

Henkilöasiakasrahoituksen lisäpalveluiden myynti ja sen kehittäminen Ylä-Pirkanmaan Osuuspankissa

Suvi Paananen

OPINNÄYTETYÖ
Marraskuu 2022

Liiketalouden tutkinto-ohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden tutkinto-ohjelma

PAANANEN, SUVI:

Henkilöasiakasrahoituksen lisäpalveluiden myynti ja sen kehittäminen
Ylä-Pirkanmaan Osuuspankissa

Opinnäytetyö 57 sivua, joista liitteitä 3 sivua
Marraskuu 2022

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli esittää toimeksiantajalle, Ylä-Pirkanmaan Osuuspankille, kehitysehdotuksia, miten henkilöasiakasrahoituksen lisäpalveluiden myyntiä voisi kehittää. Työn tekijä työskentelee henkilöasiakasrahoitustii-
missä, ja aihe valikoitui tarpeesta, sillä pankkityö on myyntityötä, jota täytyy jat-
kuvasti kehittää.

Teoriaosuudessa käsiteltiin myyntityötä: myyntiprosessia, ammattitaitoisen myy-
jän ominaisuuksia sekä asiakaskokemusta, käyttäen monipuolisesti kirjallisuutta
ja verkkolähteitä. Työssä käsiteltiin myös finanssialan toimintaympäristöä sään-
telyn, asiakaskäyttäytymisen, maailman tilanteen ja korkojen kehityksen kautta.

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä käytettiin laadullista menetelmää, ja
aineistonkeruumenetelmänä teemahaastatteluita ja havainnointia. Henkilöasi-
akasrahoitustii-
mille pidettiin ryhmähaastattelu ja toimitusjohtajalle yksilöhaastat-
telu. Teemahaastatteluiden avulla saatiin haastateltavilta syvälinen kuva rahoit-
uksen lisäpalveluiden myynnin nykytilasta sekä rahoitusneuvojien että pankin-
johdon näkökulmasta ja havainnoinnilla työntekijän näkökulmaa käytännön
myyntityöstä.

Tutkimustulosten perusteella syntyi kehitysehdotuksia uusluotonantoon, vanhan
lainakannan hoitamiseen sekä lainojen jälkihoitoon, koska näissä kohdin rahoit-
usneuvoja kohtaa laina-asiakkaan. Ennakkovalmistautuminen ennakkokyselyä
käyttämällä ja asiakkaan tilanteen laaja-alainen kartoitus sopivat jokaiseen koh-
taamiseen, oli kyseessä sitten uusi tai vanha laina. Ryhmähaastattelussa kehi-
tyskohteeksi nousi useasti ajan riittäminen. Ryhmähaastattelu tehtiin ennen kuin
lainakysyntä heikentyi inflaation ja korkojen nousun myötä, joten aikaa on nyt
enemmän vanhan lainakannan kontaktointiin, ja asiakassuhteiden syventämi-
seen.

Asiasanat: myynnin kehittäminen, myyntityö, myyntityö finanssialalla

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration

PAANANEN, SUVI:

Developing Sales Procedures for Additional Services in Customer Financing Department in Ylä-Pirkanmaan Osuuspankki

Bachelor's thesis 57 pages, of which appendices 3 pages
November 2022

The purpose of this thesis was to collect development proposals for the client, Ylä-Pirkanmaan Osuuspankki, on how the sales procedures for additional services in customer financing could be developed. The author of thesis works in customer financing team, and the topic was chosen, because working in a bank means working with sales and sales procedures must be constantly developed.

The theoretical section dealt with sales work: the sales process, the characteristics of a professional sales person, and the customer experience, using a wide range of literature and online sources. The thesis also discussed the operating environment of the financial sector through regulation, customer behavior, the current world situation and the development of interest rates.

This study was made with a qualitative research method and the data were collected with theme interviews and by making the observations. A group interview was made for the customer financing team and an individual interview was made for the managing director. With the help of theme interviews, the interviewees got an in-depth picture of the current state of the sales procedures for additional finance services, both from the perspective of financial advisors and bank management. Through observation, the employee's perspective of practical sales work was obtained.

Based on the research results, development proposals were created for granting new loans, managing old loans, and for aftercare of loans, because in these stages the financial advisor meets the loan client. An extensive customer need assessment and a preliminary survey before the meeting are suitable tools for every encounter, whether it is a new or an old loan. Time management was often brought up in the group interview. The group interview was made before the loan demand weakened due to inflation and rise in interest rates, so after these developments there is more time to contact previous loan customers, and thus deepen customer relationships.

Key words: sales development, sales work, sales in finance

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	7
1.1	Tutkimuksen tausta ja tavoite.....	7
1.2	Opinnäytetyön sisältö.....	8
1.3	Toimeksiantajan esittely	8
2	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	10
2.1	Tutkimusmenetelmät.....	10
2.2	Aineistonkeruumenetelmät.....	11
2.3	Tutkimustulosten käsittely ja analysointi	12
3	MYYNNTITYÖ.....	14
3.1	Myyntiprosessi	14
3.2	Ammattitaitoisen myyjän ominaisuudet.....	15
3.3	Asiakaskokemus	18
4	FINANSSIALAN TOIMINTAYMPÄRISTÖ.....	21
4.1	Säätely	21
4.2	Digitalisaatio ja asiakaskäyttäytyminen	22
5	HENKILÖASIAKASRAHOITUS	24
5.1	Rahoituksen lisäpalvelut	24
5.2	Uusluotonannon prosessi.....	26
5.3	Lisäpalveluiden myynnin merkitys.....	28
5.3.1	Pankin näkökulma	28
5.3.2	Asiakkaan turvaaminen	29
5.3.3	Henkilöstökokemus	29
5.4	Toimintaympäristön vaikutukset Ylä-Pirkanmaan OP:ssa.....	30
5.4.1	Digitalisaatio ja asiakaskäyttäytyminen	30
5.4.2	Koronapandemia, Venäjän hyökkäys Ukrainaan ja talouden kehitys.....	32
5.4.3	Korkoympäristö.....	34
6	LISÄPALVELUIDEN MYYNNIN NYKYTILA.....	36
7	HAASTATTELUTUTKIMUS JA HAVAINNOINTI	40
7.1	Rahoitusmyyjien haastattelut	40
7.2	Havainnointi	44
8	KEHITYSEHDOTUKSET	47
8.1	Lisämyynti uusluotonannon yhteydessä.....	47
8.2	Lisämyynti vanhaan lainakantaan	48
8.3	Asuntolainojen jälkihoito.....	48
9	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	50

LÄHTEET	53
LIITTEET	55
Liite 1. Ennakkokysely (OP Intra 2022).....	55
Liite 2. NPS-kysely (OP Intra 2022).....	57

LYHENTEET JA TERMIT

inflaatio	hintojen nousu eli rahan arvon lasku
OP	Osuuspankki
Q	vuosineljännes

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen tausta ja tavoite

Tämä opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona Ylä-Pirkanmaan Osuuspankille. Tavoitteena on arvioida henkilöasiakasrahoituksen lisäpalveluiden myyntiä Ylä-Pirkanmaan Osuuspankissa ja esittää kehitysehdotuksia, joiden avulla henkilöasiakasrahoituksen lisäpalveluiden myyntiä voidaan kehittää ja parantaa.

Lisäpalveluina tässä työssä tarkoitetaan korkosuojausta, lainan takaisinmaksuturvaa, OP Vakava sairaus ja henkiturva -vakuutusta, säännöllistä säästämistä, Pohjolan vahinkovakuutuksia sekä lakipalveluita. Osa lisäpalveluita tarjotaan yhteistyökumppaneiden Pohjola Vakuutuksen, AXA Partnersin ja Marketsin kanssa. Päivittäiset peruspankkipalvelut ja yritysrahoitus jätetään työn ulkopuolelle.

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Ylä-Pirkanmaan Osuuspankki, jossa opinnäytetyön kirjoittaja toimii asiakkuusneuvojan tehtävissä henkilöasiakasrahoituksen tiimissä. Idea tämän opinnäytetyön aiheeseen syntyi yhdessä henkilöasiakasrahoituksen tiiminvetäjän ja toimitusjohtajan kanssa. Myynnin kehittäminen valikoitui työn aiheeksi, sillä nykypäivän pankkityö sisältää jatkuvaa päivittäistä myyntityötä, ja henkilöasiakasrahoitus on tärkeä osa-alue pankissa. Opinnäytetyön aiheen valintaan vaikutti myös opinnäytetyön tekijän mielenkiinto oman myyntiosaamisen kehittämiseen rahoitusosalalla.

Tutkimuksessa haastateltiin henkilöasiakasrahoituksen tekijöitä, pankin toimitusjohtajaa sekä tehtiin havaintoja työntekijän näkökulmasta. Teoria osuus käsittelee myyntityötä: myyntiprosessia, ammattitaitoisen myyjän ominaisuuksia sekä asiakaskokemusta. Työssä esitellään myös finanssialan toimintaympäristöä, koska sillä on iso merkitys rahoitusneuvottelijan työhön.

1.2 Opinnäytetyön sisältö

Tämä opinnäytetyö koostuu teoreettisesta osuudesta ja tutkimusosuudesta. Ensimmäinen osa on johdanto, jossa esitellään tutkimuksen tausta ja tavoite, ja toimeksiantaja. Toisessa osassa kerrotaan tutkimuksen toteutuksesta, tutkimusmenetelmistä, aineistonkeruumenetelmistä ja tulosten käsittelystä.

Kolmas osuus on teoriaosuus. Teoriaosuuden aiheena on myyntityö, jossa käsitellään myyntiprosessia, ammattitaitoisen myyjän ominaisuuksia ja asiakaskokemusta. Neljäs osuus keskittyy finanssialan toimintaympäristön kuvaukseen sääntelyn, digitalisaation ja asiakaskäyttäytymisen kautta.

Kohdassa viisi esitellään henkilöasiakasrahoituksen lisäpalvelut, uusluotonannon prosessi ja lisäpalveluiden myynnin merkitys pankille, asiakkaalle ja henkilöstölle. Myös toimintaympäristön vaikutukset toimeksiantajalle esitellään.

Kohdassa kuusi kerrotaan toimeksiantajan lisäpalveluiden myynnin nykytilaa.

Haastattelututkimus ja havainnointi ovat kohdassa seitsemän. Kohdassa kahdeksan esitellään tutkimuksen perusteella tehdyt kehitysehdotukset uusluotonantoon, vanhaan lainaan ja jälkihoitoon. Viimeinen osuus sisältää johtopäätökset ja pohdinnan tutkimuksesta ja työstä, ja jatkotutkimusehdotuksen.

1.3 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyön toimeksiantajana on vakavarainen ja tehokas Ylä-Pirkanmaan Osuuspankki, joka on osa suurempaa OP Ryhmää. Ylä-Pirkanmaan Osuuspankki on aloittanut toimintansa helmikuussa 2020, kun Ruoveden Osuuspankki, Virtain Osuuspankki ja Kihniön Osuuspankki fuusioituivat. Konttorit sijaitsevat Ruovedellä, Virroilla ja Kihniöllä. Pankki työllistää 27 pankkialan ammattilaista. (OP Ylä-Pirkanmaa n.d.)

Huhtikuun lopussa vuonna 2022 pankilla oli 20 552 asiakasta. Ylä-Pirkanmaan Osuuspankki on osuuskunta, pankin omistavat omistaja-asiakkaat, joita huhti-

kuun lopussa vuonna 2022 oli 12 726 kappaletta. Omistaja-asiakkaille Ylä-Pirkanmaan Osuuspankki palauttaa merkittävän osan tuloksestaan OP-bonuksina ja muina etuina ja alennuksina, vuonna 2021 pankki maksoi omistaja-asiakkailleen 1 248 000 euroa bonuksia. Omistaja-asiakkaat käyttävät kyseisiä bonuksia muun muassa pankkipalvelumaksujen ja Pohjolan vakuutusten maksamiseen sekä kiinteistönvälityspalkkion maksuun. (OP Ylä-Pirkanmaa n.d.)

Ylä-Pirkanmaan Osuuspankissa on tarjolla kaikki finanssi- ja vakuutuspalvelut, ja se palvelee niin yksityisasiakkaita, yritysasiakkaita kuin myös maatalousyrittäjiä. Pankki tarjoaa päivittäisten raha-asioiden hoidon, lainat eri tarpeisiin sekä säästämisen ja sijoittamisen ratkaisut. Pankista löytyy sekä Pohjolan vakuutukset, OP Koti Pohjois-Häme Oy:n tarjoamat kiinteistönvälityspalvelut, lakipalvelut perhettä, verotusta ja kiinteistökauppoja koskevissa tilanteissa sekä yksilöllistä varallisuudenhoitoa OP Ryhmän OP Private -yksikössä. Pankki tarjoaa palvelut asiakkaille kattavasti konttorissa, verkossa, mobiilissa ja puhelimesta. (OP Ylä-Pirkanmaa n.d.)

Ylä-Pirkanmaan Osuuspankin toimintaa ohjaavat arvot: ihmisläheisyys, vastuullisuus ja yhdessä menestyminen. Pankin perustehtävänä on luoda kestäväää taloudellista menestystä, turvallisuutta ja hyvinvointia omistaja-asiakkailleen ja toimintaympäristölleen.

Pankki toimii eettisesti, kestävästi ja vastuullisesti. Tämä näkyy pankin päivittäisissä asiakaskohtaamisissa, vastuullisissa päätöksissä sekä pitkäjänteisessä osallistumisessa elinvoimaisen toimintaympäristön kehittämiseen. (OP Ylä-Pirkanmaa n.d.)

Yhteistyökumppanit, joiden palveluita opinnäytetyö käsittelee, ovat Pohjola Vakuutus, AXA Partners ja Markets. Pohjola Vakuutus on OP-ryhmän tytäryhtiö, joka tarjoaa vahinkovakuutuspalvelut niin henkilö-, yritys- kuin yhteisöasiakkaille. AXA Partners on luotto- ja henkilövakuutusten välittäjä Euroopassa, Latinalaisessa Amerikassa, Aasiassa ja Tyynenmeren alueella. Markets on OP Yritys pankin osasto, joka tuottaa Osuuspankeille sijoitus- ja korkosuojaustuotteita, ja toimii henkilö- ja yritysasiakaspuolella tukena muun muassa pankin myyntiä ja korkosuojausta ja sijoitustoimintaa koskevissa asioissa.

2 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

2.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmät on jaettu määrällisiin (kvantitatiivisiin) ja laadullisiin (kvalitatiivisiin) menetelmiin. Tyypillinen määrällinen menetelmä on lomakekysely tai strukturoitu lomakehaastattelu, jossa kysytään samoja asioita samassa muodossa isolta joukolta vastaajia. Määrälliset menetelmät sopivat hyvin tilanteeseen, jossa halutaan testata, pitääkö jokin teoria paikkansa tai perustuu kohteen kuvaamiseen ja tulkitsemiseen tilastojen ja numeroiden avulla. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2020, 104–105.)

Tyypillisiä laadullisia menetelmiä ovat teema-, avoin ja ryhmähaastattelu sekä osallistuva havainnointi. Analysoitavaa aineistoa syntyy usein runsaasti, sillä tarkoituksena on hankkia kohteesta paljon tietoa ja ymmärtää ilmiötä paremmin ja kokonaisvaltaisemmin. Koska tarkoitus on tuottaa uutta tietoa, olemassa olevat teoriat eivät usein ohjaa laadullisten menetelmien suunnittelua yhtä paljon kuin määrällisten menetelmien suunnittelua. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2020, 104–105.)

Kehittämistyössä keskeistä on käyttää useampaa menetelmää, jolloin kehittämistyön tueksi saadaan erilaista tietoa, monenlaisia näkökulmia ja ideoita (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2020, 40).

Opinnäytetyön tavoitteena on ymmärtää ja kehittää Ylä-Pirkanmaan Osuuspankin henkilöasiakasrahoituksen lisäpalveluiden myyntiä, ja parhaiten se tapahtuu käyttämällä laadullisen tutkimuksen menetelmiä, jotka tukevat kehittämistyötä parhaiten. Toiminnan kehittämiseen tarvitaan henkilöasiakasrahoituksen tekijöiden ja pankin johdon kokemuksia ja näkemyksiä. Tutkimustuloksista kerätään mahdollisia kehitysideoita. Henkilöasiakasrahoituksen tiimin pieni koko on myös syy, miksi määrällistä tutkimusta ei tehdä.

2.2 Aineistonkeruumenetelmät

Laadullisella aineistolla tarkoitetaan tekstiaineistoa, joka on syntynyt tutkijasta riippuen tai riippumatta. Aineistoa ovat esimerkiksi haastattelut ja havainnoinnit, päiväkirjat, omaelämäkerrat ja kirjeet. (Eskola & Suoranta 1998, 15.)

Haastattelu ei kuulu vain laadulliseen tutkimukseen, vaan sen avulla voidaan kerätä yhtä hyvin määrällisen tutkimuksen aineistoa. Haastatteluja on erityyppisiä ja kullakin on oma käyttötarkoituksensa. Strukturoidussa haastattelussa on suunniteltu tarkka haastattelurunko, jota käytetään kaikissa haastatteluissa. Puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu sopii tilanteeseen, jossa ei täysin tunneta tutkimuksen kohdetta etukäteen eikä haluta liikaa ohjata vastaajia. Teemahaastattelussa haastatteluteemat on suunniteltu huolellisesti, mutta sanamuodot ja kysymysten järjestys voivat vaihdella haastattelusta toiseen, ja haastatteluja voidaan muokata edellisten haastattelujen mukaan. Avoin haastattelu on edellistä joustavampi ja muistuttaa enemmän keskustelua kuin haastattelua. Se sopii tilanteisiin, joissa halutaan syvällisesti selvittää esimerkiksi, miksi ihmiset käyttäytyvät tietyllä tavalla. (Eskola & Suoranta 1998, 86; Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2020, 40.)

Ryhmähaastattelussa tavoitteena on ryhmäkeskustelu tutkijan haluamasta aiheesta tai teemoista. Ryhmähaastattelussa saatetaan saada tietoa yksilöhaastattelua enemmän, koska osallistujat voivat yhdessä muistella, herättää muistikuvia, tukea ja rohkaista. Ryhmähaastattelua voidaan käyttää yksilöhaastattelun sijasta tai ohella. Sopiva haastateltavien määränä yhdellä kertaa on 4–8 henkilöä. Haastateltavien tulee olla suhteellisen yhdenmukainen ryhmä, jotta kaikki ymmärtävät esitetyt kysymykset ja käytetyt käsitteet, jolloin keskustelu on mahdollinen. Tavoitteena on avoin ja vapaa ilmapiiri, ja ongelmana saattavat olla ryhmää dominoivat henkilöt, mutta pääsääntöisesti haastattelijan tehtävä on saattaa keskustelu alkuun ja olla sen jälkeen mahdollisimman hiljaa. (Eskola & Suoranta 1998, 95–99.)

Havainnointi on suositeltava menetelmä kaikkeen kehittämistyöhön, ja sitä käytetään esimerkiksi haastattelun lisänä tai tukena. Hyödyllistä tietoa saa usein paremmin tarkkailemalla itse todellisia tapahtumia kuin esimerkiksi kyselyillä ja

haastatteluilla. Osallistuvassa havainnoinnissa havainnoija osallistuu esimerkiksi työntekijän roolissa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2020, 42, 114.)

Aineistonkeruumenetelminä tässä työssä käytetään yksilohaastattelua, ryhmähaastattelua ja havainnointia. Ylä-Pirkanmaan Osuuspankin henkilöasiakasrahoitustiimin neljälle jäsenelle pidetään ryhmähaastattelu kasvokkain pankin tiloissa ja pankin toimitusjohtajalle tehdään yksilohaastattelu kasvokkain pankin tiloissa. Ryhmähaastattelussa haastateltavat tietävät aiheen etukäteen, mitään erillistä kyselylomaketta ei ole tehty, aiheina ovat opinnäytetyön teemat. Pankin toimitusjohtajaa haastatellaan pankin näkökulmasta opinnäytetyön teemoihin liittyen.

Haastatteleamalla avainhenkilöitä, eli henkilöasiakasrahoituksen lisäpalveluidenmyyjiä sekä pankin johtohenkilöä, saadaan selville näkemyksiä ja kokemuksia, joilla on merkitystä työn kehittämisessä.

Havainnointia käytetään aineistonkeruumenetelmänä, koska työn tekijä työskentelee opinnäytetyön teemojen parissa, ja saa päivittäin paljon monipuolista tietoa aiheesta.

2.3 Tutkimustulosten käsittely ja analysointi

Haastattelut kannattaa äänittää eli tallentaa, jotta haastatteli vapautuu tarkkailemaan haastateltavia. Tallenne toimii muistina ja haastatteluun on helppo palata uudelleen. Haastattelun kuunteleminen uudelleen mahdollistaa uusien näkökulmien huomioimisen. Äänittämiseen on aina saatava haastateltavien lupa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2020, 107.)

Tämän opinnäytetyön ryhmähaastattelu nauhoitettiin kaikkien haastateltavien suostumuksella puhelimen Tallennin -sovelluksella, jotta haastattelua voitiin analysoida luotettavasti.

Tallenne yleensä kirjoitetaan auki, eli litteroidaan. Litterointi on analysoinnin apuväline, ja se, kuinka tarkasti tallenne litteroidaan, riippuu kehittämisestä.

Jos vain vastausten sisällöllä on merkitystä, haastattelu voidaan litteroida ylimalkaisemmin yleiskielellä. Litterointi on tehtävä sanatarkasti, jos käytetyillä sanoilla on merkitystä tutkimuksen kannalta. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2020, 107.) Tämän tutkimuksen tallenne litteroitiin sana tarkasti Wordiin, jonka jälkeen sitä lähdettiin analysoimaan.

Analysoinnissa pyritään löytämään yhteyksiä käytettyyn teoriaan. Litteroitu aineisto puretaan teema-alueittain. Sisällönanalyysillä pyritään järjestämään aineisto tiiviiksi ja selkeäksi, jotta voidaan tehdä selkeitä ja luotettavia johtopäätöksiä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2020, 110, 136.)

Tämän opinnäytetyön ryhmähaastattelu analysoitiin sisällönanalyysin avulla, eli tavoitteena oli etsiä ja tunnistaa tekstin merkitystä.

Haastattelun tuloksia ei esitellä tai eritellä yksilötasolla, jotta vastaukset pysyvät anonyymeinä.

Toimitusjohtajan yksilöhaastattelua ei tallennettu, eikä erikseen analysoitu, hänen haastattelunsa toimii työn yhtenä lähteenä.

3 MYYNTITYÖ

3.1 Myyntiprosessi

Myyntiprosessi on rutiini, jolla varmistetaan myyntityön järjestelmällisyys. Perinteisen myyntiprosessin vierelle ovat tulleet muun muassa sosiaalisessa mediassa ja muualla verkossa tapahtuvat kohtaamiset asiakkaiden kanssa. Myynnin apuna on myyntirobotteja, jotka tulevat lisääntymään tulevaisuudessa. Asiakas käyttää nykyisin vähemmän aikaa yksittäistä palveluntarjoajaa kohde. Asiakkaan viesteihin ja lisätietopyyntöihin on vastattava viipymättä. Asiakkaita palvellaan oikea-aikaisemmin ja entistä kohdennetummalla viestillä. Parhaimmat myyntiorganisaatiot pystyvät ennustamaan asiakkaan liikkeitä ja tuottamaan ylivertaista asiakaskokemusta esimerkiksi hyödyntämällä robotiikkaa. Ostamisen on oltava asiakkaalle helppoa, ja esimerkiksi verkkokaupan tulee olla helppo käyttöinen. (Rubanovitsch 2018, 52–53; Koivumäki & Korteso 2019, 20.)

Asiakas kohdataan nykyisin moniulotteisesti: verkossa tapahtuva myynti, kasvokkain myynti, partneriverkoston kautta tapahtuva myynti, sekä hybridimyynti, joka on yhdistelmää edellä mainituista. Kaupankäynti on siirtymässä hiljalleen verkkoon, vähintään ajatus tuotteesta myydään verkossa. Yrittäjän tulee tunnistaa, asettuuko asiakaspolku osittain tai kokonaan verkkoon, ja panostaa sen mukaisesti oikeanlaiseen markkinointiin ja ostokokemukseen. Asiakas kaipaa juuri hänelle kohdennettua tietoa ja sisältöä. (Rubanovitsch 2018, 143, 158; Koivumäki & Korteso 2019, 18.)

Myyntiprosessin tavoite on saada asiakas ostamaan. Myynnin portaita ja kaavoja on erilaisia. Tasokas ja mitattava myynti perustuu toimivaksi testatun myyntiprosessin noudattamiseen. On tärkeää, että myynnin eri vaiheet käydään läpi oikeassa järjestyksessä. Myyjän on hallittava prosessia koko ajan. (Vuorio 2013, 40.)

Vuorio (2013, 42) esittelee toimintamallin nimeltä ”Myynnin portaat”, jota oikein noudattamalla suurin osa asiakkaista saadaan toimimaan myyjän tavoitteiden mukaan. Hyvin suuri osa myyjistä olettaa kaupan tapahtuvan vain esittelemällä itsensä, siirtymällä suoraan tarjoukseen ja tuotteen suositteluun, eivätkä he myy

asiakkaaseen vaikuttamiseen perustuen. Tuotteesta tai palvelusta on oltava hyötyä asiakkaalle, ja hyvin kartoittamalla asiakkaan tilanne, löytyy hyöty.

”Myynnin portaat” on tuttu toimintamalli myös Ylä-Pirkanmaan Osuuspankissa (kuva 1).

Ylä-Pirkanmaan Osuuspankissa asiakkuuksien hoidon perustana on kokonaisvaltainen ja systemaattinen asiakkaan elämän nykytilanteen ja tulevaisuuden kartoittaminen, eli tarvekartoitus. Tarvekartoituksessa selvitetään asiakkaan nykytilanne, tulevaisuuden suunnitelmat ja unelmat. Tuntemalla asiakkaan tilanne, saa asiakas juuri hänen tarpeisiinsa suunnitellun ratkaisun.



KUVA 1. Myynnin portaat (OP Intra 2022)

Pankin asiakkaat jaetaan asiakkaan asioinnin laajuuden, laadun ja määrän perusteella erilaisiin ryhmiin, joiden mukaan asiakkaita kontaktoidaan ja heille tarjotaan palveluita. Mitä enemmän asiointia ja palveluita asiakkaalla on, sitä tärkeämpi asiakas on pankille.

3.2 Ammattitaitoisen myyjän ominaisuudet

Asiantuntijalle sana myynti saattaa usein aiheuttaa lievää ahdistusta, ja myyntiä kaihdetaan. Tällainen suhtautuminen myyntityöhön on hyvin vanhentunut. Asiantuntija työssä on osattava myydä omaa ideaa, projektia, tiimiä tai omia palveluita.

Myyntitaito kuuluu osana asiantuntijan perustaitoihin, vaikkei olisikaan hakeutunut myyntitehtäviin. Pelkkä hyvä tekninen osaaminen ei riitä, vaan tarvitaan myös osaamisen aktiivista markkinointia ja myyntiä.

Asiantuntijatyö ja myynti mielletään usein erilaisina ammatteina, mutta nämä työt muistuttavat toisiaan ja jokainen asiantuntija tekee jatkuvasti myyntityötä tiedostamattakin. Molemmissa toiminnan perustana on asiakkaiden löytäminen. (Salminen 2018, 11, 23–24.)

Hyvän myyjän kaksi perusominaisuutta ovat tietynlainen empatia, ja into, halu, tehdä myyntiä, jonka ainoa motivaatio ei ole raha.

Myyjän tehtävä vaatii vuorovaikutustaitoja, myyntitekniikkaa, periksiantamattomuutta, sinnikkyyttä sekä oikeanlaista nöyryyttä.

Huippumyyjien, kuten myös huippu-urheilijoiden tunnusmerkkejä ovat: asenne, ajankäytön hallinta ja tavoitteellisuus, myyntiesittelytaidot ja tuloksellinen asiakaskohtaaminen, tuotetietous, ulkoinen olemus, asiakashankinta ja lisämyynti, kyky tulla toimeen erilaisten persoonien kanssa sekä kaupanpääöstaidot. Kaikkia näitä ominaisuuksia voi kehittää ja näihin voi itse vaikuttaa. (Mayer & Greenberg 2006; Rummukainen 2015, 19–20; Vuorio 2013, 11.)

Myyjän asenteella on valtava vaikutus myyntituloksiin. On merkitystä, miten myyjä arvostaa myyntiä ja tuotteita ja suhtautuu takaiskuihin. Huippumyyjät ovat ylpeitä ammatistaan, tuotteestaan ja yrityksestä, jossa työskentelevät, ja haluavat kehittyä myyjinä. Huippumyyjät eivät keskity epäonnistumisiin tai ryve itsesäällissä, vaan analysoivat mikä meni hyvin, mitä olisi voinut tehdä paremmin ja miten mennä eteenpäin, ja vaihtavat negatiivisen ajatuksen positiiviseen. Huippumyyjät ottavat itse vastuun tekemisistään ja tuloksistaan. (Rummukainen 2015, 22–25.)

Ajankäytön hallinta on yksi ratkaiseva tekijä huipputulosten saavuttamisessa. Ajankäyttö on suoraan verrannollinen myyntitulosten kanssa. Huippumyyjät ovat tietoisia, mihin aikaansa käyttävät, ja heillä on selkeät tavoitteet jokaiselle asiakaskohtaamiselle. He analysoivat, keskittyvät asioihin huolella, ja yksinkertaistavat tekemisiään. Hyvät myyjät ovat itse ohjautuvia ja pilkkovat tavoitteet pienempiin osiin, jolloin tavoitteet eivät tunnun liian suurilta saavuttaa. (Rummukainen 2015, 36–39.)

Huippumyyjät valmistautuvat myyntiesittelyyn sekä fyysisesti, henkisesti että käytännössä. Monet hyvät myyjät tekevät mielikuvaharjoituksia, ja muistelevat aikaisempia suorituksia. Hyvät myyjät varmistavat tekniikan toimivuuden ja tarvittavan materiaalin. Huippumyyjät luovat inhimillisen ja hyvän tunnelman. Myyntiesittelyn aikana huippumyyjät kysyvät paljon, puhuvat vähän, ja johtavat kysymyksillään keskustelua. He eivät oleta mitään, vaan kysyvät, ja tarkkailevat asiakkaan sanoja, äänensävyjä ja kehonkieltä. (Rummukainen 2015, 66–69.)

Joskus liian teknisestä tietoudesta on haittaa myyntityössä. Huippumyyjät kertovat, miten asiakas hyötyy myytävästä tuotteesta tai palvelusta, eikä luettele vain tuotteen ominaisuuksia ja perustietoja, joita asiakkaat hankkivat internetistä usein itse. Hyvä myyjä perustelee, eikä oleta, että asiakas tietää tai arvaa hyödyn. Huippumyyjät osaavat kuunnella asiakasta, ja saavat heistä tietoja hyötyjen perusteeseen. Tärkeimpiä taitoja on kykyä kuunnella, ja aktivoida asiakas puhumaan. Asiakkaan tulisi olla äänessä 80 % ja myyjän 20 %. Tuotetietouden hallintaan kuuluu myös kohtuullinen kilpailijatieto. Ihmiset rakastavat tarinoita. Käytännön tarinat tuotteesta tai palvelusta ovat havainnollisempia kuin tuote-esittelyt. (Rummukainen 2015, 51–55; Vuorio 2013, 66–67.)

Ulkoisen olemus on sanatonta viestintää, ja huippumyyjät suhtautuvat siihen vakavasti. Sanatonta viestintää ovat muun muassa pukeutuminen, hiukset, hymy, ryhti ja kättely. Toimiala sanelee myös pukeutumista. Myyntialalla vaatteiden pitää olla siistit eikä liian paljastavat. Vireä olemus ja hyvä ryhti viestittävät varmuutta ja uskottavuutta. Ensivaikutelmaa luodessa hymy on tärkeä, samoin kättely ja tervehtiminen. (Rummukainen 2015, 82–84.)

Huippumyyjät osaavat hankkia uusia asiakkaita, ja tiedostavat, että se kuuluu myyntityöhön ja takaa jatkuvuuden. Huippumyyjät saavat paljon uusia asiakkaita vanhoilta tyytyväisiltä asiakkailta, suositusten kautta. Huippumyyjät huolehtivat jälkihoidosta; ottavat yhteyttä asiakkaaseen ja tiedustelevat, onko tämä ollut tyytyväinen. Huippumyyjät eivät kammoksu uusasiakashankintaa, vaan tarjoavat rohkeasti tuotteitaan tai palveluitaan. Olemassa olevien asiakkaiden kontaktointia huippumyyjät tekevät säännöllisesti. Huippumyyjillä on rohkeutta tarjota lisäkauppaa, eivätkä vieroksu puhelinta. (Rummukainen 2015, 94–99.)

Huippumyyjät ovat hyviä kanssakäymisessä, ja osaavat luoda hyvän fiiliksen erilaisten ihmisten kanssa. He arvostavat asiakasta sanattomassa ja sanallisessa viestinnässä, ja mukautuvat asiakkaan rytmikkaan puhenopeudessa ja elekielessä. Kanssakäymistä voi opetella ja harjoitella. (Rummukainen 2015, 110–112.)

Kauppanpäättötaitoihin kuuluu taito lukea ja kuunnella ostosignaaleja sekä taito ja rohkeus kysyä kauppaa. Huippumyyjä kuuntelee keskittyneesti asiakasta, ja huomaa asiakkaan lähettämät ostosignaalit ja reagoi niihin oikeaan aikaan. Kauppanpäättäminen on monen myyjän mielestä kaupanteon stressaavin osuus. Kauppanpäättämistä voi harjoitella, ja se vaatii menemistä aika ajoin epämukavuusalueelle. (Rummukainen 2015, 120–125.)

Finanssiala työllistää Suomessa noin 42 000 ihmistä (Tilastokeskus 2020). Alan yhtiöissä on tarjolla monipuolisia tehtäviä eikä yhtä ainoaa ja oikeaa koulutusta alan tehtäviin ole. Nykyisessä työelämässä kehittyminen ja elinikäinen oppiminen ovat tärkeitä. (Finanssiala 2021.)

Rahoitusneuvottelijalta vaadittavia ominaisuuksia ovat kyky ja halu oppia uutta, itseohjautuvuus, yhteistyö- ja vuorovaikutustaidot, motivaatio, innostus, tavoitteellisuus, ongelmanratkaisukyky, luovuus ja tilannetaju. Hyvät neuvottelutaidot, oikeanlainen argumentointi sekä tunneäly korostuvat päivittäisessä työssä. Rahoitusmyyjän tulee napata sivulauseestakin kiinni asiakkaan tarpeesta ja löytää hänelle paras kokonaisratkaisu. Palveluasenteen tulee olla kohdillaan, ja teknisestä osaamisesta ja digitaalisesta ymmärryksestä on etua. (Finanssiala 2021.)

3.3 Asiakaskokemus

Asiakaskokemus on osa myyntityötä. Asiakkaan ja yrityksen kohtaamiset synnyttävät asiakkaalle tunteita ja mielikuvia, ja näistä syntyy asiakaskokemus.

Asiakaskokemus alkaa siitä hetkestä, kun asiakas päättää hankkia ostoksen tai palvelun. Digitalisaatio on luonut enemmän kohtaamispisteitä asiakkaan ja yrityksen välille, ja kaikki nämä kohtaamispisteet eivät ole yrityksen hallittavissa, esi-

merkiksi netissä käytävät keskustelut. Asiakaskokemukseen vaikuttavat asiakkaan omien kokemusten lisäksi aiheesta aiemmin käydyt keskustelut ja luetut jutut. (Korkiakoski 2019, 16–17.)

Asiakaskokemustutkimuksen mukaan myynnin edustajien tulisi olla enemmän mukana kehittämässä asiakaskokemusta. Heidät tulisi kytkeä tiukemmin yrityksen asiakaskokemuksen tavoitteisiin, mittareihin ja palkitsemiseen.

Kun henkilöstökokemus on kunnossa ja henkilöstö viihtyy, synnyttää se hyvää asiakaskokemusta. Yritykseen sitoutunut ja työssään viihtyvä työntekijä on luonnollisesti tuottavampi, ja tuottaa myös hyvää asiakaskokemusta. Reilu ja työntekijöitä arvostava yritys saa työhönsä sitoutuneempia ja arvoa tuottavia tekijöitä, jotka puhuvat työnantajastaan positiivisesti muille. (Korkiakoski 2019, 38; Holma, Laasio, Ruusuvuori, Seppä & Tanner 2021, 85, 89.)

Asiakkaalle hyvä kokemus muodostuu tehokkuuden, helppouden ja tunteen kautta. Tehokkuus tarkoittaa yrityksen sisäisten prosessien toimivuutta ja sujuvuutta: asiakkaalle luodaan lisäarvoa eli vastinetta rahalle. Helppous on yksinkertaisuudessaan asioiden helppoutta ja että asiat tulevat kerralla kuntoon, esimerkiksi asiakas saa helposti yhteyden yritykseen. Tunne on lopputulos, joka asiakkaalle jää yksittäisistä kohtaamisista tai koko asiakassuhteesta. Esimerkiksi asiakkaan tunne-elämystä voidaan parantaa kouluttamalla henkilökuntaa kohtaamaan asiakas entistä henkilökohtaisemmin. (Korkiakoski 2019, 43–45.)

Tunteita ymmärtämällä voidaan luoda parempaa asiakaskokemusta ja työntekijäkokemusta. Jokaisella tunteella on tehtävä, ja tunne saa meidät toimimaan tietyllä tapaa. Siksi on tärkeää ymmärtää, miten erilaiset tunteet saavat meidät käyttäytymään. Ei ole vain kahta tunnetta, tyytyväinen ja tyytymätön. Ilman tunteita emme pysty tekemään päätöksiä. (Killström 2020, 9, 15.)

Asiakaskokemuksen mittaamista tarvitaan yrityksen toiminnan kehittämiseksi. Asiakaskokemuksen mittaamiseen on erilaisia mittareita. Suomessa NPS -mittari on suosittu malli. NPS eli Net Promoter Score on laadullinen asiakaskyselyyn perustuva, asiakasuskollisuuden mittari, joka mittaa asiakkaan suositteluhalukkuutta. Asiakkaalta kysytään NPS eli suosittelukysymys, asiakkaan kokema hyöty sekä tapaamisesta jäänyt tunnetila. Suosittelua mitataan asteikolla 0-10,

jossa 0=erittäin epätodennäköisesti ja 10=erittäin todennäköisesti. Asiakaskokemuksen kehittämisessä tulee keskittyä asiakkaiden ongelmien ratkaisuun. Pelkkä mittaaminen ei riitä, vaan saatuja palautteita tulee hyödyntää ja tuloksista viestiä sisäisesti ja ulkoisesti, ja tuloksia hyödyntää osaamisen valmentamisessa, ja tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä. (Korkiakoski & Gerdt 2016, 159, 166–169.)

Tyytyväiset asiakkaat ostavat uudelleen ja kertovat muillekin hyvistä kokemuksista. Tyytymättömät asiakkaat kääntyvät kilpailijoiden puoleen, eivätkä suosittele palvelua tai tuotetta muille.

Asiakasarvo ja asiakastyytyväisyys ovat keskeisiä asioita asiakassuhteiden kehittämisessä ja hallinnassa. (Kotler, Armstrong, Harris & Piercy 2017, 7.)

4 FINANSSIALAN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

4.1 Sääntely

Pankkitoimintaa koskeva sääntely on viime vuosina lisääntynyt ja tiukentunut, ja se vaikuttaa rahoituspuolella uusien lainojen myöntämiseen sekä olemassa oleville lainoille tehtäviin muutoksiin.

Finanssitoimialan sääntely luo tiukat vaatimukset liiketoiminnalle. Finanssivalvonta valvoo ja säätelee pankkien toimintaa yhteistyössä Euroopan keskuspankin kanssa. Pankin strategialla varmistetaan, että sääntelyä noudatetaan.

Yhtenä perusvaatimuksena on asiakastietojen luottamuksellisuuden varmistaminen ja tietoturvan jatkuva kehittäminen. Asiakkaisiin liittyviä tietoja käsitellään niiden edellyttämällä huolellisuudella. Lisäksi pankki toimii aktiivisesti rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estämiseksi. Asiakkaan tunteminen auttaa tunnistamaan asiakkaan tarpeet ja edistää siten asiakkaalle sopivimpien tuotteiden ja palveluiden tarjoamista.

Pankin tulee tuntea asiakkaansa ja hänen taloudellinen tilanteensa asiakassuhteen edellyttämässä laajuudessa. Lainaa myönnettäessä asiakkaan antamien tietojen oikeellisuus tulee varmistaa. Lainan myöntämisen tulee perustua maksukykyyn, ei vakuuksiin. Asiakkaan maksukyky täytyy todentaa ja dokumentoida, esimerkiksi palkkakuitista ja tilitapahtumista, omarahoitusosuuden varojen alkuperä tulee selvittää.

Lainan myöntämisen tulee olla vastuullista, laadukasta ja reilua. Vastuullista lainan myöntäminen on, kun lainamäärä on mitoitettu asiakkaan maksukykyyn sopivaksi, ja asiakkaalle tarjotaan lisäpalveluita, muun muassa korkokattoa ja lainan takaisinmaksuturvaa. Laadukasta, kun rahoituspäätös on tehty sääntöjä noudattaen ja perustellen, ja reilua, kun asiakasta kohdellaan oikeudenmukaisesti lainaa myöntäessä, ja asiakkaalle perustellaan ymmärrettävästi pankin päätökset.

Myönnettävän asuntolainan määrää rajoittaa laissa säädetty enimmäisluototussuhde, jonka avulla viranomaiset voivat hillitä kotitalouksien liiallista velkaantumista sekä ehkäistä asuntojen hintojen ja asuntoluotonannon liialliseksi arvioimaansa kasvua. Laki tuli voimaan 1.7.2016. (Finanssivalvonta 2022.)

Luototussuhteella tarkoitetaan myönnettävän asuntolainan määrää suhteessa lainan vakuudeksi annettujen vakuuksien käypään arvoon lainan myöntämishetkellä. Lakiin kirjattu enimmäisluototussuhde on pankkia sitova – sen voi ylittää ainoastaan erityisissä poikkeus tilanteissa. Finanssivalvonta valvoo lain noudattamista, ja ettei sitä kierretä esimerkiksi myöntämällä asiakkaille kulutusluottoja omarahoitusosuuden kattamiseksi. (Finanssivalvonta 2022.)

Myönnettävän lainan määrä saa olla lain mukaan enintään 85 % vakuuksien käyvästä arvosta. Ensiasunnon hankintaan otettavien asuntolainojen osalta enimmäisluototussuhde on 95 %. Esimerkiksi 100.000 euron asuntoon voidaan antaa lainaa ensiasunnon ostajalle 95.000 euroa, ja muulle kuin ensiasunnon ostajalle 85.000 euroa. Jos asiakkaan lainatarve ylittää enimmäisluototussuhteen, tulee lainalle hankkia lisää luototussuhteen laskennassa hyväksyttäviä vakuuksia.

4.2 Digitalisaatio ja asiakaskäyttäytyminen

Digitalisaatio ohjaa asiakkaat sähköisten palveluiden pariin, ja mitä enemmän asiakkaat käyttävät sähköisiä palveluita, sitä enemmän niitä kehitetään ja lisätään.

Finanssiala on yksi maailman digitalisoituneimmista toimialoista.

Vuosi 2010 oli finanssialan digitalisaation taitekohta. Maailmanlaajuinen finanssikriisi lisäsi tehostamistarvetta ja palvelut digitalisoituivat nopeasti. Älypuhelimien tulo markkinoille 2010-luvun alussa muutti asiakaskäyttäytymistä, minkä vuoksi toimialan oli investoitava digitaalisiin palveluihin. (Suomen vakuutusyhdistys 2020.)

Digitalisaatio merkitsee osaamistarpeiden ja työelämätaitojen muutosta. Finanssialalla digitaalisuus on kaikessa: asiakaskohtaamisissa, vuorovaikutuksessa ja

viestinnässä, verkosto-osaamisessa, oppimisessa, tiedon soveltamisessa ja johtamisessa. Digitalisaatio vähentää rutiineja, helpottaa tiedonsaantia, ja on parhaimmillaan tehokas työkalu työprosessin eri vaiheissa, ja parantaa organisaation sisäistä ja ulkoista viestintää. (Suomen vakuutusyhdistys 2020.)

5 HENKILÖASIAKASRAHOITUS

5.1 Rahoituksen lisäpalvelut

Rahoituksen lisäpalveluilla tarkoitetaan lisäpalveluita, joilla lainanottaja turvaa talouttaan ja maksukykyään. Lainanottajan riskit liittyvät usein muutoksiin henkilökohtaisessa elämässä tai maailmassa sen ympärillä ja niitä voi olla vaikea ennakoita. Rahoitusneuvottelijan tehtävä on kartoittaa mahdolliset riskit, joita velallinen voi laina-aikana kohdata, varmistaa, että asiakas on suojannut taloutensa mahdollisilta muutoksilta, ja, että asiakas ymmärtää, mitä suojaamatta jättäminen tarkoittaa. (op.fi n.d.)

Suoraan lainaan liittyviä lisäpalveluita ovat lainan takaisinmaksuturva ja korkokatto. Lisäpalveluita ovat myös OP Vakava sairaus ja henkiturva -vakuutus, säännöllinen säästäminen, Pohjolan vahinkovakuutukset sekä lakipalvelut, kuten esimerkiksi testamentti. Kaikilla mainituilla on tärkeä paikkansa asiakkaan talouden turvaamisen ja riskien hallinnan näkökulmasta.

Yhteistyössä AXA Partnersin kanssa tarjotaan lainan takaisinmaksuturva ja OP Vakava sairaus ja henkiturva, ja yhteistyössä Marketsin kanssa korkokatto.

Lainan takaisinmaksuturva on apuna lainan maksuerien maksamisessa. Lainan takaisinmaksua turvaavista vakuutuksista käytetään erilaisia nimityksiä kuten lainaturva, lainavakuutus ja lainan takaisinmaksuturva. Vakuutus antaa turvaa työttömyyden, työkyvyttömyyden, tapaturmaisen pysyvän haitan ja kuoleman varalle. Luoton takaisinmaksuturvan vakuutuskorvauksella voidaan maksaa jäljellä olevaa lainaa pois, jos tulot pienenevät esimerkiksi sairauden tai työkyvyttömyyden vuoksi. Luoton takaisinmaksuturva -vakuutus on mahdollista saada asuntolainaan tai muuhun pankkilainaan, uuteen tai vanhaan lainaan. (op.fi n.d.)

Korkotason nousu tarkoittaa lainanottajalle korkeampia lainakustannuksia. Korkokatolla lainanottaja pienentää taloudellista riskiään asettamalla lainan viitekorolle ylärajan, jota suuremmaksi korko ei nouse. Korkokaton hintaan vaikuttaa

merkittävästi ostohetken korkotaso, ja korkokaton ostaminen on edullisinta viitekorkojen ollessa matalalla. Ottamalla lainalle korkokaton tietää, minkä summan yli kuukausittainen lainan maksuerä ei kasva.

Korkokaton voi ottaa vanhaan tai uuteen lainaan 5, 7, 10 tai jopa 14 vuodeksi. Korkokatto maksetaan oman valinnan mukaan joko osana lainan maksuerää tai kertamaksuna. (op.fi n.d.)

OP Vakava sairaus ja henkiturva -vakuutus on vakavan sairauden ja tapaturmaisen pysyvän haitan turva ja samalla henkivakuutus. Vakuutus kattaa jopa 17 Suomessa yleisesti esiintyvää vakavaa sairautta. Vakuutus kattaa myös tapaturmaisen pysyvän haitan, ja pysyvällä haitalla tarkoitetaan tapaturmasta aiheutuvaa haittaa henkilön yleiseen toimintakykyyn. Vakuutus turvaa myös vakuutetun läheisiä. Jos vakuutettu kuolee, maksetaan hänen edunsaajilleen henkivakuutuskorvaus. Korvaus vakuutuksesta maksetaan kerralla, ja sen voi käyttää haluamallaan tavalla. Vakuutus on voimassa kaikkialla maailmassa, työ- ja vapaaajalla ilman urheilurajoituksia. (op.fi n.d.)

Hyvään taloudenpitoon kuuluu säännöllisen säästämisen sopimus, oli lainaa tai ei. Säästää voi ja pitää siis myös lainanmaksun ohella, jolloin pystyy varautumaan tulevaan ja saa pelivaraa yllättävien menojen tai isojen hankintojen varalle, eikä yllättävät kulut heilauta heti taloutta. Samalla kartuttaa omaisuutta. Hyvä nyrkkisääntö on säästää nettotuloista 5 % kuukausittain. Jos kuukausisäästäminen ei ole mahdollista, voi säästää myös harvemmin. Säästämisen tuotteita on monenlaisia, yleisimpinä rahasto- ja tilisäästäminen. (op.fi n.d.)

Vahinkovakuutuksilla turvataan perheen taloutta henkilö- tai omaisuusvahinkojen varalta. Henkivakuutus ja kotivakuutus ovat perinteisiä esimerkkejä vahinkovakuutuksista. Ohjaamme asiakkaat Pohjolan vakuutusasiantuntijalle varaamalla ajan.

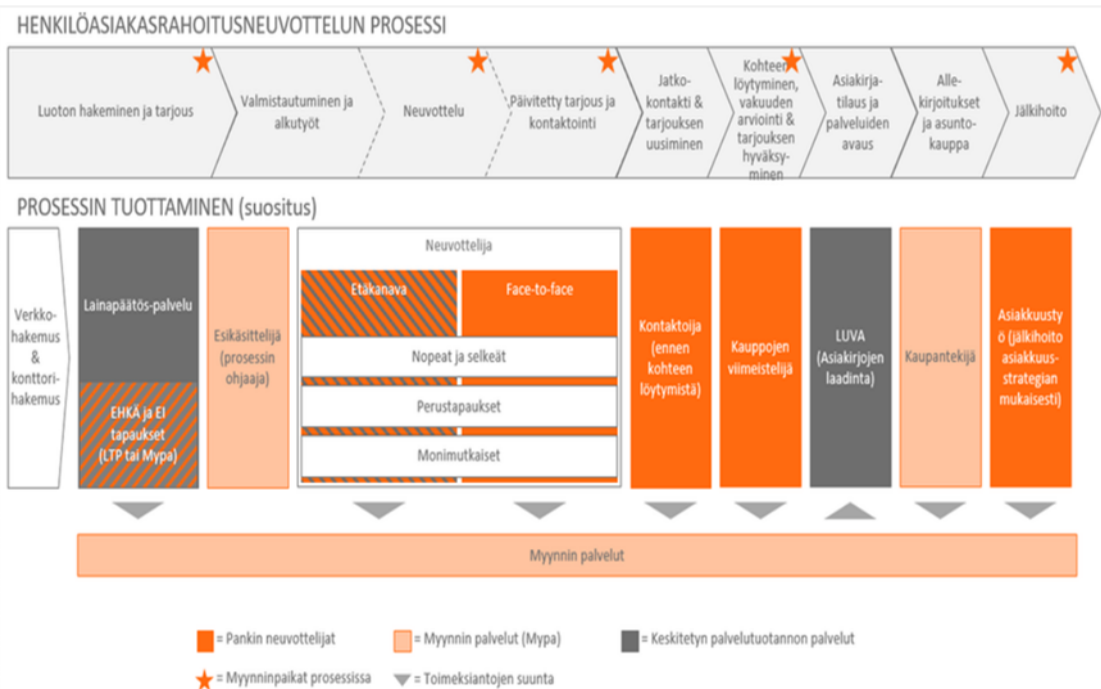
Lakipalveluita on tarjolla perhettä, verotusta ja kiinteistökauppoja koskevissa tilanteissa. Esimerkiksi testamentit, perunkirjoitukset, kauppakirjat ja verosuunnittelu ovat tavallisimpia lakipalveluita, joita Ylä-Pirkanmaan Osuuspankkikin tarjoaa.

5.2 Uusluotonannon prosessi

Ylä-Pirkanmaan Osuuspankissa asunto- ja kulutusluottoja myönnetään hyvin raha-asioitaan hoitaneille, pääsääntöisesti Suomessa asuville luonnollisille henkilöille. Asiakkaalla tulee olla säännölliset ja riittävät tulot, sekä kattavat vakuudet turvaamaan lainan takaisinmaksua. Lainaa tehtäessä on myös otettava huomioon maksukyvyyn ennustettavuus tulevaisuudessa.

Neuvottelussa on ensisijaisen tärkeää kartoittaa huolellisesti asiakkaan nykyhetken, lähitulevaisuuden ja pitkän aikavälin suunnitelmat, sekä niihin liittyvät rahoitus- ja säästötarpeet. Hyvällä kartoituksella varmistetaan asiakkaalle sopivat ratkaisut ja toimitaan vastuullisesti luotonmyönnössä – samalla tarjoten asiakkaan arkeen parhaiten sopivat turvaamisen ja säästämisen palvelut. Riittävän laajalla kartoituksella varmistetaan myös, että tulevat rahoitusratkaisut sopivat asiakkaan arkeen ja ettei pääse tapahtumaan ylivelkaantumista.

Seuraavaksi on kuvattu henkilöasiakasrahoitusneuvottelun prosessi (kuva 2), ja ne kohdat prosessista, joissa lisäpalveluita tarjotaan asiakkaalle (OP Intra 2022).



KUVA 2. Rahoitusneuvottelun prosessi (OP Intra 2022)

Lainaneuvottelu alkaa joko asiakkaan suoralla yhteydenotolla pankkiin tai asiakkaan täyttäessä lainahakemuksen verkossa. Jos asiakas on suoraan yhteydessä pankkiin, pyydetään asiakasta täyttämään lainahakemus verkossa, jos se vain on asiakkaalle mahdollista.

Asuntolainahakemuksen täytettyään asiakas saa alustavan lainatarjouksen automaattisesti, jos tietyt kriteerit täyttyvät, esimerkiksi uusi asiakas ei saa automaattista lainatarjousta, koska robotiikka ei pysty tarkistamaan tilitapahtumia. Automaattisessa lainatarjouksessa esitellään korkokatto, luoton takaisinmaksuturva, esimerkki laskelma säästämisestä ja muistutetaan, että uusi koti kaipaa vakuutuksen. Asiakas aina kontaktoidaan ja neuvotteluun varataan aika, vaikka asiakas olisi saanut automaattitarjouksen.

Ajan varaamisen yhteydessä asiakkaalle lähetetään ennakkokysely (liite 1) tekstiviestinä tai viestinä verkkopankkiin. Kyselyllä asiakasta pyydetään pohtimaan taloudellista tilannetta ja tulevaisuutta etukäteen, vastausten avulla rahoitusneuvottelija pystyy valmistautumaan neuvotteluun. Kysymyksiä on seitsemän, jotka ovat monivalintakysymyksiä viimeistä kysymystä lukuun ottamatta. Jokaiseen kysymykseen saa vastata myös avoimesti. Kysymyksillä kartoitetaan haaveita, kororiskiä ja tulotason putoamisen riskiä, mahdollisia muita rahoitustarpeita sekä säästämistä ja vakuutuksia. (OP Intra 2022.)

Neuvottelussa kartoitetaan asiakkaan tilanne rahoituksen lisäpalveluiden osalta, muun muassa onko asiakas turvakelpoinen, ja ohjataan vakuutusten, säästämisen tai sijoittamisen ja lakipalveluiden osalta oikealle asiantuntijalle. Lainatarjous päivitetään ja sovitaan jatkokontakti.

Asunnon löytyessä lainatarjous vielä päivitetään, asiakirjat allekirjoitetaan, ja asuntokaupat tehdään sovituksessa kanavassa.

Jälkihoidossa asiakas kontaktoidaan myöhemmin kuukausien jälkeen ja otetaan lisäpalvelut uudelleen puheeksi, jos ne ovat jääneet aiemmin asiakkaalla vielä pohdittavaksi, tai jääneet tarjoamatta. Asiakas ohjataan vakuutus-, säästämis- ja lakipalveluiden osalta alan asiantuntijalle, ja he sopivat jatkosta yhdessä asiakkaan kanssa.

5.3 Lisäpalveluiden myynnin merkitys

5.3.1 Pankin näkökulma

Ylä-Pirkanmaan Osuuspankille lisäpalveluiden myynnin merkityksessä korostuu kolme näkökulmaa: palkkiotuotot, riskienhallinta ja asiakasuskollisuus. Ylä-Pirkanmaan Osuuspankissa noudatetaan alan toimintaa ohjaavaa sääntelyä, hyvää vakuutus- ja pankkitapaa sekä hyvää arvopaperimarkkinatapaa. (Selkee 2022.)

Yhteistyökumppanit (Pohjola Vakuutus, AXA Partners, Markets) palkitsevat pankkia lisäpalveluiden myymisestä ja kannan hoitamisesta. Nämä ovat pankille tärkeä ansainnan lähde, ja kerryttävät merkittävästi pankin palkkiotuottoja.

Riskienhallintaa on myöntää lainaa vain maksukykyisille asiakkaille. Lainan takaisinmaksun pankille turvaavat vakuudet. Lisäpalvelut tuovat myös turvaa lainan takaisinmaksamiseen.

Riskienhallinnan näkökulmalla tarkoitetaan esimerkiksi tilannetta, jossa asiakkaan maksukyky on suojattu lainan takaisinmaksuturvalla, ja työttömyyden sattuessa, saa hän turvasta korvauksia, joilla selviytyä lainanmaksusta, eikä laina rästydy eli jää maksueriä maksamatta. Lainan rästytyminen tuo pankille lisätöitä ja lisäkuluja, ja pahimmassa tapauksessa jopa luottotappioita.

Riskienhallintaa on myös suojata asiakkaan maksukykyä kannustamalla säästämään ja varautumaan koron nousuun korkokatolla. Korkojen noustessa on asiakkaan maksukyky suojattu, ja asiakas voi kerryttää paremmin säästöjään kuin lisätä lainanhoitomenojaan. Asiakkaan talouden epävakaudet ovat riski myös pankille, ja riskeiltä halutaan suojautua.

Asiakas sitoutetaan palveluiden kautta. Mitä kattavammin asiakkaalla on pankin palvelut käytössä, sitä sitoutuneempi asiakas on pankille. Asiakkaan ei tarvitse pyytää palveluita muualta, kun kaikki elämän osa-alueet on huomioitu, ja säännöllisesti tarkistetaan, että asiakkaan palvelut ovat kunnossa.

5.3.2 Asiakkaan turvaaminen

Rahoituksen lisäpalveluiden tarkoitus on turvata asiakkaan talous ennalta arvaamattomia tilanteita varten. Nykyään asuntolainojen laina-ajat ovat melko pitkiä, ja pitkän laina-ajan kuluessa velallisen tai perheen taloudellinen tilanne voi muuttua. Esimerkiksi moni lainanottaja mitoittaa lainansa takaisinmaksun säännöllisten tulojensa mukaan olettaen, että niissä ei tapahdu muutoksia.

Oma talous voi joutua koville sairauden tai työttömyyden sattuessa. Puolison tai oman kuoleman vaikutuksia perheen toimeentuloon ei ehkä haluta tai osata miettiä. Keskinäinen testamentti tai edunvalvontavaltuus ovat harvoin arjessa mielessä.

Moni asiakas toteaa saamalla lisäpalveluilla paremmat yöunet, ja mielenrauhaa. Asiakkaalla on yksi asia vähemmän huolehdittavana, kun esimerkiksi henkivakuutus luo taloudellista lisäturvaa vastoinkäymisten varalle, ja korkokatto pitää lainanhoitokulut maltillisena. Säästöjä voikin ajatella hyvän päivän - eikä pahan päivän varalle.

Molemmat siis hyötyvät lisäpalveluista, sekä asiakas että pankki. Puhutaan win-win-tilanteesta.

5.3.3 Henkilöstökokemus

Rahoitusneuvottelijat kokevat tekevänsä merkityksellistä työtä rahoittamalla asiakkaiden unelmia vastuullisesti.

Onnistuneella ratkaisumyynnillä on vaikutusta isossa kuvassa pankin ansaintaan ja sitä kautta rahoitusneuvottelijan kokonaispalkkaukseen. Onnistuneen ja hyvän työn huomioiminen ja palkitseminen vaikuttaa henkilöstökokemukseen positiivisesti.

Asiakkaat ovat kiitollisia, kun rahoitusneuvottelija kertoo asioista, joita asiakas ei ole itse osannut ottaa huomioon tai ole tietoinen. Rahoitusneuvottelijan tehtävä

on haastaa asiakas pohtimaan omaa elämäntilannetta ja siihen vaikuttavia tapahtumia. Se lisää luottamusta rahoitusneuvottelijan ja asiakkaan välillä.

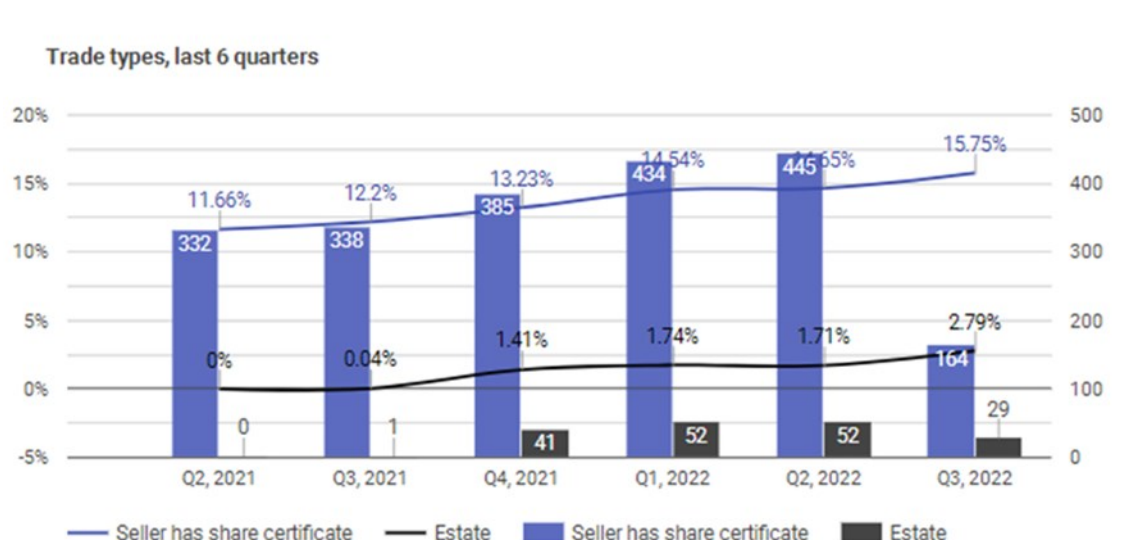
5.4 Toimintaympäristön vaikutukset Ylä-Pirkanmaan OP:ssa

5.4.1 Digitalisaatio ja asiakaskäyttäytyminen

Asiakkaat ovat yhteydessä puhelimitse, verkkopankin viestillä ja sähköpostilla. Verkkopankissa saa apua chat -palvelun kautta. Ajanvarauksen voi tehdä itse verkossa, ja valita kohtaamiskanavan.

Digitalisaation myötä lainahakemus tehdään sähköisesti verkossa ja robotiikka käsittelee valtaosan lainahakemuksista antaen lainatarjouksen asiakkaalle omaan verkkopankkiin. Lainat neuvotellaan nykyisin suurimmalta osin konttorin sijasta puhelimitse ja verkossa, ja lainan allekirjoittaminen hoituu sähköisesti.

Sekä sähköiset asunto-osake- että kiinteistökaupat ovat valtakunnallisesti lisääntyneet viime vuosina merkittäväällä tavalla (kuva 3) (OP Intra 2022).

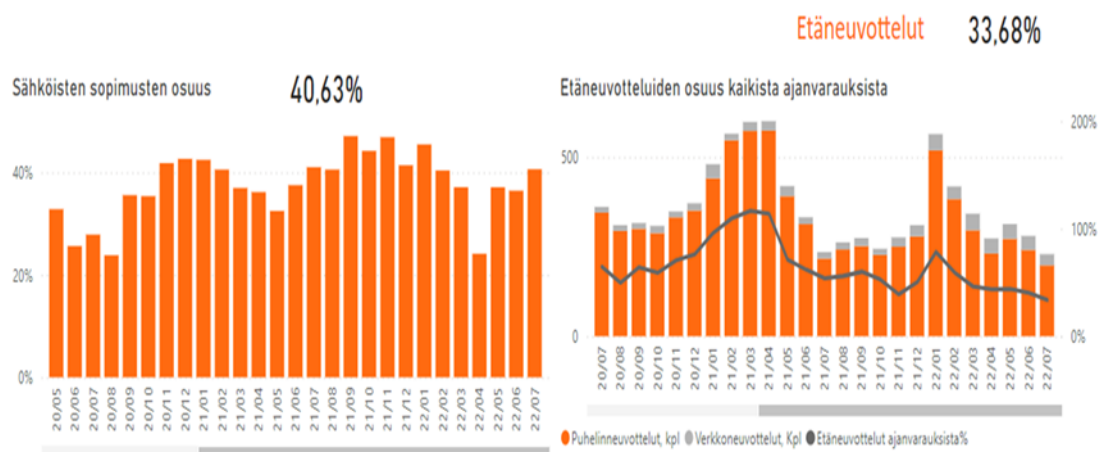


KUVA 3. Sähköiset asuntokaupat - 6 viimeistä vuosineljännestä (OP intra 2022)

Kuvassa 3 siniset pylväät kuvaavat sähköisten asunto-osakekauppojen määrää, ja mustat pylväät sähköisten kiinteistökauppojen määrää. Sähköinen kiinteistökauppa on selvästi lisääntynyt, kun vertaa Q3, 2021 ja Q3, 2022. Digitaaliset alustat ovat parempia ja selkeämpiä, ja asiakkaat koronan jäljiltä vastaanottavampia sähköisille palveluille. (OP Intra 2022.)

Digitaalisten palveluiden lisääntyminen on vähentänyt rutiininomaisia töitä neuvottelussa. Aikaa jää enemmän asiakkaan kanssa neuvotteluun ja opastukseen, ja olennaisiin asioihin keskittymiseen. Asiakkaat ovat tietoisempia perusasioista. Henkilöasiakasrahoitusneuvottelijan tehtävä on toimia eräänlaisena neuvonantajana, ja asiantuntijana, ja kartoittaa, että mikä asiakkaan tilanteeseen olisi sopivin ratkaisu.

Sähköisten sopimusten osuus (kuva 4) kaikista sopimuksista kasvoi korona aikana, ja on ollut heinäkuussa 2022 40,63 %. Sähköiset sopimukset tarkoittavat asiakkaiden itse avaamia palveluita ja sopimuksia OP:n verkkopankissa sekä etänä neuvoteltujen palveluiden hyväksyminen sähköisessä allekirjoituspalvelussa. (OP Intra 2022.)



KUVA 4. Digitaalinen asiointi ja konttoriasiointi - OP Ylä-Pirkanmaa 05/2020–07/2022 (OP Intra 2022)

Etäneuvotteluiden eli puhelin ja verkkoneuvotteluiden osuus ajanvarauksista on ollut heinäkuussa 2022 33,68 %. Korona aikana etäneuvotteluiden osuus ajanvarauksista on ollut suurempi. Tietyt asiakasryhmät haluavat edelleen hoitaa

asiat konttorissa. Korona aikana konttoritapaamisia vähennettiin pankin toimesta, mutta jälleen konttoriin pääsee ajanvarauksella. (OP Intra 2022.)

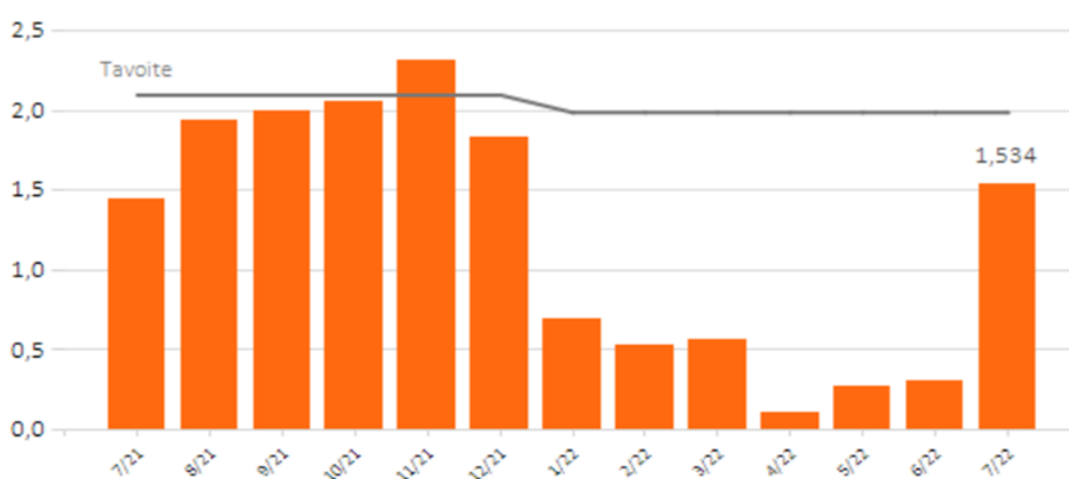
5.4.2 Koronapandemia, Venäjän hyökkäys Ukrainaan ja talouden kehitys

Ennakoimattomista tapahtumista viime vuosilta ja kuukausilta nousevat koronapandemia sekä Venäjän hyökkäys Ukrainaan. Näillä on ollut vaikutusta yleiseen talouden kehittymiseen sekä lainakysyntään.

Koronapandemia saapui Suomeen kevättalvella 2020, ja vaikutti monen asiakkaan taloudelliseen tilanteeseen rajoitusten tuomien sulkujen, lomautusten, karanteenien ja sairastumisen myötä. Henkilöasiakasrahoitustiimiä työllisti kasvanut asiakkaiden tarve saada lainoille maksusuunnitelman muutoksia.

Koronasta huolimatta vuosina 2020–2021 lainakysyntä ja lainamyynti teki uusia ennätyksiä Ylä-Pirkanmaan Osuuspankissa (kuva 5). Muun muassa etätyöskentely johti asiakkailta tilan tarpeeseen, ja hankittiin suurempia asuntoja, ulkomaille matkustamisen rajoitus heijastui mökkikaupan vilkastumiseen. (OP Intra 2022.)

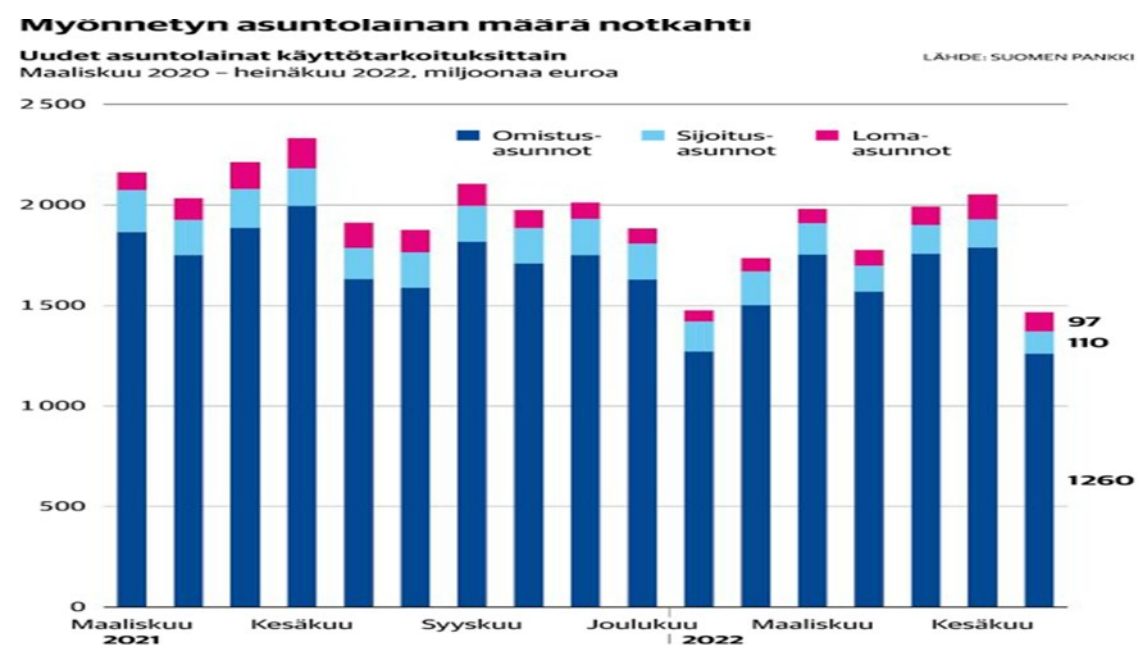
Rahoitustoiminnan muutos va, %



KUVA 5. Ylä-Pirkanmaan OP:n rahoitustoiminnan kasvu 7/2021–7/2022 – koronavuosien 2020–2021 kasvupyrähdys on hiipunut kuluvana vuotena (OP Intra 2022)

Koronan jälkeen odotettiin hyvää taloussuhdannetta Suomessa ja muualla Euroopassa, mutta Venäjän hyökkäys Ukrainaan 24.2.2022 sai suhdanteet sekaisin. Hyökkäyksestä seuranneet vaikutukset Euroopan energian huoltoon, polttoaineen sekä sähkön hintatasoon ovat vaikuttaneet olennaisesti kotitalouksien taloudelliseen tilanteeseen. Ukrainan sodan kasvattamat inflaatiopaineet ajavat rahapolitiikan kiristymistä ja aiheuttavat lisäpainetta euribor -korjojen nousulle. Nämä kaikki ovat vaikuttaneet uuden lainan ottamiseen ja olemassa olevien lainojen hoitamiseen.

Lainakysyntä on vuoden 2022 kevään jälkeen alkanut heiketä valtakunnallisesti. Suomen Pankin tietojen mukaan suomalaiset nostivat heinäkuussa 2022 uusia asuntolainoja 23 prosenttia vähemmän kuin heinäkuussa 2021 (kuva 6). (Kauppalehti 2022.)

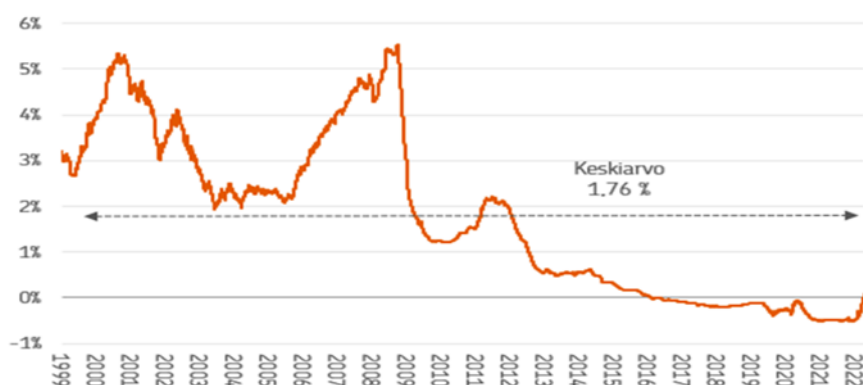


KUVA 6. Myönnetyt asuntolainat Suomessa 3/2021–6/2022 (Kauppalehti 2022)

5.4.3 Korkoympäristö

Yleinen nollakorkotaso jatkui pitkään, asuntolainojen yleisin viitekorko 12 kuukauden euribor nousi positiiviseksi huhtikuussa 2022 ensimmäistä kertaa sitten vuoden 2016 (kuva 7). Syyskuussa 2022 12 kuukauden euribor ylitti 2,5 %:in rajan; yhtä korkealla se oli viimeksi vuodenvaihteessa 2008–2009. (OP Intra 2022.)

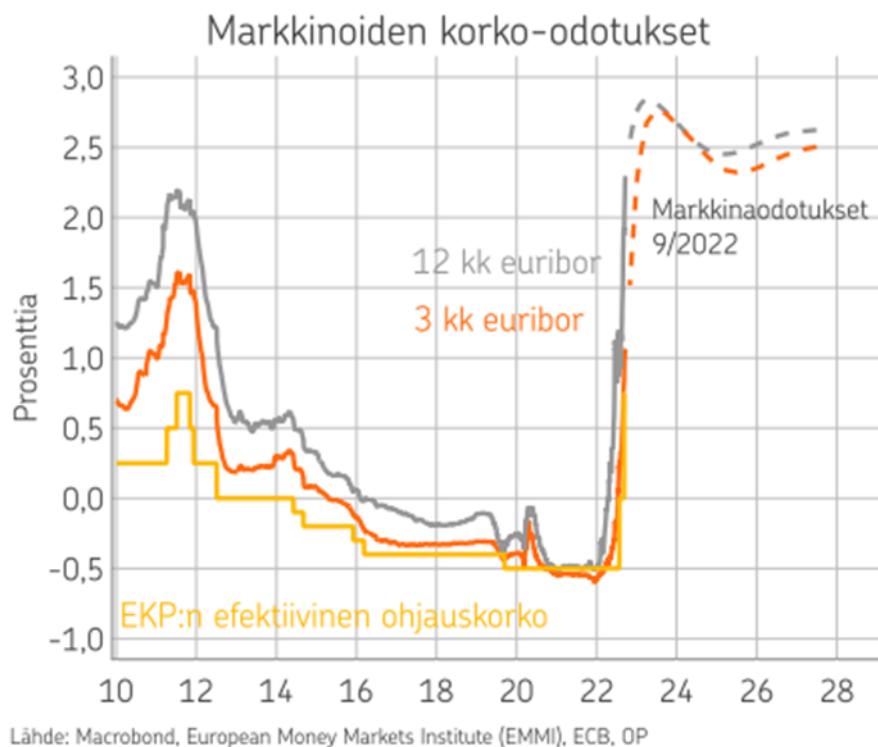
12kk euriborin kehitys



KUVA 7. 12kk euriborin kehitys vuodesta 1999 - vuoden 2022 alkuun (OP Intra 2022)

Syitä korkojen nousulle ovat ennen kaikkea kohonnut inflaatio, joka oli näkyvissä jo vuoden 2021 puolella, jolloin keskuspankit kommentoivat inflaatiopaineiden olevan vain tilapäisiä. Hintojen nousu on ollut poikkeuksellisen voimakasta viime kuukausina. Euroopassa on nähty viime kuukausina jopa 20 prosentin inflaatiolukuja, ja tällainen kehitys heijastuu väistämättä juuri viitekorkoihin. Nyt Ukrainan sota, koronapandemian jälkeinen kulutuskysyntä ja paine tuotantoketjuissa ovat kiihdyttäneet ja ruokkineet inflaatiota ja korkokehitystä entisestään. (OP Media 2022; Yle 2022.)

Korkojen nousun ennustetaan jatkuvan edelleen. Syyskuussa 2022 12 kk euriborin odotettiin nousevan ensi vuoden alkupuolella 2,5 % - 3 % tasolle, ja asettuvan 3 % tasoon (kuva 8). (op.fi n.d.)



Kuva 8. Markkinoiden korko-odotukset (op.fi 2022)

6 LISÄPALVELUIDEN MYYNNIN NYKYTILA

Myyntityön tueksi on asetettu tavoitteet. Tavoitteet ovat sekä euromäärällisiä että kappalemäärällisiä, tuotteesta ja palvelusta riippuen. Tavoitteita seurataan kuukausitasolla. Taulukkoon 1 on koottuna lisäpalveluiden myynnin tavoitteet ja toteumat, sekä NPS tavoitteet ja toteumat, vuodelta 2022. (Ylä-Pirkanmaan OP 2022.)

TAULUKKO 1. Ylä-Pirkanmaan OP:n tavoitteet ja toteumat vuonna 2022 (Ylä-Pirkanmaan OP 2022)

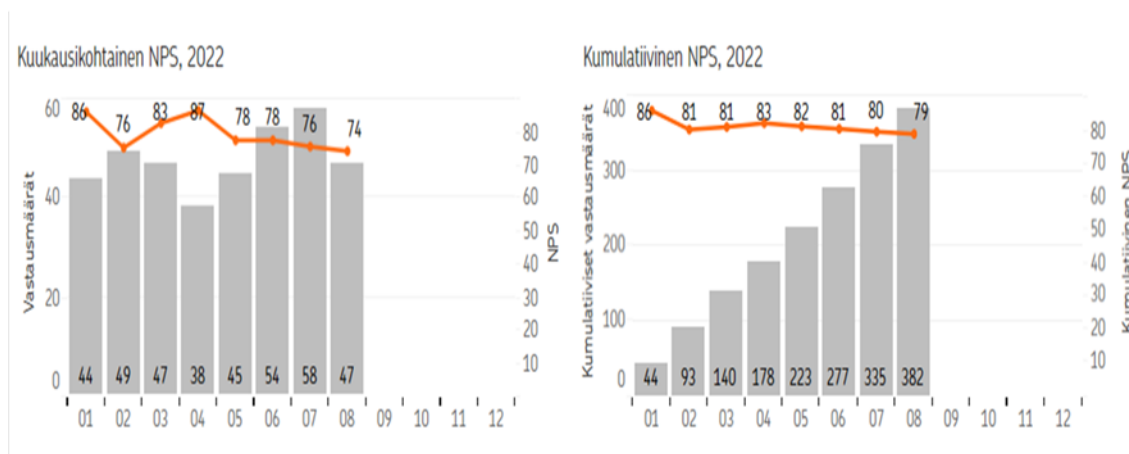
1.1. - 31.12.2022										
OP Ylä-Pirkanmaa 2022	tavoite/kk	Tammikuu	Helmikuu	Maaliskuu	Huhtikuu	Toukokuu	Kesäkuu	Heinäkuu	Elokuu	Syyskuu
Säännöllinen säästäminen, kpl	90	129	82	71	49	44	80	58	70	50
NPS/asiakaskohtaukset	82	86	76	83	87	78	78	76	76	85
Keskittäjäasiakkaat, netto,as.	10	-11	21	16	14	-17	-48	5	30	
VS:t, kpl	10	0	2	1	0	2	0	1	0	3
Korkosuoajat ja TT:t, kpl	50	42	55	73	43	35	36	22	43	40
Lainopilliset palkkiot, €	15 000	14 000	18 000	16 000	12 340	13 000	13 458	12 000	21 000	
Korkosuojauspalkkiot HA, €	40 000	44 547	79 711	112 799	36 833	41 389	18 124	11 488	38 859	34 408

Säännöllinen säästäminen on ollut melko tasaista, alkuvuodesta on ollut hyviä kuukausia, on ylitetty tavoite, ja keväällä on ollut pari heikompaa kuukautta (Ylä-Pirkanmaan OP 2022).

Asiakaskohtaamisten asiakaskokemusta mitataan NPS-tekstiviestikyselyllä (liite 2), jonka asiakas saa muutaman päivän kuluessa tapaamisesta.

Ylä-Pirkanmaan Osuuspankissa NPS-mittari on yksi tärkeimmistä vuositasoittain seurattavista mittareista, ja sitä seurataan säännöllisesti sekä kuukausi- että vuositasolla. Yli 50 on palvelualalla hyvä tulos, Ylä-Pirkanmaan Osuuspankin NPS tavoite on 80. NPS-kyselyn vastaajamäärät ovat keskimäärin noin 40-50 asiakasta kuukaudessa (kuva 9). Kehitys on ollut tasaista, ja kuukausitasoiset toteumat ovat olleet 76–87 eli hyvällä tasolla. (OP Intra 2022; Selkee 2022; Ylä-Pirkanmaan OP 2022.)

Esimerkiksi laina asiakkaat antavat positiivista palautetta, kun laina asia on hoi-
tunut, ja luonnollisesti negatiivista palautetta, jos lainaa ei ole voitu myöntää. (Ylä-
Pirkanmaan OP 2022.)



KUVA 9. Ylä-Pirkanmaan OP:n kuukausikohtainen ja kumulatiivinen NPS 2022
(Ylä-Pirkanmaan OP 2022)

Toimitusjohtaja Leena Selkee (2022) muistuttaa, että asiakas on aina toiminnan
keskiössä, ja asiakaskokemuksessa menestymiseen vaikuttavia tekijöitä ovat su-
juvuuden ja asiakashyödyn lisäksi oikea palveluasenne.

Ylä-Pirkanmaan Osuuspankki haluaa, että jokainen kohtaaminen on asiakkaalle
merkityksellinen ja tuottaa selkeää mitattavaa hyötyä. Tavoitteena on tuottaa asi-
akkaalle vahva positiivinen tunnejalke. Sekä pankille että asiakkaalle on tärkeää,
että asiointi tapahtuu asiakkaan valitsemissa kanavassa sujuvasti ja hän saa
juuri hänelle sopivat ratkaisuehdotukset. Asiakaskokemuksen perustana on asi-
akkaan tarve ja asiakkaan kokema hyöty. (Selkee 2022.)

Keskittäjäasiakas tarkoittaa asiakasta, jolla on pankkiasointi Osuuspankissa ja
vakuutusasiointi keskitetty Pohjolaan. Tavoitteena on 10 nettokeskittäjäasiakasta
kuukaudessa, eli saavutetuista keskittäjistä vähennetään poistuneet keskittäjä-
asiakkaat. Kuukaudet ovat olleet hyvin erilaisia, ja välillä on ollut hyvin huonoja
kuukausia. Syyskuun tietoa ei ollut työtä tehdessä vielä tullut. (Ylä-Pirkanmaan
OP 2022.)

OP Vakava sairaus ja henkiturva, josta käytetään taulukossa 1 lyhennettä VS, on tuote, jonka myynnissä on ollut useita nolla kuukausia (Ylä-Pirkanmaan OP 2022).

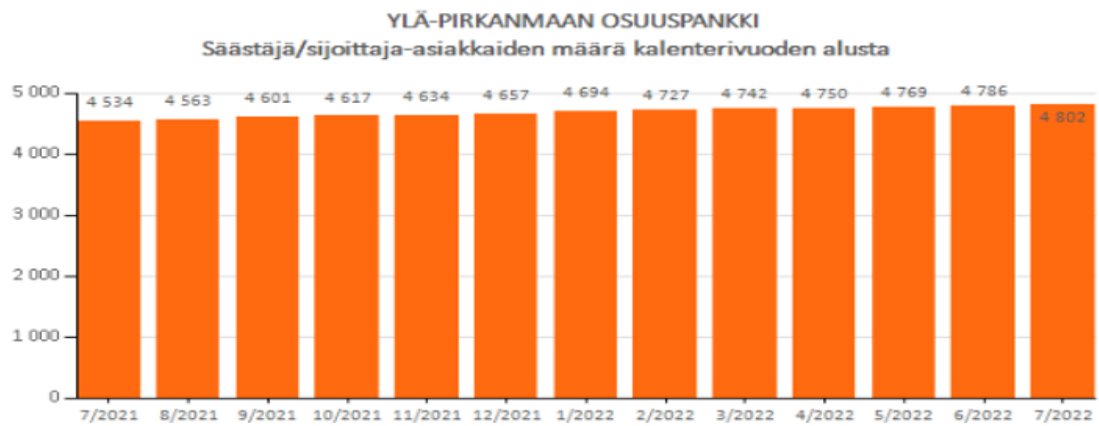
Korkosuojauksien eli korkokattojen ja TT:n eli takaisinmaksuturvien toteutuneet kappalemäärälliset myynnit yhteensä ovat olleet suhteellisin tasaisia, mutta huomattavaa kuinka keväällä myyntiluvut ovat kääntyneet laskuun, ja yleensä vilkkaana heinäkuuna, kappalemäärällinen myynti on ollut heikkoa.

Korkokatoista saadut palkkiot ovat olleet kuitenkin hyviä, vaikka kappalemäärällisesti on ollut heikompa. Luku kertookin, että kappalemäärällisesti korkokattoja on ollut varmasti enemmän kuin takaisinmaksuturvia. Kesällä myyntipalkkiot ovat olleet hyvin matalia.

Korkosuojausaste uusissa lainoissa kuukausitasolla vuoden alusta on ollut heinäkuussa 41,20 %, kun tavoite on 40 %. Turva-aste uusissa lainoissa on ollut 17,9 %, kun tavoite on 45 %. (Selkee 2022, Ylä-Pirkanmaan OP 2022.)

Lakipalveluissa haastetta on tuonut pankkilakimiehen vaihtuminen vuonna 2022 jo kahteen kertaan. Pankkilakimiehen työpaikkaa täytetään työtä tehdessä parhaillaan. Kuukaudet ovat myynnin suhteen olleet kuitenkin hyviä henkilökunta haasteista huolimatta, ja lakipalvelut ovat tärkeä palkkiotuottoerä pankille. Syyskuun lukua ei työtä tehdessä ollut vielä tullut. (Selkee 2022.)

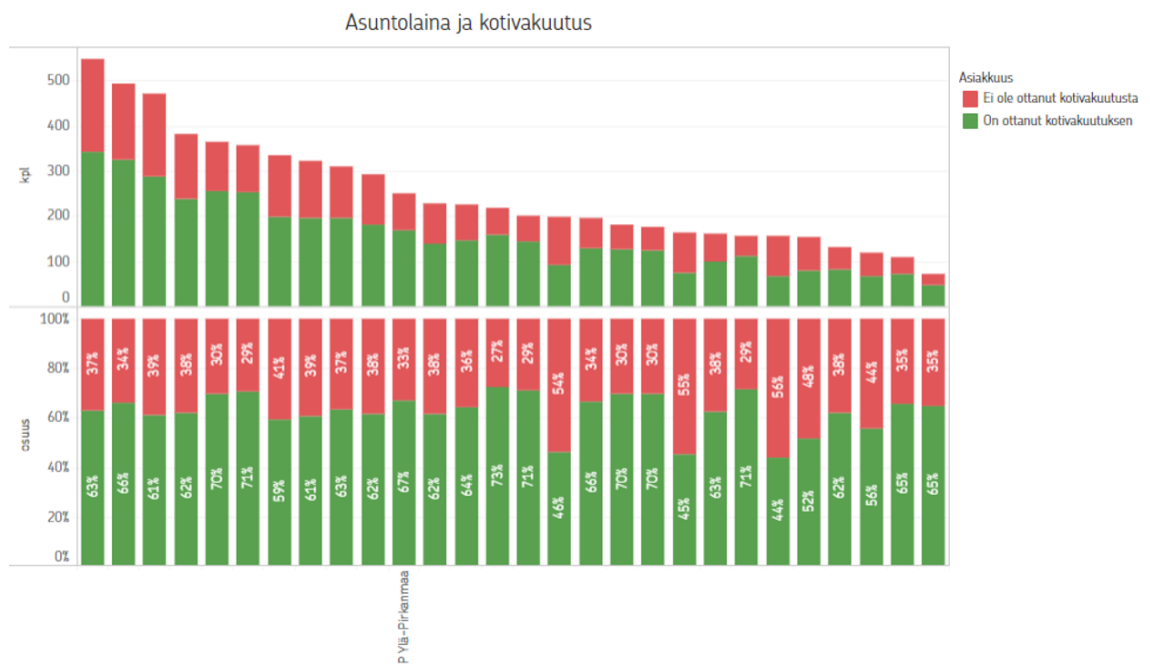
Kuvasta 10 nähdään, että säästäjä / sijoittaja-asiakkaiden määrä on noussut tasaisesti heinäkuusta 2021 heinäkuuhun 2022, yli 260 uutta säästäjä / sijoittaja-asiakasta vuodessa (Ylä-Pirkanmaan OP 2022).



KUVA 10. Säästäjä- ja sijoittaja-asiakkaiden määrä Ylä-Pirkanmaan OP:ssa 07/2021–07/2022 (Ylä-Pirkanmaan OP 2022)

Kuvassa 11 nähdään Pohjolasta kotivakuutuksen ottaneiden tilanne tammikuusta 2022 heinäkuuhun 2022, muiden pankkien nimet on poistettu kuvasta.

67 % asuntolainan ottaneista on vakuuttanut kotinsa Pohjolassa. Tavoite on 72 %, joten tulos on hyvä. Ajatuksena on ”OP rahoittaa, Pohjola vakuuttaa”. (Selkee 2022, Ylä-Pirkanmaan OP 2022.)



KUVA 11. Asuntolainan ottaneiden kotivakuutustilanne Pohjolassa 01–07/2022 (Ylä-Pirkanmaan OP 2022, muokattu)

7 HAASTATTELUTUTKIMUS JA HAVAINNOINTI

7.1 Rahoitusmyyjien haastattelut

Tässä kappaleessa on koottuna henkilöasiakasrahoitustiimin ryhmähaastattelun pohjalta analysoidut tulokset. Haastattelun tuloksia ei esitellä tai eritellä yksilötasolla, jotta vastaukset pysyvät anonyymeina.

Haastateltavat eivät kokeneet olevansa myyjiä, sanassa ”myyjä” koetaan olevan negatiivinen sävy, vaan kokevat olevansa neuvonantajia, taloudenkumppaneita. Asiakkaan tilannetta kartoitetaan, ja sen perusteella tarjotaan kokonaisratkaisua, tämä on se mitä tavoitellaan. Haastateltavat haluavat tarjota vilpittömästi tuotteita ja palveluita, hyötyjä asiakkaille, eikä ”myydä suut ja silmät täyteen”. Haastateltavat toteuttavat unelmia ja ratkovat asiakkaiden haasteita.

Neuvotteluun pitää saada hyvä tunnelma ja asiakkaan luottamus.

Haastateltavat miettivät itsensä asiakkaan paikalle; millainen fiilis asiakkaalle neuvottelusta jää. On tärkeää mennä asiakkaan tasolle ja välttää pankkitermistöä, jotta asiakas ymmärtää, mistä puhutaan. Asiakasta rohkaistaan kysymään epäselvät asiat, jotta asiakas ymmärtää minkä palvelun on ottanut. Parasta konkretiaa ovat omat kokemukset. Monesti asiakas kysyykin, että mitä neuvottelija hänen tilanteessaan tekisi. Nämä synnyttävät luottamusta ja hyvää asiakaskokemusta, ja vaikuttaa haastateltavien työn merkityksellisyyteen.

Siksi oma usko tuotteeseen tai palveluun on tärkeää, jotta sitä voi vilpittömästi asiakkaalle suositella. Tämä kaikki liittyy myös työn vastuullisuuteen; ”itseni vastuusta vapauttaen kerron ja tarjoan tätä”.

Työ koetaan merkitykselliseksi, kun kuulee, että tuotteesta tai palvelusta on ollut oikeasti hyötyä, esimerkiksi asiakas on saanut korvausta työttömyydestä. Tulee itselle hyvä olo, ”onneksi hän otti sen”.

Tuotetuntemuksessa ei koettu olevan ongelmaa. Tuotteet ja palvelut, joita asiakkaille tarjotaan, ovat tuttuja. Järjestelmien ja sovellusten kanssa on välillä hankaluuksia, koska moni asia on edelleen muistinvaraista. Apuvälineet ja laskurit eivät

ole toimivia, esimerkiksi Turva-apuri, ja työkalujen kehityksessä ja parannuksissa kestää. Toivotaan myös, että kaikki tarvittava ja vaadittava olisi samassa soveluksessa, eli työkalujen jatkuvaa parantamista toivotaan.

Erilaisia valmennuksia ja koulutuksia koettiin olevan riittävästi. Koulutusten toivottiin olevan käytännön läheisiä, paljon on ylätason juttuja. Kokemusten vaihtojen koettiin olevan parhaimpia; millaisia sanoja ja käytäntöjä kollegat käyttävät. Koulutukset tulisi voida kuunnella reaaliajassa, jälkikäteen tallenteen kuuntelu usein jää.

Tiimintuki ja keskusteluyhteys tiimiläisten kesken on tärkeää. Täytyy voida pyytää ja saada apua herkästi. Asioiden sisäistämiseen ja ymmärtämiseen tarvitaan usein tiimin apua, koska muutoksia ja uusia asioita tulee koko ajan.

Esimiehiltä kaivataan käytännöntukea työntekemiseen. Sanallisten kannustusten ja kehujen tulee olla aitoja. Pankin sisäisissä kisoissa ja tavoitteissa raha kannustaa osaa tiimiläisiä parempiin suorituksiin, osaa ei. Koettiin myös, että palkitseminen voi olla pienimuotoista, esimerkiksi suklaata. Yhteistyökumppaneilta tuli aiemmin muun muassa lahjakortteja, mutta nykyään kaikki on karsittu pois.

Myyntiprosessi oli kaikille tuttu, ja tiedostamatta uskotaan tapaamisen etenevän näin. Haastateltavat kokivat, että enemmän tulisi haastaa ja haastatella asiakasta, asiakasta ei pitäisi ”päästää liian helpolla”. Ennakkovalmistautumiseen ja jälkihoitoon pitäisi haastateltavien mukaan käyttää enemmän aikaa.

Jälkihoitoa varten tehdään myyntitehtävät viikkojen tai kuukausien päähän. Tehtävä on muistinvarainen. Yleensä odotetaan, että asiakas on esimerkiksi asuntolainassa ehtinyt muuttaa, ja lainan lyhentäminen alkaa, ennen kuin ollaan yhteydessä, jotta asiakkaalle on ehtinyt muodostua käsitystä taloudellisesta tilanteesta. Jälkihoitoa ei koeta kiireellisempänä työnä, joten näitä tehtäviä usein siirretään eteenpäin.

Tiedostettiin myös, että jälkihoidon pitäisi edetä kartoituksen kautta, mutta usein yhteydenotto alkaa tuote edellä. Haastateltavat kokivat jälkihoidon kuitenkin hyvin tärkeänä, mutta vähemmän kiireisenä.

Muutenkin tuote edellä yhteydenottoja tulisi välttää, kartoituksen kautta, mutta joskus se on vain helpompi mennä niin sanotusti suoraan asiaan.

Asiakkaan ajatukset ovat esimerkiksi asuntolainaneuvottelussa asunnossa ja siihen liittyvässä. Asiaa tulee paljon, ja asiakkaan keskittyminen ei aina riitä, joten neuvottelujen tulee olla napakoita, ja etukäteen sovittuja, jotta asiakas on valmistautunut.

Ennakkokyselyn ei ole todettu tukevan myyntiä, ja ennakkokysely on vielä muistinvarainen. Ajattelevatko asiakkaat oikeasti asiaa, vai vastaavatko vain nopeasti.

Aika- ja resurssipula koettiin yleisesti haasteena työn tekemiseen. Hankkeita on kerralla useita meneillään. Haastateltavat kokivat, että työn laatu kärsii, jos päivässä on monta lainaneuvottelua, koska ennen ja jälkeen neuvottelun tarvitaan aikaa kirjauksille ja tarjouksen tekemiselle. Ajan- ja kalenterinhallinta on tärkeää, samoin töiden priorisointi. Tiimi on pieni, ja haavoittuvainen. Poissaolot kuormittavat toisia tiimiläisiä.

Järjestelmä tukee korkokaton ja lainan takaisinmaksuturvan myyntiä, koska ne saadaan lähetettävään tarjoukseen samasta sovelluksesta.

Pohjola vakuutukset tulee helposti otettua puheeksi, koska esimerkiksi ostettava asunto tarvitsee vakuutuksen. Yhteistyö Pohjolan vakuutusneuvojen kanssa sujuu hyvin.

Säästämisen haastateltavat kokivat hankalaksi liittää lainaneuvotteluun, jälkihoitossa se on luontaisempi ottaa esille, koska silloin asiakas voi keskittyä muuhun kuin esimerkiksi asunto asiaan.

OP Vakava sairaus ja henkiturva -vakuutuksen asiakas usein sekoittaa lainan takaisinmaksuturvaan. Tarjous on helppo tehdä, mutta tuote usein unohtuu. Lainatarjoukseen olisi hyvä saada tämäkin tuote mukaan, järjestelmä ei mahdollista sitä vielä.

Lakipalvelut saavat vähiten huomiota. Siihen ei ole löydetty luontaista tapaa ottaa esille. Haasteena lakipalveluiden tarjoamisessa on ollut pankkilakimiehen vaihtuminen vuoden sisällä jo kahteen kertaan. Haastateltavat muistuttivat, että asian-

tuntijoina tulee opastaa lakipalveluissa, vaikei palvelua meillä teettäisikään, esimerkiksi kertoa, miksi keskinäinen testamentti on lapsettomalle pariskunnalle tärkeä.

Säästäminen tulisi hoitaa jo aiemmin ennen kuin asiakas suunnittelee esimerkiksi asunnon ostamista. Säästäminen tulisi ottaa siis puheeksi aina asiakkaan ollessa pankkiin yhteydessä.

Asiakkaat ottavat pitkiä laina-aikoja, joten laina-aikaa pidentämällä ei saada säästämiseen varaa. Asiakkaita tulee haastaa enemmän miettimään esimerkiksi talvirenkaiden hankintaa säästämällä ennemmin kuin lyhennysvapaata ottamalla tai luottokorttia käyttämällä.

Kasvokkain neuvottelu on helpompaa, koska asiakas keskittyy silloin asiaan. Monesti etukäteen esimerkiksi varattuna puhelinajanvarauksessa asiakas on lenkillä, kaupassa tai ajaa autoa, eikä keskity täysin asiaan. Ilmeet, eleet ja kehonkieli ovat tärkeitä, siksi kasvokkain on neuvottelu helpompi. Korona vahvisti, että etäneuvottelu onnistuu hyvin, mutta monet asiakkaat haluavat tulla edelleen konttorille.

Maailmantilanne vaikuttaa aina myyntiin, joko positiivisesti tai negatiivisesti. Tämänhetkinen tilanne vaikeuttaa myyntiä, koska rahaa on käytettävissä entistä vähemmän. Eurot ratkaisevat kuitenkin aina hankalassa tilanteessa, vaikka lisäarvo olisi merkittävä.

Muiden tiimien osallisuus laina-asiakkaita kohdatessa on tärkeä. Matalalla kynnyksellä tulisi tehdä ajanvarauksia rahoitusneuvottelijoille, jos asiakas on kiinnostunut, esimerkiksi korkokatosta tai lainan takaisinmaksuturvasta.

Tärkeitä rahoitusneuvottelijan ominaisuuksia haastateltavat nimesivät paineen ja stressinsietokyky, ripeys, tietynlainen paksunahkaisuus, rohkeus tehdä ratkaisuja, ratkaisukeskeisyys, hyvä ihmistuntemus, luotto itseensä ja omaan tekemiseen, sekä täytyy tulla toimeen erilaisten ihmisten kanssa. Oman työn johtaminen ja ajanhallinta tulee olla hallinnassa, jotta selviää töistään kiireisimpinäkin aikoina.

7.2 Havainnointi

Tässä kappaleessa on työn tekijän havaintoja opinnäytetyön teemoista.

Tietoa palveluista saa nykyisin helposti, ja asiakkaat ovat aiempaa tietoisempia. Asiakkaat tutkivat itse ja ottavat selvää, puhuvat työpaikkojen kahvihuoneissa ja saavat ohjeistusta ja neuvoja vanhemmilta. Palveluita vertaillaan keskenään, ja pyydetään suosituksia.

Maailmalla ja sitä myöden markkinoilla tapahtuvat muutokset vaikuttavat lainan ottamiseen, ja lisäpalveluiden myyntiin hyvin paljon.

Asiakkailla on epävarmuutta tulevasta ja monet ei-pakolliset hankkeet siirretään tulevaisuuteen; asuntoja ei vaihdeta, ja kiireettömien remonttien aloittamista lykätään. Ylimääräisiä kuluja karsitaan, muun muassa vähentämällä säästämistä ja vakuutuksia. Säästämisen jatkamiseen tai aloittamiseen ei mahdollisesti ole varaa. Toisaalta asiakkaat ovat valveutuneempia ja kiinnostuneempia omaan talouteen vaikuttavista asioista. Lisäpalveluiden myyminen on haastavampaa kuin aiemmin.

Korkojen nousu ja sitä koskevat ennusteet vaikuttavat voimakkaasti muun muassa korkosuojausten myyntiin asuntolainan yhteydessä.

Asiakkaat ovat nyt hyvin kiinnostuneita korkojen kehityksestä, ja huolissaan lainanhoitokulujensa lisääntymisestä. Asiakkaat ovat paljon yhteydessä, ja haluavat keskustella maailmantilanteesta, ja varmistaa oman lainansa tilanteen. Aiemmin korkosuojauksen ottaneet varmistavat, milloin korkosuojaus tulee voimaan, ja ilman korkosuojausta olevat asiakkaat haluavat tietää, että paljonko korkosuojaus nyt maksaisi ja mikä sen vaikutus lainaan olisi. Korkojen nousu on nostanut myös korkokaton hintaa, mikä on yllättänyt monet asiakkaat.

Asiakkaat kaipaavat havainnollisempaa korkokattotarjousta; kaivataan kuvia ja käppyröitä.

Asiakkaiden vastaukset ennakkokyselyyn ovat ristiriidassa toiminnan kanssa. Ennakkokyselyyn vastataan, esimerkiksi, että korkojen nousu tuo talouteen ongelmia, tai työttömyydellä tai sairauslomalla on suuri vaikutus talouteen, mutta

asiakkaat eivät kuitenkaan halua turvata lainaa korkokatolla tai lainan takaisinmaksuturvalla.

Usein asiakkaat, etenkin nuoret, eivät ole miettineet, miten lainan maksamisesta selviää, jos jää esimerkiksi sairauslomalle tai työttömäksi.

Vahinkovakuutusten osalta asiakkaat vakuuttavat omaisuuden ja lemmikit, mutta itsensä vakuuttaminen usein jää huomioimatta. Osa asiakkaista ei halua yhteydenottoa vakuutusneuvojalta, vaan haluavat itse ottaa verkon kautta vakuutuksen. Vakuutuksessa saattaa silloin on puutteita tai päällekkäisyyksiä, ja etuja saattaa jäädä saamatta.

Monilla asiakkailla on säästämistä muilla toimijoilla kuin omassa pankissa. Tärkeintä on, että asiakas varautuu ja kartuttaa varallisuutta, tapahtui tämä minkä toimijan kautta tahansa. Asiakkaan saamien keskittämisetujen takia suosittelemme säästämään ja sijoittamaan oman pankin kautta. Tavoitteena on, että jokaisella asiakkaalla on jonkinlainen säästämisen tuote, joko omassa pankissa tai muualla.

Elävät esimerkit ovat hyvin tärkeitä, sekä omakohtaiset kokemukset.

Tositarinat havainnollistavat ja konkretisoivat parhaiten hyödyn, jonka rahoituksen lisäpalveluista parhaimmassa tai pahimmassa tapauksessa on saanut.

Usein asiakas ei itse osaa tunnistaa konkreettista hyötyä, jonka itse on saanut, ennen kuin se on sanoitettu ja ääneen yhdessä asiakkaan kanssa todettu.

OP Vakava sairaus ja henkiturva -vakuutus ja lakipalvelut jäävät rahoitusneuvottelussa vähimmälle huomiolle. Näihin pitäisi kiinnittää huomiota enemmän.

Konttoritapaamiset ovat usein parhaimpia havainnollistamisen kannalta, ja asiakas on helpompi saada tekemään asiasta päätös heti, kuin päästää kotiin miettimään asiaa. Puhelimessa ja verkossa asiakkaan on helpompi todeta miettivänsä asiaa, ja palaavansa siihen myöhemmin. Jos asiakas ei tee päätöstä heti, kontaktoidaan asiakas uudelleen, joko sovittuna ajankohtana, tai jos ajankohtaa ei ole voitu sopia, ollaan kuitenkin yhteydessä päivien tai viikkojen jälkeen riippuen asiasta. Asiakkaat ovat kuitenkin mielissään, ja saattavat usein odottaakin pankin

yhteydenottoa nyt haastavana aikana. Nyt, kun uuden lainan kysyntä on rauhallisempaa, on enemmän aikaa käyttää nykyisten lainojen läpikäyntiin ja laaja-alaisempaan kartoitukseen.

8 KEHITYSEHDOTUKSET

8.1 Lisämyynti uusluotonannon yhteydessä

Rahoitusneuvottelijan tulee käyttää aikaa ennakkovalmistautumiseen. Liika asiakkaan asioiden tutkiminen ei kuitenkaan kannata, jotta ei tule päättäneeksi asiakkaan puolesta, tai oletta asioita. Havaitut puutteet tai huomiot kannattaa kirjata itselle ylös neuvottelua varten, sekä miettiä kysymyksiä etukäteen.

Ennakkokyselyä kannattaa käyttää, koska se osallistaa asiakkaan valmistautumaan neuvotteluun, ja kyselyn avulla rahoituksen lisäpalveluista on helpompi puhua, koska voi perustella asiakkaan tarpeella. Samalla tulee säästäminen esille, koska se jää usein taka-alalle lainaneuvottelussa. Lakipalveluita ennakkokysely ei suoraan kartoita, vaan rahoitusneuvojan tulee muistaa ja osata ohjeistaa, esimerkiksi keskinäistä testamenttia. Keskinäisen testamentin ohella edunvalvonta valtuutus on toinen tärkeä lakipalvelu, mistä tulisi puhua asiakkaille.

Asiakkaalle tarjotaan mahdollisuuksien mukaan aina kattavinta lainan takaisinmaksuturvaa, mutta osavakuuttaminen tulisi myös muistaa. Samoin korkokattoa esimerkiksi vain puoleen lainamäärään tulisi muistaa tarjota.

Haastateltavat toivoivat, että lainatarjoukseen saisi OP Vakava sairaus ja henkivakuutus -vakuutuksen mukaan, sekä säästämisen.

Oman tarjouspohjan voisi kehittää, jolloin siihen saisi myös lakipalvelut mukaan.

Yhteydenottoja ei tulisi tehdä niin sanotusti kylmiltään, vaan asiakkaan kanssa tulisi sopia etukäteen aika esimerkiksi tekstiviestillä, jotta asiakas pystyy valmistautumaan neuvotteluun. Tämä pätee sekä uuden lainan, vanhan lainakannan että jälkihoidon kohdalla.

8.2 Lisämyynti vanhaan lainakantaan

Uuden lainan kysynnän ollessa hiljaisempaa, käytetään resurssit olemassa olevan lainakannan läpikäymiseen. Nykyistä lainakantaa kontaktoidaan kampanjoiden avulla, sekä erillisillä poiminnoilla.

Asiakkaat tulisi kontaktoida 1–2 vuoden välein. Asiakkaat usein saattavat ajatella pankkiasioita, mutta eivät saa aikaiseksi olla itse yhteydessä, joten pankin yhteydenotto on usein toivottu.

Pankin erillisissä soittoiltoissa henkilöasiakasrahoitustiimin tulee saada soittaa omia rahoituksen kampanjalistoja, eikä soittaa ajanvarauksia muille tiimeille.

Neuvotteluissa tulisi tehdä laaja kartoitus, eikä soittaa tuote edellä. Helpompi on aina tavoitella asiakasta, kun huomaa puutteita esimerkiksi säästämässä. Keskustelu laajennetaan sitten kartoitukseksi.

Tekstiviestipalvelu on pankissa uusi ja vähemmän käytetty kontaktoinnin työkalu. Palvelun avulla voidaan lähettää tekstiviesti isolle joukolle valittuja asiakkaita. Tätä palvelua tulisi hyödyntää enemmän.

Uutta laskuria lainan maksuerän laskemiseen odotellaan valmistuvaksi, jotta asiakkaalle voidaan antaa mahdollisimman realistista tietoa lainan maksuerästä korkojen muuttuessa.

Ennakkokysely soveltuu käytettäväksi myös vanhan lainakannan kontaktoinnissa, eli ennakkokyselyn käyttöä tulisi laajentaa.

8.3 Asuntolainojen jälkihoito

Asuntolainojen jälkihoito ei tarkoita vain nimenomaan asuntolainan jälkihoitoa, vaan lainan jälkihoitoa yleensä.

Asuntolainojen jälkihoidossa asiakas kontaktoidaan uudelleen, ja tarkistetaan, että kaikki on sekä lainan että muiden pankki- ja vakuutuspalveluiden suhteen kunnossa. Kontaktoinnin hoitaa lainan tehnyt rahoitusneuvoja.

Asiakkaasta muodostuu automaattisesti tehtävä noin neljä kuukautta sen jälkeen, kun asiakas on ottanut uutta asuntolainaa, tai vanhaan lainaan on tehty muutoksia. Rahoitusneuvoja tekee kuitenkin tehtävän itselleen. Tämä on siis päällekkäistä työtä, ja tästä voidaan luopua. Tietysti, jos on sovittu asiakkaan kanssa, että ollaan yhteydessä aiemmin, rahoitusneuvoja tekee itselleen tehtävän.

Jälkihoito koetaan tärkeäksi, mutta ei kiireiseksi tehtäväksi. Ajan riittäminen koettiin suurimmaksi haasteeksi. Uuden lainan kysyntä on nyt hiljentynyt, joten aikaa on enemmän käyttää jälkihoitoon. Asiakassuhteen hoidon ja jatkuvuuden kannalta jälkihoidosta tulee huolehtia.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli arvioida Ylä-Pirkanmaan Osuuspankin henkilöasiakasrahoituksen lisäpalveluiden myyntiä, ja esittää kehitysehdotuksia myynnin parantamiseksi ja kehittämiseksi.

Tiimin neljälle työntekijälle tehtiin ryhmähaastattelu, jossa teemoina olivat rahoituksen lisäpalveluiden myynti ja myyntityö. Toimitusjohtajan haastattelu toimii työn yhtenä lähteenä, sekö tehtiin havaintoja työntekijän näkökulmasta.

Ryhmähaastattelu tehtiin ajankohtana, jolloin maailman tilanne ei ollut vielä vaikuttanut uuden lainan kysyntään merkittävästi.

Teoriaosuus käsitteli myyntityötä; myynninprosessia, ammattitaitoisen myyjän ominaisuuksia sekä asiakaskokemusta. Lähteinä oli monipuolista kirjallisuutta myyntityöstä. Opinnäytetyön kannalta olennaista oli myös esitellä finanssialan toimintaympäristöä, eli sitä kaikkea mikä pankkityöhön, ja rahoitusneuvojan työhön vaikuttaa, eli sääntely, asiakaskäyttäytyminen, maailman tilanne ja korkoympäristö.

Lisäpalveluina tässä työssä tarkoitettiin korkosuojausta, lainan takaisinmaksuturvaa, OP Vakava sairaus ja henkiturva -vakuutusta, säännöllistä säästämistä, Pohjolan vahinkovakuutuksia sekä lakipalveluita.

Inflaatio ja korkojen nousu ovat vaikuttaneet uuden lainan kysyntään heikentävästi, ja sitä myöden lisäpalveluiden myyntiin myös olemassa oleville lainoille. Asiakkaat ovat kuitenkin kiinnostuneempia omaan talouteen vaikuttavista asioista enemmän kuin aiemmin, ja kaipaavat asiantuntijoiden mielipiteitä ja opastusta.

Lisäpalveluiden myynnin tilanne on ollut palvelusta riippuen kuukausittain vaihteleva. Selkeästi eniten myynnin vauhditusta kaippaa OP Vakava sairaus ja henkiturva -vakuutus. Koska vakuutus ei ole lainaan liittyvä, pystyy tuotetta tarjoamaan myös muut tiimit. Pankissa on juuri meneillään kuukausi, jossa painopisteenä on kyseinen vakuutus.

Henkilöasiakasrahoitustiimissä OP Vakava sairaus ja henkiturva -vakuutus sekä lakipalvelut saavat vähiten huomiota, niiden tarjoamiseen tulee kiinnittää huomiota.

Ennakovalmistautumiseen ja jälkihoitoon tulee panostaa. Ennakkokysely täytyy muistaa lähettää, ja vastausten läpikäymiseen asiakkaan kanssa käyttää aikaa; haastaen ja haastatellen asiakasta enemmän. Neuvottelut tulisi aina sopia etukäteen, jotta asiakaskin on valmistautunut.

Motivoinnin ja palkitsemisen merkitys myyntityössä on iso. Hyviä suorituksia tulee huomioida. Esimiesten tukea käytännön työhön kaivataan.

Annetut työkalut eivät ole toimivia, esimerkiksi Turva-apuri ei ole osoittautunut toimivaksi, ja uutta laskuria korkokaton tarjouksen tueksi odotellaan.

Ennakkokysely on kuitenkin helpompi lähettää kuin aiemmin, mutta on edelleen muistinvaraista työtä. Helpottaisi, kun kysely lähtisi asiakkaalle automaattisesti ajanvarauksen yhteydessä.

Neuvotteluun pitää saada hyvä tunnelma ja asiakkaan luottamus. Neuvottelukanavalla on myös merkitystä. Korona opetti, että etäneuvottelu onnistuu, mutta osa asiakkaista haluaa tulla edelleen konttorille. Kasvokkain neuvottelu ja myynti on helpompaa, koska ilmeet, eleet ja kehonkieli ovat tärkeitä, ja puhelin- ja verkko-neuvottelussa ne eivät välity samaan tapaan. Pankin asiakkaista kuitenkin noin puolet ovat etäasiakkaita, joten etäneuvotteluja tehdään eniten.

Asiakaskokemus on parhaimmillaan silloin, kun pystymme vastaamaan joustavasti ja nopeasti erilaisiin rahoitustarpeisiin, ja samalla tarjoten vaihtoehdot asioida asiakkaalle sopivalla tavalla ja parhaiten sopivina aikoina.

Opinnäytetyön tekeminen on ollut työn tekijälle mielenkiintoinen ja opettavainen kokemus, joka on vaatinut kärsivällisyyttä, aktiivisuutta ja aikaa. Myyntityö on aiheena tuttu opinnäytetyön tekijälle, ja se on jatkuvaa uuden oppimista ja kehittymistä, jota tämä tutkimus on tarjonnut.

Toimeksiantajalla on tarvetta vastaavalle myynnin tutkimiselle tulevaisuudessa, koska pankkityö on myyntityötä, ja maailmalla tapahtuvat muutokset vaikuttavat työn tekemiseen jatkuvasti. Jatkotutkimusaiheena voisi tutkia Ylä-Pirkanmaan Osuuspankin muiden tiimien myyntiä. Muita tiimejä ovat sijoitus- yritys- ja päivittäistiimit. Toisilta tiimeiltä saattaisi tulla kehitysehdotuksia, jotka sopisivat muillekin tiimeille.

LÄHTEET

Eskola, J. & Suoranta, J., 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino.

Finanssiala. 2021. Työ finanssialalla. Luettu 18.4.2022. <https://www.finanssiala.fi/aiheet/tyo-finanssialalla/#/>

Finanssivalvonta. 2022. Päivitetty 27.4.2022. Luettu 19.10.2022. https://www.finanssivalvonta.fi/globalassets/fi/saantely/maarayskoelma/2015/03_2015/2015_03.m3.pdf

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi 13., osin uudistettu painos.

Holma, L., Laasio, K., Ruusuvuori, M., Seppä, S. & Tanner, R. 2021. Menestys syntyy asiakaskokemuksesta: B2B-johtajan opas. Helsinki: Alma Talent Oy.

Kauppalehti. Kuluttajien ahdinko syvenee euriborin rajun nousun jatkuessa. Julkaistu 1.9.2022. Luettu 1.9.2022. Vain tilaajille. <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/kuluttajien-ahdinko-syvenee-euriborin-rajun-nousun-jatkuessa/df2825a7-ad0e-4ebd-aa7a-2166ab5491c9>

Killström, M. 2020. Vetoa tunteisiin. Luo parempia asiakaskokemuksia ja pysyvämpiä asiakassuhteita. Helsinki: Alma Talent Oy.

Koivumäki, A. & Kortesoja, K. 2019. 100 faktaa myynnistä. Helsinki: Alma Talent Oy.

Korkiakoski, K. & Gerdt, B. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus. Työkalupakki. Helsinki: Talentum Media Oy.

Korkiakoski, K. 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus. Uusi aika. Uudenlainen johtaminen. Helsinki: Alma Talent Oy.

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. & Piercy, N. 2017. Principles of marketing. Harlow, England: Pearson.

Mayer, D. & Greenberg, H. 2006. What Makes a Good Salesman. Harvard Business Review. Luettu 24.10.2022. <https://hbr.org/2006/07/what-makes-a-good-salesman>

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2020. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3.–6. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

OP Media. Korkeiden nousu, inflaatio ja asuntolaina: miltä tilanne näyttää asian-tuntijan silmin? Julkaistu 14.4.2022. Luettu 18.4.2022. <https://www.op-media.fi/talous/korkeiden-nousu-inflaatio-ja-asuntolaina/>

OP Intra, sisäinen verkkosivusto. 2022. Vaatii käyttöoikeuden.

OP Ylä-Pirkanmaa. n.d. Asiakastiedote kesäkuu 2022. Luettu 1.6.2022. <https://www.op.fi/documents/269568/269683/OP+Yl%C3%A4-Pirkanmaan+vuosijulkaisu+2022/cbfff4-5bd6-55b3-599a-fb04243bb143>

Op.fi. n.d. Turvaa taloutesi. Luettu 18.4.2022. <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/lainat-ja-asunnot/talouden-turva>

Op.fi. n.d. Suhdanne-ennusteet ja talouskatsaukset. Talouden näkymät syyskuu 2022. Luettu 5.10.22. <https://www.op.fi/op-ryhma/medialle/raportit/markkinatieto>

Salminen, J. 2018. Asiantuntijan myyntitaidot. 1. painos. Espoo: Impact.

Selkee, L. toimitusjohtaja. 2022. Haastattelu 1.9.2022. Haastattelija Paananen, S.

Suomen Vakuutusyhdistys. Julkaistu 8.6.2020. Luettu 18.4.2022. Digitaalinen kompetenssi – finanssialan uusi vuorovaikutuksellinen työelämätaito <https://www.suomenvakuutusyhdistys.fi/uutiset/digitaalinen-kompetenssi-finanssial/>

Rubanovitsch, M. 2018. Myyntikapina: korvaako kone ihmisen myyntityössä? 1. painos. Oy Imperial Sales AB/Johtajatiimi

Rummukainen, T. 2015. Huippumyyjä. Tositarinoita myynnin huipulta. 3. uudistettu painos.

Vuorio, P. 2013. Myyntitaidon käsikirja. Puhetaito ja tahtotila myyntityössä. Helsinki: Yrityskirjat Oy.

Yle. Uutiset 29.7.2022. Luettu 29.7.2022. <https://yle.fi/uutiset/3-12556032>

Ylä-Pirkanmaan Osuuspankki. 2022. Tulospöytäkirja. Julkaisematon. Ylä-Pirkanmaan Osuuspankki.

LIITTEET

Liite 1. Ennakkokysely (OP Intra 2022)

1 (2)

1. Useimmilla on unelmia ja haaveita. Millaisia ovat sinun ja perheesi lähivuosien suunnitelmat ja haaveet?

Asunnon vaihto / hankinta

Opiskelu tai työelämään liittyvät muutokset

Perhetilanteeseen liittyvät muutokset

Vaurastuminen

Muu, mikä?

2. Välillä elämä voi yllättää, myös haasteillaan. Mikä tapahtuma voisi tuoda talouteesi ongelmia tai estää suunnitelmien ja haaveiden toteutumisen?

Korkotason nousu

Työttömyys tai lomautus

Sairastuminen tai työkyvyttömyys

Läheisen kuolema

Muu, mikä?

3. Kuinka suuri vaikutus korkotason nousulla olisi talouteesi?

Suuri

Kohtalainen

Melko pieni

Pieni

En osaa sanoa

4. Kuinka suuri vaikutus työttömyydellä tai sairauslomalla olisi talouteesi?

Suuri

Kohtalainen

Melko pieni

Pieni

En osaa sanoa

(jatkuu)

2 (2)

5. Onko suunnitelmissasi muita merkittäviä hankintoja tai kulueriä? Mitä?

Auton tai muun ajoneuvon hankinta / vaihto)

Remontointi

Vapaa-ajan asunnon hankinta

Matkustelu

Muu, mikä?

6. Miten olet varautunut yllättäviin menoihin?

Säästän tai sijoitan aktiivisesti

Kulutusluotto, -limiitti tai luottokortti

Vakuutusturva

En ole varautunut yllättäviin menoihin

Muu, mikä?

7. Mitä toiveita sinulla olisi tapaamiseemme? Mistä muista asioista haluaisit keskustella?

Liite 2. NPS-kysely (OP Intra 2022)

Kuinka todennäköisesti suosittelit OP:ta ystävillesi ja tuttavillesi tämän asiointin perusteella?

10 = Erittäin todennäköisesti

0 = Erittäin epätodennäköisesti

Voit vielä perustella vastaustasi

Oliko tästä asiointista sinulle hyötyä?

7 = Erittäin paljon hyötyä

1 = Ei lainkaan hyötyä

Voit vielä perustella vastaustasi

Millainen tunnetila sinulle jäi asiointista?

7 = Erittäin positiivinen

1 = Erittäin negatiivinen

Voit vielä perustella vastaustasi