lisääntynyt. Suomalaisista jo 72 % maksaa yleensä päivittäistavaraostoksensa maksukortilla. Käteistä maksutapaa käyttää 26 %

suomalaisista. (Finanssialan keskusliitto 2013.) Vaikka käteisen rahan käyttö ja konttoripalvelut ovat vähentyneet, eivät esimerkiksi kaikki ikääntyneet ihmiset pysty käyttämään sähköisiä asiointikanavia. Luottolaitoksilla, jotka tarjoavat talletusmahdollisuuden, on velvollisuus järjestää asiakkailleen myös talletustensa nosto käteisenä rahana. Suomen Pankki kokee tärkeäksi, että pankit huolehtivat tarpeellisesta saatavuudesta koskien käteistä rahaa ja pankkipalveluita. (Suomen Pankki 2012.)

Danske Bankin Savonlinnan konttorissa aukioloajat ovat arkisin kello 10.00–16.30. Perinteiset kassapalvelut ovat avoinna lyhennetysti, kello 10.00–13.00. Kassapalveluissa asiakkaat voivat hoitaa rahan noston, tilisiirrot, laskujen maksut ja muun rahaliikenteen. Myös muut päivittäisasiointien piiriin kuuluvat asiat hoituvat kassapalveluissa, mutta näitä voidaan hoitaa myös ajanvarauksella kassan aukioloaikojen ulkopuolella. Savonlinnassa on kaksi kassapistettä, joissa asiointi hoituu vuoronumeroin. Danske Bankin lähes kaikissa konttoreissa on käytössä lyhennetty kassapalveluaika. (Danske Bank 2013b.)

4.1.2 Pankin puhelinpalvelu

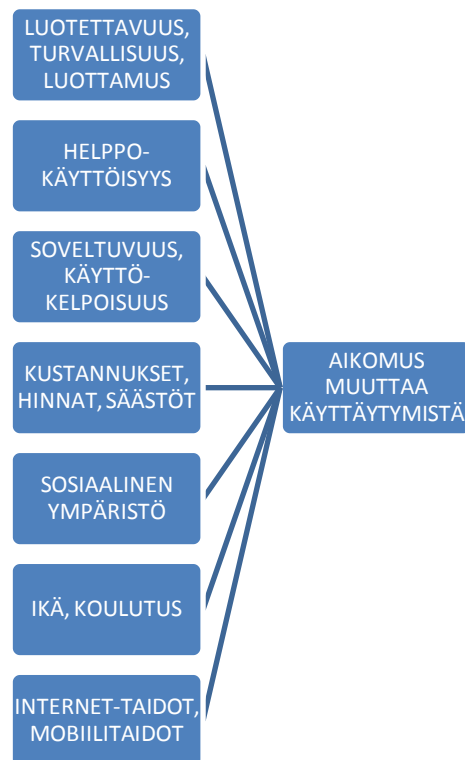
Yhteyshenkilönä pankin ja asiakkaan välillä toimii asiakaspalvelija. Kaikki tilanteet, jossa asiakaspalvelija on vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, ovat yrityksen mahdollisuus hyödyntää asiakkaan antamaa informaatiota ja näin ollen kehittää yritystoimintaa. (Ylikoski ym. 2006, 64.) Pankeilla on käytössä yhtenä asiointikanavana puhelinpalvelu. Puhelinpalvelu on käytössä myös Danske Bankilla. Puhelinpalveluun on luotu eri asioille omat puhelinnumerot nopeuttamaan ja helpottamaan asiointia. Palvelut ovat jaettu henkilöasiakkaille ja yritysasiakkaille. Henkilöasiakkaille on tarjolla yleinen asiakaspalvelunumero, korttipalvelujen numero (korttien katoamisilmoitukset sekä sulkupalvelu), verkkopankin asiakastuki, sijoitus- ja rahoituslinja, tekstiviestipalvelu sekä automaattinen puhelinpalvelu. Yritysasiakkaille puolestaan on tarjolla yleisen asiakaspalvelunumeron lisäksi ohjelma- ja aineistosiirtopalvelujen tuki, korttipalvelut, rahoituspalvelut sekä automaattinen puhelinpalvelu. Puhelinpalvelu tarjoaa asiakkaalle erittäin paljon asiointimahdollisuuksia, mikäli hän omistaa verkkopankkitunnukset. Verkkopankkitunnukset toimivat tunnistusvälineenä puhelinpankkiin, jolloin asiakas

voi tehdä kätevästi toimintoja tilisiirrosta lainamuutoksiin puhelimen välityksellä. (Danske Bank 2013f.)

Puhelinpalvelun haasteena on se, etteivät asiakas ja pankkineuvoja näe toisiaan, joten käsiteltävään asiaan liittyvän havaintomateriaalin esittäminen on mahdotonta. Tämä korvataan käytännön läheisillä esimerkeillä ja mielikuvilla, joiden tuella asiakas saa parhaimman avun. Puhelinpalvelussa hoidettavien asioiden loppuratkaisut edellyttävät usein sopimusten ja muiden asiakirjojen lähettämistä asiakkaalle kotiin. Usein kyseiset asiakirjat ja niiden allekirjoitus voidaan hoitaa myös sähköisesti. Allekirjoitettava materiaali on mahdollista lähettää verkkopankkiin allekirjoitettavaksi, jolloin asiakas hyväksyy sopimuksen verkkopankkitunnuksillaan luettuaan sen. (Ylikoski ym. 2006, 113 - 114.)

4.2 Pankkipalvelut verkossa

Internet on nykypäivänä yhä useammalla päivittäisessä käytössä. Suomi on maana internetin käytössä sijoittunut Euroopan kärkipäähän. Keväällä 2012 jo 87 % kotitalouksista oli Internet-yhteys. 16–74-vuotiaista 90 % käytti Internetiä vuonna 2012. (Tilastokeskus 2012b.) Verkkomaailman laajentuminen ja teknologian kehittyminen nähdään kasvavana ilmiönä. On arvioitu, että vuoteen 2020 mennessä kaikki suomalaiset osaavat käyttää verkkopalveluja. Eri alojen palvelukokonaisuudet tulevat todennäköisesti olemaan tällöin verkossa. Tämän muutoksen mahdollistaa ainoastaan se, että kuluttajat ovat tähän valmiita. Muutoshalukkuuteen vaikuttavat muun muassa verkkomaailman tekniikan luotettavuus ja turvallisuus. Myös helppokäyttöisyys ja rahallinen säästö ovat tärkeässä asemassa kuluttajan kannalta verkkomaailmaan siirryttäessä. On huomioitava myös ikääntyvä väestö, joilla ei välttämättä ole samanlaista teknillistä osaamista ja valmiutta verkkopalveluiden käyttöön verrattuna nuorempaan väestöön. (Ylikoski & Järvinen 2011, 138.) Kuviossa 3 on kuvattu verkkomaailmaan siirtymiseen vaikuttavia tekijöitä pankkipalvelujen näkökulmasta.



KUVIO 3. Verkkoon siirtymiseen vaikuttavat tekijät (mukaillen Ylikoski & Järvinen 2011, 138.)

4.2.1 Danske Bankin verkkosivut

Verkkosivuillaan pankki rakentaa puitteet palveluilleen ja niiden tarjoamiselle. Verkkosivuilla pankki myös luo järjestyksen, jossa asiakkaat voivat edetä asiointinsa. Myös palvelun muoto ja informaation määrä sisältöineen määräytyy verkkosivuilla. (Ylikoski ym. 2006, 123.) Tehokas ja toimiva yrityksen verkkosivusto sisältää runsaasti informaatiota, tarjoaa mahdollisuuden vuorovaikutukseen sekä luo yhteisöllisyyden tunteen käyttäjälleen. Verkkosivuston tulisi olla myös viihdyttävä. (Lehikoinen & Lähtenmäki 2004.)

Danske Bankin kotisivut löytyvät osoitteesta www.danskebank.fi. Kotisivujen kautta asiakas pääsee kirjautumaan verkkopankkiin ja tutustumaan pankkipalveluihin. Kotisivuilla on mahdollista jättää yhteydenottopyyntöjä eri aiheisiin liittyen. Asiointi on mahdollista niin henkilö- kuin yritysasiakkaana. Etusivulla tiedotetaan ajankohtaisista asioista ja uutisista. Sivustolta löytyy myös tietoa Danske Bank – konsernista ja sen historiasta. Myös avoinna olevista työpaikoista Danske Bankissa

tiedotetaan kotisivuilla. Danske Bankin kotisivut uudistivat visuaalista ilmettään nimenmuutoksen yhteydessä marraskuussa 2012. (Danske Bank 2013j.)

4.2.2 Verkkopankki

Verkkopankki on pankkien tarjoama asiointikanava, missä verkkopalvelutunnusten avulla asiakas voi hoitaa suurimman osan pankkiasioistaan. Suomalaiset pankit ovat edelläkävijöitä kehittäessään Internetin välityksellä toimivia elektronisia palvelukanavia. Internet-yhteyksien kasvava määrä ja tekninen kehitys ovat lisänneet pankkipalveluiden saatavuutta sekä tarjottavaa tuotevalikoimaa. Laajan tuotevalikoiman lisäksi verkkoasiointi on usein myös edullisin vaihtoehto. Asiakas voi käyttää tätä palvelua tietokoneellaan, Internet-yhteyden avulla. Pankkipalvelut laajenevat yhä enemmän ja enemmän sähköiseen muotoon. Suomalaisista lähes 70 % käyttää päivittäin pankkipalvelujaan internetin välityksellä. Käyttö näkyy myös tilastoissa, sillä suomalaiset ovat pankin verkkopalveluiden käyttäjinä kärkipäässä koko maailmassa. Suosituimmat verkkopankkipalvelut ovat laskujenmaksupalvelu ja tilitapahtumien seuranta. Asiakkaiden ja pankkien välisiä verkkopankkisopimuksia on tehty jo 4,3 miljoonaa kappaletta. (Kontkanen 2009, 69–70.)

Danske Bankissa verkkopankkitunnukset ovat maksuttomat. Pankkiasioden hoitaminen verkkopankissa on usein edullisempaa verrattuna konttoripalveluiden palvelumaksuihin. Verkkopankissa asiakas voi esimerkiksi seurata sijoituksia, tehdä lainamuutoksia ja säilyttää tiliotteet ja sopimukset kuuden vuoden ajan. (Danske Bank 2013i.)

Miniverkkopankki

Miniverkkopankki on Danske Bankin verkkopankista sovellettu kevyempi versio. Danske Bankin verkkopankissa turvaratkaisuna on Java-ohjelma, mutta miniverkkopankki toimii ilman sitä. Miniverkkopankki on hyvä asiointikanava mobiililaitteen omistajalle joka matkustelee paljon ja tietokone ei ole aina käytettävissä pankkiasioden hoitoon. Miniverkkopankki on hyvä ratkaisu myös silloin, kun ei ole mahdollista käyttää Java-ohjelmaa tietokoneessa. Miniverkkopankki tarvitsee toimiakseen ainoastaan internetyhteyden ja verkkoselaimen. Tämän vuoksi se toimii mobiililaitteilla verkkopankkia varmemmin. Miniverkkopankkiin pääsee

kirjautumaan Danske Bankin kotisivujen kautta. Sovelluksessa on mahdollista maksaa laskuja ja tehdä tilisiirtoja, tarkastella tilitapahtumia, tutkia valuuttakursseja ja seurata omia sijoituksia. (Danske Bank 2013c.)

4.2.3 Facebook asiakaspalvelussa

Facebook on palvelu, joka tarjoaa käyttäjilleen mahdollisuuden verkostoitua. Facebookissa voi luoda oman profiilin ja verkostoitua palvelun muiden käyttäjien kesken. (Salmenkivi & Nyman 2007, 121.) Facebook on yhteisöpalveluna hyvin suosittu, sillä sitä käytetään yli 80 000 000 tuntia päivittäin (Olin 2011, 11). Myös yritykset voivat olla näkyvissä Facebookin kaltaisissa yhteisöpalveluissa. Yhteisöpalveluissa yrityksillä on mahdollisuus päästä kuluttajien ja heitä kiinnostavien aiheiden lähelle. Yritykset voivat informoida yhteisön käyttäjiä esimerkiksi uudesta tuotteesta tai palvelusta, jolloin tieto kulkeutuu yhteisöpalvelun käyttäjille luotettavasta lähteestä. Yhteisön käyttäjistä ja heidän antamasta palautteesta yritys saa arvokasta tietoa asiakkaidensa toiveista ja tarpeista. (Salmenkivi & Nyman 2007, 128, 136.) Myös yhteisöpalveluiden käyttäjät pitävät tärkeänä yritysten ja asiakkaiden välistä vuorovaikutusta sosiaalisessa mediassa. Lähes 90 % sosiaalisen median käyttäjistä on sitä mieltä, että yritysten tulisi olla sosiaalisen median kautta yhteydessä asiakkaisiinsa. (Olin 2011, 11.)

Danske Bankilla on myös omat viralliset Facebook-sivut, joka on perustettu nimellä ”Danske Bank Suomi”. Sivuilla on mahdollista esittää kysymyksiä ja Danske Bankin Facebook-tiimi vastaa kysymyksiin sivustolla arkisin kello 9–17. Sivustolla tiedotetaan myös ajankohtaisista asioista. (Danske Bank 2013f.) Facebook-sivuille voi kirjoittaa mieltä askarruttavan kysymyksen, esimerkiksi konttorien aukioloajoista. Vastauksen saa pian Danske Bankilta samaiselle sivustolle.

4.3 Uusimmat asiointikanavat

Mobiilipankki ja tabletpankki ovat pankkiasioinnin uusimmat tulokkaat. Uusimpien asiointikanavien kehittyessä myös kuluttajien käyttäytyminen on muuttunut. Muutoksiin kuuluvat digitalisoituminen ja tehokkaampi ajan käyttö. Sosiaaliset verkostot ovat kasvattaneet merkitystään kuluttajien keskuudessa ja arvostusta annetaan myös sille, että asiat voidaan hoitaa paikasta riippumatta. Näiden muutosten

kuluttajien käyttäytymisessä odotetaan olevan pysyviä. (Rytkönen & Syvänen 2013.) Mobiililaitteiden, kuten älypuhelin, suosio on kasvanut voimakkaasti. Älypuhelimet ovat arjessa mukana. Ne jätetään harvoin kotiin ja käyttäjät tukeutuvat mobiililaitteisiin entistä suuremmassa määrin. Suomalaisista 44 % käyttää Internetiä päivittäin älypuhelimellaan. (Toikka 2013.)

4.3.1 Mobiilipankki

Vuonna 2010 Danske Bank julkaisi ensimmäisenä Suomessa älypuhelimeen, Applen iPhoneen, suunnitellun mobiilipankki -sovelluksen. Palvelulla on noin 45 000 käyttäjää. (Lappalainen 2011.) Jopa 49 % suomalaisista oli käytössään älypuhelin keväällä 2012 (Tilastokeskus 2012b). Tällä hetkellä älypuhelimiin ladattavia Mobiilipankki-sovelluksia on tarjolla muillakin pankeilla. Danske Bankin Mobiilipankki on ladattavissa niin Windows-älypuhelimiin, Applen iPhoneen tai Android-älypuhelimiin. Sovellus on ladattavissa maksuttomasti osoitteesta www.danskebank.fi. Mobiilipankissa onnistuu niin laskumaksut kuin tilitapahtumien seuranta, yhteydenotot ja sijoitusten seuraaminen. Laskun maksua helpottavana palveluna mobiilipankissa on viivakoodinlukija, joka toimii älypuhelimien kameralla. Kameralla on mahdollista ottaa kuva laskun viivakoodista, jolloin maksutiedot siirtyvät automaattisesti maksupohjalle. (Danske Bank 2013d.)

4.3.2 Tabletpankki

Tabletpankki on pankkimaailman asiointikanavien uusin vaihtoehto. Suomen ensimmäinen tabletpankki, Danske Bankin tarjoama sovellus, on ollut ladattavana vuodesta 2011. Tabletpankki on ladattavissa maksuttomasti Applen sovelluskaupasta AppStoresta Applen valmistamaan tabletiin, iPadiin. (Vaalisto 2011.) Keväällä 2012 tablettitietokoneita on ollut vasta noin 8 % kotitalouksista (Tilastokeskus 2012b).

Tabletpankin palveluvalikoimasta löytyy maksamisen peruspalvelut, valuuttalaskuri, tilitapahtumien seuranta, korttien ja lainojen tapahtumat, paikannustoiminnallisuudet, yhteydenottopalvelu sekä käyttöopastusvideo. Tabletpankissa omat tilit on tarkasteltavissa esimerkiksi tavallisesti tilitapahtumista, kalenterinäkylässä, yksi tili kerrallaan tai kaikki tilivarat huomioiden. Tuloja ja menoja on mahdollista tarkastella myös graafisessa muodossa. Käyttäjällä on mahdollisuus muokata tabletpankin

etusivun näkymään itselleen tärkeät asiat. (Danske Bank 2013h.) Vuonna 2011 tablettitietokone iPad on suomalaisten keskuudessa noin 170 000, ja Norjassa noin 450 000 käyttäjällä. Applen iPadin käyttäjät ovat useimmiten nuoria ammattilaisia tai liikematkustajia. (Lappalainen 2011.)

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Puhelinhaastattelu tuntui ennakkoon erittäin työläältä ja haastavalta tutkimusmenetelmältä. Yllätyin kuitenkin positiivisesti, koska vastaukset saatiin nopeasti kokoon. Myös vastausprosenttiin olin erittäin tyytyväinen, sillä ainoastaan yksi henkilö ei halunnut vastata kyselyyni. Kyselyyn vastasi 51 henkilöä. Vastaukset analysoitiin SPSS-ohjelmaa käyttäen. SPSS-ohjelman avulla vastaukset koottiin ja niistä saatiin eriteltyä asiakokonaisuuksia ja tarkempia tutkimustuloksia. Ensimmäinen kyselylomakkeen osio koostui verkkopankin käytöstä. Kysymyksillä selvitetään verkkopankin käyttö, sekä mihin toimintoihin sitä käytetään. Tulokset ovat esitetty vastaajien lukumäärinä, ei prosentteina.

5.1 Vastaajien taustatiedot

Sukupuoli ja ikä

Vastaajia oli yhteensä 51. Heistä 27 oli naisia, ja 24 miehiä. Vastaukset jakaantuivat tasaisesti molempien sukupuolien edustajien kesken.

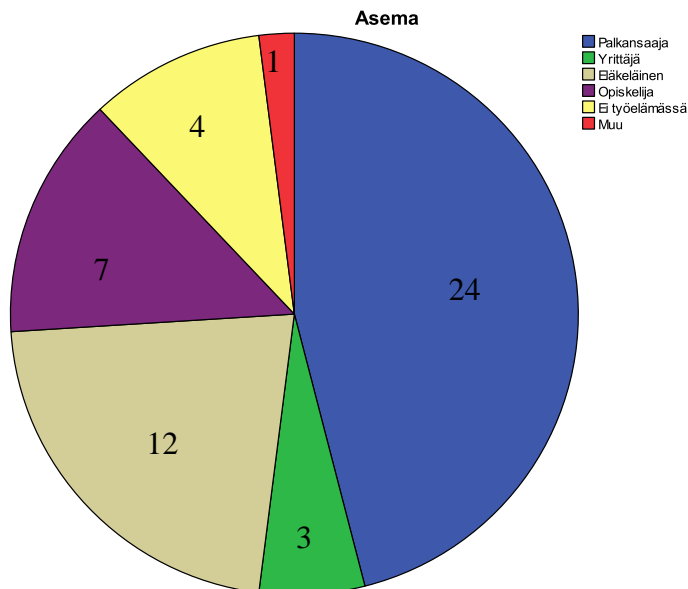
Laadin kyselylomakkeeni taustatietoihin vastaajan iän selvittämiseksi valmiit ikäryhmät. Valitsemani ikäjaottelu on tarpeellinen, sillä eri asiointikanavien käyttö voi olla hyvinkin suurelta osin iästä riippuvainen. Halusin suhteellisen tarkalla ikäjaottelulla aikaan mahdollisimman tarkkoja tuloksia, ja mahdollisuutta verrata tuloksia juuri vastaajan ikään. (Taulukko 1.)

TAULUKKO 1. Vastaajan ikä

Ikä	Vastaajien määrä
18-25	11
26-35	8
36-45	8
46-55	8
56-65	8
66-	8
Yhteensä	51

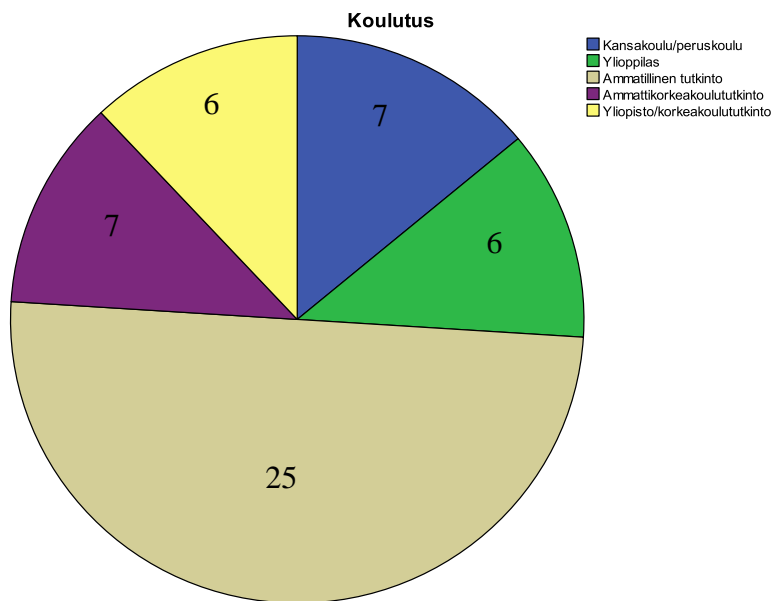
Asema

Taustatiedoissa selvitettiin myös vastaajan asema. Suurin osa, 24 vastaajaa, oli tällä hetkellä työelämässä palkansaajana. Seuraavaksi suurin ryhmä, 12 vastaajaa, olivat eläkeläisiä. Seitsemän vastaajaa oli opiskelijoita, ja neljä vastaajaa ei ollut työelämässä. Vastaajien joukossa oli kolme yrittäjää. Yksi vastajista kuului muuryhmään. (Kuvio 4.)

**KUVIO 4. Vastaajan asema**

Koulutus

Vastauksista kävi ilmi, että suurimmalla osalla vastaajista oli ammatillinen tutkinto. Ammatillinen tutkinto oli 25 vastaajista. Seitsemällä vastaajalla oli ammattikorkeakoulututkinto ja toiset seitsemän vastaajaa kertoivat peruskoulun olevan heidän koulutustaustana. Loput vastaajista jakautuivat siten, että kuusi vastaajaa oli suorittanut yliopiston tai muun korkeakoulututkinnon ja toiset kuusi vastaajaa olivat ylioppilaita. (Kuvio 5.)



KUVIO 5. Vastaajan koulutustausta

5.2 Asiointikanavien käyttö ja kokemukset

5.2.1 Verkkopankin käyttö

Verkkopankin käyttöä tutkittiin valmiiden vastausvaihtoehtojen avulla. Kysymyksillä selvitettiin myös käytön aktiivisuus. Valtaosalla, eli 49:llä kaikista 51 vastaajasta, oli voimassa oleva sopimus Danske Bankin verkkopankkitunnuksista. Vain kahdella vastaajalla ei ollut tunnuksia. Vastaajista 22 käyttää verkkopankkia 1 - 3 kertaa viikossa. Toiseksi yleisin vastaus verkkopankin käyttöön oli 1 - 3 kertaa kuukaudessa. Vain yksi vastaaja käytti verkkopankkia harvemmin kuin kerran kuukaudessa. Päivittäisiä verkkopankin käyttäjiä oli 7 vastaajaa. Kaksi vastaajista ei vastannut tähän kysymykseen, koska heillä ei ollut verkkopankkitunnuksia. (Taulukko 2.)

TAULUKKO 2. Verkkopankin käyttö

Verkkopankin käyttö	Vastaajien määrä
Päivittäin	7
1-3 kertaa viikossa	22
1-3 kertaa kuukaudessa	19
Harvemmin kuin kerran kuukaudessa	1
Yhteensä	49

Verkkopankissa käytettäviä toimintoja selvitettiin kysymyksellä, jossa oli valmiit vastausvaihtoehdot. Vastaaja luetteli kuitenkin ensin itse, mihin hän verkkopankkia käyttää. Tämän jälkeen tarkennettiin, jos joku toiminto jäi mainitsematta vaihtoehdoista. Verkkopankin toiminnoista suosituimmat ja käytetyimmät olivat selkeästi laskujen maksu ja tilisiirrot. 46 vastaajaa käytti verkkopankkia laskujen maksuun ja 47 vastaajaa tilisiirtoihin. Seuraavaksi suosituin toiminto verkkopankissa on tilitapahtumien seuranta. Tätä toimintoa käytti 41 vastaajaa. Vain viisi vastaajaa otti yhteyttä pankkiin verkkopankin välityksellä verkkoviestinä. (Taulukko 3.)

TAULUKKO 3. Verkkopankin toiminnot

Verkkopankin toiminnot	Vastaajien määrä
Laskujen maksu	46
Tilisiirrot	47
Sijoituspalvelut	14
Lainapalvelut	11
Tilitapahtumien seuranta	41
Yhteydenotot pankkiin	5
Yhteensä	164

5.2.2 Asiointikanavien tietämys

Taulukossa 4 on kuvattuna, mitä eri asiointikanavia vastaaja tietää Danske Bankin tarjoavan. Taulukosta käy ilmi myös se, mitä eri asiointikanavia vastaaja on joskus käyttänyt, sekä mitä asiointikanavaa käyttää säännöllisesti.

Tuloksista tulee ilmi, että tunnetuin ja käytetyin itsepalvelukanava on verkkopankki. Verkkopankki on 48 vastaajalla säännöllisessä käytössä. Konttoripalveluja on käyttänyt jokainen kyselyyn vastannut. Kuitenkin nykyinen käyttöaste konttoripalveluille on pienekkö, sillä 51 vastaajasta vain 8 käyttää tällä hetkellä säännöllisesti konttoria asiointinsa. Myös Danske Bankin puhelinpalvelu on hyvin monelle tuttu asiointikanava, mutta ainoastaan yksi vastaajista käyttää tätä säännöllisesti. Neljä vastaajaa on tietoisia Facebookista asiointikanavana, mutta tätä kanavaa ei ole kuitenkaan käytetty pankkiasioden hoitamiseen. Miniverkkopankki on tiedossa 12 vastaajalla, mobiilipankki 24 vastaajalla ja tabletpankki 18 vastaajalla. Heistä miniverkkopankkia on käyttänyt viisi vastaajaa ja mobiilipankkia seitsemän vastaajaa. Tabletpankkia ei ole käyttänyt kukaan vastaajista. (Taulukko 4.)

TAULUKKO 4. Asiointikanavien tunnettuus ja käyttö

	Tietää	On käyttänyt	Käyttää säännöllisesti
Konttori	51	51	8
Pankin puhelinpalvelu	38	25	1
Kotisivut	44	39	1
Facebook	4	0	0
Verkkopankki	51	49	48
Miniverkkopankki	12	5	0
Mobiilipankki	24	7	5
Tabletpankki	18	0	0

5.2.3 Pääasiallinen asiointikanava pankkiasioissa

Kyselylomakkeessani selvitettiin mitä asiointikanavaa vastaaja käyttää hoitaessaan tiettyjä pankkiasioita. Kyselylomakkeessa esitetään yhdeksän tavallista pankkiasiaa, joita pankin asiakkaalle tulee luultavasti jossain vaiheessa hoidettavaksi. Esimerkit ovat päivittäisasioinnista laina-asioihin. Taulukossa 5 on esitettyinä vastaajien ensisijaiset asiointikanavat lomakkeessa kysytyjen pankkiasioden hoitoon.

Tuloksista ilmenee, että yhteydenotot ja ajanvaraukset pankkiin tehdään puhelinpalvelun kautta. Yksi vastaajista ei vastannut kysymykseen koskien ajanvarausta. Verkkopankki ja konttori ovat myös suosittuja yhteydenottokanavia. Maksukortteihin ja tileihin liittyvät asiat hoidetaan pääasiassa konttorissa. Myös sijoitus- ja laina-asioissa käydään ensisijaisesti konttorissa. Laskut ja tilisiirrot hoituvat tuloksien mukaan verkkopankissa. Vain yksi vastaaja hoitaa laskut ja tilisiirrot ennemmin mobiilisovelluksen kautta mobiilipankissa. Yksi vastaaja ei hoida laskuja tai tilisiirtoja ollenkaan Danske Bankissa. Vastaajista kolme käyttää rahan nostoon perinteistä konttorin kassapalvelua, loput 48 vastaajaa hoitaa rahan noston Otto-automaateilta. Tulosten mukaan pääasialliset asiointikanavat pankkiasioden hoidossa ovat verkkopankki, puhelinpalvelu ja konttori. (Taulukko 5.)

TAULUKKO 5. Pääasialliset asiointikanavat ja pankkiasioden hoitaminen

	Yhteyden- otto	Kortit	Tilit	Sijoitus	Laina	Ajan- varaus	Laskut	Tilisiirto	Otto
Verkkopankki	11	13	13	10	6	8	49	49	0
Tabletpankki	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mobiilipankki	0	0	0	0	0	0	1	1	0
Puhelinpalvelu	23	13	11	9	10	29	0	0	0
Kotisivut	2	0	0	1	1	1	0	0	0
Facebook	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Konttori	14	25	27	30	33	10	0	0	3
Otto- automaatti	0	0	0	0	0	0	0	0	48
Sähköposti	1	0	0	1	1	2	0	0	0

5.2.4 Itsepalvelu- ja konttoriasiointi -asiakasryhmät

Tutkimuksessani selvitin, minkälainen pankkipalvelujen käyttäjä vastaaja on. Ryhmiä syntyi kaksi omaan kokemukseen pohjautuen: konttoriasiakkaat ja itsepalveluasiakkaat. Vastaajat jakautuivat näihin ryhmiin heidän asiointikanavien käytön perusteella. Konttoriasiakkaat hoitavat suurimman osan pankkiasioinnistaan perinteisessä pankkikonttorissa ja itsepalveluasiakkaat hoitavat pankkiasiansa pääsääntöisesti itsepalveluna eri asiointikanavissa. Tässä kohdassa selvensin yhteenvedon lisäksi myös syitä, miksi juuri valittu kanava on vastaajalle sopivin tai miellyttävin vaihtoehto. Vastauksen jälkeen on merkitty, kuinka useasti sama vastaus on esiintynyt tuloksissa.

Itsepalveluasiakkaat

Itsepalveluun kuuluu kaikki asiointikanavat, poisluettuna konttori. Itsepalveluasiakkaita vastaajien joukossa oli 34. Osalle vastaajista itsepalveluasiointi oli mielekkäämpi vaihtoehto ja osa piti sitä itsestäänselvänä asiointitapana. Vastaajat, joille itsepalvelu oli käytetympi asiointirooli verrattuna perinteiseen konttoriasiointiin, kertoivat seuraavia syitä kyseisen asiointitavan valintaan:

- Nopeaa, ajan säästäminen (13 kpl)
- Ei tarvitse lähteä kotoa (13 kpl)
- Ei sidottu aikatauluun
 - o Konttorin aukioloajat rajalliset (11 kpl)
- Rahallinen säästö, palvelumaksut (9 kpl)
- Välimatka konttoriin suuri (6 kpl)
- Kätevää (5 kpl)
- Tottunut itsepalveluun (3 kpl)
- Konttoriasiointiin varattava aika (2 kpl)
- Suoraveloituspalvelun vuoksi ei tarvitse konttoripalvelua
- Liikuntarajoitteisuus
- Ekologisuus
- Ei vie pankin henkilökunnan aikaa

Vastaajat valitsivat itsepalvelun, koska itsepalvelukanavien käyttö on nopeaa. Ajan käytön minimointi pankkiasioinnissa koettiin hyvin tärkeäksi ja asiointiin haluttiin käyttää mahdollisimman vähän aikaa. Myös asioiden hoitaminen paikasta riippumatta nousi tuloksissani arvostetuksi mahdollisuudeksi, sillä konttoreita ei ole kaikkien asiakkaiden lähettyvillä ja konttoreiden palveluajat ovat rajalliset. Työssäkäyvät ihmiset kokivat hyvin hankalaksi konttorin kassapalveluajat, sillä useimmat ovat töissä kassapalveluiden aukioloaikana. Tämä oli usealle vastaajalle pääasiallinen syy, miksi itsepalvelu on ainoa mahdollisuus hoitaa pankkiasiat. Vaikuttavana asiana itsepalvelun valintaan olivat myös pankin palvelumaksut. Yhdeksän vastaajaa toi haastattelussa esille myös rahallisen säästön itsepalvelun käytössä. Useimmat pankkipalvelut ovat edullisempia itsepalveluna.

Konttoriasiakkaat

Konttoriasiakkaat käyttävät konttorin henkilökohtaisia pankkipalveluja. Vastaajien joukossa oli 17 konttoriasiakasta. He kertoivat konttorin olevan parempi vaihtoehto seuraavista syistä:

- Saa henkilökohtaista palvelua, kasvotusten (7 kpl)
- Ei väärinkäsityksiä, kysymisen/tarkennusten mahdollisuus (6kpl)
- Nopeampaa käydä konttorissa (4 kpl)
- Helppoa asioida konttorissa (3 kpl)
- Ei teknillistä osaamista (2 kpl)
- Ei ole aikaa opetella/perehtyä verkkomaailmaan
- Verkkopankkisopimus toisessa pankissa
- Tottunut konttoripalveluun
- Puhelinpalveluun pitkä jonotusaika
- Ei erityistä syytä

Konttorissa asioivat asiakkaat ovat pääasiassa iäkkäämpiä ihmisiä. Heille on hyvin tärkeää, että pankkiasiat voidaan hoitaa kasvotusten ja asioidessaan saa henkilökohtaista palvelua. Henkilökohtaiseen palveluun liittyy myös mahdollisuus kysyä askarruttavista asioista ja erityisen tärkeänä pidettiin juuri sitä, että pankkiasioden hoidossa virheet ja väärinkäsitykset ovat mahdollisimman vähäisiä. Tämä toi vastaajille turvallisuuden tunnetta omaan talouteen liittyen. Muutaman

asiakkaan mielestä konttorissa asiointi on itsepalvelua nopeampaa ja helpompaa. Myös teknisen osaamisen heikkous tai puuttuminen vaikutti siihen, miksi konttoriasiointi oli vastaajalle parempi vaihtoehto.

5.3 Informaatiotoiveet asiointikanavista

Selvitin vastaajilta, olisiko heillä halukkuutta saada enemmän informaatiota Danske Bankin tarjoamista eri asiointikanavista. 11 vastaajaa toivoi lisätietoa asiointikanavista. Myönteisiin vastauksiin tarkensin kysymystä siten, millainen tieto vastaajalle olisi tarpeen ja kuinka haluaisi vastaanottaa sen. Jos vastaaja ei halunnut, että tietoa tulee enempää, selvitin, mikä tähän on syynä. Tämä toteutettiin avoimena kysymyksenä. Lisätietoja vastaajat kaipasivat seuraavista asioista:

- Kaikista asiointikanavista mitä tarjolla (3 kpl)
- Uusimmista asiointikanavista (3 kpl)
- Ajankohtaiset uutiset (2 kpl)
- Asiakkaan hyödyistä (2 kpl)
- Perustietoa pankkiasioista
- Laina-asioista

Selvitin vastaajalta, mikä hänelle olisi mieluisin tapa vastaanottaa toivomansa lisätieto pankin tarjoamista eri asiointikanavista. Viisi vastaajaa toivoi lisätiedon tulevan pankista perinteisenä paperipostina. Kolme vastaajaa vastaanottaisi tietoa mielellään sähköpostiin. Kaksi vastaajaa toivoi pankin olevan yhteydessä toivotuista asioista verkkopankin kautta. Tietoa toivottiin lähetettävän myös seuraavasti:

- Tekstiviestinä
- Sähköisenä
- Kotisivut
- Henkilökohtaiset yhteydenotot
- Kutsut pankkiin tapaamiseen

Vastaajista 40 ei kokenut tarpeelliseksi vastaanottaa lisätietoa pankin eri asiointikanavista. 23 vastaajan mielestä lisätiedolle ei ole tarvetta. 13 vastaajaa oli sitä mieltä, että tietoa on tarpeeksi. Lisätiedon perusteltiin olevan tarpeetonta myös seuraavista syistä:

- Jos tarve, osaan etsiä tietoa itsekin (5 kpl)
- Tietoa löytyy verkosta (4 kpl)
- Ei tietokonetta/muita teknisiä laitteita
 - o Ei ehdi opetella teknisten laitteiden käyttöä

Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, ettei lisäinformaatiolle eri asiointikanavista ole tarvetta. Tietoa tulee jo tällä hetkellä tarpeeksi ajankohtaisista asioista. Vastaajat kertoivat myös, että tarvittaessa tietoa osaa etsiä itse internetistä, esimerkiksi verkkopankista ja pankin kotisivuilta.

5.4 Monikanavaisuus ja pankkipalveluiden muutokset

Vastaajilta kysyttiin avoimen haastattelun tyyppisesti mitä hyötyä he kokevat monikanavaisuuden tarjoavan asiakkaiden pankkiasiointiin. Vastauksista ilmeni, että monikanavaisuudesta on hyötyä, koska nykyiset asiointikanavat eivät ole sidottu aikaan tai paikkaan. Myös itsepalvelukanavien käytön nopeus ja rahallinen säästö nousivat esille vastauksissa. Seuraavaksi on esitelty muita asiakkaiden kokemia hyötyjä monikanavaisuudesta:

- Tarjoaa valinnanvaraa valita itselle sopivin kanava
- Palvelut ovat nykyaikaisia
- Paljon hyötyä heille, joilla teknistä osaamista
- Kassapalveluiden aukioloajat rajalliset, ei ehdi konttoriin
- Kuormitus vähentyy yksittäisessä kanavassa, toimivuus
- Ei tarvitse lähteä kotoa
- Pankkitunnuksilla voi tunnistautua eri palveluihin (esimerkiksi Kela.fi, Vero.fi)

Selvitin myös, minkälaisia eri ajatuksia pankkipalveluiden viimeaikaiset muutokset ovat herättäneet vastaajissa. Asiaa käsiteltiin avoimen haastattelun tyyppisesti keskustellen. Pankkipalvelujen supistuminen ja keskittyminen herätti vastaajissa huolen aiheen, joka näkyi asiakkaille esimerkiksi kassapalveluiden rajattuna aukioloaikana ja henkilökunnan vähäisenä määränä. Lisäksi pankin palvelumaksut koettiin korkeiksi. Ajatuksia olivat herättäneet myös seuraavat asiat ja muutokset pankkipalveluissa:

- Kehitys kulkee eteenpäin, positiivinen asia
- Pankki on mukautunut hyvin maailman muutoksiin
- Pankin nimi on muuttunut useasti, nimenmuutos ihmetyttää
- Asioiden muuttuminen itsepalveluun/Internetiin aiheuttaa huolen ikäihmisiä ajatellen
- Otto-automaatteja on harvassa
- Näkyvyys on heikentynyt
- Korkovaihtelut
- Pankin luokitus
- Maksuautomaattien poistuminen käytöstä on negatiivinen asia

5.5 Palaute ja kehittämiskohteet

Vastaajilla oli mahdollisuus antaa palautetta ja esittää kehittämiskohteita pankille. Tämä toteutettiin avoimen haastattelun mukaisesti. Palaute ja kehittämiskohteet jakaantuivat neljään pääalueeseen: palvelu ja henkilökunta, asiointi, markkinointi ja muut.

Palvelu ja henkilökunta

- Kaikki on toiminut hyvin, positiivista palautetta
- Suoraveloitus on hyvä palvelu, toivon sen pysyvän
- Henkilökuntaa on liian vähän
- Vuorovaikutusta pitäisi olla enemmän pankin ja asiakkaan välillä
- Ystävällistä ja nopeaa palvelua
- Henkilökunta on ystävällistä
- Suosittelen pankkia muillekin

Asiointi

- Kaikkia konttoripalveluja ei saa lopettaa, koska ihan kaikkea ei voi hoitaa verkossa
- Kassan aukioloaika haastava, ei ehdi asioida pankissa
- Välimatka on pitkä lähimpään konttoriin
- Asiointi on nykyään hankalaa, kun kaikenlaiseen asiointiin on varattava aika

Markkinointi

- Lasten muistaminen ihana asia, asiakaskirjeet
- Uutuuksista ja muutoksista enemmän informaatiota asiakkaille
- Nimenmuutos mietityttää

Muut

- Talletuksissa on huonot korot
- Verkkopankissa on liikaa häiriöitä
- Palvelumaksut ovat korkeat
- Kahvikone konttorissa on mukava asia
- Verkkopankki voisi olla selkeämpi
- Toisessa pankissa on parempi palvelu
- Pankkiasiat olisi mukava saada käännettynä ”kansakielelle” eli helpommin ymmärrettäväksi

6 JOHTOPÄÄTÖKSET TUTKIMUKSEN TULOKSISTA

Nykypäivänä yhä useammat pankkipalvelut ovat siirtyneet verkkomaailmaan. Tämä mahdollistaa asiakkaille pankkiasioinnin hoitamisen paikasta riippumatta. Perinteiseen pankkikonttoriin asiakkaan tarvitsee tulla enää harvoin ja jotkut asiakkaat hoitaa kaiken verkon ja muiden itsepalvelukanavien kautta. Yhä useammat pankkiasiat ovat hoidettavissa riippumatta pankkikonttorin sijainnista ja aukioloajoista.

Tutkimus osoittaa, että suurin osa asiakkaista käyttää peruspankkiasioidensa kuten tilitapahtumien seurantaan ja laskujen maksuun itsepalvelukanavia. Useimmat

vastaajista käyttävät verkkopankkia suhteellisen usein, jopa 1 - 3 kertaa viikossa. Perinteisten konttoripalveluiden käyttäjät ovat pääasiassa vanhempaa ikäluokkaa, jotka eivät halua tai kykene käyttämään itsepalvelukanavia, kuten tietokoneella käytettävää verkkopankkia.

Verkkopalveluiden nopeudesta ja helppoudesta huolimatta asiakkaat arvostavat yhä henkilökohtaista palvelua pankkiasioinnissa. Tutkimukseni tulokset osoittavat, että useat vastaajista toivoivat henkilökohtaisen palvelun olevan saatavilla itsepalvelukanavien tueksi. Myös Laakkosen (2011) opinnäytetyön tulokset koskien Handelsbankenin asiakkaiden kokemuksia sijoittamisesta verkkopalvelussa osoittavat samoin. Laakkosen tutkimuksen mukaan asiakkaat pitivät verkkosijoittamista helppona ja nopeana vaihtoehtona. Myös omaa rauhaa asioinnissa arvostettiin. Huonoja puolia verkkoasioinnissa pidettiin tutkimuksen mukaan henkilökohtaisen palvelun, sekä sijoitusneuvonnan puuttumista. Myös pelko vääristä valinnoista ja virheistä esiintyivät verkkopalvelujen käytön negatiivisina puolina.

Puhelinhaastatteluni kohderyhmä koostui asiakkaista, joilla oli voimassa oleva sopimus Danske Bankin verkkopankkitunnuksista. Tästä voi olettaa, että verkkoasiointi näkyisi suhteellisen suosittuna tutkimustuloksissani. Vaikka vastaajat toivoivat henkilökohtaista palvelua, toivottiin sitä enemmänkin juuri verkkoasioinnin tueksi, sillä yleisesti hyvin moni vastaajista hoitaa perusasiat verkkopankissa tai muissa itsepalvelukanavissa. Monikanavaista asiointimallia pidetään siis mielekkäänä asiointivaihtoehtona, mutta myös henkilökohtaisen palvelun toivotaan olevan saatavilla itsepalvelusta huolimatta. Tuloksista kävi ilmi, että vaikka hyvin monet pankkiasiat on hoidettavissa Internetin välityksellä, ei kaikkia päätöksiä ja tiedon hankintaa voi asiakas hoitaa ilman asiantuntijan apua.

Haastattelussa selvitettiin pääasialliset asiointikanavat valituista pankkiasioista. Lähes kaikki vastaajat hoitivat pankkiasiat pääosin verkossa. Konttoriasiointia on havaittavissa eniten vaativimmissa asioissa, kuten laina- ja sijoitusasioissa. Laina- ja sijoitusasioissa konttoriin tuleminen ei ollut riippuvainen vastaajan iästä, sillä myös nuoremmat vastaajat tulivat mielellään paikan päälle hoitamaan asiat. Tutkimustulosten mukaan jokainen vastaajista hoitaa laskut ja tilisiirrot verkkopankkia tai vaihtoehtoisesti mobiilipankkia käyttäen. Ajanvarausasioissa tukeudutaan yhä enemmän puhelinpalveluun. Verkkopankin tarjoaa toiminnon, jonka

avulla asiakas voi lähettää verkkoviestin pankkiin. Toiminnon avulla onnistuu myös ajan varaus pankkiin. Verkkopankin viestitoiminnon käyttö oli yllättävän vähäistä. Nuorista vastaajista kaikki varaavat ajan puhelinpalveluun soittamalla verkkoviestin lähettämisen sijaan. Tämä johtune siitä, että verkkopankin verkkoviestin lähettäminen on asiakkaille vielä tuntematon kanava olla yhteydessä pankkiin. Myös monet muut toiminnot ajan varauksen lisäksi, kuten sijoitusasiat ja lainamuutosten teko verkkopankissa, eivät olleet tuttuja asioita vastaajille. Pankkien monikanavaisuus on kehittynyttä eri asiointikanavien jatkuvan kehityksen vuoksi. Tutkimustulosteni mukaan Danske Bankin monikanavaisuus on tällä hetkellä kuitenkin konttoriasioinnin lisäksi pääasiassa vain verkkopankin sekä puhelinpalvelun käyttöä.

Asiakkaille olisi tutkimustulosten perusteella aiheellista markkinoida verkkopankin, sekä uusimpien asiointikanavien laajoja käyttömahdollisuuksia enemmän, jotta käyttäjät voisivat saada palveluista mahdollisimman paljon hyötyä ja helpotusta omaan asiointiin. Monikanavainen pankkiasiointi olisi todennäköisesti suositumpi vaihtoehto, jos asiakkailla olisi enemmän tietoa eri asiointikanavista ja niiden tarjoamista mahdollisuuksista.

Kohderyhmän taustatiedoilla on toki vaikutusta tutkimustuloksiin, mutta tutkimukseni kohdalla kohderyhmäni koostui pääosin perusväestöstä, lähes puolet vastaajista oli perinteisessä palkansaajan asemassa. Vajaa neljäsosa vastaajista oli eläkeläisiä. Vain seitsemällä vastaajalla oli taustalla opinnot kansakoulussa tai peruskoulussa ja loput vastaajista olivat suorittaneet ammatillisen tai sitä korkeamman asteen tutkinnon. Vastaajan asema tai koulutustausta ei näyttäisi olevan esteenä mahdollisuuteen käyttää monikanavaisia pankkipalveluja. Perinteinen konttoripalvelu on muuttunut nopeasti yhä enemmän verkossa hoidettavaksi. Palveluiden muuttuminen ja verkkoon siirtyminen nopealla aikataululla aiheuttaa myös sen, että kaikilla asiakkailla ei välttämättä ole mahdollisuutta kehittää teknillistä osaamistaan samaan tahtiin. Esteenä uudenlaiseen asiointitapaan voi olla esimerkiksi tietoteknisen osaamisen tai laitteiden puute sekä uskaltaminen. Erityisesti vanhemmat ihmiset eivät luota pankkiasioden hoitamiseen itsepalveluna. Kyse voi olla siitä, ettei luota omiin taitoihin, pelkää virheitä tai palvelukanavat voivat tuntua vierailta opeteltaviksi ja käytettäviksi.

Pankkipalveluita tarjoavat yritykset ovat muuttaneet toimintamallejaan entisestä. Yhä useammat palvelut siirtyvät verkkoon ja tällä hetkellä mahdollisesti osa palveluista on jo tarjolla rajoitetusti ainoastaan verkossa. Myös asiakas saa parhaimmat edut ja hyödyt verkkoasiointissaan, sillä usein verkossa hän saa edullisimman hinnan palveluilleen ja tuotteilleen. Palvelujen tarjoajan tulisi kuitenkin huomioida myös asiakkaat, joilla ei ole mahdollista siirtyä verkkoasiointiin. Palvelujen rajaaminen ainoastaan verkossa saataviksi jakaa väestön kahteen osaan. Heihin, jotka käyttävät verkkopalveluja, ja heihin, joilla ei ole siihen mahdollisuutta. Tämä muutos tulee varmasti koskettamaan useita vanhemman ikäluokan edustajia, jotka eivät pysty tai halua käyttää tietokonetta perinteisen konttoriasioinnin sijaan.

Tutkimustulosten mukaan osa kieltäytyy itsepalvelukanavien käytöstä vain ennakoasenteiden vuoksi. Verkkoon siirtyminen tuntuu vieraalta ja henkilökohtaista palvelua halutaan edelleen itsepalvelun sijasta. Iäkkäämmille ihmisille saattaa muodostua tästä ongelma, kuinka he voivat hoitaa pankkiasiansa, jos pienentyvien konttoriverkostojen ja henkilökohtaista palvelua tarjoavien toimipisteiden resurssit pienenee olemattomiin ja tilalle tulee tietokoneet. Osa iäkkäämmistä vastaajista kertoi, että koska verkkoasiointiin on ollut pakko siirtyä, on läheisten, esimerkiksi perheenjäsenten apu korvaamatonta. Lapset ja lastenlapset hoitavat usein laskujen maksut ikäihmisten puolesta verkkopankissa.

Monikanavaisuus pankkipalveluissa on koettu pääosin nopeaksi ja helpoksi tavaksi hoitaa asioita. Tärkeänä vaikuttavana tekijänä sen suosioon nousi se, että asiakkaalla on mahdollisuus valita juuri itselle sopivin kanava tarjolla olevista vaihtoehdoista. Asiakkaat arvostavat erityisesti ajan säästämistä sekä mahdollisuutta hoitaa asiat paikasta riippumatta valitessa käytettäviä asiointikanavia. Myös rahallista säästöä pidettiin merkittävänä asiana itsepalvelukanavia käytettäessä. Tutkimuksessani nousi esille myös se, että nykyinen rajattu kassapalveluaika on hankala työssäkäyville ihmisille. Lyhennettyyn kassapalveluaikaan siirtyminen on ohjannut erityisesti päivätyössä käyvät asiakkaat verkkopalveluihin ja muihin itsepalvelukanaviin.

Pankkipalvelujen viimeaikaiset muutokset herättivät mielenkiintoisia keskusteluja haastattelutilanteissa. Sain aiheesta paljon keskustelua vastaajien kanssa. Tutkimustuloksistani kävi ilmi, että pankkipalveluiden jatkuva kehitys on koettu pääosin positiivisena asiana, sillä pankki on kehittynyt ympäristön ja

asiakaskäyttäjytymisen mukana. Asiakkaiden mielestä palvelua heikentävät muutokset ovat olleet pääasiassa palvelujen keskittämisestä johtuvaa, jolloin henkilökohtaiset palvelut ovat osalle asiakkaista pidemmän välimatkan päässä. Myös pankin palvelumaksujen mainittiin olevan korkeita. Muutama vastaaja kaipasi edelleen poistuneita maksuautomaatteja laskujen hoitoon. Palaute Danske Bankille oli kaiken kaikkiaan positiivista. Asiakkaat olivat pääosin tyytyväisiä saamaansa palveluun. Myös henkilökunta sai kiitosta ystävällisestä ja nopeasta palvelusta.

Vertasin omia tutkimustuloksiani aikaisempiin opinnäytetöihin (liite 1). Vaikka kyseiset opinnäytetyöt ovat pankkialalta, ovat tutkimusongelmat erilaisia tai opinnäytetyön tulokset ovat salattuja. Ruhasen (2012) opinnäytetyö käsitteli myös pankkimaailman monikanavaisuutta. Tässä tutkimuksessa tutkimustulokset eivät olleet julkista tietoa. Tutkimuksessa haastateltiin toimeksiantajapankin työntekijöitä. Toimeksiantajayrityksen työntekijöiden mielestä pankissa järjestettävät koulutukset ja opastukset tukisivat asiakasta monikanavaiseseen asiointiin siirtymisessä. Asiakkaita tulee ohjata ja opastaa monikanavaisuuteen, sillä tutkimuksessanikin tuli selville se asia, että erityisesti vanhemmat ihmiset vierastavat ja ehkä jopa pelkäävät tietokoneen käyttöä pankkiasioinnissa. Pankkivirkailijoiden tuki itsepalveluun siirtymisen alkuvaiheessa on varmasti asiakkaalle tärkeää.

7 POHDINTA

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää mitä on Danske Bankin monikanavaisuus, kuinka asiakkaat ovat omaksuneet monikanavaisen asiointitavan pankkiasioissa, sekä kuinka hyvin eri asiointikanavat ovat asiakkailla käytössä. Mielestäni onnistuin tutkimuksessani saamaan hyvin vastauksia tutkimusongelmaani. Sain odotettua enemmän vastauksia lyhyessä ajassa ja oman kokemukseni mukaan myös vastaajille jäi hyvä kokemus haastattelustani. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta uskoin saavani luotettavia tutkimustuloksia, sillä vastaajien määrä vastasi suunnitelmaani ja tutkimusjoukko oli monipuolinen iältään ja taustoiltaan.

Kokemuksena opinnäytetyön tekeminen oli mielenkiintoinen. Suhtauduin puhelinhaastatteluun aluksi epäilevästi, sillä uskoin asiakkaiden suhtautuvan varauksella pankista saapuviin puheluihin, joissa pyydän vastaamaan heidän pankkiasioita koskeviin kysymyksiin. Epäilykseni osoittautui kuitenkin vääräksi, sillä

valitsemani kohderyhmä vastasi pääosin hyvin mielellään kyselyyni. Useat vastaajista halusivat tukea minua opinnäytetyön tutkimusaineiston keräämisessä ja kertoivat aiheen olevan hyödyllinen pankin näkökulmasta. Mielenkiintoisen haastattelusta teki myös se, että tutkimusaiheeni on ajankohtainen, jonka vuoksi saimme vastaajien kanssa käytyä monipuolisia keskusteluja koskien muun muassa pankkipalvelujen viimeaikaisia muutoksia.

Haasteellisinta opinnäytetyön tekemisessä oli oman ajan aikatauluttaminen, koska tein koko opinnäytetyöprosessin ajan töitä. Hieman haastavaksi osoittautui myös lähdekirjallisuuden löytäminen pankkialalta, koskien erityisesti monikanavaisuutta. Loppujen lopuksi löysin muutaman hyvän kirjan, jotka olivat suurimmassa roolissa opinnäytetyöni lähdekirjallisuudessa. Kyselylomakkeen teko onnistui mielestäni hyvin. Sain valittua tärkeimmät, ja opinnäytetyöni kannalta oleelliset, asiat hyvin parin sivun mittaiseen kyselylomakkeeseen. Aluksi tuntui, että kyselylomakkeesta tulee liian pitkä, eivätkä haastateltavat jaksavat vastata siihen, mutta muutaman kerran muokattuani sitä sain aikaan mieleisen version. Muutaman ensimmäisen puhelinhaastattelun jälkeen myös kysymysten asettelu muokkautui keskustelutilanteeseen sopivaksi ja helpoiten ymmärrettävään muotoon.

Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen valmiiseen tuotokseeni. Henkilökohtaiset tavoitteeni koskivat lähinnä sitä, että saan toimeksiantajalle hyödyllistä tietoa monikanavaisuuden tämän hetkisestä tilasta Danske Bankissa. Tavoittelin myös saavani itsekin enemmän teoretista tietoa koskien pankkimailmaa. Myös tutkimuksen tulokset kiinnostivat luonnollisesti hyvin paljon, sillä työskentelen itse toimeksiantajayrityksessä. Myös käyttämieni tietokoneohjelmien kautta tuli onnistumisia, sillä opin tutkimukseni tuloksien kokoamisen yhteydessä käyttämään SPSS-ohjelmaa, joka oli ennestään itselleni melko tuntematon. Kokonaisuudessaan opinnäytetyön vieminen kaikkien työvaiheiden läpi oli opettava ja työläs kokemus. Toivon, että valmiista tutkimuksestani on hyötyä toimeksiantajalle.

Tutkimustulosteni pohjalta mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe voisi liittyä monikanavaisen pankkiasioinnin, ja erityisesti siihen kuuluvien eri asiointikanavien, markkinointiin. Mahdollisessa jatkotutkimuksessa voisi selvittää, mikä olisi tehokkain tapa markkinoida pankin asiointikanavia asiakkaille. Tämä ajatukseni pohjautuu siihen, että erityisesti uusimmat asiointikanavat olivat kokonaisuudessaan

tuntemattomia vastaajille. Itsepalvelukanavien toiminnot, jotka helpottavat asiointia, eivät olleet kovin hyvin vastaajilla tiedossa. Esimerkiksi verkkopankin eri käyttömahdollisuuksien hyödyntämistä olisi aiheellista tiedottaa ja markkinoida enemmän. Suurin osa vastaajista käyttää verkkopankkia vain perustoimintoihin, kuten laskujen maksuun ja tilitapahtumien seuraamiseen.

Perinteisiä pankkikonttoreita ei tarvita enää yhtä paljon kuin aikaisemmin. Viime vuosien aikana kaikki suurimmat pankkiryhvät ovat pienentäneet konttoriverkostojaan. Pankkikonttorit, jotka ovat jääneet jäljelle, ovat muuttaneet myös palveluiden tarjontaa. Peruspankkiasioissa asiakkaat on ohjattu itsepalveluun, ja konttoripalvelut ovat keskittyneet palveluissaan asiantuntijapalveluihin. (Lassila 2013.)

LÄHTEET

- Danske Bank 2013a. Danske Bank -konserni. WWW-sivut. <http://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/danske-bank-lyhyesti/Pages/DanskeBank-konserni.aspx>. Päivitetty 2013. Luettu 5.5.2013.
- Danske Bank 2013b. Löydä konttori. WWW-sivut. <http://www.danskebank.fi/fi-fi/asiakaspalvelu/Henkiloasiakkaat/loyda-konttori/Konttorit/Pages/33BM-savonlinna-kauppatori.aspx>. Päivitetty 2013. Luettu 5.5.2013.
- Danske Bank 2013c. Miniverkkopankki. WWW-sivut. <http://www.danskebank.fi/fi-fi/henkiloasiakkaat/mobiilipalvelut/pages/miniverkkopankki.aspx>. Päivitetty 2013. Luettu 5.5.2013.
- Danske Bank 2013d. Mobiilipankki. WWW-sivut. <http://www.danskebank.fi/fi-fi/henkiloasiakkaat/mobiilipalvelut/mobiilipankki/pages/mobiilipankki.aspx>. Päivitetty 2013. Luettu 5.5.2013.
- Danske Bank 2013e. Organisaatio. WWW-sivut. <http://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/danske-bank-lyhyesti/Pages/Organisaatio.aspx>. Päivitetty 2013. Luettu 5.5.2013.
- Danske Bank 2013f. Ota yhteyttä. WWW-sivut. <http://www.danskebank.fi/fi-fi/asiakaspalvelu/Henkiloasiakkaat/Ota-yhteytta/Pages/Ota-yhteytta.aspx>. Päivitetty 2013. Luettu 5.5.2013.
- Danske Bank 2013g. Suomen liiketoimintojen historia. WWW-sivut. <http://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/danske-bank-lyhyesti/Pages/Suomenliiketoimintojenhistoria.aspx>. Päivitetty 2013. Luettu 5.5.2013.
- Danske Bank 2013h. Tabletpankki. WWW-sivut. <http://www.danskebank.fi/fi-fi/henkiloasiakkaat/mobiilipalvelut/pages/tabletpankki.aspx>. Päivitetty 2013. Luettu 5.5.2013.
- Danske Bank 2013i. Verkkopankki. WWW-sivut. <http://www.danskebank.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/Verkkopankki/Pages/verkkopankki.aspx>. Päivitetty 2013. Luettu 5.5.2013.
- Danske Bank 2013j. Kotisivujen etusivu. WWW-sivut. <http://www.danskebank.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/Pages/henkiloasiakkaat.aspx>. Päivitetty 2013. Luettu 5.5.2013.
- Digitaalisen markkinoinnin barometri 2012. Divia 2012. PDF-dokumentti. <http://www.divia.fi/divia/sites/default/files/Digibarometri%202012.pdf>. Päivitetty 30.3.2012. Luettu 5.5.2013.
- Finanssialan Keskusliitto 2013. Säästäminen, luotonkäyttö ja maksutavat. PDF-dokumentti. http://www.fkl.fi/materiaalipankki/julkaisut/Julkaisut/Saastaminen_luotonkaytto_ja_maksutavat_2013.pdf. Ei päivitystietoja. Luettu 5.5.2013.

Grönroos, Christian & Järvinen, Raija 2001. Palvelut ja asiakassuhteet markkinoinnin polttopisteessä. Helsinki: Kauppakaari Oyj.

Heikkilä, Tarja 2010. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2004. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Jetsonen, Seija 2010. Keski-Suomen Osuuspankin henkilöasiakkaiden kokemukset verkkopalvelun luottihakemusprosessista. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti.
https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/17410/Jetsonen_Seija.pdf?sequence=1. Ei päivitystietoa. Luettu 5.5.2013.

Järvinen, Raija 2003. Monikanavamallit mahdollisuutena: Kuluttajien kanavavalinnat vakuutusallalla. Liiketaloudellinen aikakauskirja. PDF-dokumentti.
http://lta.hse.fi/2003/4/lta_2003_04_d4.pdf. Ei päivitystietoja. Luettu 5.5.2013.

Koivisto, Kerttuli 2011. Sähköinen pankkiasiointi ja haasteet asiakkaan näkökulmasta. Jyväskylän yliopisto. Kandidaatintutkielma. PDF-dokumentti.
<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/26625/Kerttuli.Koivisto.pdf?sequence=1>. Ei päivitystietoja. Luettu 15.5.2013.

Kontkanen, Erkki 2009. Pankkitoiminnan käsikirja. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus Oy.

Koski, Suvituuli 2006. Monikanavaisuudesta ketjukanavaisuuteen. Suoran Vuosi 2006, 12-14.

KÄKÄTE 2012. Ikääntyneet tarvitsevat apua pankkiasioden hoitamisessa. WWW-sivut. <http://www.ikateknologia.fi/component/uitiset/ikaantyneet-tarvitsevat-apua-pankkiasioden-hoitamisessa.html>. Ei päivitystietoja. Luettu 5.5.2013.

Laakkonen, Matti 2011. Asiakkaiden tietoisuus ja kiinnostuneisuus verkkopankin sijoituspalveluista. Savonia-ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti.
http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/30822/Laakkonen_Matti.pdf?sequence=1. Ei päivitystietoa. Luettu 5.5.2013.

Lappalainen, Elina 2011. Tabletpankissa rahat siirtyvät sormella raahaamalla. Talouselämä. Verkkolehti.
<http://www.talouselama.fi/uutiset/tabletpankissa+rahat+siirtyvat+sormella+raahaamalla/a/2005873>. Ei päivitystietoa. Luettu 5.5.2013.

Lassila, Anni 2013. Hakaniemi menettää vanhan Postipankkinsa. Helsingin Sanomat. Verkkolehti.
<http://www.hs.fi/paivanlehti/talous/Hakaniemi+menett%C3%A4%C3%A4+vanhan+Postipankkinsa/a1368503952909>. Ei päivitystietoa. Luettu 15.5.2013.

Lehikoinen, Mirjami & Lähteenmäki, Mirella 2004. Huvia vai hyötyä? Kuluttajien ajatuksia yritysten verkkosivuista. Suoran Vuosi 2004, 75 - 79.

- Manninen, Laura 2011. Älä mene tämän takia pankkiin. Taloussanomat. Verkkolehti. <http://www.taloussanomat.fi/raha/2011/09/03/ala-mene-taman-takia-pankkiin/201112232/139>. Ei päivitystietoa. Luettu 5.5.2013.
- Mikkonen, Asko 2013. Suomalainen pankkiasiakas haluaa verkkoon. Kauppalehti 21.3.2013,15.
- Olin, Kristian 2011. Facebook-markkinointi. Käytännön opas. Helsinki: Talentum.
- Palonen, Visa 2010. SOK / S-Verkkopalvelut Oy. Monikanavainen asiakkuus tänään ja tulevaisuudessa. PDF-dokumentti. http://www.hamechamber.fi/easydata/customers/hame/files/liiketoimintaa_verkossa_-_06_visa_palonen_monikanavainen_asiakkuus_lahti_25112010_vp_jako.pdf. Ei päivitystietoa. Luettu 5.5.2013.
- Ruhanen, Stina 2012. Pankkikonttorin aktiivikäyttäjien ohjaus monikanavaisuuteen. Tampereen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/39032/Ruhanen_Stina.pdf?sequence=2. Ei päivitystietoa. Luettu 5.5.2013.
- Rytkönen, Mika & Syvänen, Henri 2013. Palveluyritysten täytyy uudistaa itseänsä. PDF-dokumentti. <http://www.amt.fi/static/tietovarasto/45.pdf>. Ei päivitystietoja. Luettu 5.5.2013.
- Saaranen-Kauppinen Anita & Puusniekka Anna. 2006a. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Aineiston hankinta. WWW-sivut. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6.html>. Päivitetty 7.4.2009. Luettu 5.5.2013.
- Saaranen-Kauppinen Anita & Puusniekka Anna. 2006b. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Sisällönanalyysi. WWW-sivut. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_2.html. Päivitetty 12.12.2006. Luettu 5.5.2013.
- Salmenkivi, Sami & Nyman, Niko 2007. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0. Helsinki: Talentum.
- Simonen, Janne 2011. Nuorten pankin valintaan vaikuttavat syyt. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. <http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/32448/Asiakirja1.pdf?sequence=1>. Ei päivitystietoa. Luettu 5.5.2013.
- Stewart, Kate 2002. Online Banking. WWW-julkaisu. <http://site.ebrary.com.ezproxy.mikkeli.fi/2048/lib/mikkeli/docDetail.action?docID=10052682&p00=online%20banking>. Ei päivitystietoja. Luettu 5.5.2013.
- Suomen Pankki 2012. Käteisrahan saatavuus osa hyvin toimivaa pankkijärjestelmää. WWW-sivut. http://www.suomenpankki.fi/fi/suomen_pankki/ajankohtaista/tiedotteet/Pages/tiedote31_2012.aspx. Ei päivitystietoja. Luettu 5.5.2013.

Tilastokeskus 2011. Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö -tutkimus. WWW-sivut. http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_tau_013_fi.html. Päivitetty 14.6.2012. Luettu 5.5.2013.

Tilastokeskus 2012a. Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö –tutkimus. WWW-sivut. http://www.stat.fi/til/sutivi/2012/sutivi_2012_2012-11-07_tie_001_fi.html. Päivitetty 7.11.2012. Luettu 5.5.2013.

Tilastokeskus 2012b. Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö –tutkimus. WWW-sivut. http://www.stat.fi/til/sutivi/2012/sutivi_2012_2012-11-07_kat_001_fi.html. Päivitetty 7.11.2012. Luettu 5.5.2013.

Toikka, Jonna 2013. Mobiili yhdistää todellisen ja virtuaalimaailman. PDF-dokumentti. <http://www.amt.fi/static/tietovarasto/70.pdf>. Ei päivitystietoja. Luettu 5.5.2013.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2003. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vaalisto, Heidi 2011. Sampo Pankki avasi iPad-pankin. Taloussanomat. Digitoday. Verkkolehti. <http://www.digitoday.fi/bisnes/2011/11/28/sampo-pankki-avasi-ipad-pankin/201117846/66>. Ei päivitystietoja. Luettu 5.5.2013.

Ylikoski, Tuire & Järvinen, Raija 2011. Asiakkaan kokema arvo kilpailutekijänä finanssialalla. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus Oy.

Ylikoski, Tuire, Järvinen, Raija & Rosti, Pirre 2006. Hyvä asiakaspalvelumenestystekijä finanssialalla. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus Oy.

Ylisassi, Paula 2012. OP-Pohjola: Monikanavaisuus tänään. WWW-julkaisu. <http://www.slideshare.net/MagentaAdvisory/oppohjola-monikanavaisuus-tmn>. Ei päivitystietoa. Luettu 5.5.2013.

AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET

Tutkimuksen bibliografiset tiedot	Tutkimuskohde	Otoskoko, menetelmä	Keskeiset tulokset	Oma intressi opinnäytetyön kannalta
<p>Jetsonen, Seija 2010. Keski-Suomen Osuuspankin henkilöasiakkaiden kokemukset verkkopalvelun luottihakemusprosessista. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.</p>	<p>Kuinka tyytyväisiä Keski-Suomen Osuuspankin henkilöasiakkaat ovat verkkopalvelussa tapahtuvaan luottihakemusprosessiin.</p>	<p>Kvantitatiivinen lomakehaastattelu puhelimitse. Otoskoko 50 asiakasta (jotka ovat tehneet verkossa luottihakemuksen maaliskuussa 2010).</p>	<p>Asiakkaat ovat keskimäärin tyytyväisiä palveluun. Saatu paljon kehitysehdotuksia.</p>	<p>Hyviä lähde-esimerkkejä. Hyvä malli kyselylomakkeesta. Aihe lähellä omaani.</p>
<p>Laakkonen, Matti 2011. Asiakkaiden tietoisuus ja kiinnostuneisuus verkkopankin sijoituspalveluista. Savonia ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.</p>	<p>Asiakkaiden tietoisuus ja kiinnostuneisuus verkkopankin sijoituspalvelusta.</p>	<p>Kvantitatiivinen, strukturoitu kyselylomake sähköpostitse 152 asiakkaalle (joilla verkkopankki sekä sijoituksia).</p>	<p>90 % tietoisia verkon sijoitusmahdollisuuksista (kolmasosa ei kuitenkaan käyttänyt) =käyttö vähäistä (9 % käyttää viikoittain).</p>	<p>Hyviä lähde-esimerkkejä. Malli kyselylomakkeesta. Vertailuaineistoa toisesta pankista.</p>
<p>Ruhanen, Stina 2012. Pankkikonttorin aktiivikäyttäjien ohjaus monikanavaisuuteen. Tampereen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.</p>	<p>Pankki X:n aktiivikäyttäjien suuren määrän syyt pirkanmaalaisessa konttorissa.</p>	<p>Laadullinen tutkimusmenetelmä, puolistrukturoitu haastattelu sähköpostitse työntekijöille.</p>	<p>Kyselyn tulokset ja vastaukset ovat tässä opinnäytetyössä salaisia. Vastausluku on poistettu julkisesta versiosta.</p>	<p>Aihe hyvin lähellä omaani. Teoriaa monikanavaisuudesta hyödynnettävissä.</p>
<p>Simonen, Janne 2011. Nuorten pankin valintaan vaikuttavat syyt. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.</p>	<p>Tavoitteena tutkia nuorten pankin valintaan vaikuttavia syitä ja löytää ideoita markkinointiin kohdistuen nuoriin.</p>	<p>Kvalitatiivinen tutkimus, nauhoitettuna haastatteluna. Kohderyhmä 8 henkilöä 24-30v. koulutukseltaan ja tietämykseltään erilaisia.</p>	<p>Pankit kilpailutetaan vasta lainaa ottaessa. Vanhemmat vaikuttavat. Nuoret hyvin sitoutuneita valitsemaansa pankkiin.</p>	<p>Lähde-esimerkkejä. Sama toimeksiantajayritys, joten työstä paljon vinkkejä.</p>

KYSELYLOMAKE

(Oma nimi) Savonlinnan Danske Bankista hyvää päivää. Olisiko teillä hetki aikaa? Työskentelen täällä Savonlinnan konttorissa, mutta samanaikaisesti myös opiskelen tradenomiksi Mikkelin ammattikorkeakoulussa. Valmistumiseni on enää opinnäytetyötä vailla, jossa tutkin pankin eri asiointikanavia. Haluaisin kuulla kokemuksianne ja ajatuksianne tästä asiasta, ja samalla teillä on mahdollisuus auttaa opinnäytetyöni tutkimusaineiston keräämisessä. Olisiko teillä noin 10 minuuttia aikaa vastata kyselyyni opinnäytetyötä varten? Kaikki antamanne tiedot käsitellään luottamuksellisesti, eikä nimenne tule esille työssäni.

VERKKOPANKIN KÄYTTÖ

1. Onko teillä voimassa oleva sopimus Danske Bankin verkkopankkitunnuksista?

Kyllä

Ei

2. Kuinka usein käytätte verkkopankkianne?

Päivittäin

1-3 kertaa viikossa

1-3 kertaa kuukaudessa

Harvemmin kuin kerran kuukaudessa

En ollenkaan

3. Mihin toimintoihin käytätte verkkopankkianne?

Laskujen maksu

Tilisiirrot

Sijoituspalvelut (sijoitusten kehittyminen, myynti/osto, osakekaupankäynti)

Lainapalvelut

Tilitapahtumien seuranta

Yhteydenotot pankkiin

TIETOISUUS ERI ASIOINTIKANAVISTA

4. Mitä eri asiointikanavia tiedätte Danske Bankin tarjoavan?

Konttori
Pankin puhelinpalvelu
Kotisivut, internet
Facebook – sivut
Verkkopankki
Miniverkkopankki
Mobiilipankki
Tabletpankki

5. Mitä seuraavista asiointikanavista olette käyttänyt?

Konttori
Pankin puhelinpalvelu
Kotisivut, internet
Facebook-sivut
Verkkopankki
Miniverkkopankki
Mobiilipankki
Tabletpankki

6. Mitä seuraavista asiointikanavista käytätte säännöllisesti?

Konttori
Pankin puhelinpalvelu
Kotisivut, internet
Facebook – sivut
Verkkopankki
Miniverkkopankki
Mobiilipankki
Tabletpankki

7. Mikä on pääasiallinen asiointikanava seuraavien pankkiasioiden hoitoon?

	Verkkopankki	Tabletpankki	Mobiili-pankki	Puhelin-palvelu	Kotisivut	Facebook	Konttori	Otto- automaatti
Yhteydenotto, kysymykset pankkiin								
Päivittäisasiat, kortit								
Päivittäisasiat, Tilit								
Sijoitusasiat								
Laina-asiat								
Ajanvaraus pankkiin								
Laskujen maksu								
Tilisiirrot								
Rahan nosto								

8. Pankkiasiointinne keskittyy pääasiassa itsepalveluun, onko tähän jokin erityinen syy?/ Pankkiasiointinne keskittyy pääasiassa konttorissa käyntiin, mistä syystä konttorissa asiointi sopii teille itsellenne parhaiten?

9. Toivoisitteko enemmän tietoja pankin tarjoamista eri asiointikanavista?

Kyllä, millaista/mistä asioista?

Ei, miksi ei?

TAUSTATIEDOT

10. Sukupuoli

Nainen

Mies

11. Ikä

18–25

26–35

36–45

46–55

56–65

66->

12. Asema

Palkansaaja

Yrittäjä

Eläkeläinen

Opiskelija

Ei työelämässä

Muu, mikä?

13. Koulutus

Kansakoulu/peruskoulu

Ylioppilas

Ammatillinen tutkinto (toisen asteen koulutus)

Ammattikorkeakoulututkinto

Yliopistotutkinto/korkeakoulututkinto

PALAUTE PANKILLE

14. Pankki tarjoaa useita eri asiointikanavia. Mitä hyötyä koette tästä olevan asiakkaalle?

15. Mitä ajatuksia pankkipalvelujen viimeaikaiset muutokset ovat herättäneet teissä?

16. Vapaa palaute ja kehittämistoiveet Danske Bankin eri asiointikanavista sekä itse pankille. Kaikenlainen palaute on tervetullutta!

KIITOS VASTAUKSESTANNE!