



## **Tekoäly pankin asiakaspalvelijana – chatbottien nykytila**

Elena Dukov

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tradenomi, tietojenkäsittely

AMK-opinnäytetyö

2025

## Tiivistelmä

<b>Tekijä(t)</b> Elena Dukov
<b>Tutkinto</b> Tradenomi, tietojenkäsittely
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Tekoäly pankin asiakaspalvelijana – chatbottien nykytila
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 45 + 23
<p>Tekoälyn kehityksen myötä chatbottien tuottama asiakaspalvelu on yleistynyt pankkialalla, koska se tehostaa pankkien asiakaspalvelua ja tarjoaa asiakkaalle mahdollisuuden saada palvelua vuorokauden ympäri. Pankkien chatbotteja on kuitenkin tutkittu vasta vähän, koska tekoälyllä toimivat chatbotit ovat suhteellisen tuore keksintö. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää mikä tekoälyllä toimivien chatbottien tuottaman asiakaspalvelun tila on tällä hetkellä, sekä havainnoida chatbottien kriittiset kehityskohdat ja nykyiset vahvuudet. Pankkiala on erityisen kiinnostava tutkimuskohde. Se on vahvasti säännelty toimiala, jonka tuotteet ja palvelut ovat suurelta osin samankaltaisia, mikä korostaa asiakaskokemuksen merkitystä.</p> <p>Tutkimukseen on rajattu seitsemän suuren Suomessa ja Iso-Britanniassa operoivan pankin chatbotit, joita testataan pankkien sivuilta löytyvien yleisimpien kysymysten avulla. Menetelmänä käytetään laadullista analyysiä, jonka avulla arvioidaan chatbotien kykyä tuottaa selkeitä, hyödyllisiä ja asiakaslähtöisiä vastauksia sekä osoittaa empatiaa ja ohjata tarvittaessa asiakas ihmisen puoleen tilanteissa, joissa chatbot ei osannut ratkaista asiaa itse.</p> <p>Tulokset osoittavat, että chatbotit osaavat tällä hetkellä vastata rutiininomaisiin kysymyksiin hyvin, kuten "miten löydän IBAN numeroni". Chatbotit eivät kuitenkaan yleisesti osaa soveltaa tietoa ja vastata empatiaa vaativiin kysymyksiin, kuten "miksi lainahakemukseni hylättiin". Parhaimmassa tapauksessa chatbotit mahdollistivat nopean ja vaivattoman asioinnin ilman jonotusta tai puhelinsoittoa asiakaspalveluun, mutta huonoimmillaan ne heikentävät asiakkaan luottamusta pankkiin, esimerkiksi tilanteessa jossa chatbot ei osaa vastata edes yksinkertaiseen, mutta asiakkaalle kriittiseen kysymykseen. Kokonaisuudessaan chatbotit ovat tärkeä osa pankkien digitaalista palvelukokonaisuutta, mutta ne eivät vielä kykene täysin korvaamaan ihmisen tarjoamaa palvelua. Paras asiakaskokemus tällä hetkellä syntyy, kun chatbottien vahvuuksia hyödynnetään, mutta asiakas voidaan tarvittaessa sujuvasti ohjata ihmiselle.</p>
<b>Asiasanat</b> Tekoäly, asiakaskokemus, asiakaspalvelu, chatbot, pankkiala

## Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Tietoperusta.....	3
2.1	Asiakaskokemus.....	3
2.1.1	Mistä asiakaskokemus koostuu?.....	3
2.1.2	Asiakaskokemus pankeissa.....	9
2.2	Tekoäly.....	9
2.2.1	Tekoälyn historia ja kehitys tähän päivään.....	9
2.2.2	Tekoäly pankeissa.....	12
2.3	Asiakaskokemus ja tekoäly.....	13
2.3.1	Tekoälyn hyödyntäminen asiakaspalvelussa ja -kokemuksessa.....	13
2.3.2	Chatbottien käyttö pankeissa.....	15
2.4	Yhteenveto tietoperustasta.....	16
3	Tutkimuksen toteutustapa ja tiedonkeruu.....	19
3.1	Toteutustapa.....	19
3.2	Tutkimuksen kohdepankit.....	20
3.3	Valitut testikysymykset.....	20
3.4	Tutkimuksen arviointimenetelmät.....	21
4	Tutkimuksen tulokset ja analyysi.....	24
4.1	Testikysymykset.....	24
4.1.1	Miten tulen asiakkaaksi.....	24
4.1.2	Miten löydän IBAN numeroni.....	26
4.1.3	Kuinka kirjaudun verkkopankkiin.....	27
4.1.4	Kadotin korttini, kuinka suljen sen.....	28
4.1.5	Miten muutan puhelinnumeroni.....	30
4.1.6	Miksi lainahakemukseni hylättiin.....	32
4.1.7	Jouduin huijatuksi, mitä teen.....	33
4.1.8	Oletko oikea ihminen.....	35
4.1.9	Voitko siirtää minut ihmiselle.....	36
4.2	Tulosten yhteenveto.....	38
5	Pohdinta.....	40
6	Johtopäätelmät ja tulevaisuuden tutkimus.....	43
6.1	Johtopäätelmät.....	43
6.2	Tulevaisuuden tutkimus.....	44
	Lähteet.....	46
	Liitteet.....	53

## 1 Johdanto

Digitalisaatio ja teknologian kehittyminen ovat muuttaneet merkittävästi tapaa, jolla asiakkaat asioivat palveluntarjoajien kanssa. Pankkiala on tässä kehityksessä erityisen näkyvässä roolissa, sillä sen tarjoamat palvelut ovat arkaluonteisia ja asiakkaiden odotukset turvallisuudesta, saavutettavuudesta ja luotettavuudesta ovat erityisen korkealla. Tekoälyn hyödyntäminen asiakaspalvelussa, erityisesti chatbotien muodossa, on kasvanut viime vuosina merkittävästi. Chatbotit antavat yrityksille mahdollisuuden palvella asiakkaita vuorokauden ympäri ja mahdollisuuden vastata nopeasti yksinkertaisiin kysymyksiin, mikä tukee asiakkaiden kasvavia odotuksia nopeasta ja monikanavaisesta palvelusta (Korkiakoski & Gerdt, 2016; Telia, 2025).

Tekoälyn hyödyntäminen henkilöasiakkaiden asiakaspalvelussa on ajankohtainen ja laajasti keskustelua herättävä aihe. Pankkiala on erityisen kiinnostava tutkimuskohde, sillä se on vahvasti säännelty toimiala, jonka tuotteet ja palvelut ovat suurelta osin samankaltaisia. Tässä ympäristössä asiakaskokemus nousee keskeiseksi kilpailutekijäksi (Korkiakoski & Gerdt, 2016). Pankkien on jatkuvasti etsittävä uusia tapoja tuottaa arvoa asiakkaalle, ja tekoälyyn perustuvat ratkaisut – kuten chatbotit – ovat nousseet yhdeksi merkittävimmistä keinoista vastata tähän tarpeeseen. Tekoälyn pitää tukea ja palvella ihmisiä, ei automatisoida heitä pois prosesseista (OP, 2020).

Tekoälyn ja ihmisen välinen työnjako herättää samalla laajempia kysymyksiä asiakaspalvelun tulevaisuudesta. Esimerkkinä: vaikka tekoäly mahdollistaa tehokkuutta ja nopeutta, pystyykö se täysin korvaamaan inhimillistä empatiaa ja ymmärrystä (Morgan, 2023)? Erityisesti, kun pankkipalveluiden luonteeseen kuuluu tilanteita, joissa asiakkaat kokevat stressiä, epävarmuutta tai pettymystä, jolloin empatian puute voi vaikuttaa asiakaskohtamiseen merkittävästi.

Kaiken kaikkiaan tämä tutkimus ottaa huomioon aiemman kirjallisuuden tekoälyn hyödyntämisestä asiakaspalvelussa ja tarkastelee, kuinka pankkien chatbotit onnistuvat tasapainoilemaan nopeuden, selkeyden ja inhimillisen vuorovaikutuksen välillä. Tarkemmin tutkimuksen tavoitteena on analysoida, millainen on tekoälyllä toimivien chatbottien tuottaman asiakaspalvelun tila tällä hetkellä, sekä havainnoida chatbottien kriittiset kehityskohdat ja nykyiset vahvuudet. Aihe on ajankohtainen, sillä chatbotit ovat suhteellisen tuore keksintö ja niiden käyttö on yleistynyt yhä enemmän yritysten keskuudessa. Samalla pankkien chatbotteja on tutkittu vasta vähän. Tutkimuksen kohteeksi on rajattu seitsemän suuren Suomessa ja Iso-Britanniassa operoivan pankin chatbotit, joita testataan pankkien sivuilta löytyvien yleisimpien kysymysten avulla. Menetelmänä käytetään SERVQUAL-malliin (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) pohjautuvaa laadullista analyysiä, jonka avulla arvioidaan chatbotien kykyä tuottaa selkeitä, hyödyllisiä ja asiakaslähtöisiä vastauksia sekä osoittaa empatiaa ja ohjata tarvittaessa asiakas ihmisen puoleen tilanteessa, jossa chatbot ei osaa ratkaista asiaa itse.

Tutkimuksen tutkimuskysymys on:

*Kuinka hyvin tekoälypohjaiset chatbotit onnistuvat tuottamaan laadukasta asiakaspalvelua pankkisektorilla?*

Tutkimusaihe syntyi omasta työkokemuksesta pankin asiakaspalvelussa ja mielenkiinnosta tekoälyn hyödyntämiseen. Viime vuosina tekoälyn käyttö on lisääntynyt merkittävästi niin opinnoissa, omalla työpaikalla sekä finanssialalla laajemminkin. Tämä herätti kysymyksen siitä, poistaako tekoäly asiakaspalvelutyötä ja miten se vaikuttaa asiakkaan kokemaan palvelun laatuun. Koska pankkien asiakaspalvelu liittyy suoraan asiakkaiden arkielämän ja talouden hallintaan, on tärkeää tutkia, voiko tekoäly vastata riittävän luotettavasti ja empaattisesti asiakkaiden tarpeisiin.

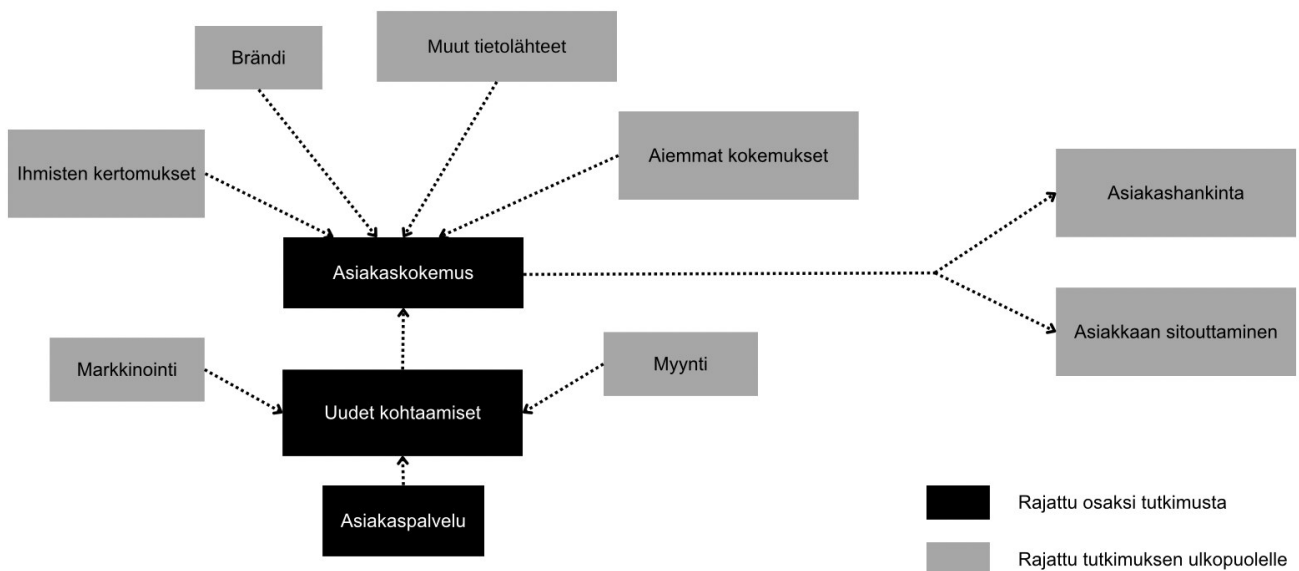
## 2 Tietoperusta

### 2.1 Asiakaskokemus

#### 2.1.1 Mistä asiakaskokemus koostuu?

Asiakaskokemus tarkoittaa asiakkaan laajaa henkilökohtaista mielikuvaa (Salesforce, 2022) ja tunnetta yrityksestä (Löytänä & Kortesus, 2011), johon vaikuttaa vahvasti asiakkaan aiemmat kokemukset yrityksestä, uudet kohtaamiset asiakkaan ja yrityksen välillä, muiden ihmisten kertomukset yrityksestä, yrityksen brändi sekä asiakkaan tiedot muiden tietolähteiden (Korkiakoski & Gerdt, 2016) kuten internetin kautta. Asiakaskokemuksen tavoitteena on kohtaamisten ja niissä syntyneiden tuntemusten avulla luoda asiakkaalle arvoa (Löytänä & Kortesus, 2011). Tämä on yritykselle tärkeää, koska asiakaskokemuksen luomaa arvoa tuottamalla yritys edesauttaa asiakashankintaa sekä olemassa olevien asiakkaiden sitouttamista pidempiin asiakassuhteisiin. Erinomainen asiakaskokemus voi siis parhaassa tapauksessa johtaa kilpailuetuun markkinoilla (Löytänä & Kortesus, 2011).

Asiakaskokemuksessa keskeisessä roolissa olevat uudet kohtaamiset asiakkaan ja yrityksen välillä muodostuvat kolmesta osa-alueesta: markkinointi-, myynti- ja asiakaspalvelutilanteista (Korkiakoski & Gerdt, 2016). Tämä tutkimus keskittyy asiakaspalvelutilanteisiin, eli kertakontakteihin asiakkaan ja yrityksen välillä (Salesforce, 2022). Alla oleva kuvio tiivistää edellä mainitut aiempien tutkimusten löytämät asiakaskokemuksen osa-alueet, asiakaskokemuksen tavoitteet sekä havainnollistaa tämän tutkimuksen rajauksen.



Kuvio 1: Asiakaskokemuksen määritelmä (kuvio pohjautuu seuraaviin aiempiin tutkimuksiin: Korkiakoski & Gerdt, 2016; Löytänä & Kortesus, 2011)

Yleisellä tasolla uudet asiakaspalvelutilanteet jakautuvat kahteen – kohtaamisiin ihmisen kanssa sekä kohtaamisiin tekoälyn kanssa. Tarkemmin tässä tutkimuksessa keskitytään tekoälyllä toteutettuihin asiakaskohtaamisiin. Aiempi kirjallisuus on tuonut esille, että onnistuneiden asiakaspalvelutilanteiden edellyttämät elementit ovat samankaltaiset niin ihmisten kuin tekoälyn toteuttamissa asiakaskohtaamisissa. Tarkemmin aiempi tutkimus korostaa seuraavien elementtien tärkeyttä asiakaspalvelutilanteissa: (1) saavutettavuus (Korkiakoski & Gerdt, 2016; Filenius, 2015), (2) henkilökohtaisuus (Löytänä & Korteso, 2011), (3) selkeys (Filenius, 2015), (4) hyödyllisyys (Crollic, Thomaz & Stephen, 2021), (5) vuorovaikutuksen sävy (VSP, 2025) ja (6) nopeus (Rand, 2025). Alla on kuvattu tarkemmin kukin elementti sekä syy näiden merkitykselle tavoitellessamme erinomaista asiakaskokemusta.

### **(1) Saavutettavuus**

Asiakaskokemaan vaikuttaa oleellisesti saavutettavuus. Eli kuinka helposti asiakas voi lähestyä yritystä ja kuinka vaivattomasti asiakas saa tarvittavaa apua kysymykseensä tai löytää tietoa yrityksen kotisivuilta. Digitalisaation myös asiakkaat odottavat myös yhä helpommin saavutettavaa ja monikanavaisempaa palvelua läpi vuorokauden (Korkiakoski & Gerdt, 2016). Tästä johtuen tekoälyn rooli asiakaspalvelussa ja asiakaskokemuksessa korostuu, koska se mahdollistaa nopeita vastauksia asiakkaille juuri silloin kun he itse niitä haluavat ja tarvitsevat.

Tekoälyllä toimivat chatbotit ovat tarjonneet yrityksille mahdollisuuden entistä saavutettavampaan asiakaspalveluun, koska ne voivat tarjota apua ilman jonotusta ja ympäri vuorokauden. Esimerkiksi IBM:n (2025) mukaan tekoälyjärjestelmät mahdollistavat reaaliaikaisen vastausajan ja toimintojen automatisoinnin. Asiakas voi siis saada tekoälyn avulla vastauksen heti, mikä parantaa palvelun saavutettavuutta merkittävästi. Aiempi tutkimus kuitenkin osoittaa, että pelkästään tekninen saavutettavuus ei riitä, sillä perinteiset chatbotit eivät aina ratkaise asiakkaan ongelmaa; esimerkiksi Crollic ym. (2021) tekemässä chatbot-tutkimuksessa havaittiin, että 63 prosenttia käyttäjistä ilmoitti ettei chatbot ratkaissut heidän asiaansa loppuun. Tämän perusteella saavutettavuus tulee yhdistää myös asiakaspalvelun ratkaisun laatuun – ei siis riitä, että asiakas saa palvelun nopeasti ja vaivatta, vaan asiakaspalvelun tulisi myös vastata asiakkaan tarpeeseen, ratkaista ongelman tai vaihtoehtoisesti ohjata oikeaan suuntaan ratkaisun saamiseksi (Crollic ym. 2021).

Tekoäly voi siis tarjota saavutettavuuden etua. Aiemman kirjallisuuden perusteella tekoälyn nykytila kuitenkin edellyttää, että teknologia on integroitu asiakasprosessiin (eli tekoäly osaa tarvittaessa ohjata asiakkaan ihmiselle tilanteessa, jossa se ei itse osaa asiaa ratkaista) Samalla on tärkeää, että asiakkaalle kommunikoidaan selkeästi miten ja milloin ihmisen tuottama asiakaspalvelu on saatavilla. Mielenkiintoisena havaintona on myös löydetty, että 64 % asiakkaista olisi mieluummin

ilman tekoälyä asiakaspalvelussa siksi, että he pelkäävät, ettei ihminen ole enää saatavilla (Gartner, 2024).

Tekoäly voi kuitenkin tukea myös reaaliaikaisissa asiakaspalvelutilanteissa niin, että asiakaspalvelijana toimii ihminen eikä pelkästään tekoäly. Kun asiakas istuu pöydän toisella puolella ja odottaa yksityiskohtaista tietoa tuotteista, asiakaspalvelija tai myyjä voi syöttää haastavan kysymyksen yrityksen tietokantaan. Tekoäly etsii silmänräpäyksessä parhaat vaihtoehdot asiakkaan ongelman ratkaisemiseksi (Telia, 2025). Tällöin asiakas saa palvelua ihmiseltä, vaikka ihmisen tukena on tekoäly.

## **(2) Henkilökohtaisuus**

Henkilökohtaisuus on keskeinen osa asiakkaan asiakaskokemusta, sillä se viestii, että asiakas ymmärretään yksilönä eikä vain osana massaa (Löytänä & Kortesus, 2011). Inhimillisessä asiakaspalvelussa tämä ilmenee empatiana, aktiivisena kuunteluna ja tilanteeseen mukautumisena. Koska tekoälyllä tuotettu asiakaspalvelu perustuu lähtökohtaisesti dataan, antaa se mahdollisuuden tarjota asiakkaalle henkilökohtaisia personoituja suosituksia asiakkaan aiemman käyttäytymisen perusteella (Sippola, 2025).

Tekoälyn vahvuus henkilökohtaisuuden näkökulmasta on sen kyky analysoida suuria tietomääriä ja oppia asiakkaiden käyttäytymismalleista, kun taas ihmisen vahvuus on kontekstin ja tunteiden ymmärtäminen. Näiden yhdistäminen voi tuottaa merkittävästi laadukkaamman asiakaskokemuksen. Morganin (2023) mukaan tekoälyllä saavutettu personointi toimii parhaiten silloin, kun sitä tukee inhimillinen palvelu, joka tuo empaattisen ja eettisen ulottuvuuden asiakassuhteeseen. Samalla sähköinen ja automatisoitu palvelu voi tuntua kylmältä, jos henkilökohtainen sävy puuttuu. Tutkimuksen mukaan tunneälykkyyden ja empatiakyvyn puute ovat kuitenkin edelleen haaste tekoälyjärjestelmille (Mashaabi, Alotaibi, Qudaih, Alnashwan, Al-Khalifa, 2022).

Henkilökohtaisuus tekoälypohjaisessa asiakaspalvelussa onnistuu, kun teknologian avulla tuotetaan asiakkaalle oikea-aikaista ja relevanttia palvelua, mutta säilytetään myös tunne siitä, että asiakas nähdään yksilönä. Tämä voi edellyttää esimerkiksi selkeää kommunikaatiota siitä, että asiakas on yhteydessä järjestelmään mutta tarvittaessa saa palvelua myös ihmiseltä.

## **(3) Selkeys**

Selkeys tarkoittaa sitä, että palvelutilanteessa viesti on ymmärrettävä ja ristiriidaton. Tämä toteutuu, kun asiakkaalle ei synny epävarmuutta, että hänen tarvitsisi ratkaista yhteydenottoa itse, ja palveluprosessi on looginen. Palvelua tulisi tuottaa asiakkaan kielellä yrityksen sisäisen tai liian

teknisen terminologian sijaan, jotta se olisi asiakkaalle mahdollisimman selkeää. Fileniuksen (2015) mukaan moitteeton suomen kielikään ei riitä, jos tieto ei pidä paikkaansa tai on ristiriitaista.

Tekoälyratkaisuihin selkeys ilmenee esimerkiksi selkeässä chatbotin antamassa vastauksessa, ymmärrettävässä kielessä, sekä siirtymien sujuvuudessa ihmispalveluun. Selkeys on kriittinen elementti, koska epäselvät tai huonosti toteutetut järjestelmät heikentävät asiakaskokemusta. Esimerkiksi tutkimus osoittaa, että noin 20 prosenttia asiakkaista kokee, että tekoälyn tuottama asiakaspalvelu ei tuonut mitään hyötyä, joka usein liittyi juuri selkeyden ja hyödyllisyyden puutteeseen (Kihlstrom, 2025). Selkeyden kannalta tekoälyn käyttö ei saa siis tarkoittaa asiakkaalle ylimääräistä työtä, tulosten hakemista tai epävarmuuden lisääntymistä. Päinvastoin, selkeä ja ennalta hahmotettu käyttöliittymä ja kommunikaatio lisäävät asiakkaan luottamusta ja parantavat asiakaspalvelukokemusta. Tämä myös ohjaa asiakkaita hakemaan palvelua chatboteilta, mikä vähentää ihmisten tuottaman asiakaspalvelun kuormittumista yksinkertaisissa rutiinikysymyksissä.

Kaiken kaikkiaan inhimillisessä asiakaspalvelussa selkeys rakentuu viestintätaidoista, kuuntelusta ja kyvystä mukauttaa omaa kieltä asiakkaan tarpeisiin. Aiemman kirjallisuuden perusteella tekoälypalveluissa selkeyden haasteena on ollut luonnollisen kielen prosessointi; jos chatbot ei ymmärrä kysymystä oikein tai tuottaa epä johdonmukaisen vastauksen, syntyy turhautumista ja epäluottamusta (Cîmpeanu ym., 2023).

#### **(4) Hyödyllisyys**

Hyödyllisyydellä tarkoitetaan, että asiakaskohtaaminen johtaa todelliseen ratkaisuun asiakkaan ongelmassa eikä pelkästään vuorovaikutukseen. Loppujen lopuksi asiakas arvioi palvelun sen mukaan ratkaistiinko ongelma vai ei. Asiakkaalle siis voi olla merkityksetöntä onko asiakaspalvelu tekoälyn vai ihmisen tuottamaa, kunhan asia tulee ratkaistuksi. Ihmisen tuottamassa asiakaspalvelussa hyödyllisyys ilmenee kyvyssä löytää ratkaisu asiakkaan yksilölliseen tilanteeseen. Tekoäly puolestaan tuo hyödyllisyyteen uusia ulottuvuuksia, kuten ennakoinnin (Oyeni ym., 2024). Tekoälypohjaiset neuvontaratkaisut voivat esimerkiksi tunnistaa asiakkaan tarpeet ennen kuin hän itse tiedostaa ne (Ashwini ym., 2023).

Mikäli tekoäly ei pysty ratkaisemaan ongelmaa tai ohjaa asiakkaan umpikujaan, palvelun hyöty asiakkaalle on pieni. Hyödyllisyys edellyttää siis sekä toiminnallista tarkkuutta että palveluprosessin joustavuutta – kykyä siirtää asiakas ihmisen tuottamaan palveluun silloin, kun automaatio ei riitä. Tämän vuoksi tekoälypohjaisissa palveluissa on tärkeää mitata kohtaamisen ensiratkaisuaste ja varmistaa sujuva siirtyminen tekoälyn tuottamasta asiakaspalvelusta ihmisen tuottamaan asiakaspalveluun.

## **(5) Vuorovaikutuksen sävy**

Vuorovaikutuksen sävy viittaa siihen, miten asiakas tuntee tulevansa kohdatuksi eli millainen on asiakaspalvelutilanteen sävy. Tämän keskiössä ovat esimerkiksi ystävällisyys, asiakaslähtöisyys ja inhimillisuus. VSP (2025) korostaa, että vaikka tekoäly ei välttämättä pysty tulkitsemaan asiakkaan tunteita samalla tavalla kuin ihminen, sen kommunikoimaa "tone of voicea" voidaan ohjata yrityksen arvojen ja asiakasprofiilin mukaisesti. Tekoälyn näkökulmasta tämä tarkoittaa, että chatbotin puhetyyli, vasteiden tempo ja ohjauksessa käytetty kieli muodostavat tärkeän osan kokemuksesta. Teknologia mahdollistaa sävyn yhtenäistämisen eri asiakaskanavissa, mutta vaatii huolellista suunnittelua ja asiakastestausta.

Vaikka tekoäly ei kykene aidosti tunteiden tulkintaan, se voi silti jäljitellä ystävällistä ja johdonmukaista sävyä, joka lisää palvelun miellyttävyyttä. Tunnepitoisuus ja kontekstin ymmärtäminen ovat edelleen haasteita asiakaspalvelussa (Mashaabi ym., 2022). Hyvä sävy asiakaspalvelussa tukee asiakkaan tunnetta, että hänen asiansa on tärkeä ja hänet kohdataan arvostaen – mikä puolestaan vaikuttaa lojaalisuuteen ja suositteluun. Vuorovaikutuksen sävy muodostaa palvelukokemuksen emotionaalisen perustan. Se tarkoittaa asiakkaan kokemaa tunnetta ja sitä, kuinka ystävälliseksi, kunnioittavaksi ja empaattiseksi palvelu koetaan. Vuorovaikutuksen sävy on siten yksi keskeinen tekijä, joka määrittää, tuntuuko palvelu asiakkaasta mekaaniselta vai aidosti huomioivalta – riippumatta siitä, tuottaako palvelun ihminen vai tekoäly.

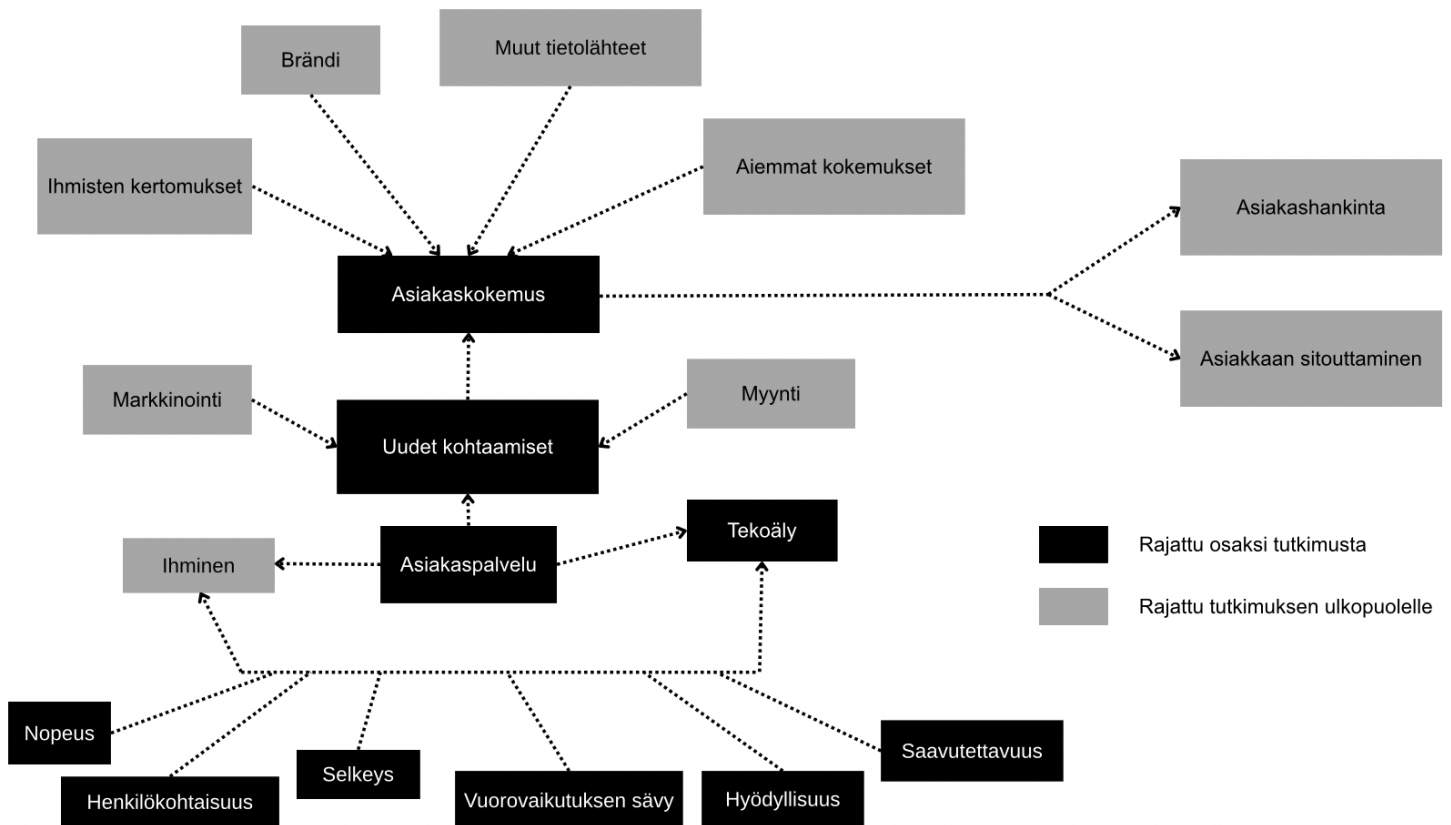
## **(6) Nopeus**

Nopeudesta eli palvelun saamisen nopeudesta sekä ratkaisuaajasta on tullut kriittinen kilpailutekijä asiakaspalvelussa, sekä ihmisten että tekoälyn tuottamissa kohtaamisissa. Kun asiakas ottaa yhteyttä, odottamaton viive tai turha odotus kasvattavat turhautuneisuutta ja heikentävät asiakaskokemusta.

Tutkimusten mukaan tekoälypohjaiset järjestelmät voivat merkittävästi parantaa palvelutilanteiden nopeutta. Esimerkiksi Hariguna (2024) toteaa, että tekoälyn käyttö mahdollistaa nopeamman ja tarkemman palvelun tarjoamisen asiakastarpeisiin. Myös Harvard Business Schoolin julkaisemassa analyysissä (analyysin tekijä: Rand, 2025) todetaan, että tekoäly auttoi chatbotteja vastaamaan chat-keskusteluihin noin 20 % nopeammin verrattuna tilanteisiin ilman tekoälytukea. Tämä nopeus hyödyttää asiakasta suoraan lyhentyneellä odotusajalla, nopeammalla ongelman ratkaisulla ja täten vähemmällä turhautumisella.

Nopeus ei kuitenkaan pelkällä vasteajalla tarkoita, että palvelu olisi laadukasta. Jos nopeus maksaa sen, että vastaus on epäselvä tai virheellinen, kokemus jää negatiiviseksi. Näin ollen yrityksen on

varmistettava, että asiakaspalvelun nopeus yhdistyy myös asiakaspalvelun muihin elementteihin, kuten selkeyteen, hyödyllisyyteen ja yhdenmukaiseen sävyyn, jotta asiakaskokemus kokonaisuutena on onnistunut. Tässä mielessä nopeus on siis merkittävä osa-alue asiakaspalvelussa, mutta se ei yksinään riitä tuottamaan positiivista asiakaskokemusta.



Kuvio 2: Asiakaspalvelusta asiakaskokemukseen (kuvio pohjautuu seuraaviin aiempiin tutkimuksiin: Korkiakoski & Gerdt, 2016; Löytänä & Korteso, 2011; Filenius, 2015; Crollic ym., 2021; VSP, 2025; Rand, 2025)

Kaiken kaikkiaan edellä mainittujen aiemmissä tutkimuksissa löydettyjen osa-alueiden (saavutettavuus, hyödyllisyys, vuorovaikutuksen sävy, selkeys, henkilökohtaisuus, nopeus) huomioiminen on yritykselle tärkeää, koska jos jokin osa-alueista on heikko, todennäköisyys asiakkaan menettämiseksi toiselle kilpailijalle kasvaa (Korkiakoski & Gerdt, 2016). Toisaalta, laadukas asiakaskokemus voi sekä vahvistaa ostopäätöstä että asiakkuuden lojaaliutta (Saarijärvi & Puustinen, 2020), mikä korostaa asiakaskokemuksen merkityksellisyyttä.

Asiakaskokemuksen parantamiseksi yritykset usein myös tavoittelevat asiakkaan odotusten ylittämistä. Odotukset ylittävää asiakaspalvelua on muun muassa henkilökohtainen, tunteisiin vetoava ja yllättävä asiakaspalvelu, jota tosielämässä on hyvin haastavaa toteuttaa. Odotusten ylittämisen sijaan tulisi kuitenkin tavoitella asiakkaan odotusten täyttämistä ja tämän avulla

minimoida tapaukset, jossa asiakkaan odotukset eivät täyty (Löytänä & Korteso, 2011). Näiden aiempiin tutkimuksiin perustuvien näkökulmien perusteella voidaan päätellä, että asiakaspalvelun keskeisten osa-alueiden täyttäminen on yksi asiakaskokemuksen tärkeistä kulmakivistä, joiden kautta yrityksen kilpailukyky markkinoilla vahvistuu. Tämän päätelmän vuoksi edellä mainittujen osa-alueiden huomioiminen (saavutettavuus, hyödyllisyys, vuorovaikutuksen sävy, selkeys, henkilökohtaisuus ja nopeus) ovat myös oleellista tälle tutkimukselle.

### **2.1.2 Asiakaskokemus pankeissa**

Pankit ovat rajoitettuja toimialansa tiukkojen lakien ja samankaltaisten tuotteidensa kanssa, joten yksi merkittävimmistä kilpailuvalteista markkinoilla yrityksille on asiakaskokemus sekä palvelun laatu. Asiakas on valmis siirtämään asiointinsa nopeasti kilpailijalle mikäli ei koe saavansa tarpeeksi arvokasta ja kattavaa palvelua. Tästä johtuen asiakaskokemuksen merkitys pankeille on erityisen tärkeää tilanteissa, joissa asiakas on nihin yhteydessä (Korkiakoski & Gerdt, 2016). Onnistunut palvelutilanne, joka herättää asiakkaassa luottamusta ja positiivisia tunteita, voi synnyttää pitkäaikaisen, jopa elinikäisen luottamussuhteen asiakkaan ja pankin välille. Tällaisen suhteen perustana on molemminpuolinen kunnioitus ja arvostus (Fischer & Vainio, 2014).

Entinen Danske Bankin Suomen toimitusjohtaja Risto Tornivaara korostaa, että pankin tuote on sopimus, jolla välitetään rahaa ja jolla syntyy valtasuhteita eri toimijoiden välille. Kaikki asiakkaat Tornivaaran mukaan odottavat, että heidän tarpeita ja ongelmiaan ymmärretään ja pankin tulisi olla luotettava kumppani asiakkaalle (Korkiakoski & Gerdt, 2016). Tämä korostaa myös asiakaskokemuksen sekä asiakaspalvelun merkitystä pankeissa.

## **2.2 Tekoäly**

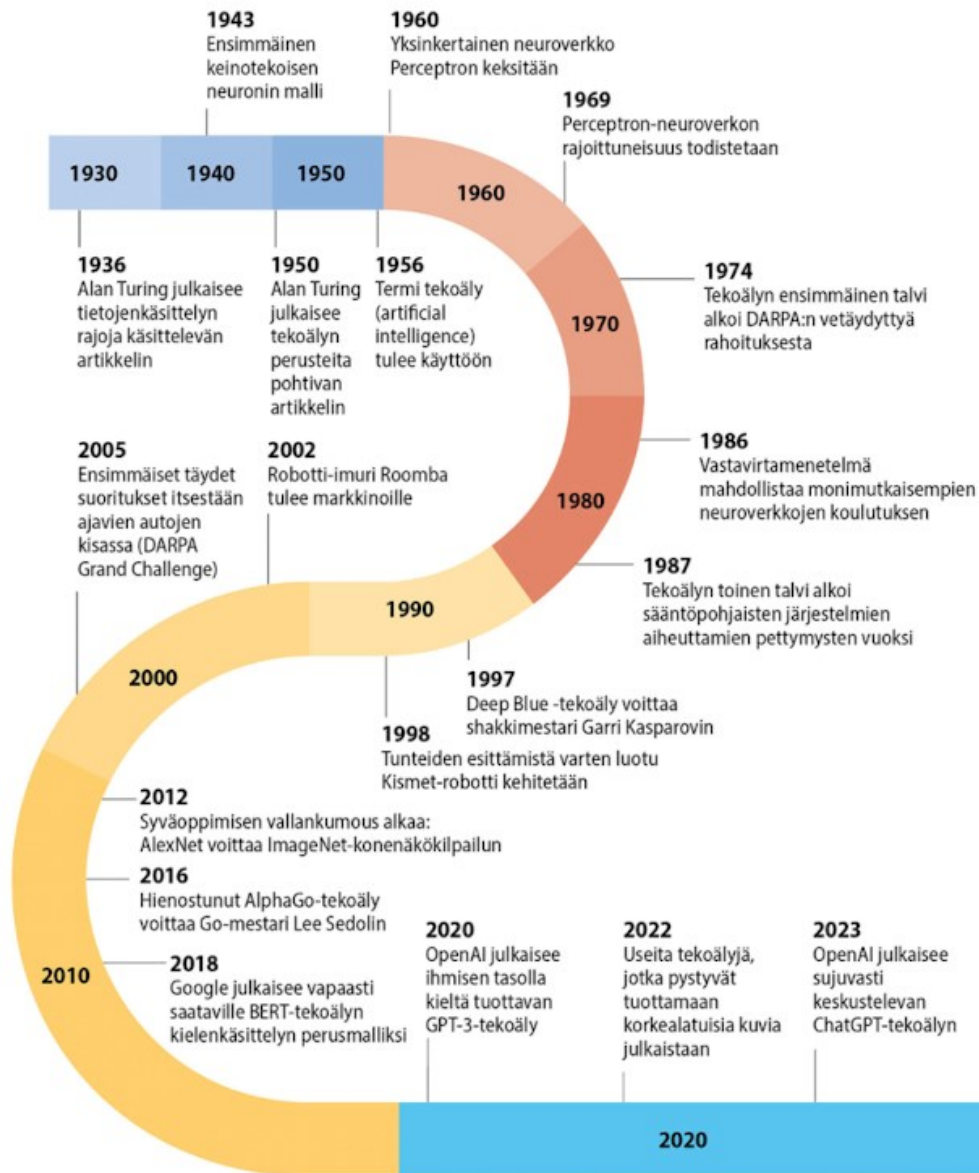
### **2.2.1 Tekoälyn historia ja kehitys tähän päivään**

Tekoälyn juuret ulottuvat vuoteen 1956, jolloin John McCarthy ja muut merkittävät tutkijat esittelivät ajatuksen koneista, jotka pystyisivät suorittamaan toimintoja, jotka perinteisesti vaativat ihmisen älykkyyttä, kuten päättelyä, oppimista ja ongelmanratkaisua (Shalet & Thangam, 2023). Tekoälyllä itsessään viitataan digitaalisten tietokoneiden tai robottiohjattujen mekanismien mahdollisuuteen toteuttaa älykkäitä tehtäviä (Oyeniyi ym., 2024). Tekoäly perustuu neuroverkkoihin, joiden kehityksen keskiössä on ollut suomalainen Teuvo Kohonen. Kohonen on kehittänyt organisoinnin menetelmän, jossa algoritmi opettaa yhdistämään samankaltaiset havainnot ja asiat sekä näyttämään nämä kartalla. Kohosen oppilas, tietojenkäsittelyn emeritusprofessori Erkki Oja kertoo Kohosen yrittäneen siirtää pohdintansa matemaattisiksi algoritmeiksi ja menetelmiksi, joita nykyään kutsutaan tekoälyksi (Räty, s.a.).

Yleisesti voidaan todeta, että tekoälyn tutkimus oli vuosina 1930–1955 hyvin teoreettista. Ensimmäinen merkittävä läpimurto tapahtui vuonna 1956, kun tutkijat esittelivät ajatuksen koneista, jotka pystyisivät suorittamaan ihmisen älykkyyttä vaativia tehtäviä. Tämän jälkeen tutkimus jatkui tasaisesti, vaikka konkreettisia edistysaskeleita ei nähty pitkään aikaan. Tekoälyn kannalta merkittäviä kehitysaskeleita oli, kun vuonna 1997 IBM:n kehittämä shakkitekoäly Deep Blue voitti maailman parhaan ihmispelaajan, shakin maailmanmestarin Garry Kasparovin. 2000-luvun alussa tekoälyn suunta alkoi kääntyä tutkijoiden onnistuessa ottamaan ensiaskeleita tehokkaampien tekoälyalgoritmien ja syväoppimisen suuntaan. Ja vuonna 2020 tekoäly oli jo kehittynyt siihen pisteeseen, että OpenAI julkaisi GPT-3-tekoälyn, joka tuottaa kieltä ihmisen tasolla. Tämän jälkeen tekoälyä on kehitetty muun muassa tuottamaan korkealaatuisia kuvia sekä keskustelemaan ihmisen kanssa (Kolari & Kallio, 2023). Tekoäly alkoi tavoittaa laajempaa yleisöä helposti lähestyttävällä tavalla. Tekoälyn kaupallinen potentiaali räjähti lopullisesti vuonna 2023, kun tekoäly saavutti tason, jolla se pystyi käymään sujuvaa keskustelua ihmisten kanssa.

Tekoälyn kehitys ei kuitenkaan ole vielä päättynyt, vaan sitä opetetaan jatkuvasti olemaan parempi versio. On hyvä huomata, että tekoäly kehittää myös itseään aina kun sille syötetään uutta dataa, jolloin sen antama ensimmäinen vastaus ei aina välttämättä ole oikea (SAS, 2025). Tekoälyn integrointi yritysten toimintamalleihin ja työskentelytapoihin on tuonut merkittäviä muutoksia, ohjaten monia aloja asiakaskeskeisempään ja teknologisesti kehittyneempään suuntaan (Oyeniyi ym., 2024), mikä myös mahdollistaa yhä enemmän ja enemmän ihmismäisten tehtävien suorittamisen tuottavuuden parantamiseksi (Hlee ym., 2022).

Alla oleva kuvio havainnollistaa tekoälyn kehitystä sen eri kehitysvaiheissa.



Kuvio 3: Tekoälyn kehitys (Kolari & Kallio, 2023)

Tekoäly ei kuitenkaan välttämättä voi korvata inhimillistä vuorovaikutusta. Vaikka asiakkaat arvostavat nopeutta ja tehokkuutta, he myös kaipaavat ymmärrystä ja empatiaa – ja sitä tekoäly ei aina pysty tarjoamaan. Asiakaspalvelijat tuovat tilanteeseen kriittisen inhimillisen elementin eli empatian. Yhdistämällä tekoälyn tarjoaman nopeuden ja ihmisen tarjoaman empatian voidaan luoda sekä tyytyväisempiä asiakkaita että sitoutuneempia työntekijöitä (Morgan, 2023). Ihmisen toimintaan vaikuttaa kuitenkin myös ihmisen tunteet, jotka saattavat heijastua negatiivisesti

asiakaskohtaamisiin. Toisin kuin ihminen, tekoäly ei koskaan turhaudu aiemmista asiakaskohtaamisista tai suutu asiakkaan ilkeästä käytöksestä.

## 2.2.2 Tekoäly pankeissa

Tekoälyn saapuminen pankkisektorille on merkinnyt merkittävää muutosta, joka on aloittanut uuden aikakauden henkilökohtaisessa pankkitoiminnassa ja toiminnan tehokkuudessa. Tekoälyn integrointi ei tarkoita pelkästään rutiinitehtävien automatisointia, vaan myös asiakaskokemuksen uudelleenmäärittelyä ja maksutransaktioiden turvallisuuden vahvistamista (Oyeniyi ym., 2024). Jaiwant (2022) korostaa, kuinka tekoäly on mullistanut henkilökohtaisen pankkitoiminnan tekemällä rahoituspalveluista entistä asiakaslähtöisempiä ja sujuvampia.

Tekoälyn integroiminen pankkitoimintaan on tuonut mukanaan merkittäviä etuja, kuten tehokkaammat palveluprosessit, parannetun asiakaskokemuksen yksilöllisten palveluiden kautta, asiakaslähtöisempien ratkaisujen kehittäminen sekä kyvyn suorittaa monimutkaisia ongelmanratkaisutehtäviä. Nämä edistysaskeleet osoittavat pankkisektorin sitoutumisen tekoälyn hyödyntämiseen sekä strategisessa kehityksessä että liiketoiminnan kokonaisvaltaisessa edistämisessä. Tekoälyn käyttöönotto ei kuitenkaan ole ongelmatonta, vaan se edellyttää huolellista turvallisuuden varmistamista sekä tekoälyteknologioihin liittyvien eettisten kysymysten huomioimista (Oyeniyi ym., 2024).

Tekoälyn jatkuva kehittyminen pankkialalla kuvastaa paitsi alan kykyä sopeutua teknologisiin muutoksiin, mutta myös sen pyrkimystä vastata asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin digitaalisella aikakaudella. Pankkitoiminnan tulevaisuus nojaa näin ollen tekoälyteknologioiden strategiseen kehittämiseen ja soveltamiseen, jotka uudistavat niin yksityishenkilöiden kuin yritysten pankkikokemuksia (Oyeniyi ym., 2024). Pankkialan arkaluontoisuuden ja tekoälyn lisääntyneen käytön seurauksena asiakkaiden tulee kuitenkin voida luottaa siihen, että pankkien käyttämä tekoäly on turvallista (OP, 2020).

Dhashanamoorthi (2023) käsittelee tekoälyn kaksijakoista luonnetta pankkialalla ja korostaa sen mahdollisuuksia henkilötietojen suojaamisessa, petosten tunnistamisessa ja asiakaskäyttäytymisen analysoinnissa. Samalla hän tuo esiin tekoälyn käyttöönottoon liittyvät haasteet, kuten korkeat kustannukset, työttömyyden lisääntymisen, kyberrikollisuuden sekä läpinäkyvyyteen ja selitettävyyteen liittyvät kysymykset (Oyeniyi ym., 2024). Jain (2022) keskittyy tekoälyn soveltamiseen liittyviin haasteisiin pankkialalla ja korostaa tehokkaiden turvatoimien tarvetta monenlaisia haavoittuvuuksia vastaan. Tutkimuksessa painotetaan, että vaikka tekoäly voi merkittävästi muuttaa liiketoimintaprosesseja ja asiakasvuorovaikutusta, sen käyttöönotto edellyttää myös turvallisuuden ja eettisten kysymysten huolellista huomioimista.

Tekoälyn rooli pankkipalveluiden personoinnissa on merkittävä. Jaiwant (2022) korostaa, kuinka tekoäly mahdollistaa sujuvat rahoituspalvelut ja mullistaa henkilökohtaisen pankkitoiminnan, tehden siitä entistä tehokkaampaa ja menestyksekkäämpää. Hänen mukaansa tekoälyn vaikutus asiakaskokemukseen on huomattava. El-Gohary ym. (2021) tuovat esiin, kuinka tekoälypohjaiset teknologiat, kuten virtuaaliavustajat ja chatbotit, muuttavat pankkipalveluiden käyttöä. Vaikka nämä teknologiat ovat nostaneet kuluttajien odotuksia, on havaittavissa sitoutumiskuilu asiakkaiden ja tekoälytyökalujen välillä (El-Gohary ym., 2021). Tämä korostaa tarvetta lisätä kuluttajien tietoisuutta ja markkinoida tekoälyn hyötyjä tehokkaammin (Oyeniymi ym., 2024).

## **2.3 Asiakaskokemus ja tekoäly**

### **2.3.1 Tekoälyn hyödyntäminen asiakaspalvelussa ja -kokemuksessa**

Tekoälyn kasvava rooli asiakaspalvelussa herättää kuitenkin suuren kysymyksen: Korvaako tekoäly ihmisen työn asiakaspalvelussa (Morgan, 2023)? Kokonaisuudessaan tekoälyteknologioiden käyttöönotto ei ainoastaan lisää tehokkuutta ja kilpailukykyä, vaan myös vauhdittaa yritysten digitaalista uudistumista (Oyeniymi ym., 2024).

Tekoälyn nähdään tehostavan pankkien toimintaa ja tämän seurauksena myös OP Pohjola -konsernin nykyinen pääjohtaja Timo Ritakallio olettaa, että viiden vuoden päästä pankissa on vähemmän työntekijöitä nykypäivään verrattuna, sillä tekoälyllä saadaan korvattua työntekijöiden työtehtäviä. Tähän myös vaikuttaa se, kuinka tekoälychatit voivat hoitaa yksinkertaisimpia asiakaspalvelutilanteita, joka vähentää työntekijöiden työtehtäviä (Pellinen, 2025).

Goldman Sachs arvioi, että tekoäly voisi korvata jopa 300 miljoonaa kokoaikaista työpaikkaa, ja suurin osa asiantuntijoista on yhtä mieltä siitä, että asiakaspalvelutyöt tulevat muuttumaan automaation ja tekoälyn myötä – mutta eivät katoa (Pietarinen, 2023). Rutiinitehtävien automatisointi voi parantaa asiakaskokemusta tarjoamalla enemmän itsepalvelumahdollisuuksia ja auttaa ratkaisemaan alan suurimpia ongelmia, kuten työntekijöiden uupumusta ja tehottomuutta. Asiakaspalvelutyö on tunnetusti stressaavaa – se on listattu yhdeksi maailman kymmenestä stressaavimmasta työstä – ja yritykset kokevat jopa 45 % vuosittaista henkilöstön vaihtuvuutta. Tämä aiheuttaa valtavan osaajapulan ja korkeita kustannuksia uusien työntekijöiden rekrytointiin ja koulutukseen, mikä puolestaan vaikuttaa sekä asiakas- että työntekijäkokemukseen. Tekoälyn hyödyntäminen kitkattoman itsepalvelun tarjoamiseen chatbottien ja muiden kanavien kautta on hyödyllistä sekä asiakkaille että työntekijöille: palvelu nopeutuu ja tehostuu, ja samalla työntekijät vapautuvat yksitoikkaisista tehtävistä (Morgan, 2023).

Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että tekoäly olisi saavuttanut täyden potentiaalinsa. Käytössä on yhä runsaasti haasteita ja sääntelytarpeita, ja lisäksi tarvitaan järjestelmiä, jotka siirtävät asiakkaan

tarvittaessa sujuvasti tekoälyltä ihmiselle. Siitä huolimatta perusta asiakaspalvelun mullistamiselle on jo luotu, ja tekoälyllä voidaan tarjota erinomainen kokemus niin asiakkaille kuin asiakaspalvelijoillekin (Morgan, 2023).

Artikkelin mukaan asiakkailla on oikeus tietää, keskustelevatko he koneen vai ihmisen kanssa (ArenaX, 2024). On kuitenkin vähän näyttöä siitä, kiinnostaako asiakasta oikeasti onko asiakaspalvelijana tekoäly vai ihminen. On kuitenkin havaittu, että asiakkaan saaman vastauksen oikeellisuus merkitsee enemmän. Aiemman tutkimuksen mukaan 47 prosenttia Z-sukupolven edustajista hylkää brändin jo yhden huonon asiakaspalvelukokemuksen jälkeen, joten jokaisella kohtaamisella on suuri merkitys (Morgan, 2023). Tämä indikoi, että palvelun laatu menee sen edelle kuka asiakaspalvelijana on. On myös havaittu, että tekoäly auttaa brändejä tarjoamaan luotettavia kokemuksia kaikissa asiakaskohtaamisissa (Morgan, 2023) ihmistä nopeammin (Young & Hook, 2024) ja tekoälyllä tuotettu asiakaspalvelu on asiakkaan saavutettavissa vuorokauden ympäri eli saavutettavuudeltaan tekoäly voittaa ihmisen (ArenaX, 2024). Johtopäätöksenä voidaan esittää, että tekoäly mahdollistaa ihmistä tehokkaamman asiakaspalvelun, mikä on erityisen tärkeää nykyisessä asiakaspalveluympäristössä. Kysymykseksi kuitenkin jää voiko tekoäly tuottaa yhtä laadukasta asiakaspalvelua tehokkuuden lisäksi?

Vuonna 1950 julkaistussa artikkelissa "Computing Machinery and Intelligence" pohditaan kysymystä "Voivatko koneet ajatella?" (Turing, 1950). Artikkelissaan Turing kuvaili älykkäiden koneiden luomista ja erityisesti niiden älykkyyden testaamista. Hänen luomaa Turingin testiä pidetään edelleen vertailukohtana keinotekoisien järjestelmien älykkyyden tunnistamisessa. Tietokone läpäisee testin, jos testaaja on vuorovaikutuksessa toisen ihmisen ja koneen kanssa, eikä pysty erottamaan tulevatko vastaukset ihmiseltä vai tietokoneelta (Russel & Norvig 2010). On hyvä mainita, että aiempi tutkimus tarjoaa vain vähän vastauksia tähän liittyvästä nykytilasta, kun katsotaan pankkialaa vuonna 2025.

Pankkitoiminnassa asiakas on kaiken keskiössä, ja tekoälyn suurimmat hyödyt näkyvät juuri asiakaskokemuksen kehittämisessä. Tekoälypohjaiset chatbotit ja virtuaaliavustajat tarjoavat yksilöllistä tukea, ohjaavat asiakaskyselyitä ja auttavat vuorokauden ympäri (Ashwini ym., 2023). Niiden ansiosta viestintä on entistä sujuvampaa ja palveluprosessit nopeutuvat. Asiakkaat saavat vastauksia kysymyksiinsä nopeasti sekä voivat hoitaa erilaisia pankkiasioita ajasta ja paikasta riippumatta ilman pankkivirkailijan apua. Tämä säästää pankin resursseja ja vapauttaa varoja muuhun toimintaan. Lisäksi chatbotit pystyvät käsittelemään tapahtumia sekunneissa, mikä poistaa perinteiset jonotusajat (Cîmpeanu ym., 2023).

Haasteita voi syntyä tilanteissa, joissa asiakkaan sitouttaminen edellyttäisi empatiaa ja tunnetason ymmärrystä. Näissä tapauksissa tekoäly voi jäädä puutteelliseksi. Toisaalta monissa arkipäiväisissä

tehtävissä tunteettomuus on osoittautunut nimenomaan vahvuudeksi. Esimerkiksi rutiininomaiset tehtävät, kuten saldotietojen tarkistaminen, tapahtumahistorian läpikäynti tai tilien hallinta, voidaan hoitaa tehokkaasti pelkän datan perusteella asiakkaiden hyödyksi (Chishti ym., 2020). Myös Morgan (2023) korostaa empatian merkitystä, kun taas Adam ym. (2020) tuovat esiin, että asiakkaat saattavat hyväksyä jopa epäpersoonallisen viestinnän, kunhan vastaus on oikea.

### 2.3.2 Chatbottien käyttö pankeissa

Tekoälyn kehityksen myötä ihmisten tarjoamaa chatpalvelua on alettu yhä useammin korvata chatboteilla, jotka kommunikoivat käyttäjien kanssa luonnollisen kielen avulla (Adam ym., 2020). Chatbotin tarkoituksena on jäljitellä vuorovaikutteista keskustelua ihmisen kanssa käyttämällä ennalta ohjelmoituja sanoja ja muita syötteitä (Ltifi, 2023). Vaikka alkeellisia chatbotteja on ollut jo 1960-luvulta lähtien, tekoälyn toinen aalto on mahdollistanut aiempaa inhimillisemmän vuorovaikutuksen ja lisännyt kiinnostusta teknologiaa kohtaan (Adam ym., 2020). Ensimmäisinä kehitetyt chatbotit keskustelivat asiakkaan kanssa kömpelösti ja käyttökokemus ei ollut luontevaa. Keskustelu saattoi tuntua asiakkaalle etäiseltä ja epäpersoonalliselta. Kehittyneemmät chatbotit kuitenkin keskustelevat luonnollisemmin asiakkaan kanssa ja asiakas kokee jopa puhuvansa ihmiselle. Tämän seurauksena asiakas voi kokea olevansa arvostettu, mikä osaltaan voi parantaa asiakaskokemusta (Young & Hook, 2024).

Vuoden 2020 raportissa todetaan, että ihmiset pyrkivät liittämään inhimillisiä piirteitä, käyttäytymistä ja tunteita ei-inhimillisiin chatbotteihin. Tämä tarkoittaa, että mitä ihmismäisemmältä chatbot vaikuttaa, sitä todennäköisemmin ihmiset uskovat sen olevan oikea henkilö (Adam ym., 2020). Kun tämä yhdistetään todelliseen ihmiskontaktiin esimerkiksi sosiaalisessa mediassa tai chatbotin jälkeisessä tukivaiheessa, tuloksena voi olla asiakaskokemus, joka on parempi kuin koskaan aiemmin (Young & Hook, 2024).

Tekoälyyn perustuvat chatbotit ovat yleistyneet nopeasti eri ympäristöissä, ja niillä on potentiaalia tarjota huomattavia ajansäästö- ja kustannustehokkuusmahdollisuuksia. Monet käyttäjät kokevat kuitenkin yhä epätyytyttäviä kohtaamisia chatbotien kanssa. Tämä saattaa synnyttää epäluuloa ja vastustusta teknologiaa kohtaan ja näin estää käyttäjiä noudattamasta chatbotin antamia suosituksia ja pyyntöjä. Teknologisista edistysaskelista huolimatta asiakkaat kohtaavat yhä pettymyksiä tekoälypohjaisten chatbottien kanssa – esimerkiksi epäolennaisia tai virheellisiä vastauksia, jotka eivät vastaa käyttäjän odotuksia. Tämä voi heikentää palvelukokemusta ja herättää vastarintaa, mikä puolestaan vaarantaa koko itsepalveluteknologian toimivuuden (Adam ym., 2020).

Ihmiskeskeinen tekoäly on lähestymistapa, jonka tavoitteena on varmistaa, että tekoäly vastaa asiakkaiden tarpeisiin läpinäkyvällä ja tehokkaalla tavalla. Jatkuva koneoppimisprosessi, joka toimii

tiivissä vuorovaikutuksessa ihmisten kanssa, edellyttää syötteitä ymmärtääkseen inhimillisiä elementtejä, kuten viestintää, etiikkaa, tunteita ja käyttäytymistä. Hyödyntääkseen tekoälyn täyden potentiaalin pankkien on varmistettava, että tekoäly- ja koneoppimismallit kykenevät käsittelemään ihmisten tunteita ja ymmärtämään inhimillistä ajattelua. Lisäksi palveluiden tuottajien on noudatettava tekoälyn läpinäkyvyyden periaatteita – niiden on tehtävä automatisoituja päätöksiä eettisesti sekä pystyttävä käsittelemään sekä tarkoituksellisia että tahattomia vaikutuksia (Obuchettiar & Megargel, 2023).

Johdonmukaisten, kätevien ja henkilökohtaisten asiakaskokemusten luominen laajassa mittakaavassa on tärkeämpää kuin koskaan. Samalla tekoäly auttaa brändejä tarjoamaan luotettavia kokemuksia kaikissa asiakaskohtaamisissa (Morgan, 2023). Chatbottien käytössä pienikin virhe voi johtaa merkittäviin mainehaittoihin yritykselle ja heikentää asiakkaiden luottamusta tekoälyavusteiseen asiakaspalveluun. Esimerkiksi Iltalehden julkaisema artikkeli toi esiin tapauksen, jossa asiakas ei aluksi saanut apua ongelmaansa Nordean Virtuaaliavustaja Novalta. Asiakas tiedusteli sen jälkeen chatbotilta, odotetaanko häneltä suurempaa varallisuutta ennen kuin pankki kiinnostuu asiakkaistaan ja heidän ongelmistaan – ja tekoäly vastasi myöntävästi (Julkunen, 2025). Tällaiset tapaukset korostavat tarvetta kehittää tekoälypohjaisia asiakaspalveluratkaisuja entistä tarkemmin, jotta vältetään väärinymmärrykset ja tämän seurauksena saatu negatiivinen julkisuus.

## 2.4 Yhteenveto tietoperustasta

Aiempi tutkimus korostaa, että asiakaskokemus muodostuu asiakkaan henkilökohtaisesta tunteesta ja mielikuvasta yrityksestä, johon vaikuttavat aiemmat kokemukset, uudet kohtaamiset, muiden ihmisten mielipiteet, yrityksen brändi sekä asiakkaan tiedot eri lähteistä (Löytänä & Korteso, 2011; Korkiakoski & Gerdt, 2016; Salesforce, 2022). Asiakaskokemus on näin ollen moniulotteinen kokonaisuus, joka heijastaa sekä rationaalisia että emotionaalisia tekijöitä ja jonka tavoitteena on tuottaa arvoa asiakkaalle jokaisessa kohtaamisessa. Yritykselle asiakaskokemus on strateginen kilpailuetu, joka tukee asiakashankintaa ja sitouttaa olemassa olevia asiakkaita pidempiin asiakassuhteisiin (Löytänä & Korteso, 2011).

Asiakaspalvelutilanteet jakautuvat kahteen, asiakkaan ja tekoälyn tuottamiin palvelutilanteisiin. Vaikka teknologian rooli kasvaa jatkuvasti, tutkimukset osoittavat että asiakkaan kokemus palvelun laadusta riippuu enemmän siitä, kuinka hyvin ja vaivattomasti asiakkaan ongelma ratkaistaan, kuin siitä, kuka palvelun tuottaa – ihminen vai tekoäly (Crollic ym., 2021; Kihlstrom, 2025; Morgan, 2023). Tämä indikoi, että asiakaskokemuksen laadun keskiössä on ennen kaikkea toimivuus, saavutettavuus ja hyödyllisyys.

Tietoperustan perusteella onnistuneen asiakaspalvelun ja sitä kautta syntyvän asiakaskokemuksen kannalta keskeisiä elementtejä ovat saavutettavuus, henkilökohtaisuus, selkeys, hyödyllisyys,

vuorovaikutuksen sävy ja nopeus (Korkiakoski & Gerdt, 2016; Filenius, 2015; Löytänä & Korteso, 2011; VSP, 2025; Hariguna, 2024).

Nopeus on yksi merkittävimmistä palvelun laatuun vaikuttavista tekijöistä, sillä asiakkaat kokevat jonotusajan ja vasteajan keskeisinä palvelun tehokkuuden mittareina (Hariguna, 2024). Tutkimukset osoittavat, että tekoälypohjaiset asiakaspalvelujärjestelmät pystyvät lyhentämään vasteaikaa jopa 20 % verrattuna tilanteisiin, joissa tekoälyä ei käytetä (Rand, 2025). Nopeus lisää asiakkaan tyytyväisyyttä vähentämällä turhautumista ja parantamalla ongelmanratkaisun tehokkuutta. Nopeus ei kuitenkaan yksin määritä palvelun laatua. Mikäli nopea palvelu johtaa virheelliseen tai epäselvään vastaukseen, asiakaskokemus heikkenee (Hariguna, 2024). Näin ollen nopeus on tärkeä mutta ei riittävä laatutekijä. Tämän tutkimuksen kontekstissa, jossa vertaillaan eri pankkien tekoälypohjaisia chatboteja, nopeus ei muodostu erottavaksi tekijäksi, sillä tekoälypalvelut toimivat kaikissa pankeissa lähes reaaliaikaisesti ja chatbot tarjoaa vastauksen sekunneissa. Siksi nopeus rajataan pois metodologisesta arvioinnista, vaikka se onkin keskeinen osa asiakaskokemusta. Tässä tutkimuksessa muut edellä mainitut elementit ovat oleellisia ja osana tutkimuksen rajausta.

Tämän tutkimuksen tutkimuskysymys on:

*Kuinka hyvin tekoälypohjaiset chatbotit onnistuvat tuottamaan laadukasta asiakaspalvelua pankkisektorilla?*

Tätä kysymystä lähestytään vertailemalla eri pankkien chatbot-palveluita edellä kuvattujen asiakaskokemuksen elementtien kautta.

Aiempi tutkimus tarjoaa osin ristiriitaisia näkemyksiä tekoälyn roolista asiakaspalvelussa. Toiset tutkimukset painottavat tekoälyn hyötyjä – nopeutta, kustannustehokkuutta ja saavutettavuutta (Oyeni ym., 2024; Ashwini ym., 2023) – kun taas toiset korostavat sen puutteita inhimillisyydessä ja tunteiden ymmärtämisessä (Crollic ym., 2021; Mashaabi ym., 2022; Kihlstrom, 2025). Gartnerin (2024) mukaan 64 % asiakkaista toivoo kuitenkin, etteivät yritykset käyttäisi tekoälyä asiakaspalvelussa, koska he kokevat, että se vaikeuttaisi ihmisen toteuttaman asiakaspalvelun saavutettavuutta. Toisaalta Morganin (2023) mukaan tekoäly vapauttaa asiakaspalvelijat rutiinitehtävistä ja mahdollistaa paremman keskittymisen vaativampiin asiakastarpeisiin – näin ollen tekoäly ja ihminen voivat yhdessä tuottaa optimaalisemman palvelukokemuksen (Chishti ym., 2020).

Tämä osoittaa, että keskustelu ei ole mustavalkoista: tekoälyllä on sekä merkittäviä etuja että rajoitteita, ja sen vaikutus asiakaskokemukseen riippuu siitä, miten teknologia on suunniteltu ja integroitu osaksi asiakaspalveluprosessia.

Aiempi kirjallisuus antaa perusteita sekä tekoälyn hyödyistä että sen haasteista asiakaspalvelussa. Näiden pohjalta muodostetaan seuraava hypoteesi:

*Tekoälypohjainen asiakaspalvelu voi tuottaa yhtä laadukasta asiakaspalvelua rutiininomaisissa kysymyksissä, mutta kriittisenä kehityskohtana chatboteilla on haastavat ja monimutkaiset asiakaspalvelutilanteet sekä yleisesti chatbottien empatian puute.*

### 3 Tutkimuksen toteutustapa ja tiedonkeruu

#### 3.1 Toteutustapa

Tutkimuksen tavoitteena on tutkia ja vertailla erilaisten pankkialalla toimivien yritysten verkkosivuilta löytyviä chatbotteja. Tarkoituksena on tutkia kuinka hyvin chatbotit vastaavat testiasiakkaan kysymyksiin, miten tekoäly käyttäytyy asiakaspalvelijana, kuinka nopeasti chatbot ohjaa ihmiselle vastauksen saamiseksi sekä miten tekoäly vaikuttaa asiakaskokemukseen. Tutkimuksen toteutustapana on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Laadullinen toteutustapa on valittu, koska se on myös aiemmissa akateemisissa tutkimuksissa ollut yleisesti käytetty menetelmä arvioimaan ja mittaamaan palvelunlaatua (kuten Parasuraman ym., 1988) sekä teknologian käytettävyyttä (kuten Følstad & Skjuve, 2019).

Tarkemmin tämän tutkimuksen tutkimustapa pohjautuu SERVQUAL-malliin, joka on Parasuraman ym. (1988) kehittämä viitekehys palvelun laadun arviointiin. Viitekehys arvioi palvelun laatua viiden keskeisen ulottuvuuden kautta, joita ovat luotettavuus, reagointikyky, vakuuttavuus, empatia, fyysiset puitteet. Elementtejä arvioidaan mallissa 7-portaisella Likert-asteikolla, jonka kohdat ovat: täysin eri mieltä, eri mieltä, jossain määrin eri mieltä, ei samaa eikä eri mieltä, jossain määrin samaa mieltä, samaa mieltä sekä täysin samaa mieltä. Vaikka tutkimuksen toteutustapa perustuu kyseiseen malliin, on mallia muokattu tähän tutkimukseen soveltuvaksi. Mallin muokkaus johtuu siitä, että SERVQUAL-malli on kehitetty 1988 ihmisellä tuotettujen asiakaspalvelutilanteiden arviointiin eikä enää sovellu kaikilta elementeiltään nykypäivän tekoälyllä toteutettuihin asiakaspalvelutilanteisiin.

Seuraavissa osioissa avataan tarkemmin tämän tutkimuksen kohdepankit, valitut testikysymysten kategoriat sekä tutkimuksen arviointimenetelmät.

### 3.2 Tutkimuksen kohdepankit

Tutkimuksen kohteena on seitsemän eri euroopassa ja globaalisti operoivan pankin chatbottia: S-Pankki, Aktia, Nordea, OP, Bank Norwegian, HSBC ja Santander. Kaikki pankit eivät vielä ole ottaneet käyttöön chatbotia, jonka seurauksena kohteena olevat yritykset ovat valittu markkina-alueiden suurimmista pankeista, joilla on käytössään kotisivuille toimiva chatbot pankin henkilöasiakkaille. Kriteerinä oli myös, että chatbotin tuli myös osata sujuvasti vastata testikysymyksiin suomen tai englannin kielellä. Testiin on valittu erikokoisia pankkeja tutkimuksen kohteeksi, jotta tutkimus kuvastaisi laajasti erilaisia eurooppalaisia pankkeja sekä pankkialaa.

	Perustettu	Kotipaikka	Toiminta-alue	Yritysmuoto	Tulos (€)*	Henkilöstö	Henkilöasiakkaita
<b>Aktia</b>	1826	Suomi	Suomi	Julkinen osakeyhtiö	152 milj (2024)	886 (2025)	0,3 milj (2025)
<b>Bank Norwegian</b>	2007	Norja	Pohjoismaat, Saksa ja Espanja	Yksityisomistus	393 milj (2021)	160 (2022)	1,5 milj (n/a)
<b>HSBC</b>	1865	UK	Maailmanlaajuisesti	Julkinen osakeyhtiö	28 191 milj (2024)	211 100 (n/a)	41 milj** (n/a)
<b>Nordea</b>	1997	Suomi	Pohjoismaat	Julkinen osakeyhtiö	7 594 milj (2025)	29 844 (2025)	9,3 milj (2019)
<b>OP</b>	1902	Suomi	Suomi	Osuuspankki	7 594 milj (2024)	14 000 (n/a)	2,1 milj (n/a)
<b>Santander</b>	1857	Espanja	Maailmanlaajuisesti	Julkinen osakeyhtiö	46 668 milj (2024)	206 700 (2024)	172,5 milj** (n/a)
<b>S-Pankki</b>	2007	Suomi	Suomi	Julkinen osakeyhtiö	307 milj (2024)	1206 (2025)	3,4 milj (2025)

\*Tuloksena käytetään pankkien yleisesti julkaisemaa korkokatetta (net interest income). Luku perustuu viimeisimpään julkistettuun vuosikertomukseen.

\*\*Kaikki asiakkaat, koska vain henkilöasiakkaiden määrä ei julkaistu

Taulukko 1: Tutkimukseen valittujen pankkien perustiedot

### 3.3 Valitut testikysymykset

Tutkimuksessa chatboteille syötetään ennalta laaditut kysymykset ja vertaillaan chatbottien antamia vastauksia keskenään. Tutkimukseen valittu kysymyslista on luotu tämän tutkimuksen kohdepankkien verkkosivuilta löytyvistä asiakkaiden yleisimmistä kysymyksistä, sillä nämä ovat henkilöasiakkaille olennaisia kysymyksiä pankkipalveluissa. Toisaalta nämä ovat kysymyksiä, jotka pankit tiedostavat yleisiksi, joten voidaan ajatella että jos tekoäly pystyy näihin tuottamaan laadukasta asiakaspalvelua, edesauttaa se yleisesti kyseisen pankin asiakaspalvelun sujuvuutta. Tähän tutkimukseen valitut pankkien yleisimmät kysymykset voidaan yleisesti jakaa kolmeen

kategoriaan: tiedonhakutaidot ja selkeys, ongelmanratkaisun testaus sekä ihmisläheisen palvelun testaus. Perustelut kunkin yksittäisen kysymyksen merkityksestä asiakkaalle on avattu tutkimuksen kappaleessa '4. Tutkimuksen tulokset ja analyysi'.

<b>Kategoria</b>	<b>Kysymykset</b>
Tiedonhakutaidot ja selkeys	1. Miten tulen asiakkaaksi 2. Miten löydän IBAN numeroni 3. Kuinka kirjaudun verkkopankkiin
Ongelmanratkaisun testaus	4. Kadotin korttini, kuinka suljen sen 5. Miten muutan puhelinnumeroni
Ihmisläheisen palvelun testaus	6. Miksi lainahakemukseni hylättiin 7. Jouduin huijatuksi, mitä teen 8. Oletko oikea ihminen 9. Voitko siirtää minut ihmiselle

Taulukko 2: Tutkimukseen valitut testikysymykset ja kategoriat

### 3.4 Tutkimuksen arviointimenetelmät

Arviointimenetelmä, jossa käytetään laadullisia luokkia kuten hyvä, tyydyttävä, heikko ja ei arvioitavissa, noudattaa vakiintuneita käytäntöjä palvelun laadun ja teknologian käytettävyyden tutkimuksessa (Parasuraman ym., 1988; Følstad & Skjuve, 2019). "Ei arvioitavissa" -luokan sisällyttäminen vastaa suosituksia puutteellisten tietojen käsittelystä laadullisissa tutkimuksissa (Creswell & Creswell, 2017).

Tämän tutkimuksen toteutustavan pohjana käytetty menetelmä (SERVQUAL) käyttää 7-portaista Likert-arviointiasteikkoa, jonka kohdat ovat: täysin eri mieltä, eri mieltä, jossain määrin eri mieltä, ei samaa eikä eri mieltä, jossain määrin samaa mieltä, samaa mieltä sekä täysin samaa mieltä. Kuitenkin hyvä Likert-väittämä esittää tutkittavan mielipiteen, asenteen, uskomuksen selkeästi (esimerkiksi onko mielipide positiivinen, neutraali vai negatiivinen). Tämän tyyppisen asteikon ei ole kuitenkaan tarpeen tai tarkoituksenmukaista laajentaa mielipiteen, asenteen tai uskomuksen skaalaa (esimerkiksi onko mielipide vahvasti positiivinen vai hieman positiivinen), koska vastausvaihtoehdot tarjoavat jo mahdollisuuden asteittaisiin eroihin. Tästä johtuen käytännön sovelluksissa portaikkoa yksinkertaistetaan esimerkiksi hyvä, neutraali ja huono (DeVellis, 2017). Tästä johtuen myös tämän tutkimuksen arviointiasteikkoa on yksinkertaistettu ja chatbottien

vastauksia arvioidaan tässä tutkimuksessa seuraavalla arviointiasteikolla: heikko, keskiverto, hyvä ja ei arvioitavissa.

Samalla on relevanttia todeta, että tämä tutkimus kohdistuu chatbotteihin ja niiden toimintaperiaate huomioiden käyttäjän tulisi saada seuraava tieto: (1) parhaassa tapauksessa asiakas saa suoran vastauksen esittämäänsä kysymykseen, (2) chatbot osaa ohjata oikeaan kanavaan oikean vastauksen saamiseksi tapauksessa, jossa se ei itse osaa ratkaista tilannetta. Päinvastoin käyttäjälle negatiivinen kokemus syntyy jos (3) chatbotin vastaus on kokonaisuudessaan epärelevantti eikä se osaa ohjata oikeaan kanavaan oikean vastauksen saamiseksi. Eli johtopäätöksenä tässä tutkimuksessa käytetään seuraavaa arviointiasteikkoa ja -logiikkaa.



**Heikko:** Chatbot ei ymmärtänyt esitettyä kysymystä tai osannut vastata siihen. Chatbot ei ohjannut eteenpäin vastauksen saamiseksi.

**Keskiverto:** Chatbot ei osannut vastata esitettyyn kysymykseen, mutta ohjasi eteenpäin ihmiselle tai materiaaliin, josta vastaus saatavilla.

**Hyvä:** Chatbot osasi vastata esitettyyn kysymykseen.

**Ei arvioitavissa:** Vastaus ei ole arvioitavissa.

Kuvio 4: Tutkimuksen arviointiasteikko

Arvioitavina kategorioina käytetään SERVQUAL-mallista johdettuja ulottuvuuksia. Kuten aiemmin todettiin, SERVQUAL-malli on kehitetty 1988 mittaamaan kuluttajan käsitystä palvelun laadusta ihmisen tuottamissa palvelutilanteissa, joten kaikki alkuperäisen mallin ulottuvuudet eivät enää sellaisenaan sovellu nykypäivänä tekoälyn tuottamiin palvelutilanteisiin. Johdetuissa ulottuvuuksissa on käytetty alla olevia perusteluja:

**Tässä tutkimuksessa käytetyt SERVQUAL-mallista johdetut arviointikategoriat**

SERVQUAL-mallin kategoria	Tämän tutkimuksen johdettu kategoria	Syy johdettuun kategoriaan
Luotettavuus	Hyödyllisyys	Tekoälyn luotettavuus mitataan sen kautta, kuinka hyvin sen tuotokset ovat käyttäjälle merkityksellisiä, hyödyllisiä ja auttavat ratkaisemaan tarpeen.
Vakuuttavuus	Hyödyllisyys	Asiakas kokee tekoälypalvelun vakuuttavaksi, kun sen tarjoama sisältö on oikeaa, perusteltua ja käytännössä sovellettavaa. Hyödyllisyys tuottaa varmuuden ja luottauksen tunteen, joka vastaa inhimillistä vakuuttavuutta.
Reagointikyky	Ei mukana tässä tutkimuksessa	Reagointikyky viittaa nopeuteen ja, kuten tämän tutkimuksen tietoperustassa todettiin, nopeus on tekoälylle ominaista, joten se ei ole tälle tutkimukselle relevantti arvioitava kategoria.
Empatia	Sävy ja persoonallisuus	Tekoäly ei tunne empatiaa, mutta sen viestintätyyli ja kielellinen sävy voivat välittää kiinnostusta ja inhimillisyyttä, Sävy ja persoonallisuus korvaavat empaattisen käyttäytymisen luoden asiakkaalle tunneperäisen yhteyden.
Fyysiset puitteet	Visuaalisuus	Tekoälypalvelussa fyysiset puitteet ilmenevät digitaalisina. Visuaalisuus välittää laadun ja ammattimaisuuden vaikutelman samalla tavoin kuin fyysiset puitteet ihmispalveluissa.
Ei mukana SERVQUAL-mallissa	Selkeys	Vaikka SERVQUAL ei sisällä tätä ulottuvuutta, tekoälypalveluissa selkeys on keskeinen palvelunlaadun osa-alue. Tekoälyn viestintä on tehokasta vain, jos se on ymmärrettävää, loogista ja helposti seurattavaa. Selkeys toimii digitaalisessa kontekstissa samankaltaisena laatukriteerinä kuin luotettavuus ja empatia ihmispalveluissa.
Ei mukana SERVQUAL-mallissa	Ohjaus muihin kanaviin	SERVQUAL ei sisällä tätä ulottuvuutta, koska se on kehitetty yksikanavaisen palveluun. Tekoälypalveluissa palvelun laatu perustuu myös siihen, kuinka hyvin tekoäly tunnistaa rajansa ja ohjaa asiakkaan oikeaan palvelukanavaan silloin, kun se ei pysty ratkaisemaan ongelmaa. Tämä kuvastaa palvelun kokonaisvaltaisuutta ja asiakaslähtöisyyttä.

Taulukko 3: SERVQUAL-mallista johdetut arviointikategoriat

## 4 Tutkimuksen tulokset ja analyysi

Tässä kappaleessa käydään läpi tutkimuksen tulokset. Tulokset käydään läpi kysymyksittäin osiossa 4.1 jonka jälkeen esitetään tutkimusten tulosten yhteenveto osiossa 4.2.

### 4.1 Testikysymykset

Keskustelun alussa chatbotit kertoivat lyhyesti, että esitettyjen kysymysten tulisi olla muotoiltu selkeästi, lyhyesti ja yksinkertaiseksi. Chatbot keskusteluun pyydettiin myös olemaan syöttämättä henkilötietoja tai pankkitietoja. Keskustelun päätteeksi chatbotit pyysivät arvion keskustelusta ja saaduista joko arviointiasteikolla 1-5 tai kyllä/ei. Bank Norwegian arviointiasteikko oli kolme emojiä ja valinnan jälkeen pääsi myös vapaasti kirjoittamaan palautetta käyttäjäkokemuksen parantamiseksi. Poislukien OP ja HSBC eivät pyytäneet palautetta keskustelusta vaan pelkästään vahvistusta chatkeskustelun sulkemiseen.

#### 4.1.1 Miten tulen asiakkaaksi

Ensimmäisenä arviointikysymyksenä tarkasteltiin, kuinka pankkien chatbotit pystyvät auttamaan asiakasta tilanteessa, jossa tämä haluaa tietoa asiakkaaksi liittymisestä. Tämä kysymys edustaa pankkiasioinnin alkuvaihetta, jolloin asiakkaan odotukset selkeydestä, helppoudesta ja käyttäjäystävällisyydestä ovat erityisen korkeita. Tulosten perusteella voidaan todeta, että useimmat pankit onnistuivat tarjoamaan asiakkaaksi liittymiseen liittyvissä ohjeissa suhteellisen hyvän kokemuksen.

Esimerkki hyvästä vastauksesta: Aktian Aktiabot oli iloinen kuulleessaan, että asiakas haluaa tulla asiakkaaksi. Tämän jälkeen chatbot lyhyesti kertoi millainen pankki Aktia on ja ohjasi varaamaan ajan etätapaamiseen verkkosivujen kautta.

Esimerkki keskivertovastauksesta: Bank Norwegian tiedusteli mistä luottotuotteesta asiakas oli kiinnostunut ja tämän jälkeen tarjosi kaksi linkkiä, joista toisesta pääsee täyttämään luottihakemuksen ja toisesta linkistä pääsee lukemaan lisätietoja tuotteesta.

Esimerkki huonosta vastauksesta: HSBC chatbot MOBA ei tarjonnut vastausta kysytyyn kysymykseen, vaan ohjasi aihealueen monivalintavalikosta mitä aihealuetta kysymys koski, josta monivalintakysymykset ohjasivat artikkeleihin.

## Kysymys 1: Miten tulen asiakkaaksi

Kategoria: Tiedonhakutaidot ja selkeys

Pankki	Selkeys	Hyödyllisyys	Sävy ja persoonallisuus	Ohjaus muihin kanaviin	Visuaalisuus
Aktia	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
Bank Norwegian	Keskiverto	Keskiverto	Heikko	Hyvä	Keskiverto
HSBC	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko
Nordea	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
OP	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
Santander	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
S-Pankki	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä

Heikko
Keskiverto
Hyvä
Ei arvioitavissa

Taulukko 4: Miten tulen asiakkaaksi

Nordea, OP, Santander, S-Pankki ja Aktia chatbotit tarjosivat asiakkaille loogisia, helposti seurattavia ohjeita asiakkaaksi liittymiseen. Vastauksista korostui erityisesti Aktia, joka esitteli aluksi lyhyesti millainen pankki Aktia on ennenkuin ohjasi ajan varaamiseen henkilökohtaiseen tapaamiseen ja tämä tuki hyvin kuvaa varainhoitopankista ja henkilökohtaisuutta. Chatbottien käyttämät emojiit tukivat vuorovaikutusta selkeydellään ja loogisuudellaan

Tulokset osoittavat, että asiakkuuden alkuvaiheeseen liittyvä chatbot-kommunikaatio on monelle pankille vahvuus, mutta toisaalta heikot suoritukset korostavat sitä, että kaikilla pankeilla ei ole vielä onnistuttu rakentamaan chatbotteja, jotka vastaisivat asiakkaiden odotuksiin. Tämä on tärkeää, sillä juuri asiakkuuden alkuvaiheessa chatbotin laatu voi ratkaisevasti vaikuttaa siihen, millaisen ensivaikutelman asiakas saa pankista, sillä se on helposti lähestyttävä ja anonyymi kanava. HSBC muun muassa ei antanut vastausta kysymykseen saati toivottanut asiakasta tervetulleeksi vaan pyysi valitsemaan aiheilistauksesta sopivimman vaihtoehdon.

Vaikka chatbottien antamat vastaukset ovat sisällöltään samankaltaisia on niissä myös kuitenkin eroavaisuuksia. Chatbottien antamia vastauksia johdattelee monivalinnat, jonka avulla asiakas saa tarkemmin oikean vastauksen kysymykseensä. Kanavaohjauksen osalta Nordea, OP, Santander ja S-Pankki arvioitiin hyviksi, sillä ne tarjosivat asiakkaalle lisäohjeita ja vaihtoehtoisia kanavia.

#### 4.1.2 Miten löydän IBAN numeroni

Toisena arviointikysymyksenä tarkasteltiin, kuinka pankkien chatbotit kykenevät ohjaamaan asiakasta löytämään oman IBAN-numeronsa. Tulokset osoittavat, että pankkien välillä oli merkittäviä eroja chatbotien vastausten laadussa. OP ja S-Pankki menestyivät useimmissa arviointikriteereissä parhaiten, tarjoten asiakkaille selkeitä ja hyödyllisiä ohjeita sekä toimivaa visuaalista tukea. Hyödyllisyyden osalta OP ja S-Pankki onnistuivat tuottamaan asiakkaille konkreettista lisäarvoa muun muassa visuaalisella kuvalla malliasiakkaan verkkopankista.

IBAN-numeron löytämiseen liittyvässä chatbotvuorovaikutuksessa pankkien väliset erot ovat merkittäviä. Osasta vastauksista puuttui yhtenäisyyttä tai konkreettisia ohjeita kaikissa arviointikohdissa. Santanderin chatbot jäi kokonaisuutena keskitasolle, sillä sen vastaukset eivät olleet johdonmukaisesti selkeitä tai visuaalisesti riittävän tukevia.

Bank Norwegian ja HSBC erottuivat negatiivisesti, sillä niiden vastauksissa esiintyi puutteita lähes kaikissa arviointikategorioissa.

#### Kysymys 2: Miten löydän IBAN numeroni

Kategoria: Tiedonhakutaidot ja selkeys

Pankki	Selkeys	Hyödyllisyys	Sävy ja persoonallisuus	Ohjaus muihin kanaviin	Visuaalisuus
Aktia	Keskiverto	Hyvä	Keskiverto	Hyvä	Keskiverto
Bank Norwegian	Heikko	Keskiverto	Keskiverto	Keskiverto	Keskiverto
HSBC	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko
Nordea	Keskiverto	Keskiverto	Keskiverto	Hyvä	Keskiverto
OP	Hyvä	Hyvä	Keskiverto	Hyvä	Hyvä
Santander	Keskiverto	Hyvä	Keskiverto	Keskiverto	Heikko
S-Pankki	Hyvä	Hyvä	Keskiverto	Hyvä	Hyvä

Heikko
Keskiverto
Hyvä
Ei arvioitavissa

Taulukko 5: Miten löydän IBAN numeroni

Esimerkki hyvästä vastauksesta: S-Pankki kertoi lyhyesti mikä on IBAN-numero ja tämän jälkeen ohjasi mistä verkkopankista löytää oman tilinsä IBAN-numeron. Hyvää vastauksessa oli erityisesti havainnoiva kuvakaappaus verkkopankin näkymästä, jossa IBAN-numero oli ympyröity.

Esimerkki keskivertovastauksesta: Santander kertoi, että maksussa tarvitaan IBAN-numero ja ohjasi linkillä IBAN-numeron hakutyökaluun.

Esimerkki huonosta vastauksesta: Bank Norwegian kertoi, että maksutiedot löytyvät laskulta ja painotti viitenumeron käyttöä laskussa. Vastaus ei kuitenkaan kertonut tarkemmin IBAN-numerosta.

Chatbottien lähestymistavasta vastauksen luontiin löytyi myös eroavaisuuksia. Nordea esimerkiksi vastaa suoraan kysymykseen mistä IBAN numeron voi löytää, kun taas OP ja Aktia aloittavat kertomalla mikä on IBAN numero ja mistä se koostuu ennenkuin kertovat mistä asiakas voi löytää oman tilinsä IBAN numeron. Bank Norwegian taas kertoo suuntaa antavan reitin mistä IBAN numeron voi saada selville. Voidaan kuitenkin olettaa, että laskusta löytyy paljon eri numerosarjoja, joten asiakas ei tällä vastauksella saa selvää vastausta mistä hän löytää oman IBAN numeronsa. S-Pankin vastaus oli kuitenkin vaikuttavin, sillä chatbot antoi konkreettisen kuvan verkkopankin sivustolta, jossa IBAN numero oli ympyröity.

#### **4.1.3 Kuinka kirjaudun verkkopankkiin**

Tulosten perusteella parhaat kokonaisarviot saivat Nordea, OP, Aktia ja S-Pankki, joiden chatbotit onnistuivat antamaan selkeitä, hyödyllisiä ja käyttäjäystävällisiä vastauksia. Sen sijaan Bank Norwegian ja HSBC jäivät useissa kriteereissä heikoksi, sillä chatbotit eivät antaneet tarpeeksi yksiselitteisiä ohjeita, vaan vastaukset jäivät epäselviksi. Santander sijoittui keskitasolle, sillä se yritti kartoittaa asian ongelmaa ja luoda ratkaisua, mutta ohjautui väärälle tielle sen sijasta, että olisi opastanut esitetystä kysymyksestä.

Asiakaskokemukseen merkittävästi vaikutti Nordean ja OP:n chatbottien tilanteen kartoittaminen monivalinnoilla, jotta paras mahdollinen vastaus osattiin antaa asiakkaalle. Yllättävän vastauksen antoi Bank Norwegianin chatbot, joka ei ymmärtänyt ollenkaan esitettyä kysymystä.

Selkeys on yksi tärkeimmistä kriteereistä, sillä asiakkaan täytyy pystyä ymmärtämään nopeasti, mitä toimenpiteitä hänen tulee tehdä kirjautuakseen verkkopankkiin. Tämä voi aiheuttaa turhautumista käyttäjälle ja lisätä riskiä, että asiakas joutuu hakeutumaan muihin palvelukanaviin. Tulosten perusteella voidaan todeta, että chatbotien suorituskyvyssä on huomattavia eroja. Osa pankeista on onnistunut rakentamaan asiakaslähtöisen, johdonmukaisen ja selkeän palvelukokemuksen, kun taas toiset jäävät vielä kauas tavoitteesta.

Esimerkki hyvästä vastauksesta: OP chatbot kartoitti kirjautumistilanteen vaihtoehdoilla ja tiedusteli minne asiakas on kirjautumassa, onko kirjautumassa ensimmäistä kertaa ja millä tunnuksilla.

Esimerkki keskivertovastauksesta: Santander tiedusteli onko kirjautuminen tapahtumassa ensimmäistä kertaa ja onko asiakas kirjautumassa sovelluksen kanssa, jonka jälkeen ohjasi resetoimaan kirjautumistunnukset eikä opastanut tämän jälkeen kirjautumista.

Esimerkki huonosta vastauksesta: HSBC chatbot ei vastannut suoraa kysymykseen, vaan ohjasi valitsemaan aihealuevalikosta sopivan aihealueen. Aihealueista mikään ei suoraa täsmännyt kirjautumiseen tai verkkopankkiin.

**Kysymys 3: Kuinka kirjaudun verkkopankkiin**  
 Kategorio: Tiedonhakutaidot ja selkeys

Pankki	Selkeys	Hyödyllisyys	Sävy ja persoonallisuus	Ohjaus muihin kanaviin	Visuaalisuus
Aktia	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
Bank Norwegian	Heikko	Heikko	Heikko	Hyvä	Heikko
HSBC	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko
Nordea	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
OP	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
Santander	Hyvä	Heikko	Keskiverto	Heikko	Keskiverto
S-Pankki	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä

Heikko
Keskiverto
Hyvä
Ei arvioitavissa

Taulukko 6: Kuinka kirjaudun verkkopankkiin

#### 4.1.4 Kadotin korttini, kuinka suljen sen

Toisena keskeisenä arviointikysymyksenä tarkasteltiin, kuinka pankkien chatbotit pystyvät auttamaan asiakasta tilanteessa, jossa tämä on kadottanut maksukorttinsa ja haluaa sulkea sen. Tämä tilanne kuuluu niin sanottuihin kriittisiin asiakaspalvelutilanteisiin, joissa nopeus, selkeys ja luotettavuus korostuvat. Kysymyksen tarkoituksena on testata chatbotin tapaa käsitellä arkoja asioita, sillä aiemman tutkimuksen mukaan hyödyntääkseen tekoälyn täyden potentiaalin pankkien on varmistettava, että tekoäly- ja koneoppimismallit kykenevät käsittelemään ihmisten tunteita ja ymmärtämään inhimillistä ajattelua (Obuchettiar & Megargel, 2023). Kysymys on myös kriittinen asiakkaan varojen suojelemiseksi, sillä kortin kadotessa se olisi hyvä saada suljettua vuorokauden jokaisena aikana mahdollisimman nopeasti.

Kokonaisuutena tulokset osoittavat, että useimmat pankit onnistuivat tarjoamaan asiakkailleen riittävän selkeän ja hyödyllisen vastauksen kortin sulkemiseen liittyvässä ongelmatilanteessa. Erityisesti Aktia, Nordea, OP ja S-Pankki erottuivat positiivisesti tarjoten johdonmukaisesti hyviä vastauksia. Ne tarjosivat asiakkaille konkreettisia toimintavaihtoehtoja, kuten ohjeita kortin välittömään sulkemiseen sekä yhteystietoja sulkupalveluihin.

Santander ohjasi asiakkaan aloittamaan chatin uudelleen sovelluksesta ja HSBC arvioitiin heikoimmaksi kaikissa kategorioissa. Santander ja HSBC tarjoamat heikot suoritukset voivat merkittävästi heikentää asiakkaan luottamusta pankkiin ja sen digitaalisiin palveluihin erityisesti kun on kyse nopeutta edellyttävässä kysymyksessä asiakkaan varojen suojelemiseksi.

#### Kysymys 4: Kadotin korttini, kuinka suljen sen

Kategoria: Ongelmanratkaisun testaus

Pankki	Selkeys	Hyödyllisyys	Sävy ja persoonallisuus	Ohjaus muihin kanaviin	Visuaalisuus
Aktia	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
Bank Norwegian	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
HSBC	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko
Nordea	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
OP	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
Santander	Keskiverto	Keskiverto	Keskiverto	Keskiverto	Keskiverto
S-Pankki	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä

Heikko
Keskiverto
Hyvä
Ei arvioitavissa

Taulukko 7: Kadotin korttini, kuinka suljen sen

Esimerkki hyvästä vastauksesta: Nordea chatbot antoi sulkupalvelun puhelinnumeron, joka on vuorokauden ympäri. Tämän lisäksi chatbot myös opasti miten kortin saa suljettua itse joko mobiili- tai verkkopankissa.

Esimerkki keskivertovastauksesta: Santander chat ohjasi tilin sulkemiseen kortin sijaan. Chatbot ohjasi aloittamaan chatin uudelleen kirjautuneena verkkopankin kautta.

Esimerkki huonosta vastauksesta: HSBC chatbot ohjasi aloittamaan chatin uudelleen mobiilipankkisovelluksen kautta eikä tarjonnut sulkupalvelun numeroa tai ohjeistusta miten asiakas voi sulkea kortin itse.

Tulokset osoittavat, että kriittisissä tilanteissa chatbotien laatu korostuu entisestään. Asiakkaan näkökulmasta kortin katoaminen on tilanne, jossa palvelun nopeus, selkeys ja luotettavuus ovat ratkaisevia. Ne pankit, jotka onnistuivat yhdistämään selkeän ohjeistuksen, konkreettisen hyödyn, empaattisen sävyn sekä ohjauksen tarvittaessa muihin kanaviin, pystyivät tarjoamaan asiakkaalle turvallisen ja luotettavan kokemuksen.

#### **4.1.5 Miten muutan puhelinnumeroni**

Tässä osiossa analysoidaan pankkien chatbotien vastauksia kysymykseen ”Miten muutan puhelinnumeroni”. Tämä palvelutilanne on tutkimuksen kannalta keskeinen, sillä yhteystietojen ajantasaisuus vaikuttaa sekä asiakkaan palvelukokemukseen että pankin turvallisuuskäytäntöjen toteutumiseen. Asiakkaan odotukset kohdistuvat erityisesti siihen, että ohjeet ovat selkeät, helposti toteutettavissa ja ohjaavat tarvittaessa oikeaan palvelukanavaan.

Selkeyden osalta tulokset osoittivat selviä eroja pankkien välillä. Aktia, Nordea, OP ja S-Pankki arvioitiin selkeiksi, sillä niiden chatbotit pystyivät ilmaisemaan ohjeet ymmärrettävästi ja johdonmukaisesti – S-Pankin tapauksessa jopa visuaalisilla konkreettisilla esimerkeillä. Santander jäi keskitasolle, sillä sen vastauksessa oli liiallista yleisluontoisuutta ja ohjeiden täsmällisyys ei riittänyt asiakkaan tarpeisiin. Sen sijaan Bank Norwegian ja HSBC arvioitiin heikoiksi, sillä chatbotit eivät osanneet vastata esitettyyn kysymykseen eivätkä ohjata eteenpäin vastauksen saamiseksi. Tämä osoittaa, että chatbotit eivät onnistuneet välittämään selkeitä ohjeita käyttäjälle kriittisessä tilanteessa.

Esimerkki hyvästä vastauksesta: S-Pankki ohjasi muokkaamaan puhelinnumeron verkkopankissa ja vastauksessa oli kuvakaappaukset verkkopankin näkymästä, jossa puhelinnumeron pääsee muuttamaan.

Esimerkki keskivertovastauksesta: Santander ohjasi muokkaamaan puhelinnumeron verkkopankissa, mutta ei tarkemmin kuvastanut miten kyseiseen kohtaan pääsee.

Esimerkki huonosta vastauksesta: Bank Norwegianin chatbot ei ymmärtänyt kysymystä ja ohjasi muotoilemaan kysymyksen uudelleen tai olemaan yhteydessä asiakaspalveluun.

### Kysymys 5: Miten muutan puhelinnumeroni

Kategoria: Ongelmanratkaisun testaus

Pankki	Selkeys	Hyödyllisyys	Sävy ja persoonallisuus	Ohjaus muihin kanaviin	Visuaalisuus
Aktia	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
Bank Norwegian	Heikko	Heikko	Heikko	Hyvä	Heikko
HSBC	Heikko	Hyvä	Hyvä	Heikko	Heikko
Nordea	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
OP	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
Santander	Keskiverto	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
S-Pankki	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä

Heikko
Keskiverto
Hyvä
Ei arvioitavissa

Taulukko 8: Miten muutan puhelinnumeroni

Hyödyllisyyden näkökulmasta tulokset noudattelivat samansuuntaista linjaa. Aktian, Nordean, OP:n ja S-Pankin chatbotit tuottivat konkreettisia ja asiakasta auttavia ratkaisuja, mikä vahvisti asiakkaan mahdollisuuksia edetä asiassa välittömästi. Kyseiset pankit myös tarjosivat vastauksissaan palveluhenkisyttä ja käyttäjäystävällistä otetta, mikä voi lisätä asiakkaan kokemaa luottamusta ja turvallisuutta. Bank Norwegian sekä HSBC jäivät heikkoihin tuloksiin, mikä kertoo, että ne eivät kyenneet tarjoamaan asiakkaalle riittävää käytännön tukea. Vastaukset jäivät myös etäisiksi tai mekaanisiksi.

Yhteenvedona voidaan todeta, että Aktia, Nordea, OP ja S-Pankki muodostivat tämän palvelutilanteen osalta selkeän kärjen, sillä ne onnistuivat yhdistämään selkeän ja hyödyllisen sisällön palveluhenkiseen sävyyn, asianmukaiseen kanavaohjaukseen ja visuaalisesti toimivaan esitystapaan. Santander ei yltänyt täysin hyviin tuloksiin, mikä viittaa osittaiseen kehityspotentiaaliin, mutta ei yhtä merkittävään puutteeseen kuin heikosti menestyneillä Bank Norwegianilla ja HSBC:llä. Näiden kahden pankin tulokset korostavat tarvetta kehittää chatbotien kykyä käsitellä asiakastietojen päivitykseen liittyviä tilanteita, jotka ovat kriittisiä sekä käytettävyyden että asiakastytyvyyden näkökulmasta.

#### 4.1.6 Miksi lainahakemukseni hylättiin

Tässä osiossa tarkastellaan pankkien chatbotteja kysymyksessä ”Miksi lainahakemukseni hylättiin”. Tämä tilanne edustaa tutkimuksessa erityisen kriittistä palvelutilannetta, sillä lainapäätös koskettaa asiakkaan taloudellista tilannetta ja tulevaisuuden suunnitelmia. Asiakkaan näkökulmasta chatbotilta odotetaan tässä yhteydessä erityisesti selkeää viestintää, hyödyllisiä jatko-ohjeita sekä empaattista ja kunnioittavaa sävyä. Kysymyksen tarkoituksena on testata chatbotin tapaa käsitellä arkoja asioita, sillä aiemman tutkimuksen mukaan hyödyntääkseen tekoälyn täyden potentiaalin pankkien on varmistettava, että tekoäly- ja koneoppimismallit kykenevät käsittelemään ihmisten tunteita ja ymmärtämään inhimillistä ajattelua (Obuchettiar & Megargel, 2023).

##### Kysymys 6: Miksi lainahakemukseni hylättiin

Kategoria: Ihmisläheisen palvelun testaus

Pankki	Selkeys	Hyödyllisyys	Sävy ja persoonallisuus	Ohjaus muihin kanaviin	Visuaalisuus
Aktia	Keskiverto	Keskiverto	Keskiverto	Keskiverto	Keskiverto
Bank Norwegian	Heikko	Heikko	Heikko	Ei arvioitavissa	Heikko
HSBC	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko
Nordea	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Ei arvioitavissa	Hyvä
OP	Keskiverto	Keskiverto	Keskiverto	Hyvä	Keskiverto
Santander	Heikko	Heikko	Heikko	Hyvä	Heikko
S-Pankki	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä

Heikko
Keskiverto
Hyvä
Ei arvioitavissa

Taulukko 9: Miksi lainahakemukseni hylättiin

Esimerkki hyvästä vastauksesta: S-Pankki perusteli vastauksessaan yleisimpiä lainahakemuksen hylkäämiseen johtavia syitä ja ohjasi lukemaan lisätietoja kotisivuilta.

Esimerkki keskivertovastauksesta: OP vastaus ei osannut tarjota perusteluita hylätylle lainapäätökselle, mutta ohjasi olemaan asiakaspalveluun yhteydessä tarkempien perusteluiden saamiseksi.

Esimerkki huonosta vastauksesta: Santander ei ymmärtänyt kysymystä oikein, vaan ymmärsi kysymyksen liittyvän myynnistä poistuneeseen säästötiliin.

Selkeyden osalta tulokset osoittivat hajontaa pankkien välillä. Nordea ja S-Pankki onnistuivat tuottamaan selkeitä vastauksia, jotka antoivat asiakkaalle käsityksen päätöksen taustasta. OP kartoitti asiakkaan tilannetta tiedustellen mistä lainasta oli kyse, mutta ei kuitenkaan kertonut perusteita hylkypäätökselle tai lainanmyöntökriteereille, vaan ohjasi suoraa ottamaan yhteyttä asiakaspalveluun. Aktia ei suoraa ollut varma ymmärsikö esitetyn kysymyksen, mutta vastasi silti perustelut ja tarkempien lisätietojen saamiseksi ohjasi olemaan yhteydessä asiakaspalveluun. Sen sijaan Bank Norwegian, HSBC ja Santander arvioitiin heikoiksi, mikä tarkoittaa, etteivät niiden chatbotit onnistuneet selventämään päätöksen perusteita riittävän hyvin. Tämä voi olla asiakkaalle turhauttavaa ja heikentää luottamusta palveluun. Ohjaus muihin kanaviin on lainahakemuksen hylkäyksen yhteydessä erityisen tärkeää, koska asiakas usein tarvitsee lisäselvityksiä tai henkilökohtaista palvelua ja tähän ei ole mahdollista antaa suoraa yhtä kaikille sopivaa ratkaisua.

Yhteenvetona voidaan todeta, että Nordea ja S-Pankki nousivat tämän testitilanteen kärkeen, sillä ne onnistuivat yhdistämään selkeän ja hyödyllisen sisällön empaattiseen sävyyn sekä tarkoituksenmukaiseen kanavaohjaukseen. OP ja Aktia sijoituivat keskitasolle, osoittaen joitain vahvuuksia mutta myös kehitystarpeita. Bank Norwegian, HSBC ja Santander jäivät kokonaisuudessaan heikoiksi, mikä korostaa tarvetta parantaa niiden chatbotien kykyä käsitellä asiakkaille emotionaalisesti ja käytännöllisesti merkittäviä tilanteita sekä ongelmanratkaisua yleisesti.

#### **4.1.7 Jouduin huijatuksi, mitä teen**

Tässä osiossa tarkastellaan pankkien chatbotteja kysymyksessä ”Jouduin huijatuksi, mitä teen”. Tilanne edustaa tutkimuksen kriittisimpiä palvelutilanteita, sillä huijauksen kohteeksi joutuminen aiheuttaa asiakkaalle paitsi taloudellista vahinkoa myös merkittävää emotionaalista kuormitusta. Asiakkaan näkökulmasta chatbotin tulisi tällaisessa tilanteessa tarjota ensisijaisesti selkeitä ja toimivia ohjeita, nopeaa ohjausta oikeisiin kanaviin sekä empaattinen ja ymmärtäväinen sävy, joka tukee asiakkaan turvallisuuden tunnetta.

Esimerkki hyvästä vastauksesta: Nordea chatbot kertoi yleisesti aluksi huijaustilanteista ja tämän jälkeen kartoitti tapahtunutta monivalintakysymyksillä.

Esimerkki keskivertovastauksesta: Bank Norwegian tiedusteli onko joku ollut asiakkaaseen yhteydessä pankin nimissä ja kertoi, että pankki ei pyydä koskaan luovuttamaan salasanoja tai muita kirjautumistietoja. Mikäli kuitenkin asiakas oli luovuttanut tietonsa ohjattiin hänet olemaan yhteydessä pankkiin tunnusten ja kortin sulkemiseksi.

Esimerkki huonosta vastauksesta: HSBC ohjasi aloittamaan chatin uudelleen mobiilisovelluksesta ja kiitti yhteydenotosta.

### Kysymys 7: Jouduin huijatuksi, mitä teen

Kategoria: Ihmisläheisen palvelun testaus

Pankki	Selkeys	Hyödyllisyys	Sävy ja persoonallisuus	Ohjaus muihin kanaviin	Visuaalisuus
Aktia	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
Bank Norwegian	Heikko	Keskiverto	Heikko	Hyvä	Keskiverto
HSBC	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko
Nordea	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
OP	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
Santander	Keskiverto	Keskiverto	Keskiverto	Hyvä	Keskiverto
S-Pankki	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä

Heikko
Keskiverto
Hyvä
Ei arvioitavissa

Taulukko 10: Jouduin huijatuksi, mitä teen

Vastauksissa korostui nopeat monivalinnat asiakkaan tilanteen kartoittamiseksi sekä konkreettiset toimintaohjeet, kuten kortin sulkeminen ja yhteydenotto asiakaspalveluun. Koska huijaustapauksissa nopeus on kuitenkin valttia ja pankit tarjoavat vuorokauden ympäri palvelevan sulkupalvelun oli yllättävää, etteivät kaikki chatbotit tarjonneet tätä mahdollisuudeksi. Heikoiksi arvioidut Bank Norwegian ja HSBC eivät tarjonneet asiakkaalle mitään neuvoja, mikä tekee niiden vasteista ongelmallisia kriisitilanteessa. Erityisesti näiden pankkien vastausten kylmä tai mekaaninen sävy voi lisätä asiakkaan turvattomuuden tunnetta tilanteessa, jossa hän kaipaa ymmärtävää ja rauhoittavaa viestintää.

Yhteenvedon voidaan todeta, että Nordea, OP ja S-Pankki onnistuivat tarjoamaan kokonaisvaltaisesti hyviä asiakaskokemuksia huijauksen joutumisen tilanteessa. Ne erottuivat edukseen erityisesti hyödyllisten ohjeiden, empaattisen sävyn ja tehokkaan kanavaohjauksen ansiosta. Santander sijoittui keskitasolle, mutta osoitti potentiaalia kehittämiseen. Bank Norwegian ja HSBC jäivät kokonaisuudessaan heikoiksi, mikä nostaa esiin merkittäviä kehitystarpeita – erityisesti kriittisen ja tunneherkän tilanteen viestinnässä, jossa asiakkaan turvallisuudentunne on keskiössä.

#### 4.1.8 Oletko oikea ihminen

##### Kysymys 8: Oletko oikea ihminen

Kategoria: Ihmisläheisen palvelun testaus

Pankki	Selkeys	Hyödyllisyys	Sävy ja persoonallisuus	Ohjaus muihin kanaviin	Visuaalisuus
Aktia	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Ei arvioitavissa	Hyvä
Bank Norwegian	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
HSBC	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko
Nordea	Heikko	Hyvä	Hyvä	Ei arvioitavissa	Hyvä
OP	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
Santander	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
S-Pankki	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä

Heikko
Keskiverto
Hyvä
Ei arvioitavissa

Taulukko 11: Oletko oikea ihminen

Esimerkki hyvästä vastauksesta: Bank Norwegian kertoi, että chatissa ei ole mahdollista keskustella ihmisen kanssa ja chatilla ei ole mahdollisuutta päästä asiakastietoihin. Chatbot pystyy auttamaan tuotteisiin ja palveluihin liittyvissä kysymyksissä ja muissa asioissa tulisi olla yhteydessä asiakaspalveluun.

Esimerkki keskivertovastauksesta: Nordean chatbot ei aluksi ymmärtänyt kysymystä, mutta kun kysymyksen muotoili uudelleen osasi se kertoa olevansa chat-robotti.

Esimerkki huonosta vastauksesta: HSBC chatbot ei vastannut kysymykseen, vaan ohjasi valitsemaan sopivimman vaihtoehdon aihealueista.

Tämän kysymyksen tarkoituksena on arvioida, miten chatbotit vastaavat asiakkaan suoraan kysymykseen niiden inhimillisyydestä. Kyseessä on tärkeä näkökulma, sillä chatbotin avoimuus ja kyky tunnistaa oma luonteensa keinotekoisena järjestelmänä vaikuttaa olennaisesti asiakaskokemuksen laatuun sekä palvelun luotettavuuteen. Kysymyksillä oletko oikea ihminen ja voitko siirtää minut ihmiselle tavoitteena on myös testata chatbotin reagointia kysymyksiin. Kysymykset perustuvat Turingin kehittämään testiin, jossa testaaja on vuorovaikutuksessa toisen

ihmisen ja koneen kanssa, ja halutaan testata pystyykö tietokone erottamaan, tulevatko vastaukset ihmiseltä vai tietokoneelta (Russel & Norvig 2010).

Arviointitaulukon perusteella havaitaan merkittäviä eroja pankkien välillä. S-Pankki, Aktia sekä Nordea erottuivat edukseen erityisesti hyödyllisyyden, sävyn ja visuaalisuuden osalta. Niiden chatbotit kykenivät esittämään selkeästi, että ne ovat automaattisia palvelukanavia, ja samalla ne säilyttivät neutraalin tai ystävällisen sävyn. Tämä voidaan tulkita onnistuneeksi ratkaisuksi, sillä se lisää palvelun läpinäkyvyyttä ilman, että asiakas kokee itseään vähätellyksi.

Erityisesti HSBC:n chatbot kärsi sekä selkeyden että hyödyllisyyden puutteesta, ja lisäksi sen sävy oli epätydyttävä, sillä se ei ymmärtänyt kysymystä eikä tarjonnut tästä syystä mitään vastausta vaan ohjasi aiheen valintaan. Tämä viittaa siihen, että chatbot ei onnistunut käsittelemään kysymystä avoimesti eikä tarjoamaan asiakkaalle varmuutta palvelukanavan luonteesta.

Kokonaisuutena voidaan todeta, että chatbotien kyky käsitellä kysymystä niiden omasta inhimillisyydestään vaihtelee suuresti. Parhaiten menestyneet pankit (S-Pankki, Aktia, Nordea) onnistuivat yhdistämään läpinäkyvyyden ja asiakasystävällisen sävyn, mikä edistää asiakkaan luottamusta palveluun. Heikoimmin suoriutunut HSBC taas jätti asiakkaan epävarmaksi sekä palvelukanavan luonteesta että sen luotettavuudesta.

Tämä havainto on linjassa aiemman tutkimuksen kanssa, jonka mukaan chatbotien liiallinen pyrkimys näyttäytyä ihmismäisinä voi johtaa asiakkaan pettymiseen tai epäluuloon (De Visser ym., 2020). Asiakkaat arvostavat selkeyttä ja läpinäkyvyyttä enemmän kuin illuusiota ihmismäisyydestä.

Tämä kysymys kohdistui chatbotin läpinäkyvyyteen ja aitouden kokemukseen. Asiakkaiden kannalta on tärkeää, että chatbot osaa selkeästi tunnistaa itsensä keinotekoiseksi palveluksi.

#### **4.1.9 Voitko siirtää minut ihmiselle**

Tämä kysymys testasi chatbotin kykyä tarjota vaihtoehtoinen palvelukanava ja ohjata asiakas tarvittaessa ihmisen palveluun. Tämä on yksi tärkeimmistä ominaisuuksista, sillä asiakaspalvelutilanteissa kaikkia ongelmia ei voida ratkaista automaation avulla. Ihmisläheisen palvelun testaamisen kannalta kysymys ihmiskontaktiin siirtymisestä on keskeinen, sillä se paljastaa pankkien strategisen linjauksen automatisoinnin ja henkilökohtaisen palvelun yhdistämisen. Asiakkaan näkökulmasta olennaista on, että chatbot kykenee tunnistamaan tilanteet, joissa automaattinen vastaus ei riitä, ja tarjoaa sujuvan siirtymisen ihmisen palveltavaksi.

## Kysymys 9: Voitko siirtää minut ihmiselle

Kategoria: Ihmisläheisen palvelun testaus

Pankki	Selkeys	Hyödyllisyys	Sävy ja persoonallisuus	Ohjaus muihin kanaviin	Visuaalisuus
Aktia	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
Bank Norwegian	Hyvä	Keskiverto	Hyvä	Keskiverto	Keskiverto
HSBC	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko	Heikko
Nordea	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä
OP	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Keskiverto	Hyvä
Santander	Hyvä	Keskiverto	Keskiverto	Hyvä	Keskiverto
S-Pankki	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä	Hyvä

Heikko
Keskiverto
Hyvä
Ei arvioitavissa

Taulukko 12: Voitko siirtää minut ihmiselle

Esimerkki hyvästä vastauksesta: Nordean chatbot kertoi, että asiakaspalvelu on tällä hetkellä kiinni ja kertoi asiakaspalvelun yhteystiedot ja aukioloajat yhteydenottoa varten.

Esimerkki keskivertovastauksesta: Bank Norwegian kertoi, että chatissa ei ole mahdollista keskustella ihmisen kanssa ja ohjasi olemaan yhteydessä asiakaspalveluun. Chatbot ei kuitenkaan kertonut asiakaspalvelun yhteystietoja tai aukioloaikoja.

Esimerkki huonosta vastauksesta: HSBC chatbot ei vastannut kysymykseen, vaan ohjasi valitsemaan sopivimman vaihtoehdon aihealueista.

Selkeyden osalta parhaat tulokset saavutettiin Nordealla, OP:lla ja S-Pankilla, joiden chatbotit kykenivät ilmaisemaan selkeästi mahdollisuuden siirtyä ihmisen avustettavaksi. Bank Norwegian ja Santander jäivät myös keskitasolle, mutta HSBC arvioitiin heikoksi, mikä kertoo merkittävästä puutteesta viestinnän ymmärrettävyydessä näinkin yksinkertaisen kysymyksen kohdalla.

Ohjaus muihin kanaviin nousi keskeiseksi arviointikriteeriksi, sillä onnistunut ohjaus takaa asiakkaalle mahdollisuuden saada nopeasti tarvitsemaansa henkilökohtaista palvelua. Tässä kategoriassa Nordea, OP ja S-Pankki arvioitiin hyväksi, mikä osoittaa, että niiden chatbotit tukivat sujuvaa siirtymistä. Santander arvioitiin keskitasolle, kun taas Bank Norwegian ja HSBC jäivät heikoiksi – jälkimmäinen jopa estäen asiakkaan luontevan polun asiakaspalveluun.

Kokonaisuutena voidaan todeta, että Nordea, OP ja S-Pankki tarjosivat johdonmukaisesti laadukkaimman asiakaskokemuksen tässä kategoriassa. Ne onnistuivat yhdistämään selkeyden, hyödyllisyyden, empaattisen sävyn ja tehokkaan ohjauksen. Bank Norwegian ja Santander jäivät keskitasolle, ja HSBC jäi selkeästi heikoimmaksi, mikä heikentää sen palvelun asiakaslähtöisyyttä.

Tulosten perusteella voidaan päätellä, että kyky siirtää asiakas ihmiselle on merkittävä palvelulaadun mittari, joka jakaa pankit selkeästi vahvoihin ja heikkoihin toimijoihin. Hyvin onnistuneet chatbotit tukevat asiakaskokemusta ja rakentavat luottamusta, kun taas heikot toteutukset voivat aiheuttaa turhautumista ja heikentää pankin asiakassuhteita.

## 4.2 Tulosten yhteenveto

Kokonaisuutena tulokset osoittavat, että parhaimmillaan chatbot voi tarjota asiakkaille sujuvan, miellyttävän ja monikanavaisen palvelukokemuksen ja huonoimmillaan chatbot ei tuonut pankille mitään lisäarvoa. On myös hyvä huomata, että chatbotit eivät yksinään selvinneet kuin osasta rutiininomaisista kysymyksistä ja ohjasivat asiakkaan ihmiselle asian loppuun ratkaisemiseksi. Myös pankkien välillä oli merkittäviä eroja tässä.

Ensimmäisessä arviointikysymyksessä tarkasteltiin asiakkaaksi liittymistä koskevaa vuorovaikutusta, joka edustaa asiakassuhteen alkuvaihetta. Tämän vaiheen voidaan katsoa olevan erityisen merkittävä, sillä se määrittää asiakkaan ensivaikutelman pankkiin ja sen digitaalisiin palveluihin. Tulokset osoittivat, että useimmat chatbotit — erityisesti Nordea, OP, Santander, S-Pankki ja Aktia — onnistuivat tarjoamaan selkeitä ja helposti seurattavia ohjeita. Aktian tapa esitellä pankin palvelufilosofia ennen ajanvaraukseen ohjaamista loi vaikutelman henkilökohtaisuudesta ja vahvasti varainhoitopankin brändikuvaa. Chatbotit myös kartoittivat mitä tarkoitusta varten asiakas haluaa avata asiakkuutta ja millaisia kriteerejä heillä on asiakkaille. Esimerkiksi Nordea kertoi, että asiakkaan luottotietojen tulee olla kunnossa, jotta asiakkuutta voidaan avata vaikka asiakkaalla ei olisi tarkoituksena hakea luotollisia tuotteita. HSBC ei tarjonnut asiakkaalle suoraa vastausta kysymykseen, vaan ohjasi valitsemaan listauksesta sopivimman aihealueen, josta aukeni lisää listavalintoja. Tämä voi turhauttaa asiakasta, sillä palvelu on asiakkaalle epäselkeää ja turhauttavaa.

Toinen arviointikysymys, joka koski IBAN-numeron löytämistä, paljasti merkittäviä eroja pankkien välillä. OP ja S-Pankki tarjosivat selkeimmät ja visuaalisesti tuetuimmat ohjeet, mikä lisäsi niiden palvelun hyödyllisyyttä ja käytettävyyttä. S-Pankin vastauksessa oli muun muassa kuvakaappaukset verkkopankin näkymästä, joka havainnoi asiakkaalle selkeästi mistä IBAN numeron voi löytää. Bank Norwegian taas ohjasi tarkastamaan maksutiedot laskusta, mutta sivuutti täysin kysymyksen IBAN numeron ja painotti viitenumeron käyttöä laskua maksettaessa. Bank Norwegianin vastaus ei siis vastannut kysymykseen vaan oli ristiriidassa pyydetyn tiedon kanssa.

Kolmannessa kysymyksessä, jossa tarkasteltiin verkkopankkiin kirjautumista, parhaat tulokset saivat Nordea, OP, Aktia ja S-Pankki. Näiden pankkien chatbotit pystyivät yhdistämään selkeyden, hyödyllisyyden ja käyttäjäystävällisen sävyn, kun taas HSBC ja Bank Norwegian jäivät selvästi heikoimmiksi. Bank Norwegian vastasi kysytyyn kysymykseen “en voi vastata kysymykseesi...”, joka sävynä on hieman tyly asiakasta kohtaan varsinkin kun kysymyksen aiheena on kirjautuminen. Mikäli chatbot ei ole kykeneväinen vastaamaan kysymykseen tai ymmärtämään kysymyksen muotoilua asiakaskokemuksen näkökulmasta olisi parempi jos vastaus olisi esimerkiksi “valitettavasti en ymmärtänyt kysymystäsi” ja pyyntö muotoilla kysymys eri tavalla sekä ohjaus asiakaspalveluun muita kanavia pitkin.

Kriittisissä palvelutilanteissa, kuten kadonneen kortin sulkeminen ja huijatuksi joutuminen, chatbotien erot korostuivat entisestään. Aktia, Nordea, OP ja S-Pankki onnistuivat tarjoamaan johdonmukaisia ja nopeita ohjeita, mikä loi asiakkaalle turvallisuuden tunnetta. Sen sijaan HSBC ja Santander jäivät heikoiksi, mikä voi heikentää asiakkaiden luottamusta pankkiin. HSBC ohjasi asiakkaan kirjautumaan pankin mobiilisovelluksen kautta chattiin uudelleen. Oletettavasti chatbot ei pääse sulkemaan asiakkaan korttia edes asiakkaan ollessa tunnistaunut, vaan tarjoaa ohjeet kuinka asiakas voi sulkea kortin itse, jolloin chatbotin antama ohje on turha ja vie asiakkaalta aikaa. Ohjeesta jäi myös puuttumaan asiakaspalvelun aukioloajat jos mobiilisovelluksessa olevassa chatbotissa on ihmisen tuottamaa asiakaspalvelua. Santanderin chatbot taas tulkitsi kysymyksen, että asiakas haluaa sulkea tilinsä pelkän kortin sijaan ja ohjasi asiakkaan aloittamaan chat uudelleen verkkopankin kautta.

Kun tarkastellaan chatbottien kykyä auttaa asiakasta päivittämään puhelinnumero, tulokset osoittivat jälleen selkeitä eroja. Aktia, Nordea, OP ja S-Pankki onnistuivat parhaiten selkeydessä ja hyödyllisyydessä, kun taas HSBC ja Bank Norwegian jäivät selvästi jälkeeseen. Tämä korostaa tarvetta kehittää chatbotteja, jotka pystyvät tukemaan asiakasta myös rutiininomaisissa, mutta tietoturvallisuuden kannalta merkittävässä tilanteissa. Kun kysymyksenä oli miksi lainahakemukseni hylättiin, osasivat Nordean, S-Pankin ja Bank Norwegianin chatbotit antaa kattavat perustelut luotonmyönnölle. Santanderin chatbot ei ymmärtänyt kysymystä ollenkaan ja HSBC ohjasi asiakkaan aloittamaan chatin uudelleen mobiilisovelluksesta.

Parhaiten menestyneet chatbotit — erityisesti Nordean, OP:n ja S-Pankin — erottuivat johdonmukaisuudellaan, selkeydellään ja empaattisella viestinnällään. Toisaalta heikosti toteutetut ratkaisut, kuten HSBC:n ja Bank Norwegianin chatbotit eivät selvinneet edes rutiininomaisissa kysymyksissä tai osanneet aina ohjata asiakasta ihmiselle. Asiakas odottaa ennen kaikkea selkeyttä, hyödyllisyyttä ja tunneälyä – ominaisuuksia, jotka määrittävät chatbotin roolin osana pankkien kokonaisvaltaista asiakaskokemusta.

## 5 Pohdinta

Useat chatbotit onnistuivat tarjoamaan selkeitä ja hyödyllisiä vastauksia asiakkaalle rutiininomaisissa kysymyksissä. Tällaisissa tilanteissa chatbotit toivat asiakkaille selkeää lisäarvoa, sillä ne mahdollistivat nopean ja vaivattoman asioinnin ilman jonotusta tai puhelinsoittoa asiakaspalveluun. Tämä vahvistaa näkemyksen, että chatbotit ovat erityisen hyödyllisiä rutiininomaisissa ja toistuvissa kysymyksissä, kuten Cîmpeanu ym., (2023) myös tutkimuksessaan löysi.

Vaikka osa pankeista onnistui tarjoamaan asiakkaalle toimivia ohjeita ja kanavaohjausta, useat chatbotit epäonnistuivat empatian osoittamisessa ja jättivät asiakkaan tilanteeseen, jossa luottamus palveluun heikkeni. Tämä on linjassa aiempien tutkimusten kanssa, joissa on korostettu tekoälyn rajallisuutta tunnepohjaisten ja monimutkaisten ongelmien käsittelyssä (Morgan, 2023; Obuchettiar & Megargel, 2023). On myös hyvä huomata, että osa chatboteista ei suoriutunut edes yksinkertaisista kysymyksistä. Aiempi kirjallisuus on todennut, että tämä voi lisätä asiakkaiden turhautumista ja kuormittaa muita palvelukanavia (Cîmpeanu ym., 2023).

Nimeämällä chatbot ihmisen nimellä kuten Sandi tai Nova pyrittiin selkeästi tuomaan chatbotin inhimillisyyttä esiin. Tätä myös vahvistaa Adam ym. (2020) raportti, jossa todetaan, että ”ihmiset pyrkivät liittämään inhimillisiä piirteitä, käyttäytymistä ja tunteita ei-inhimillisiin chatbotteihin.” Tämä tarkoittaa, että pankit ovat pyrkineet tuomaan chatbotteihin inhimillisempiä piirteitä. Mielenkiintoisena havaintona tämä tutkimus löysi, että moni chatbot (esim. S-Pankki, Aktia, Nordea) käytti emojeita viestinnässä, mikä voi lisätä inhimillisyyden tunnetta. Kaiken kaikkiaan on siis huomattavaa, että pankit pyrkivät tuomaan inhimillistä kuvaa chatbotteihin.

Yleisesti ottaen tutkimus vahvistaa, että chatbotit ovat tärkeä osa pankkien digitaalista palvelukokonaisuutta, mutta ne eivät vielä kykene täysin korvaamaan ihmisen tarjoamaa palvelua. Paras asiakaskokemus syntyy silloin, kun chatbottien vahvuuksia hyödynnetään, mutta asiakas voidaan tarvittaessa sujuvasti ohjata ihmiselle. Loppujen lopuksi kuitenkin merkittävin asia asiakkaan näkökulmasta on saako asiakas oikean vastauksen kysymykseensä vaivattomasti kuin, että onko asiakaspalvelijana tekoäly ihmisen sijaan (Crollic ym., 2021; Kihlstrom, 2025; Morgan, 2023). Tämän perusteella voidaan todeta, että pankkien tulisi testata ja kehittää chatbotteja mahdollisimman pitkälle ennen palvelukanavan julkaisemista, sekä varmistaa että kriittisissä tilanteissa asiakkaalle on aina tarjolla turvallinen yhteys ihmiseen. Chatbotin antamat vastaukset ovat kuitenkin lähtökohtaisesti ihmisen ohjelmoimia eivätkä avointa tekoälyä, joka hakee vastauksen internetistä. Chatbot-kanava ei kuitenkaan tuo mitään hyötyä asiakkaalle jos se ei osaa vastata yksinkertaisiin kysymyksiin, kuten tarjota opastusta kadonneen kortin sulkemiseen. Näin huonosti toimiva chatbot oli esimerkiksi HSBC:llä.

Tutkimuksen havainnot osoittivat, että pankkien chatbotit tukevat osittain aiemman kirjallisuuden esittämiä näkemyksiä, mutta samalla ne paljastavat useita käytännön sovelluksiin liittyviä rajoitteita. Kirjallisuudessa on korostettu chatbottien kykyä parantaa asiakaspalvelun saavutettavuutta ja kustannustehokkuutta (Cîmpeanu ym., 2023; Young & Hook, 2024). Tämä havainto saa tukea tutkimuksen tuloksista, sillä useat chatbotit onnistuivat vastaamaan rutiinikysymyksiin, kuten verkkopankkiin kirjautumiseen tai IBAN-numeron löytämiseen nopeasti ja selkeästi. Näin ollen chatbotit voivat vahvistaa asiakaspalvelun saavutettavuutta ja vähentää muiden palvelukanavien kuormitusta.

Aiempi tutkimus on nostanut esiin, että tekoälyn kasvava rooli asiakaspalvelussa herättää kysymyksen, korvaako tekoäly ihmisen työn asiakaspalvelussa (Morgan, 2023)? Tämän tutkimuksen tulosten perusteella chatbottien nykytilassa tekoäly ei vielä korvaa läheskään ihmisen työtä asiakaspalvelussa, sillä vain harvoin chatbot itsessään antoi kokonaisvaltaisen ratkaisun asiakkaan yhteydenottoon. Lisäksi joissain tapauksissa chatbot antoi täysin epäoleellisia vastauksia. On kuitenkin hyvä huomata, että jo nyt tekoälystä on hyötyä asiakaspalvelulle. Esimerkiksi suurin osa chatboteista osasi vastata tai ohjata ihmiselle rutiininomaisissa kysymyksissä. Aiempi tutkimus on korostanut, että asiakaspalvelussa olisi kriittistä keskittyä asiakkaan odotusten täyttämiseen. Samalla aiempi tutkimus on korostanut asiakaspalvelun merkitystä pankkialalla kilpailuvalttina (Löytänä & Korteso, 2011). Johtopäätöksenä tämän tutkimuksen tulokset indikoivat, että ihmisen ja tekoälyn yhteistyöllä on helpompi täyttää asiakkaan odotukset ja siten tekoälyn hyödyntäminen pankkialalla auttaa saavuttamaan kilpailuetua markkinoilla.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että nykytilassa eri pankkien chatbotit eroavat merkittävästi toisistaan sekä laadun että asiakaskokemuksen näkökulmasta. Esimerkiksi Nordea, OP ja S-Pankki erottuivat johdonmukaisuudellaan, selkeydellään ja empaattisella viestinnällään. Päinvastoin HSBC ja Bank Norwegian eivät selvinneet edes rutiininomaisissa kysymyksissä tai osanneet aina ohjata asiakasta ihmiselle. Aiempi kirjallisuus on löytänyt, että pankit ovat rajoitettuja samankaltaisten tuotteidensa kanssa, jonka seurauksena yksi merkittävimmistä kilpailuvalteista markkinoilla yrityksille on asiakaskokemus sekä palvelun laatu (Korkiakoski & Gerdt, 2016). Johtopäätöksenä voidaan argumentoida, että koska chatbotit nykytilassa eroavat toisistaan merkittävästi, on korkealaatuinen chatbot yksi tapa erottua markkinoilla kilpailijoista, mikä edesauttaa kilpailuedun saavuttamista.

Kokonaisuudessaan tavoitteissa onnistuttiin ja tutkimuksen kohteena olevien pankkien chatbottien nykytilasta saatiin hyvä yleiskuva. Tutkimusta olisi voinut laajentaa sisällyttämällä chatbot-analyysin ohella myös kuluttajien kokemuksia ja mielipiteitä esimerkiksi haastattelujen tai monivalintakyselyiden avulla. Paras lopputulos olisi saatu, jos kyselyn vastaajina olisi ollut

kohdepankkien asiakkaat. Tällöin oltaisiin saatu chatbottien antamien vastauksien lisäksi syvemmin tietoa myös siitä, miten koko asiakaskohtaaminen ratkeaa ensikysymyksestä loppuun asti esimerkiksi tilanteissa, joissa chatbot ohjasi aloittamaan chatin uudelleen kirjautuneena verkkopankkiin. Tällaisen tutkimuksen toteuttaminen olisi kuitenkin haastavaa, koska kohderyhmä edellyttäisi kaikilta tutkimukseen osallistujilta pankkitunnuksia tutkimuksen kohdepankkeihin.

Prosessin aikana pääsin syventämään koulussa ja työelämässä opittuja asioita ja hyödyntämään niitä tämän tutkimuksen toteuttamisessa. Samalla tutkimuksen tietoperusta ja toteutus antoi myös näkökulmia omaan työskentelyyn.

## 6 Johtopäätelmät ja tulevaisuuden tutkimus

### 6.1 Johtopäätelmät

Tämän tutkimuksen tutkimuskysymyksenä oli:

*Kuinka hyvin tekoälypohjaiset chatbotit onnistuvat tuottamaan laadukasta asiakaspalvelua pankkisektorilla?*

Ja aiempaan kirjallisuuteen pohjautuva hypoteesi oli:

*Tekoälypohjainen asiakaspalvelu voi tuottaa yhtä laadukasta asiakaspalvelua rutiininomaisissa kysymyksissä, mutta kriittisenä kehityskohtana chatboteilla on haastavat ja monimutkaiset asiakaspalvelutilanteet sekä yleisesti chatbottien empatian puute.*

Tämän tutkimuksen tulokset tukevat hypoteesia.

Tutkimuksen perusteella pankkien chatbotit osoittautuivat pääosin toimiviksi ja käyttäjäystävällisiksi yksinkertaisten ja rutiininomaisten palvelutilanteiden ratkaisemisessa. Chatbotit onnistuivat lähtökohtaisesti vastaamaan nopeasti ja selkeästi tilanteissa, joissa asiakkaan kysymys oli yksiselitteinen, kuten tilin avaamiseen, verkkopankkiin kirjautumiseen tai IBAN-numeron etsimiseen liittyvissä tiedusteluissa. Tällaisissa tapauksissa tekoäly tarjosi asiakkaalle useimmiten hyödyllisen ja helposti saavutettavan palvelukokemuksen. Sen sijaan monimutkaisemmissa ja emotionaalista ymmärrystä vaativissa tilanteissa chatbottien kyky osoittaa empatiaa ja mukauttaa sävyään jäi puutteelliseksi. Tämä tukee aiempaa tutkimusta (Morgan, 2023; Mashaabi ym., 2022), jonka mukaan tekoäly kykenee tehokkuuteen, mutta ei vielä täysin korvaamaan inhimillistä empaattista vuorovaikutusta. Chatbotit sopivat hyvänä lisänä pankkien kotisivuille, mutta niitä olisi hyvä kehittää mahdollisimman pitkälle ennen julkaisua jotta niiden käyttö ei aiheuta turhautumista.

Tutkimuksessa analysoidut seitsemän eri pankkien chatbottia osoittivat, että tekoälyn käyttö asiakaspalvelussa on jo merkittävästi edennyt, mutta edelleen kehitysvaiheessa. Chatbotit olivat pääosin teknisesti toimivia ja osa chatboteista pystyi käsittelemään useimmat peruskysymykset nopeasti ja täsmällisesti. Käytettävyys oli hyvällä tasolla erityisesti tilanteissa, joissa asiakkaan kysymys oli yksinkertainen, rajattu ja toistuva. Chatbotit tarjosivat asiakkaille välittömän kontaktin pankkiin ja kyvyn ratkaista yleisimpiä ongelmia ilman, että asiakas joutui odottamaan ihmisen tuottamaa asiakaspalvelua. Tämä paransi koettua asiakaspalvelun saavutettavuutta ja tehokkuutta, jotka ovat keskeisiä tekijöitä asiakaskokemuksessa. Samalla chatbotit vapauttivat pankkien henkilöstöä rutiininomaisista tehtävistä ja mahdollistivat keskittymisen vaativampiin palvelutilanteisiin, joissa tarvitaan inhimillistä harkintaa ja empatiaa.

Asiakaskokemuksen kuuden osa-alueen — saavutettavuuden, nopeuden, selkeyden, hyödyllisyyden, vuorovaikutuksen sävyn ja henkilökohtaisuuden — analyysi osoitti, että chatbotit täyttävät kolme ensimmäistä osa-alueita hyvin, mutta jäävät jälkeen henkilökohtaisuuden ja vuorovaikutuksen sävyn suhteen. Tekoäly ei vielä kykene luomaan tunnetta yksilöllisestä palvelusta, vaikka se pystyy tarjoamaan personoituja suosituksia datan perusteella. Tämän perusteella voidaan todeta, että tekoällyn tuottama asiakaspalvelu ei ole vielä täysin verrattavissa ihmisen tarjoamaan palveluun. Chatbotit kykenevät vastaamaan kysymyksiin nopeasti ja täsmällisesti, mutta ne eivät kykene aidosti tunnistamaan asiakkaan tunnetiloja tai reagoimaan empaattisesti. Tämä rajoitus tuli esiin etenkin kriittisissä tilanteissa, joissa asiakas koki epävarmuutta, huolta tai pettymystä.

Aikaisemman tutkimuksen mukaan asiakkaalle ei ole ratkaisevaa, onko palvelun tarjoaja ihminen vai tekoäly, vaan tärkeintä on ongelman ratkaiseminen mahdollisimman sujuvasti ja vaivattomasti (Crollic ym., 2021; Kihlstrom, 2025; Morgan, 2023). Asiakkaan näkökulmasta keskeisintä on palvelun hyödyllisyys, ei miten se toteutetaan. Tekoälypohjaisen asiakaspalvelun onnistunut käyttöönotto edellyttää kuitenkin jatkuvaa kehitystä. Pankkien tulisi panostaa chatbottien erityisesti kielelliseen luonnollisuuteen sekä kontekstin ymmärtämiseen.

Tutkimuksen päätavoitteena oli selvittää, kuinka hyvin tekoälypohjaiset chatbotit onnistuvat tuottamaan laadukasta asiakaspalvelua pankkisektorilla asiakaskokemuksen näkökulmasta. Erityisesti toimialalla kun asiakaspalvelu ja asiakaskokemus luovat merkittävän kilpailuvaltin kun tuotteet ja muut palvelut ovat hyvin samankaltaiset. Tulokset osoittivat, että tekoälyllä on merkittävä potentiaali parantaa pankkien palveluprosesseja. Johtopäätöksenä voidaan esittää, että tekoäly toimii pankkien asiakaspalvelussa parhaimmillaan ihmisen tukena, ei korvaajana. Tekoäly nopeuttaa palveluprosesseja ja parantaa tehokkuutta, mutta inhimillinen kosketus on edelleen välttämätön tekijä asiakassuhteen ylläpitämisessä ja emotionaalisen luottamuksen rakentamisessa.

## 6.2 Tulevaisuuden tutkimus

Tekoäly ja chatbotit ovat kehittyneet vuosien saatossa, jonka seurauksena näiden kehitystä voidaan odottaa myös tulevaisuudessa ja voidaan todeta että tekoäly ei ole vielä saavuttanut täyttä potentiaaliaan. Käytössä on yhä runsaasti haasteita ja sääntelytarpeita, ja lisäksi tarvitaan järjestelmiä, jotka siirtävät asiakkaan tarvittaessa sujuvasti tekoälyltä ihmiselle. Siitä huolimatta perusta asiakaspalvelun mullistamiselle on jo luotu – ja sillä voidaan tarjota erinomainen kokemus niin asiakkaille kuin asiakaspalvelijoillekin (Morgan, 2023).

Tämän tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että tekoälypohjainen asiakaspalvelu on vasta kehitysvaiheessa, ja sen vaikutuksia asiakaskokemukseen on tarpeen tutkia syvällisemmin. Tulevaisuudessa olisi hyödyllistä laajentaa tutkimusta useampiin toimialoihin ja tarkastella,

eroavatko asiakkaiden kokemukset tekoälypalveluista eri palvelukonteksteissa, kuten vakuutus-, terveys- tai julkishallinnon palveluissa. Jatkotutkimus voisi myös keskittyä kvantitatiiviseen mittaamiseen, jossa myös asiakastyytyväisyyttä arvioidaan. Näin saataisiin tilastollisesti vertailukelpoisia tuloksia eri sektoreiden ja chatbotjärjestelmien välillä.

Lisäksi olisi kiinnostavaa selvittää, miten tekoälyn tunneälyä voidaan kehittää. Tulevaisuudessa tekoälyn odotetaan kykenevän tunnistamaan asiakkaan äänensävyn, kirjoitustyylin tai jopa emotionaalisen kontekstin ja mukauttamaan omaa viestintätyyliään sen perusteella. Tällaiset ratkaisut voisivat merkittävästi parantaa chatbottien inhimillisyyttä ja lisätä asiakkaiden sitoutumista palveluun.

Tulevaisuuden tutkimus voisi myös tarkastella tekoälyn ja ihmisen välistä työnjakoa asiakaspalvelussa: millainen on optimaalinen suhde automaation ja inhimillisen tuen välillä? Voisiko tekoäly toimia ensivaiheen neuvonantajana, joka tunnistaa asiakkaan tarpeet ja ohjaa sopivalle asiantuntijalle, vai onko asiakkaalle tärkeämpää säilyttää mahdollisuus keskustella heti alusta alkaen ihmisen kanssa?

Eettiset ja tietosuojaan liittyvät kysymykset muodostavat myös tärkeän jatkotutkimuksen osa-alueen. Tekoälyn käyttö edellyttää laajoja tietomassoja ja asiakastietojen analysointia, mikä nostaa esiin yksityisyyden ja luottamuksellisuuden kysymyksiä. Jatkossa olisi olennaista tutkia, miten pankit voivat varmistaa tekoälyn vastuullisen käytön ja säilyttää asiakkaiden luottamuksen samalla, kun ne hyödyntävät tekoälyn tarjoamia mahdollisuuksia.

Lopuksi tulevaisuudessa voitaisiin hyödyntää myös pidempiaikaisempaa tutkimusta, jossa seurataan tekoälypohjaisen asiakaspalvelun kehitystä ja sen vaikutusta asiakaskokemukseen useiden vuosien ajan. Tämä mahdollistaisi syvällisemmän ymmärryksen siitä, miten tekoälypalvelut muuttavat asiakaskäyttäytymistä ja pankkialan palvelukulttuuria pitkällä aikavälillä.

## Lähteet

Adam, M., Wessel, M., Benlian, A. 2020. AI-based chatbots in customer service and their effects on user compliance. *Electron Markets* 31

Aktia Bank. Asiakaspalvelu. Luettavissa: <https://www.aktia.fi/fi/asiakaspalvelu> Luettu: 22.6.2025

Aktia Bank Plc 2024. Financial Review 2024. Aktia Bank Plc.

Saatavissa: <https://www.aktia.com/sites/aktia-corp/files/investors/Aktia%27s%20year%202024/Aktia%20Bank%20Plc%20Financial%20Review%202024.pdf>.

Aktia Oyj. 2025. History. Luettavissa: <https://www.aktia.com/en/about-us/history>  
Luettu: 22.6.2025

ArenaCX. 2024. AI Ethics in Customer Service: Ensuring a Human Touch. Luettavissa: <https://arenacx.com/ai-ethics-in-customer-service-ensuring-a-human-touch/> Luettu: 9.4.2025

Ashwini, T. G., Khan, M. A., & Hussain, A. 2023. *Impact of Artificial Intelligence in Banking Sector*. REST Journal on Banking, Accounting and Business

Banco Santander, S.A. 2024. Consolidated Annual Financial Report 2024. Banco Santander, S.A. Luettavissa: <https://www.santander.com/content/dam/santander-com/en/documentos/informe-financiero-anual/2024/ifa-2024-consolidated-annual-financial-report-en.pdf> Luettu: 24.09.2025

Bank Norwegian AS 2021. Annual Report 2021. Bank Norwegian.

Saatavissa: <https://res.cloudinary.com/banknorwegian/raw/upload/cms/media/sb1bmyeu/bank-norwegian-annual-report-2021.pdf>. Luettu: 22.6.2025

Bank Norwegian ASA. 2022. Annual Report 2021.

Luettavissa: <https://res.cloudinary.com/banknorwegian/raw/upload/cms/media/sb1bmyeu/bank-norwegian-annual-report-2021.pdf> Luettu: 29.10.2025.

Bank Norwegian. Asiakaspalvelu. Luettavissa: <https://www.banknorwegian.fi/asiakaspalvelu/>  
Luettu: 22.6.2025

Bank Norwegian. 2025. Tietoa meistä – a branch of NOBA Bank Group. Luettavissa: <https://www.banknorwegian.fi/tietoa-meista/> Luettu: 22.6.2025

Creswell, J. W. & Creswell, J. D. 2017. Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 5th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Crolic, C., Thomaz, F. & Stephen, A.T. 2022. Blame the Bot: Anthropomorphism and Anger in Customer–Chatbot Interactions. Journal of Marketing

DeVellis, R. F. 2017. Scale Development: Theory and Applications (4th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications. Luettavissa: <https://tms.iau.ir/file/download/page/1635238305-develis-2017.pdf>. Luettu: 26.10.2025.

Dhashanamoorthi, B., 2023. Opportunities and challenges of artificial intelligence in banking and financial services. International Journal of Science and Research Archive. Luettavissa: <https://doi.org/10.30574/ijsra.2023.10.2.0947> Luettu: 22.3.2025.

El-Gohary, H., Thayaseelan, A., Babatunde, S. and El-Gohary, S., 2021. An exploratory study on the effect of artificial intelligence-enabled technology on customer experiences in the banking sector. Journal of Technological Advancements JTA

Fischer, M. & Vainio, S. 2014. Potkua palvelubisnekseen – asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki. Talentum.

Følstad, A. & Skjuve, M. 2019. Chatbots for Customer Service: User Experience and Motivation. In: Proceedings of the 1st International Conference on Conversational User Interfaces

Gartner. 2024. Gartner survey finds 64% of customers would prefer that companies didn't use AI for customer service. Stamford, CT: Gartner Press Release. Luettavissa: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2024-07-09-gartner-survey-finds-64-percent-of-customers-would-prefer-that-companies-didnt-use-ai-for-customer-service> Luettu: 19.10.2025

Hariguna, T. 2024. Assessing the impact of artificial intelligence on customer service. Journal of Service Provision Research.

Hlee, S., Park, J., Park, H., Koo, C. & Chang, Y., 2022. Understanding customer's meaningful engagement with AI-powered service robots. Information Technology & People

HSBC UK. 2025. About HSBC. Luettavissa: <https://www.about.hsbc.co.uk> Luettu: 22.6.2025

HSBC UK. HSBC UK – Personal & Online Banking. Luettavissa: <https://www.hsbc.co.uk/> Luettu: 22.6.2025

HSBC Holdings plc 2025. Our history. HSBC Holdings plc. Luettavissa: <https://www.hsbc.com/who-we-are/our-strategy-and-values/our-history> Luettu: 22.6.2025

HSBC Holdings plc 2025. Who we are. HSBC Holdings plc. Luettavissa: <https://www.hsbc.com/who-we-are/our-markets> Luettu: 27.6.2025

HSBC Holdings plc 2024. Annual Report and Accounts 2024. HSBC Holdings plc. Luettavissa: <https://www.hsbc.com/investors/results-and-announcements/annual-report>. Viitattu 26.10.2025.

HSBC Holdings plc 2025. Our markets: Where we do business. HSBC Holdings plc. Luettavissa: <https://www.hsbc.com/who-we-are/our-markets#:~:text=HSBC%20is%20one%20of%20the%20world's%20largest%20financial%20organisations%2C%20serving,our%20presence%20around%20the%20globe>. Luettu: 9.8.2025

Jain, E., 2022. Challenges In Applying Artificial Intelligence In Banking Sector: A Scientometric Review. In 2022 International Conference on Advancements in Smart, Secure and Intelligent Computing (ASSIC) IEEE.

Jaiwant, S.V., 2022. Artificial intelligence and personalized banking. In Handbook of Research on Innovative Management Using AI in Industry 5.0. IGI Global. Luettavissa: <https://dx.doi.org/10.4018/978-1-7998-8497-2.ch005> Luettu: 9.4.2025.

Jeon, J.-E. 2024. The effect of AI agent gender on trust and grounding. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research

Julkunen, E. 16.3.2025. Jaakko purki turhautumistaan Nordean chat-robottiin – vastaus löi ällikällä. Iltalehti. Luettavissa: <https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000011100385.html> Luettu: 25.3.2025.

Kihlstrom, G. 2025. Some consumers find zero benefit with AI in customer service. CMSWire. Luettavissa: <https://www.cmswire.com/customer-experience/some-consumers-find-zero-benefit-with-ai-in-customer-service/> Luettu: 19.10.2025

Kolari, J. & Kallio, A. 2023. Tekoäly 123 : matkaopas tulevaisuuteen. Jyväskylä. Docendo.

Korkiakoski, K & Gerdt, B. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus. Helsinki. Talentum.

Ltifi, M. 2023. 'Trust in the chatbot: a semi-human relationship', Future Business Journal.

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus – palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki. Talentum.

Mashaabi, M., Alotaibi, A., Qudaih, H., Alnashwan, R. & Al-Khalifa, H. 2022. Natural Language Processing in Customer Service: A Systematic Review.

Morgan, B. 2023. What impact will AI have on customer service? Forbes. Luettavissa: <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2023/08/16/what-impact-will-ai-have-on-customer-service/> Luettu: 9.4.2025

Morningstar. 2025. Nordea Bank Abp (NDA FI) – Stock Quote and Profile Luettavissa: <https://global.morningstar.com/ennd/investments/stocks/0P0001EPQR/quote?exchange=XHEL&ticker=NDA%20FI> Luettu: 22.6.2025

Morningstar. 2025. Aktia Bank PLC (AKTIA) – Stock Quote and Profile. Luettavissa: <https://global.morningstar.com/ennd/investments/stocks/0P0000Z26O/quote?exchange=XHEL&ticker=AKTIA> Luettu: 22.6.2025

Nordea Bank Abp 2024. Annual Report 2024. Nordea Bank Abp. Luettavissa: <https://www.nordea.com/en/doc/annual-report-nordea-bank-abp-2024-0.pdf> Luettu: 9.8.2025

Nordea Bank Abp 2024. Annual Report 2019. Nordea Bank Abp. Luettavissa: <https://www.nordea.com/en/doc/nordea-group-annual-report-2019-new.pdf> Luettu: 9.8.2025

Nordea. Personal customers – Nordea Finland. Luettavissa: <https://www.nordea.fi> Luettu: 22.6.2025

Obuchettiar, K.A. & Megargel, A.A.M., 2023. Understanding human-centred artificial intelligence in the banking sector. Singapore Management University, Lee Kong Chian School of Business.

OP Financial Group. Customer service – OP.

Luettavissa: <https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/asiakaspalvelu?icmp=y-l-tp-ha-ano-asp> Luettu 22.6.2025

OP Ryhmän tiedotteet. 2025. OP Ryhmä lyhyesti. Luettavissa: <https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/op-lyhyesti-historia> Luettu: 22.6.2025

Oyeniyi, L.D., Ugochukwu, C.E. & Mhlongo, N.Z. 2024 'Implementing AI in banking customer service: A review of current trends and future applications', International Journal of Science and Research Archive Luettavissa: <https://ijsra.net/sites/default/files/IJSRA-2024-0639.pdf> Luettu: 22.3.2025

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. 1988. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing

Pellinen, T. 5.4.2025. Osuuspankkijohto varoittaa pankkien henkilökuntaa: Tekoäly alkaa viedä töitänne. Demokraatti/STT. Luettavissa: <https://demokraatti.fi/osuuspankkijohto-varoittaa-pankkien-henkilokuntaa-tekoaly-alkaa-vieda-toitanne> Luettu: 9.4.2025.

Pietarinen, H. 29.3.2025. Helsingin Sanomat. Raportti: Chat GPT ja muut tekoälyt voivat korvata neljänneksen nykyisestä työstä. Luettavissa: <https://www.hs.fi/talous/art-2000009485920.html> Luettu: 2.11.2025.

Rand, B. 2025. Harvard Business School Working Knowledge. When AI Chatbots Help People Act More Human. Luettavissa: <https://www.library.hbs.edu/working-knowledge/when-ai-chatbots-help-people-be-more-human> Luettu: 19.10.2025

Rimpiläinen, M. 6.7.2020. Pankkien kannattaa kehittää tekoälyä ihmistä varten. OP Media. Luettavissa: <https://www.op-media.fi/digitalisaatio/pankkien-kannattaa-kehittaa-tekoalya-ihmista-varten/> Luettu: 25.8.2025.

Russell, S. & Norvig, P. 2010. *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. 3rd edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Räty, P. Aalto-yliopisto. s.a. Koodista kieleksi: puheentunnistus toi tekoälyn reaali maailmaan. Luettavissa: <https://virtualexhibitions.aalto.fi/fi/etusivu/koodista-kieleksi-puheentunnistus-toi-tekoalyn-reaalimaailmaan> Luettu: 29.10.2025.

Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus : miksi, mitä, miten?. Jyväskylä. Docendo.

S-Bank Plc 2024. Annual Report 2024. S-Bank Plc. Luettavissa: <https://www.sttinfo.fi/ir-files/4521144/71002439/12505/S-Bank%20Annual%20Report%202024.pdf>. Luettu: 26.10.2025.

Santander UK plc. s.a. Santander UK – Online Banking. Luettavissa: <https://www.santander.co.uk/uk/help-support/online-banking> Luettu: 29.10.2025.

Santander UK plcs. s.a. About Santander UK. Luettavissa: <https://www.santander.co.uk/about-santander> Luettu: 29.10.2025.

Santander Bank, N. A. 2025. "Our Story". Santander Bank, N. A. Luettavissa: <https://www.santanderbank.com/about/our-story> Luettu: 9.8.2025

SAS. s.a. Mitä on tekoäly (AI) ja miksi se on tärkeää? Luettavissa: [https://www.sas.com/fi\\_fi/insights/analytics/what-is-artificial-intelligence.html](https://www.sas.com/fi_fi/insights/analytics/what-is-artificial-intelligence.html) Luettu 26.3.2025

Shalet, M.A. and Thangam, D.M.V., 2023. A Study On Awareness And User Acceptance Of Neo Banks In Kerala. Strategic Business Decisions for Sustainable Development Luettavissa: <https://ijsra.net/sites/default/files/IJSRA-2024-0639.pdf> Luettu: 22.3.2025

Sippola, P. 2025. Digitalisaatio ja tekoäly asiakaspalvelussa – uudet toimintatavat ja osaamisvaatimukset. Agora-lehden blogit: Johtamisjuonia. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Luettavissa: <https://www.tiedollajohtaminen.fi/johtamisjuonia/digitalisaatio-ja-tekoaly-asiakaspalvelussa-uudet-toimintatavat-ja-osaamisvaatimukset/>. Luettu: 10.10.2025

S-Pankki. Asiakaspalvelu. Luettavissa: <https://www.s-pankki.fi/fi/asiakaspalvelu/> Luettu: 22.6.2025

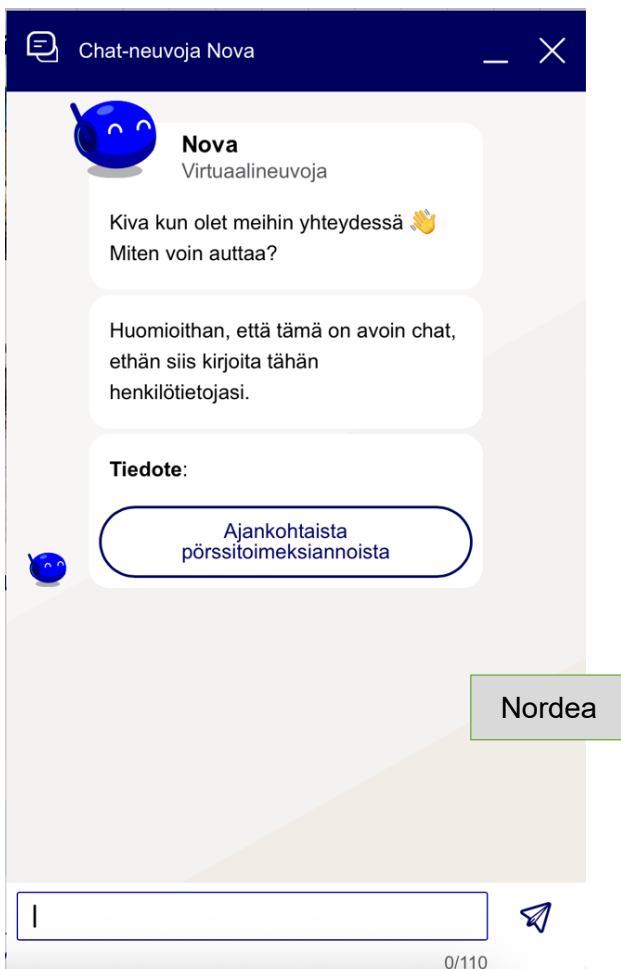
S-Pankki. 2025. Tietoa meistä – S-pankki yrityksenä. Luettavissa: <https://www.s-pankki.fi/fi/s-pankki-yrityksena/tietoa-meista/> Luettu: 22.6.2025

Turing, A. M. 1950. Computing Machinery and Intelligence. Luettavissa: <https://courses.cs.umbc.edu/471/papers/turing.pdf> Luettu: 22.6.2025

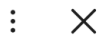
Young, D. & Hook, E. s.a., How Chatbots are Transforming Customer Service, FWF  
Company. Luettavissa: <https://www.fwfcompany.com/how-chatbots-improve-customer-service/>  
Luettu: 9.4.2025.

## Liitteet

### Liite 1: Chatbottien aloitusäyttö



### Virtuaaliavustaja Aulis



Heippa! 😊

Olemme koonneet vastaukset useimmin kysytyihin asioihin tälle sivulle. Löydät ne nopeimmin täältä. Jos et löydä vastausta kysymykseesi tai ongelmaasi, niin voit myös soittaa meille.

Minulta saat apua täältä. Esitä kysymykseesi muutamalla sanalla.

Soita asiakaspalveluun >

S-Pankki

Kirjoita kysymyksesi tähän. Älä kirjoita keskusteluun henkilötietojasi.

0 / 140



### Bank Norwegian - a Br...

22.27

Hei ja tervetuloa! Kuinka voin auttaa?

Bank Norwegian

**Huomioithan, että olen virtuaalineuvoja.** Tässä chatissa ei ole mahdollista keskustella ihmisen kanssa.

Muotoile kysymyksesi selkeästi ja ytimekkäästi.


Hakemuksen käsittelyaika

Tilisiirron kesto

Huijausyritykset

Voit kysyä kysymyksen..

**Aktiabot** Henkilö/Person ⋮ ✕

 Hei! Olen robottivastaja Aktiabot.

Tietojesi suojaaminen on meille erittäin tärkeää, joten **ethän kirjoita chatiin henkilö-, kortti- tai sisäänkirjautumistietojasi.**

Voit chattailla suomeksi ja ruotsiksi pankki- ja vakuutusasioista. 😊  
Ymmärrän parhaiten **lyhyitä lauseita.**

**Yritysassiakas?** ➤

Kirjoita kysymyksesi tähän ➤

**Aktia**

**Sandi** ⓘ — ✕

Hey I'm Sandi, your digital assistant!

Please don't enter personal information here, such as your name or account details. See our [privacy policy](#)

If you want to talk about your account, please log in first and start a new chat

How can I help?

**Santander**


Help getting started

I'd like to open a new current account


I need help logging on

I have lost my card

Money troubles

Write a message 

**OP Aina** — 🔄 ✕



17:31 - Aina


Hei! Ihmiskollegani palaavat linjoille chatiin aamulla klo 9. Minä autan kuitenkin sinua 24/7. Mitä haluaisit kysyä?

**OP**

Kirjoita viestisi tähän ➤

**Chat with us** ⌵ ✕

Today

 Hi, I'm MOBA, your virtual assistant. To get started just click on one of the buttons below.

Accounts

Products

Payments

Cards

Get in touch

**HSBC**

+ Enter text here 😊 ➤

## Liite 2: Miten tullen asiakkaaksi

Chat-neuvoja Nova

Miten tullen asiakkaaksi?

Lämpimästi tervetuloa Nordean asiakkaaksi.

Kätevimmin asiakkuuden avaus onnistuu verkossa. Tarkentaisitko vielä, onko kyseessä:

- Henkilöasiakkuus
- Alaikäisen asiakkuus
- Yrityisasiakkuus tai pankkitunnukset
- Tili yhdistykselle tai yhteisölle
- Minulla on jo asiakkuus Nordeassa

0/110

15:50 - Sinä

Miten tullen asiakkaaksi?

15:50 - Aina

Autan sinua mielelläni asiakkuuden avauksessa. Kenelle haluat avata asiakkuuden?

Itselleni >

Alaikäiselle lapselle >

Yritykselle tai yhdistykselle >

Nordea

Kysyn toisen henkilön puolesta >

Voit tulla OP:n asiakkaaksi vaivattomasti verkossa, jos käytössäsi on jonkin suomalaisen pankin pankkitunnukset ja asut vakituisesti Suomessa. Saat käyttöösi tilin, OP:n tunnukset ja kortin, sekä voit liittyä samalla omistaja-asiakkaaksi. Muut tarvitsemasi palvelut voit ottaa käyttöön myöhemmin.

OP

Tule OP:n asiakkaaksi

Minulla ei ole suomalaisia pankkitunnuksia >

Ongelma asiakkuuden avauksessa >

15:50 - Aina

Haluatko siirtää myös vakuudellisia lainoja osuuspankkiin?

Kyllä >

En >

Aktiabot

Henkilö/Person

Aktia

miten tullen asiakkaaksi?



Mukava kuulla, että haluat tulla asiakkaaksemme! 😊

Aktia on varainhoitajapankki. Tässä lähtökohtana toimii henkilökohtainen palvelu ja yksilöllisesti räätälöity vaurastumissuunnitelma.

Vaurastumissuunnitelma mahdollistaa tavoitteellisen säästämisen ja sijoittamisen lainanmaksun ohessa ja antaa taloudellista turvaa

odottamattomissakin tilanteissa.

Tarvittaessa hoidamme myös pankinvaihdon puolestasi.

Varaa sinulle sopiva aika etätapaamiseen, niin jutellaan 😊

Varaa aika etätapaamise... 🗄️

Mikäli haluat avata vain päivittäisasiain palvelut (tili, kortti ja verkkopankki) valitsethan

**Päivittäispalvelut,**

Mikäli haluat avata vain päivittäisasiain palvelut (tili, kortti ja verkkopankki) valitsethan

**Päivittäispalvelut, etätapaaminen.**

Päivittäispalvelut, etätap... 🗄️



I'd like to open a new current account

I need help logging on I have lost my card

Money troubles

how do I become a customer

06:42 · Read

You can join Santander Select if you:


- have a Select Current Account and pay your main income of at least £5,000 each month into your Select Current Account; or
- keep £75,000 in any Santander investment(s), savings or current account.

We've updated our terms and conditions and made changes to the interest rate paid on the Select Current Account. There's also a monthly cap in each of the cashback categories.

If you'd like to [join Santander Select](#), you can find out more on our website.

06:42 · Sandi

Write a message



**Santander**


Read How can I become a customer

MOBA - Now

**HSBC**

Please select your query from below:

- [Account/product opening](#)
- [Getting in touch](#)
- [Global Money](#)
- [Help with my card](#)
- [Managing my account](#)
- [Mortgage information](#)
- [Payments and transfers](#)
- [Unrecognised transaction](#)
- [Unusual account activity](#)
- [I have a different enquiry](#)



**S-Pankki**

miten tulen asiakkaaksi





Mukava kuulla, että haluat tulla asiakkaaksemme!

Autamme sinua kaikkien pankkiasoiden kanssa ja hoidamme myös tarvittaessa pankin vaihdon puolestasi.

Asioidessasi tulkin avustamana huomaathan, että palvelemme asiointipisteissämme sekä suomeksi että ruotsiksi.

Lue lisää asiakkuuden avaamisesta ja pankin vaihtamisesta alla olevista linkeistä.

[Lue lisää asiakkuuden avaamisesta](#) 

[Siirry pankin vaihtaminen -sivulle](#) 

[Asiakkuuden avaamisen edellytykset](#) >

[Bonus ja asiakasomistajuus](#) >

[Uuden kortin tilaaminen](#) >

**Bank Norwegian**

Miten tulen asiakkaaksi?

Mistä tuotteestamme olet kiinnostunut?

[Luottokortti](#)

[Säästötili](#)

[Laina](#)

Luottokorttimme on yksi markkinoiden parhaimmista luottokorteista, jolla on monta etua.

- Korotonta luottoa jopa 6 viikkoon asti
- Ei käteisnostomaksua
- Valitse CashPoint tai Cashback -etuohjelma
- Ilmainen matkavakuutus ja peruutusuoja sekä päivittäistavaravakuutus

[Hakemukseen](#) 

[Lue lisää kortistamme](#) 

## Liite 3: Miten löydän IBAN numeroni

**Nordea** Miten löydän IBAN numeroni

Lainasi tai luottosi numeron tarkistaminen onnistuu mobiili- ja verkkopankissa.

Kummissa haluat tarkastaa lainasi numeron? 📌

Mobiilipankissa

Verkkopankissa

Minulla ei ole Nordean pankkitunnuksia

## Bank Norwegian

## Miten löydän IBAN numeroni

Löydät kaikki tarvittavat maksutiedot laskusta sekä Omilta sivuilta tai sovelluksesta klikkaamalla haluamaasi tuotetta. Maksutiedot ovat henkilö- ja tuotekohtaiset ja pysyvät samana joka kuukausi.

**Muista aina käyttää viitenumeroa maksuissa!**

Maksu ulkomaisesta pankista

**Santander** How can I find my IBAN

11:47 · Read

When money is paid into your account from outside the UK, you'll need to give the person your BIC code and IBAN.

💡 The BIC is also sometimes known as a Swift code.

You can get your IBAN using our 'Find my IBAN' tool on our website.

💡 It's found under the 'To receive an international payment' section.

Just so you know... we don't charge to receive international payments, but other banks might take charges from the payment before it reaches us. These charges are out of our control.

11:47 · Sandi

**OP Aina** — 🗨️ ✕

Miten löydän IBAN numeroni?

**OP**

16:03 - Aina

Tilin IBAN-tilinumero on FI-alkuinen tilinumero. IBAN-tilinumero ja tilin muut perustiedot voit tarkastaa tilisi tiedoista. Jos sinulla ei ole OP:n tunnuksia, voit tarkistaa tilinumeroi tilisopimuksestasi ja paperisesta tiliotteestasi.

Usein IBAN-tilinumeron kanssa tulee ilmoittaa myös BIC- eli SWIFT-koodi. Osuuspankin BIC-koodi on **OKOYFIHH**. Koodi on sama kaikille OP:ssa oleville tileille.

Tarvittaessa voit kopioida tilinumeron Tapahtumavirrasta. Avaa valikko ja valitse *Kopioi tilinumero*.

Tarvitsen tietoa toisen henkilön tai yrityksen tilistä

Kirjoita viestisi tähän

**Aktiabot** Henkilö/Person ✕

**Aktia** Miten löydän IBAN numeroni

🗨️ IBAN on kansainvälinen tilinumero, jota käytetään tilisiirtoihin.

Suomalainen IBAN alkaa kirjaimilla FI ja on kokonaisuudessaan 18 merkkiä pitkä, ja kirjoitetaan esim: FIXX XXXX XXXX XXXX XX.

Voit tarkistaa IBAN-tilinumeroi verkkopankkisi etusivulta *Tilinumerot*-kohdan alta tai vaihtoehtoisesti tiliotteestasi.

## Virtuaaliavustaja Aulis



S-Pankki

miten löydän IBAN numeroni



IBAN on kansainvälinen tilinumero, jota käytetään tilisiirtoihin maiden välillä.

IBAN-tilinumero koostuu maakoodista, tarkistusnumerosta ja tilinumeroista, esimerkiksi: FI 49 66010001235468. Tilinumeron pituus voi vaihdella kohde- maasta riippuen.

## S-Pankki

Etusivu Maksut Tilit Kortit Lainat Säästöt ja sijoitukset

Tilit / Omat tilit

## Omat tilit

Tili	Tilinomistaja
F196 3939 0001 0006 03	MAIJA MEIKÄLÄINEN
F174 3939 0001 0006 11	MAIJA MEIKÄLÄINEN
Yhteensä	

Löydät oman IBAN-tilinumerosi S-mobiiliin ja verkkopankista **"Tilit"**-osiosta ja tiliotteeltasi.

Kirjoita kysymyksesi tähän. Älä kirjoita keskusteluun henkilötietojasi.

0 / 140



HSBC

You - 21:50

Read

Where can I find my IBAN/BIC

MOBA - 21:50

To receive money into your HSBC UK account from outside the UK, you'll need to supply your IBAN and BIC (or SWIFT) to the sending bank. The IBAN is your International Bank Account Number. The BIC is the Bank Identifier Code, also known as SWIFT.



MOBA - 21:50

Which account would you like the IBAN/BIC for?

Global Money

Other account



## Liite 4: Kuinka kirjautun verkkopankkiin

MOBA

HSBC

Today

Hi, I'm MOBA, your virtual assistant. To get started just click on one of the buttons below.

You - Now

Read How do I login to my ebanking

Info - Now

Hi, thanks for using Chat. Our chatbot will be happy to help you. To keep you safe, don't share personal information like your full account number or card details.

Just so you know, we sometimes provide links to external websites, and record and track conversations to help improve your experience - see [www.hsbc.co.uk/privacy-notice/](http://www.hsbc.co.uk/privacy-notice/) for details.

You are now connected to MOBA.

MOBA - Now

Please select your query from below:
<a href="#">Account/product opening</a>
<a href="#">Getting in touch</a>
<a href="#">Global Money</a>
<a href="#">Help with my card</a>
<a href="#">Managing my account</a>
<a href="#">Mortgage information</a>
<a href="#">Payments and transfers</a>
<a href="#">Unrecognised transaction</a>
<a href="#">Unusual account activity</a>
<a href="#">I have a different enquiry</a>

16:10 - Sinä

Kuinka kirjautun verkkopankkiin?

OP

Neuvon mielelläni sisäänkirjautumisessa. Mihin olet kirjautumassa?

Op.fi-palveluun >

OP-mobiiliin >

Ulkopuoliseen palveluun OP:n tunnuksilla >

Sisäänkirjautuminen yritystunnuksilla >

Op.fi-palveluun voit kirjautua Mobiiliavaimella, avainlukulistalla tai toisen pankin pankkitunnuksilla. Voit vaihtaa kirjautumistapaa jokaisella kirjautumiskerralla. Kirjaudu sisään *Kirjaudu sisään*-painikkeesta, joka löytyy sivun alusta lukon kuvalla merkittynä.

Valitse vielä, miten haluat kirjautua sisään, niin autan sinua.

Kirjaudu Mobiiliavaimella >

Kirjaudu avainlukulistalla >

Kirjaudu toisen pankin tunnuksilla >

Kirjaudu op.fi-palveluun helposti Mobiiliavaimella. Tarvitset vain käyttäjätunnuksesi ja mobiililaitteen, johon Mobiiliavaimesi on liitetty.

Kun kirjaudu, valitse tunnistustavaksi Mobiiliavain ja syötä ensin käyttäjätunnuksesi op.fi-palveluun. Vahvista tämän jälkeen kirjautuminen OP-mobiilissa Mobiiliavaimella.

**Katso ohjeet Mobiiliavaimen käyttöön.**

En pääse kirjautumaan sisään >

16:11 - Aina

Opastan mielelläni sisäänkirjautumisessa. Oletko kirjautumassa OP:n tunnuksilla vai jonkun toisen suomalaisen pankin tunnuksilla?

OP:n tunnuksilla >

Toisen pankin tunnuksilla >

Oletko kirjautumassa ensimmäistä kertaa OP:n tunnuksilla?

Kyllä >

En >

**Virtuaaliavustaja Aulis** : ✕

**S-Pankki** Kuinka kirjaudun verkkopankkiin?

😊 Pääset kirjautumaan verkkopankkiin [www.s-pankki.fi](http://www.s-pankki.fi) -sivun kautta painamalla sivun oikeassa yläreunassa olevaa **Kirjaudu** -painiketta. Tarvitset verkkopankkiin kirjautumista varten käyttäjätunnuksen, salasanan ja tunnuslukutaulukon tai vaihtoehtoisesti S-mobiilin tunnistamisen.

På svenska **Kirjaudu** ✕

Käyttäjätunnus löytyy pankkitunnussopimukseltasi tai pankkitunnussopimuksen tekemisen yhteydessä saamaltasi erilliseltä kirjeeltä. Jos avasit pankkitunnukset verkkosivujen kautta, on käyttäjätunnus näytetty avaamisen yhteydessä. Valitse seuraavista vaihtoehdoista. 📌

Lisää... >

Miten kirjaudun S-mobiilin avulla verkkopankkiin? >

Miten tarkistan käyttäjätunnukseni? >

Verkkopankkitunnusten uusiminen >

**Aktiabot** Henkilö/Person v ✕

Mikrosäästäjä >

kuinka kirjaudun verkkopankkiin?

🎧 Voit kirjautua verkkopankkiin klikkaamalla kotisivujemme oikeassa yläkulmassa olevaa *Verkkopankki* -nappia.

Minulla ei ole tunnuksia >

Tunnukset hukassa? >

Ongelma sisäänkirjautu... >

👍 👎

Kirjoita kysymyksesi tähän **Aktia**

**Sandi** Santander ⓘ - ✕

How do I login to my ebanking 20:25

Is this the first time you are logging onto Online or Mobile Banking?

Yes, it's the first time

No, I've logged in before

I need help with something else

20:25 · Sandi

No, I've logged in before 20:25

Are you using the app?

Yes No

20:25 · Sandi

No

Ok, let's try to [reset](#) your login details

Did this help fix your issue?

Yes No

20:25 · Sandi

No 20:26 · Read

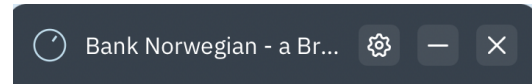
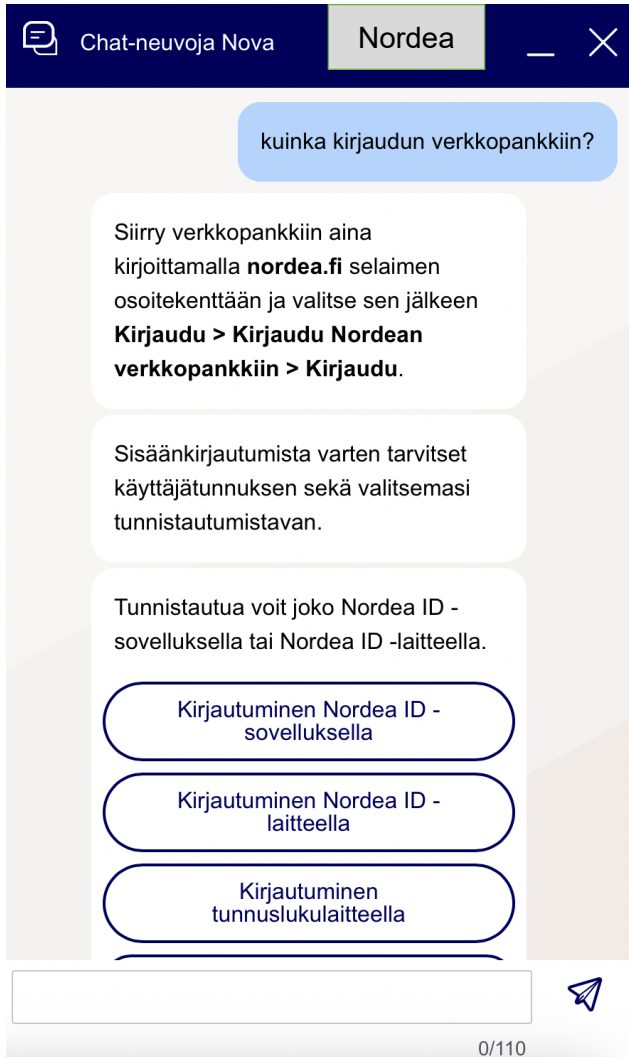
Check out our '[Trouble logging on](#)' page? It's got all the information you need to get back online.

Has this helped you to get back online?

Yes No

20:26 · Sandi

Write a message



kuinka kirjaudun verkkopankkiin?

En voi vastata kysymykseesi, ja syy on jompi kumpi seuraavista:

1. Kysyt asiakkuuteesi liittyvää asiaa. Muista, että minulla ei ole pääsyä tietoihisi.

Bank Norwegian

2. En ymmärtänyt kysymystäsi. Yritä esittää **selkeä ja ytimekäs kysymys**, sillä osaan tulkita niitä paremmin kuin yksittäisiä hakusanoja.

Vaihtoehtoisesti voit ottaa yhteyttä asiakaspalveluumme:

Voit kysyä kysymyksen..

## Liite 5: Kadotin korttini, kuinka suljen sen

**Nordea** kadotin korttini, kuinka suljen sen

Korttien Sulkupalvelu palvelee numerossa +358 20 333 (24 h/vrk).

Vaihtoehtoisesti voit sulkea korttisi heti, mikäli sinulla on pääsy mobiili- tai verkkopankkiin. 📌

Kortin sulkeminen mobiilipankissa

Kortin sulkeminen verkkopankissa

**OP** 16:29 - Sinä

Kadotin korttini, kuinka suljen sen

16:29 - Aina

Jos korttisi on kadonnut tai varastettu, **soita heti OP Sulkupalveluun 0100 0555 (24/7)**. Puhelun myötä vastuusi lakkaa etkä menetä rahojasi, jos joku käyttää korttiasi.

Kun teet katoamisilmoituksen, korttisi suljetaan heti ja sinulle tilataan uusi samanlainen kortti automaattisesti. Jos myös kortin tunnusluku on kadonnut tai varastettu, kortille muodostuu uusi tunnusluku. Saat uuden kortin noin 2 viikossa. Et voi avata suljettua korttia uudelleen.

Korttireklamaation tekeminen >

**S-Pankki**

kadotin korttini, kuinka suljen sen



Jos korttisi on kadonnut tai varastettu, soita heti sulkupalveluun **020 333** (pvm/mpm, 24 h/vrk), ulkomailta **+358 20 333** tai **+358 800 1 2400**.

Verkkopankkitunnuksien tai S-mobiilin tunnistamisen kuolettaminen onnistuu numerossa **09 6964 6820** (pvm/mpm, 24 h/vrk), ulkomailta **+358 9 6964 6820**.

Lue lisää kortin katoamisesta >

Miten kuoletan kortin S-mobiilissa tai verkkopankissa >

Ylimääräisen kortin lopetus >

Outo toistuva veloitus >



Puhelin varastettu tai kadonnut >

Tiiltäni hävisi rahaa >

Suljetun kortin uusiminen >

Sulkemisen yhteydessä sinulle tilataan automaattisesti uusi kortti, josta veloitetaan palveluhinnastomme mukainen uusintamaksu. Uusi kortti toimitetaan kirjeitse kotiin noin viikossa ja uusi PIN-koodi noin kahdessa viikossa. Jos kortissasi on omavalintainen tunnusluku, se toimii myös uudessa kortissasi.

Suosittellemme ensisijaisesti soittamaan. Voit myös kuolettaa kortin S-mobiilin tai verkkopankin kautta. Jos se ei ole mahdollista, voit kuolettaa kadonneen korttisi myös asioimalla asiakaspalvelupisteellämme.


Bank Norwegian - a Br...  



Kadotin korttini, kuinka suljen sen

Kortin sulkeaksesi: **Bank Norwegian**


1. Kirjaudu sisään Omille sivuillesi
2. Klikkaa "Luottokortti".
3. Valitse "Sulje kortti". Voit samalla tilata uuden kortin.

Jos sinulla ei ole mahdollisuutta kirjautua Omille sivuille, voit sulkea kortin soittamalla puhelinnumeroon +358 931 584 500.


Soita sulkupalveluun 

**Aktiabot** Henkilö/Person  

**Aktia** kadotin korttini, kuinka suljen sen

 Minkälaisessa asiassa tarvitset apua?

- Sulje kortti kadonneena/... >
- Lopeta kortti >
- Tilapäinen esto >
- Maantieteellinen alueraj... >
- Estä verkko-ostokset >

 Hävinnyt tai varastettu kortti tulee sulkea heti. Voit sulkea kortin soittamalla sulkupalveluun, puh. **+358 800 0 2477** (24h) tai asiakaspalveluumme.


Tilaamme sinulle automaattisesti uuden kortin suljetun tilalle, josta veloitamme hinnaston mukaisen maksun 10,00 €.

- Asiakaspalvelun yhteysti... >
- Lähimaksaminen puheli... >

I lost my card, how do I close it   
 Read

MOBA - Now


If you're an existing HSBC customer, please chat with us on the HSBC Mobile Banking app. Alternatively, here are some other ways you can contact us:



MOBA - Now **HSBC**

Please select your query from below:

- Account/product opening
- Getting in touch
- Global Money
- Help with my card
- Managing my account
- Mortgage information
- Payments and transfers
- Unrecognised transaction
- Unusual account activity
- I have a different enquiry



**Santander** I lost my card, how do I close it   
 06:44 · Read



Ok, let's get your account closed.

We just need you to log on to your Online Banking to do this.

To continue:

1. Close this chat
2. Click 'Log on' at the top of the page and enter your details
3. Open a new chat on your Online Banking by clicking 'Chat with us' on the right hand side
4. Type 'close account' into the chat

06:44 · Sandi

Was this helpful?  

## Liite 6: Miten muutan puhelinnumeroni

S-Pankki

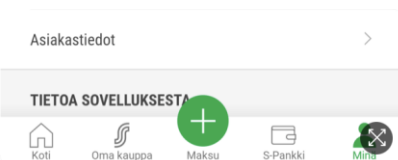
miten muutan puhelinnumeroni



Voit päivittää puhelinnumerosi verkkopankissa valitsemalla **Asetukset > Omat tiedot > Henkilötiedot**.



Asiakastietojen muuttaminen onnistuu S-mobiilissa **Minä**-välilehdellä. Valitse sieltä **Omat tiedot** nimesi alta tai **Asiakastiedot**, niin pääset muokkaamaan tietojasi.



Huomaathan että tekstiviestivahvistuksessa käytettävä numero voi olla eri, kuin henkilötietoihisi tallennettu numero ja se täytyy päivittää erikseen.

Vaihda tekstiviestivahvistuksen numero >

Nordea

Miten muutan puhelinnumeroni

Puhelinnumeron muuttaminen onnistuu kätevimmin mobiili- tai verkkopankin kautta Nordea ID -sovelluksen avulla.

Muutos mobiilipankissa

Muutos verkkopankissa

Minulla ei ole Nordean pankkitunnuksia

Minulla ei ole Nordea ID -sovellusta



Santander

How do I change my phone number

11:46

You can view or update your number by logging on to Online Banking through our website or by using the Mobile Banking app.

Do you have Online Banking?

Yes

No

11:46 - Sandi

Yes

11:46 - Read

You can find out how to update your phone number on our change of details page.

11:46 - Sandi

MOBA

You - Now

HSBC

Read

how can I change my phone number

MOBA - Now

Please select your query from below:

Bank Norwegian - a Br... 18:24

Miten muutan puhelinnumeroni

En ymmärtänyt, voisitkohan kysyä asiaa eri tavalla?

Yritä esittää selkeä ja ytimekäs kysymys.

Vaihtoehtoisesti voit ottaa yhteyttä asiakaspalveluumme:

Asiakaspalvelu

Lähetä keskusteluhistoria asiakaspalveluun

Bank Norwegian

OP Aina

16:07 - Aina

Muokkaa puhelinnumeroa kirjautumalla ensin sisään OP:n tunnuksilla ja valitsemalla sitten *Oma nimi - Oma profiili - Muokkaa yhteystietoja*.

**Jos olet liittänyt nykyisen puhelinnumerosi lisävahvistukseen,** et voi päivittää puhelinnumeroasi verkossa. Jos lisävahvistukseen liitetty numero on väärä, soita asiakaspalveluun **0100 0500** (ma-pe 8-16) asian selvittämiseksi. Tunnistaudu puhelun alussa Mobiiliavaimella tai avainlukulistalla. Lisävahvistuksen numeroa ei voi muuttaa chatissa.

Voit päivittää numerosi myös **OP:n konttorissa**. Tarkasta konttorin tiedoista, tuleeko konttoriin varata aika. Muista ottaa mukaan voimassa oleva passi, henkilökortti tai ajokortti.

OP

Aktiabot Henkilö/Person

Aktia

Miten muutan puhelinnumeroni

Voit päivittää puhelinnumerosi soittamalla asiakaspalveluumme tai lähettämällä viestin mobiili- tai verkkopankin kautta.

Jos sinulla on mobiilipankki käytössäsi, lähetäthän pyynnön puhelinnumeron päivityksestä viestinä mobiilipankistasi.

## Liite 7: Miksi lainahakemukseni hylättiin

Chat-neuvoja Nova

Nordea

Miksi lainahakemukseni hylättiin

Ymmärsin, että tiedustelet miksi lainahakemuksesi on hylätty.

Lainan myöntämiseksi sinulla tulee olla:

- **lainojen hoitoon riittävät säännölliset tulot**
- **hyvin hoidetut aikaisemmat luotot**
- **luottotiedot kunnossa**

Säännöllisiksi tuloiksi luetaan pääsääntöisesti **palkka- ja eläketulot**.

Kaikki lainahakemuksessa ilmoitetut tiedot otetaan huomioon luottopäätöstä tehtäessä ja niistä muodostetaan **kokonaisarvio**.

Bank Norwegian - a Br...

Bank Norwegian

Miksi lainahakemukseni hylättiin

Luotto-osastomme päätökset perustuvat kokonaisarviointiin, jotka tehdään hakemuksessa annettujen sekä Suomen Asiakastieto Oy:ltä saamiemme tietojen perusteella.

Kielteinen päätös tarkoittaa, että luotto-osastomme on arvioinut, ettei hakijan maksukyky riitä haettuun tuotteeseen. Päätöstä ei perustella tämän enempää. Mikäli tilanteesi muuttuu, voit tehdä uuden hakemuksen 1-6 kuukauden kuluttua.

Hylätty säästötilihakemus

Santander

Why was my loan application declined

11:48 · Read

If your issue relates to a limited edition savings account, these products can be removed from sale at any time.

Limited edition savings accounts

If you have had an issue with your account application, or would like an update, please get in touch with us.

You can contact us on 0330 9 123 123.

Our opening hours are Monday to Sunday 8am to 6pm.

11:48 · Sandi

Aktia

Miksi lainahakemukseni hylättiin



En ole varma ymmärsinkö nyt ihan oikein, mutta voin auttaa sinua ainakin seuraavissa asioissa:

Hylätty käyttölainapäätös >



Jos käyttölainahakemuksesi hylätään, saat tästä ilmoituksen verkkopankkiisi tai sähköpostiisi, mikäli sinulla ei ole Aktian verkkopankkitunnuksia.

Huomioithan, että hakemus voidaan hylätä heti hakemusta täytettäessä, jos sinulla on esimerkiksi maksuhäiriömerkintä tai omaehtoinen turvakielto.

Asiakaspalvelun yhteysti... >

Why was my loan application declined

Read

MOBA - 19:16

If you're an existing HSBC customer, please chat with us on the HSBC Mobile Banking app. Alternatively, here are some other ways you can contact us:

HSBC

MOBA - 19:16

<https://www.hsbc.co.uk/help/>  
(opens in a new window)

MOBA - 19:16

Thanks for contacting us today.

OP Aina

— ↻ ✕

16:03 - Sinä

Miksi lainahakemukseni hylättiin?

16:03 - Aina

Autan sinua lainapäätöksiin liittyen. Tarkenna aluksi, mistä lainasta sait hylätyn päätöksen?

Vakuudellisesta lainasta (esim. asuntolainasta) >

Vakuudettomasta OP Tarkkaluotosta >

Opintolainasta >

OP Yrityspankin autorahoituksesta >

Vakuudellisesta lainasta (esim. asuntolainasta)

16:04 - Aina

Jos lainahakemuksesi hylättiin ja haluat tiedustella kielteiseen päätökseen johtaneita syitä tarkemmin, ota yhteys ihmiskollegoihini. Asiakasneuvojat eivät ole nyt paikalla, mutta voit lähettää heille asiasta viestin.

Siirry viesteihin

Viestin lähettämiseen tarvitset OP:n tunnukset. Jos sinulla ei ole OP:n tunnuksia, soita [0100 0500](tel:01000500) (ma-pe 8-16).

Virtuaaliavustaja Aulis

: ✕

Miksi lainahakemukseni hylättiin



Tarkastelemme lainapäätöstä tehdessämme muun muassa taloudellista koonkaistilannettasi ja arvioimme sitä suhteessa hakemasi lainan määrään ja takaisinmaksuikaan.

Yleisimpiä lainahakemuksen hylkäämiseen johtavia syitä ovat:

- Rekisteröity maksuhäiriömerkintä
- Aiempi maksukäyttäytyminen
- Myöhässä olevat maksut
- Tulojen riittämättömyys suhteessa menoihin ja tuleviin lainan- tai luotonhoitokuluihin
- Muut lainan- tai luotonmyönnön edellytykset eivät täyty

Jos hakemuksesi hylättiin maksuhäiriömerkinnän tai positiivisen luottotietorekisterin tietojen perusteella, kerromme siitä erikseen luottopäätöksen yhteydessä.

Jos sinulle tulee tulevaisuudessa tarvetta lainalle, arvioimme mielellämme tilanteesi ja lainansaantimahdollisuutesi uudelleen.

Lisää tietoa ↗

Minulla on omaehtoinen luottokielto >

Lainahakemuksen manuaalinen käsittely >

Mikä on positiivinen luottotietorekisteri? >

S-Pankki



## Liite 8: Jouduin huijatuksi, mitä teen

OP Aina — 🔄 ✕

Jouduin huijatuksi mitä teen?

OP

16:17 - Aina


Neuvon sinua mielelläni huijaustapauksissa.

Epäiletkö, että sinua on huijattu, tai oletko saanut varmistuksen siitä, että sinua on huijattu?  
Tarkenna vielä, millaisesta tilanteesta on kyse, niin osaan auttaa sinua paremmin.

- Olen joutunut huijauksen kohteeksi >
- Epäilen, että minua on huijattu >
- Haluan ilmoittaa huijauksesta >
- Kysyn toisen henkilön puolesta >

**Aktiabot** Henkilö/Person ▾ ⋮ ✕

**Aktia** Jouduin huijatuksi, mitä teen

 Kadonneet, varastetut tai väärinkäytetyt verkkopankkitunnukset tulee sulkea heti sulku- tai asiakaspalvelussamme.


Verkkopankin sulkupalvelu palvelee 24 h numerossa **+358 20 333**.

Olethan yhteydessä asiakaspalveluumme jos haluat avata uuden verkkopankkisopimuksen. Uutta verkkopankkisopimusta ei avata automaattisesti.

**Asiakaspalvelun yhteysti... >**

**Santander** I got scammed, what do I do 11:51 · Read

If you've any security concerns, call us right away.

 You can speak with our Security Team by calling 0330 9 123 123 or 0800 313 4321.

If you're abroad, dial +44 1908 237 963 or +44 1512 648 725 for credit cards.

**!** Although our phone lines close at 6pm for general banking enquires, our Security Team are available 24 hours a day, 7 days a week.

When you call, please stay on the line for our essential services.

You can also take a look at our '[How to report fraud](#)' page for information on how to keep your account safe.

11:51 · Sandi

Chat-neuvoja Nova

Nordea

Jouduin huijatuksi, mitä teen

Erilaisia huijauksia on paljon liikkeellä.

Huijareiden tavoitteena on saada sinut jakamaan pankkisalaista tietoa: pankkitunnuksia, tunnuslukuja ja korttitietoja.

Nordea tai viranomaiset eivät koskaan pyydä sinua kertomaan pankkitunnuksiasi sähköpostitse, tekstiviestitse, puhelimitse tai sosiaalisen median kautta.

Annoin pankkitunnukset/korttitiedot huijarille tai huijaussivulle

Korttiani on väärinkäytetty

Epäilen saaneeni huijausviestin

Olen saanut viestin Nordeasta

Lue lisää turvallisuudesta kotisivuiltamme

Virtuaaliavustaja Aulis

Jouduin huijatuksi, mitä teen

Oletko joutunut huijauksen uhriksi internetin myyntialustalla tai kauppapaikalla, syöttänyt korttisi tiedot huijaussivustolle vai meneekö kortiltasi toistuva veloitus jota et tunnista? Valitse seuraavista.

Huijaus myyntialustalla tai kauppapaikalla >

Syötin korttini tiedot huijaussivustolle >

Outo toistuva veloitus >

Sain epäilyttävän viestin >

Sulkupalvelun yhteystiedot >

S-Pankki

HSBC

Read I got scammed, what do I do

MOBA - Now

If you're an existing HSBC customer, please chat with us on the HSBC Mobile Banking app. Alternatively, here are some other ways you can contact us:

MOBA - Now

<https://www.hsbc.co.uk/help/>

(opens in a new window)

MOBA - Now

Thanks for contacting us today.

Bank Norwegian - a Br...

Jouduin huijatuksi mitä teen

Onko joku ollut yhteydessä sinuun pankkimme nimissä?

**Bank Norwegian ei koskaan pyydä sinua luovuttamaan salasanoja, pankkitunnuksiasi tai sisäänkirjautumistietojasi tai luottokorttisi numeroa.**

Jos kuitenkin olet luovuttanut tietoa luottokortistasi tai pankkitunnuksistasi, ota heti yhteyttä pankkiisi sulkeaksesi luottokorttisi ja/tai pankkitunnuksesi.

Bank Norwegian

## Liite 9: Oletko oikea ihminen

**Virtuaaliavustaja Aulis**

Oletko oikea ihminen

Olen Virtuaaliavustaja Aulis. 😊

Jos tarvitset ihmiskaverini apua, tavoitat heidät verkkopankin selainversion chatista kirjautumisen jälkeen, soittamalla tai lähettämällä viestin verkkopankin tai S-mobiilin kautta.

Voit myös edetä painamalla "missä asioissa osaan neuvoa" painiketta, niin saat vaihtoehtoja erilaisille ohjeille. Valitse seuraavista vaihtoehdoista. 📌

Missä asioissa osaat neuvoa? >

Soita asiakaspalveluun >

Lähetä viesti >

Miten saan pankkitunnukset? >

S-Pankki

**Santander**

are you a real human?

07:48 · Read

🙄 I'm sorry, but it's just me here.

You can chat to a colleague by logging into your Online Banking, click 'Chat with us' and type your query.

**I need further help**

07:48 · Sandi

Was this helpful? 👍 | 👎

Write a message

**HSBC**

MOBA

Bereavement

None of the above

You - Now

Read are you a real human?

MOBA - Now

So that I can help you, I need you to choose your enquiry from the list below:

Visiting a branch

Feedback or complaint

Contact us from abroad

Financial Support

Cost of Living

None of the above

16:27 - Sinä

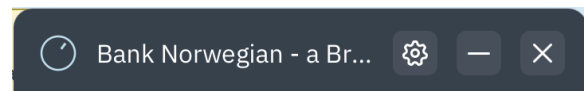
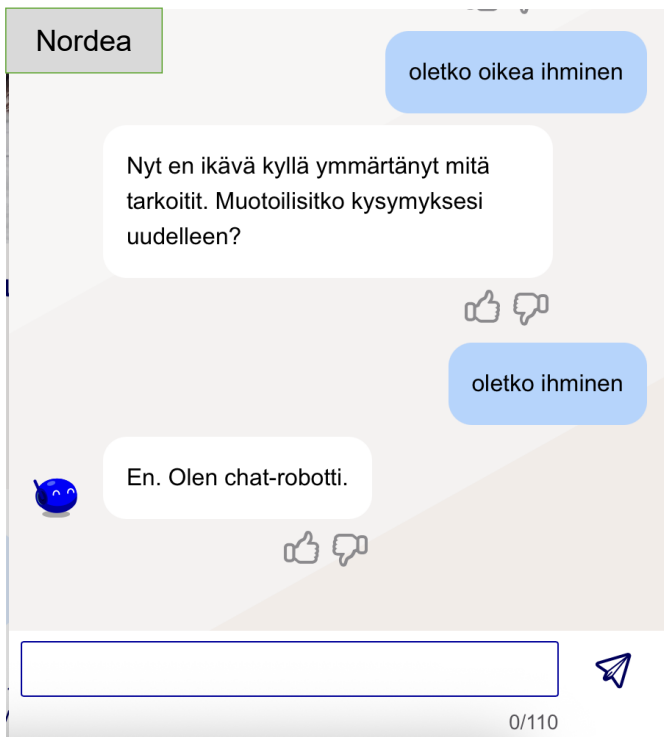
**OP**

Oletko oikea ihminen

16:27 - Aina

Ihmiskollegani eivät ole tällä hetkellä paikalla. Tavoitat asiakasneuvojan chatissa ma-pe 9-16 (kortit 8-22).

Mitä asiasi koskee, osaisinkohan minä auttaa?



**Tässä chatissa ei ole mahdollista keskustella ihmisen kanssa.**

Olen virtuaalineuvoja, ja minut on opetettu vastaamaan tuotteisiimme ja palveluihimme liittyviin kysymyksiin.


Minulla ole pääsyä asiakastietoihisi, joten jos et saa vastausta kysymykseesi, pyydän ottamaan yhteyttä asiakaspalveluumme.



## Liite 10: Voitko siirtää minut ihmiselle

**Virtuaaliavustaja Aulis** ⋮ ✕

Voitko siirtää minut ihmiselle

 Jos tarvitset ihmiskaverini apua, tavoitat heidät verkkopankin selainversion chatista kirjautumisen jälkeen, soittamalla tai lähettämällä viestin verkkopankin tai S-mobiiliin kautta.



Voit myös edetä painamalla "missä asioissa osaan neuvoa" painiketta, niin saat vaihtoehtoja erilaisille ohjeille. Valitse seuraavista vaihtoehdoista. 📌

Missä asioissa osaat neuvoa? >

Soita asiakaspalveluun >

Lähetä viesti >

Miten saan pankkitunnukset? >

S-Pankki

**Chat-neuvoja Nova** — ✕



voitko siirtää minut ihmiselle

Ymmärsin, että haluat keskustella ihmiskollegani kanssa.

Tällä hetkellä asiakaspalvelumme on suljettu.

Kollegani auttavat chatissa **arkisin klo 8.00-18.00**. 🗨️

Puhelimitse autamme ma-pe klo 8-20 ja la-su klo 10-16 numerossa 0200 3000 (pvm/mpm). 📞

Nordea

**Bank Norwegian - a Br...** ⚙️ — ✕

Voitko siirtää minut ihmiselle

**Tässä chatissa ei ole mahdollista keskustella ihmisen kanssa.**


Olen virtuaalineuvoja, ja minut on opetettu vastaamaan tuotteisiimme ja palveluihimme liittyviin kysymyksiin.

Minulla ole pääsyä asiakastietoihisi, joten jos et saa vastausta kysymykseesi, pyydän ottamaan yhteyttä asiakaspalveluumme.

**Bank Norwegian**

**Santander**

Can you transfer me to human 11:52 · Read

 I'm sorry, but it's just me here.

You can chat to a colleague by logging into your Online Banking, click 'Chat with us' and type your query.

**I need further help**

11:52 · Sandi

OP

Voitko siirtää minut ihmiselle?

16:28 - Aina

Ihmiskollegani eivät ole tällä hetkellä paikalla. Tavoitat asiakasneuvojan chatissa ma-pe 8-22.

Mitä asiasi koskee, osaisinkohan minä auttaa?

Aktia

Aktiabot

Henkilö/Person ▾



Voitko siirtää minut ihmiselle



Ihmiskollegani Aktian asiakaspalvelussa palvelevat puhelimitse (010 247 010) (arkisin 8-18) tai verkkopankin suojatun viestitoiminnon kautta.

Puhelun hinta on mpm (matkapuhelumaksu) / pvm (paikallisverkkomaksu) .

Jos soitat ulkomailta, käytäthän numeroa (+358 10 247 010).

MOBA

You - Now

Read

Can you transfer me too human

Info - Now

Hi, thanks for using Chat. Our chatbot will be happy to help you. To keep you safe, don't share personal information like your full account number or card details.

Just so you know, we sometimes provide links to external websites, and record and track conversations to help improve your experience - see [www.hsbc.co.uk/privacy-notice/](http://www.hsbc.co.uk/privacy-notice/) for details.

Info - Now

You are now connected to MOBA.

MOBA - Now

Please select your query from below:

[Account/product opening](#)

HSBC

## Liite 11: Chatbottien lopetusnäyttö

