

**NORDEAN TUNNUSLUKUSOVELLUKSEN JA -LAITTEEN
DIGITAALINEN ASIAKASKOKEMUS**



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Visamäki, Liiketalouden koulutusohjelma

Syksy, 2017

Effia Kuusemo

Liiketalouden koulutusohjelma
Visamäki

Tekijä	Effia Kuusemo	Vuosi 2017
Työn nimi	Nordean tunnuslukusovelluksen ja -laitteen digitaalinen asiakaskokemus	
Työn ohjaaja	Leena Mäkinen	

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia Nordean tunnuslukusovelluksen ja -laitteen digitaalista asiakaskokemusta. Opinnäytetyön toimeksiantaja on Nordea Bank AB:n Hyvinkään lähikonttori, jossa opinnäytetyön kyselytutkimus on toteutettu. Nordea on ensimmäinen pankki Suomessa, joka on ottanut käyttöönsä sähköiset tunnusluvut verkkopankkiin kirjautumisessa. Siirtyminen sähköisiin tunnuslukuihin perustuu digipalveluiden kasvavaan suosioon sekä sähköiseen tunnistautumiseen liittyvän lainsäädännön kiristymiseen.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa on käsitelty asiakaskokemusta ja pankkialaa historian kautta nykypäivään. Teoriassa on painotettu digitalisaatiota ja pyritty huomiomaan sen vaikutusta tulevaisuuden pankkipalveluihin. Vuoden 2018 alussa astuu voimaan kaksi Euroopan Unionin asettamaa direktiiviä, jotka tuovat merkittäviä muutoksia pankkien toimintaan ja avaavat niiden liiketoimintaa kolmansille osapuolille.

Opinnäytetyön tutkimusosuus on toteutettu kvantitatiivisena tutkimuksena kyselylomakkeen avulla. Tutkimuksen avulla selvitettiin asiakkaiden suhtautumista ja tyytyväisyyttä Nordean sähköisiin tunnuslukuihin. Lisäksi tutkimuksella kartoitettiin sähköisiin tunnuslukuihin liittyviä ongelmakohtia asiakkaiden näkökulmasta ja mahdollisiin ongelmatilanteisiin on esitetty ratkaisut.

Avainsanat asiakaskokemus, digitalisaatio, pankkiala

Sivut 37 sivua, joista liitteitä 1 sivu

Degree Programme in Business Administration
Visamäki

Author	Effia Kuusemo	Year 2017
Subject	Digital customer experience of Nordea's code app and code calculator	
Supervisors	Leena Mäkinen	

ABSTRACT

This thesis examines the digital customer experience of Nordea's code app and code calculator. The thesis is commissioned by Nordea Bank AB Hyvinkää branch office. The questionnaire study included in this thesis was carried out in the Hyvinkää branch office. Nordea is the first bank in Finland to introduce the digital codes for internet bank logon. The implementation of digital codes is based on the popularity of digital services and changes in legislation concerning electronic identification.

The theoretical basis of the thesis consists of the theory of customer experience and banking and finances. Digitalization and its influence in future banking services has been observed throughout the theoretical basis. Two directives set by the European Union come into effect in the beginning of the year 2018. They both have a major influence in the banking sector.

The research of this thesis was carried out as a quantitative research in a survey form. The aim of the research was to find out how customers react to digital codes and how satisfied they are with the code app and code calculator. Another major purpose of the research was to look into the difficulties that customers may face while using the code app and code calculator.

Keywords customer experience, digitalization, banking

Pages 37 pages including appendices 1 page

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Tutkimuskysymykset	2
1.2	Toimeksiantajan esittely	2
2	ASIAKASKOKEMUS.....	4
2.1	Asiakaskokemuksen muodostuminen	5
2.2	Digitaalinen asiakaskokemus	6
2.3	Digitaalisen asiakaskokemuksen muodostuminen	7
3	PANKKIALAN MUUTOS	8
3.1	Historiaa	8
3.2	Pankin tarjoamat palvelut nykyään.....	9
3.2.1	Tilit	10
3.2.2	Kortti- ja mobiilimaksaminen	11
3.2.3	Verkkopankki	12
3.2.4	Sijoituspalvelut	12
3.3	Sähköinen tunnistautuminen verkkopankkitunnuksilla	13
3.4	Toinen maksupalveludirektiivi (PSD2).....	14
4	TUTKIMUSMENETELMÄT.....	16
4.1	Kvantitatiivinen tutkimus	16
4.2	Kyselytutkimus	17
4.3	Digitaalisen asiakaskokemuksen mittaaminen	18
4.4	Käyttäjäkokemuksen tutkiminen	18
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	19
5.1	Tunnuslukusovellus	19
5.2	Tunnuslukulaite.....	20
5.3	Tutkimuksen tulokset.....	21
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	30
	LÄHTEET	33

Liitteet

Liite 1 Kyselylomake

1 JOHDANTO

Vuonna 2017 monet yritykset tuottavat palveluita ja tuotteita perinteisten kanavien lisäksi sähköisesti. Sähköiset asiointikanavat kasvattavat suosiotaan jatkuvasti. Menestyminen monikanavaisessa liiketoimintaympäristössä asettaa uudenlaisia vaatimuksia yrityksiensä toiminnalle. Kymmenen vuotta sitten yrityksiensä näkyminen verkossa oli lähinnä informatiivisten verkkosivujen varassa, joista asiakas pystyi tutustumaan tuotteisiin ja tarkistamaan liikkeiden aukioloajat. Nyt vähimmäisvaatimuksena on, että tuotteen voi tilata verkkokaupasta millä tahansa päätelaitteella mihin kellonaikaan hyvänsä.

Digitalisaatio näkyy vahvasti myös finanssialalla. Pankit ovat jo pitkään tarjonneet asiakkailleen mahdollisuuden käyttää verkkopankkia päivittäisasiointiin. Nordeassa asiakasrajapinnassa työskennellessä huomasi, että laskujen maksaminen ja omien tilitietojen tarkastelu olivat asiakkaille verkkopankin keskeisimpiä toiminnallisuuksia. Halutessaan asiakas voi hoitaa lähes kaikki pankkiasiat verkkopankin välityksellä, myös esimerkiksi asuntolainaneuvottelut voidaan hoitaa verkkotapaamisina.

Pankin näkökulmasta verkko- ja mobiilipankki tuovat monia mahdollisuuksia. Kun asiakkaat ohjautuvat verkkoon hoitamaan päivittäisiä pankkiasioita, konttoriverkostossa voidaan keskittyä asiakkaiden neuvontaan vaativammissa pankkiasioissa. Tämä on pankin toiminnalle kustannustehokasta. Toinen merkittävä seikka on se, että verkkopankki on pankille mahdollisuus markkinoida omia tuotteitaan. Verkkopankissa on nykyään verkkokaupan kaltaisia piirteitä. Asiakkaat voivat tehdä sijoitustoimeksiantoja ja hakea lainaa verkkopankin välityksellä. Näiden syiden takia on pankin kannalta tärkeää, että asiakkaiden kokemus verkkopankista on positiivinen ja se koetaan helppokäyttöisenä.

Nordea on ensimmäinen pankki Suomessa, joka tarjoaa asiakkailleen mobiilisovelluksen ja erillisen laitteen verkkopankkiin kirjautumiseen. Uusien kirjautumistapojen käyttäminen perustuu Euroopan komission asettamaan toiseen maksupalveludirektiiviin, josta on kirjoitettu lisää tässä opinnäytetyössä kohdassa 3.4 Toinen maksupalvelu direktiivi. Sama direktiivi koskee kaikkia pankkeja Suomessa, joka tarkoittaa sitä, että kaikkien pankkien on tarjottava uudenlaisia kirjautumistapoja verkkopankkiin, täyttääkseen uudet direktiivin asettamat vaatimukset. Muista pankeista poiketen Nordea on ilmoittanut, että aikaisemmin käytössä ollut paperinen tunnuslukulista poistuu kokonaan käytöstä.

1.1 Tutkimuskysymykset

Idean tähän opinnäytetyöhön sain, kun työssäni kuulin asiakkailta palautetta tunnuslukusovelluksesta ja -laitteesta päivittäin. Sähköiset tunnusluvut tulivat puheenaiheeksi lähes jokaisessa asiakaskohtaamisessa. Ymmärsin kuinka merkittävästi tämä muutos vaikuttaa koko asiakaskokemukseen. Osalle asiakkaille sähköiset tunnusluvut tuntuivat aiheuttavan päänvaivaa, kun taas osa kiitteli vuolaasti niiden helppoutta.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, mistä nämä erot asiakkaiden kokemuksissa johtuvat ja mitkä tekijät vaikuttavat sähköisten tunnuslukujen asiakaskokemukseen. Alla listattuna tutkimuksen keskeiset kysymykset.

- Onko sähköiset tunnusluvut tehneet verkkopankkiasioinnista helpompaa?
- Onko asiakas kokenut ongelmia käyttäessään tai ottaessaan käyttöön sähköisiä tunnuslukuja?
- Onko sähköisissä tunnusluvuissa jokin ominaisuus, jonka takia asiakas ei ole ottanut niitä käyttöönsä?

1.2 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Nordean Hyvinkään lähikonttori. Nordea on merkittävä toimija finanssialalla, sillä se on pohjoismaiden suurin finanssipalvelukonserni ja yksi kymmenestä suurimmista pankeista Euroopassa. Syksyllä 2017 Nordea päätti pääkonttorinsa siirtämisestä Tukholmasta Helsinkiin. Suomen ja Ruotsin lisäksi Nordealla on toimipaikkoja eri puolilla Eurooppaa, mutta sen kotimarkkina-alue muodostuu pohjoismaista. (Nordea n.d.)

Nordea tarjoaa monipuolisia palveluita eri asiakasryhmille. Suurin asiakasryhmä on henkilöasiakkaat, joita Nordealla on noin 10 miljoonaa. Tavoitteena on olla luotettava kumppani asiakkaiden eri elämäntilanteissa ja tarjota palvelua juuri niissä asiointikanavissa, joissa asiakas haluaa asioida. Nordea on viime vuosina panostanut huomattavasti pankkipalveluiden saatavuuteen verkossa, mobiilissa ja puhelimesta. Esimerkiksi verkkotapaamisten avulla asiakkaat voivat hoitaa pankkiasioitaan, kuten lainaneuvottelun, kotonaan konttorin aukioloaikojen ulkopuolella. Tällaiselle palvelulle on selkeästi tarvetta sillä vuoden 2017 toisella neljänneksellä verkkotapaamisia oli jo viidesosa kaikista tapaamisista. (Nordea n.d.)

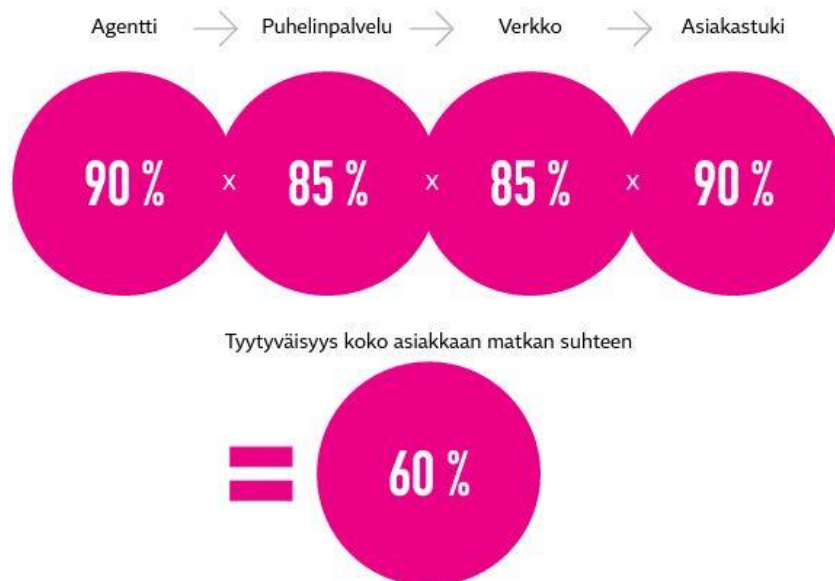
Henkilöasiakkaiden lisäksi Nordealla on merkittävä määrä yritys- ja yhteisöasiakkaita. Tavoitteena on tarjota yrityksille kaikki niiden tarvitsemat palvelut kuten rahoituksen ja maksuliikennepalvelut ja huolehtia yritysten toiminnasta koko niiden elämänkaaren ajan. Tämän vuoksi Nordea tekee

tiivistä yhteistyötä erilaisten fintech-yritysten kanssa, jotka pystyvät tuottamaan innovatiivisia ja nykyaikaisia ratkaisuja yritysasiakkaiden palvelamiseen. (Nordea n.d.)

2 ASIAKASKOKEMUS

Alkujaan kaupallinen toiminta on lähtenyt kehittymään raaka-aineiden myynnistä ja vaihdosta. Teollistumisen jälkeen raaka-aineista alettiin muodostamaan hyödykkeitä, joiden ympärille on vuosikymmenten saatossa kehitetty palveluita, jotka tekevät hyödykkeistä yksilöllisempiä. Monesti samankaltaisia palveluita ja hyödykkeitä erottaa toisistaan vain hinta. Päästäkseen hintakilpailusta pois yritysten on kyettävä tuottamaan ainutlaatuisia kokemuksia asiakkailleen. Sujuvan ja miellyttävän asioinnin takaaaminen vaatii koko työyhteisön sitoutumista. Tämä vaatii koko yrityksen toiminnan suunnittelua asiakaslähtöisesti. (Löytänä & Kortesus 2011, 16-19.)

Fischerin ja Vainion mukaan (2014) kilpailuedun saavuttaminen ainutlaatuisia kokemuksia luomalla edellyttää uudenlaista ajattelua ja rajat ylittävää toimintaa. Rajat ylittävällä toiminnalla tarkoitetaan yrityksen eri yksiköiden ja toimintojen saumatonta yhteistyötä. Tällaisen yhteistyön syntyminen edellyttää sitä, että jokainen toimija organisaation sisällä ymmärtää oman käyttäytymisensä vaikutuksen muihin – työntekijöihin, asiakkaisiin tai yksiköihin – ja pyrkii omilla toimillaan aktiivisesti edistämään positiivista ilmapiiriä.



Kuva 1. Asiakaskokemus rakentuu yrityksen eri kosketuspisteissä (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 75).

Asiakaskokemuksella tarkoitetaan asiakkaan kokonaisvaltaista suhtautumista yritykseen. Asiakastyytyväisyyteen nähden asiakaskokemus on paljon laajempi termi, sillä se käsittää kaikki yrityksen toiminnot, jotka liittyvät asiakkaaseen. Asiakaskokemuksessa keskeistä on asiakkaan muodostamat

mielikuvat ja tunteet yritykseen liittyen. Yritysjohdon näkökulmasta asiakkaalle pyritään tuottamaan lisäarvoa hänen käyttäessä yrityksen palveluja tai tuotteita, joka näkyy kasvavina tuottoina asiakassuhteen jatkuessa. (Löytänä & Kortesus 2011, 12.)

Ojasen (2013, 17) mukaan tuotteen tai palvelun myyntiin tulisi asennoitua samalla tavalla kuin lahjan antamiseen. Yrityksen tulisi aina taata onnistunut asiakaskokemus tarjoamalla parasta mahdollista ratkaisua asiakkaan tarpeisiin. Ja mahdollisuuksien mukaan jopa yllättämään asiakas palvelun laadulla tai vaivattomuudella.

Asiakaskokemus on jokaiselle asiakkaalle subjektiivinen kokemus asioidessaan yrityksen eri toimipisteissä. Jokainen kuluttaja on yksilö ja jokainen arvostaa eri asioita. Yksi saattaa arvostaa palvelun mutkattomuutta ja nopeutta, kun toista taas ei välttämättä haittaa palvelun hitaus, kunhan hänen saamansa asiakaspalvelun laatu on huipputasoa. Tämän lisäksi digitalisaation myötä yrityksellä on mahdollisuus tarjota asiakkailleen palvelua ympärivuorokauden erilaisissa kanavissa. Onkin haastavaa tarjota odotukset ylittäviä kokemuksia monissa eri kanavissa vuoden jokaisena päivänä, asiakkaille joilla on yksilölliset vaatimukset ja tarpeet. (Fischer & Vainio 2014.)

2.1 Asiakaskokemuksen muodostuminen

Asiakaskokemukseen vaikuttaa kuluttajan henkilökohtainen tuntemus asiakaspalvelutilanteesta, tuotteesta tai yrityksestä. Tämän vuoksi asiakaskokemuksen johtamisessa on otettava huomioon erilaisia psykologisia tekijöitä, joilla pystytään tietoisesti vaikuttamaan asiakkaan tuntemuksiin. (Löytänä & Kortesus 2011, 50.) Asiakkaan tunteet ovat sidonnaisia palvelusta tai tuotteesta saatavaan arvoon. Tämä arvo muodostuu tuotteen tuottamista hyödyistä eli positiivisista ominaisuuksista. Tällaisia positiivisia ominaisuuksia voi olla tuotteen hinta tai asiakaspalvelun laatu, melkein mikä tahansa, jonka asiakas kokee itselleen merkittäväksi. Joissakin tapauksissa arvon muodostumiseen vaikuttaa myös uhraukset, joita asiakas joutuu tuotteen eteen tekemään, eli negatiiviset ominaisuudet. Esimerkiksi tuotteen ylläpitoon liittyvät kustannukset tai sen heikot tekniset ominaisuudet voivat aiheuttaa asiakkaalle negatiivisia tuntemuksia. Laadukas asiakaskokemus edellyttää, että asiakkaan kokemat hyödyt ovat merkittävämmät kuin hänen kokemat uhraukset. (Kuusela & Rintamäki 2002, 16-17.)

Monet kuluttajat toteuttavat shoppailemalla omaa identiteettiään. Asiakas ei aina osta pelkkää hyödykettä, vaan tuotteen tuomaa tunnetta. Merkituotetta ostaessaan asiakas ajattelee tuotteen laatua, mutta myös sen tuomaa ylellisyyden tunnetta ja imagollista arvoa. Ostotapahtumaan liittyvä tunnelataus vaikuttaa siihen, että pettymys tuotteen laatuun ei välttämättä aiheuta yhtä vahvoja negatiivisia mielikuvia yrityksestä, kuin

pieleen mennyt asiakaspalvelutilanne. Pahimmassa tapauksessa asiakas kokee asiakaspalvelijan tai koko yrityksen loukanneen hänen minäkuvaansa. (Löytänä & Kortesus 2011, 43-44.)

Tavanomaisessa palvelutilanteessa asiakas saa tarvitsemansa tuotteen tai palvelun, mutta se ei välttämättä tarjoa hänelle mitään odottamatonta. Yksi onnistuneen asiakaskokemuksen kulmakivi on elämyksen luominen. Elämys koetaan voimakkaan positiivisena tuntemuksena, vaikkakin elämys saattaa syntyä pienestä eleestä. Nykyaikaisiin asiakkuudenhallinta ohjelmistoihin on helppo tehdä muistiinpanoja asiakkaiden asioinnista ja nämä muistiinpanot tukevat seuraavaa asiakaskohtaamista. Näiden muistiinpanojen pohjalta asiakaspalvelija pystyy nopeasti saamaan yleiskuvan asiakkaan tilanteesta. Saatujen tietojen pohjalta on helppo lähteä tarjoamaan tuotteita tai palveluita. Tärkeää on kuitenkin jättää päätösvalta asiakkaalle, sen sijaan, että asiakaspalvelija tekisi päätökset asiakkaan puolesta. Asiakkaalle jää positiivinen muistijälki yrityksestä, kun hänet otetaan huomioon tällä tavalla. Positiivisten muistijälkien luominen edellyttää tietoista asiakaskokemuksen johtamista ja kehittämistä. (Löytänä & Kortesus 2011, 45-48)

2.2 Digitaalinen asiakaskokemus

Digitaalisesta asiakaskokemuksesta puhutaan silloin kun asiakas käyttää yrityksen palveluita, jotka on tuotettu digitaalisesti. Palveluiden digitaalista käyttöä varten asiakas tarvitsee päätelaitteen, esimerkiksi tietokoneen tai älypuhelimien. (Filenius, 2015.)

Aikaisemmin ajateltiin, että tietotekniikan ja digitaalisten palvelujen kehittymisen keskeisimpänä tarkoituksena on prosessien tehostaminen. Todennäköisempänä tulevaisuudessa pidetään sitä, että digitaaliset palvelut korvaavat tai eliminoivat täysin joitakin yritysten prosesseja. Monien yritysten tärkeäksi kilpailueduksi on nousemassa sähköisten kanavien tuoman tiedon ja mahdollisuuksien hyödyntäminen. Digitalisoituvassa liiketoimintaympäristössä yritysten tarvitsee kehittää uudenlaisia strategioita ja toteuttaa kehityshankkeensa nopeammin kuin kilpailijansa. (Ruokonen, 2016.)

Kuluttajien hallussa olevien älypuhelimien ja internetyhteyksien määrä kasvaa jatkuvasti. On arvioitu, että vuosikymmenen lopussa internetpalvelut ovat ympärivuorokautisesti, paikasta riippumatta, kaikkien kuluttajien saatavilla. Monet yritykset ovatkin jo tunnistaneet strategiassaan digitaalisten palveluiden läpimurron ja tarjoavat palveluitaan ympäri vuorokauden monikanavaisesti. (Filenius, 2015.)

2.3 Digitaalisen asiakaskokemuksen muodostuminen

Onnistuneen digitaalisen asiakaskokemuksen luomiseen ei riitä pelkästään, se että yrityksen palvelut ovat saatavissa sähköisesti. Filenius (2015) mukaan jo asiakkaiden perusodotusten täyttämiseksi yrityksen palveluiden on oltava saatavilla digitaalisessa muodossa samassa laajuudessa kuin fyysisessä asiointipisteessä. Asiakkaiden kokemus sähköisissä asiointikanavissa muodostuu palvelun nopeudesta, hinnasta ja helppokäyttöisyydestä (Kuusela & Rintamäki, 2002, 67). Usein sähköiset asiointikanavat rinnastetaan itsepalveluun, joka näkyy edullisempina palvelumaksuina. Asiointin nopeuteen digitaalisissa kanavissa voivat vaikuttaa palvelun ulkopuoliset tekijät kuten internetyhteyden nopeus. Merkittävä osa digitaalisesta asiakaskokemuksesta muodostaa palveluiden käytettävyys. (Filenius, 2015.)

Palvelun digitaalisen käyttökokemuksen suunnittelussa on otettava huomioon monia tekijöitä. Yhden mobiilisovelluksen taustalla voi olla monia järjestelmiä ja toimintoja, joiden tulee toimia saumattomasti yhteen, jotta sovellus toimii halutulla tavalla. Lisäksi on otettava huomioon saman sovelluksen toimiminen eri päätteillä kuten tietokoneella, puhelimesta ja tabletissa. Käytettävyyteen vaikuttaa myös eri elementtien sijoittelu ruudulla ja prosessien eteneminen loogisesti. Sähköisten asiointikanavien käyttökokemuksesta on tullut merkittävä kilpailutekijä samankaltaisia palveluita ja tuotteita tarjoavien yritysten välillä. Jos asiakas kokee asiointin vaikeaksi, hänen on vaikeampi ladata sovelluskaupasta kilpailevan yrityksen vastaava sovellus tai palvelu. (Filenius, 2015.)

Myös digitaalisissa asiointikanavissa on tärkeää pyrkiä tuottamaan asiakkaalle lisäarvoa. Viihdyttävä ja laadukas digitaalinen sisältö tekee palvelusta erottuvan ja sitouttaa asiakkaita. (Ruokonen, 2016.) Tällainen sisältö on vahvasti asiakkaan mieltymyksiin linkittyvä. Kuluttajille tutuin tapa on verkkokauppojen suosituksia samankaltaisista tai yhteensopivista tuotteista. Joidenkin yritysten tuotekuvaukset jo itsessään saattavat olla humoristisessa mielessä viihdyttäviä. Tämänkaltaisen sisältö saattaa saada asiakkaita jakamaan yrityksen verkkosivuja sosiaalisessa mediassa ja näin lisäämään sivujen kävijämäärää. Monet ovat ymmärtäneet rakentaa tuotteiden ympärille tarinaa blogiteksteillä ja videoilla, joilla lisätään asiakkaan tietoisuutta, mutta samalla myös yrityksen tunnettuutta. (Keronen & Tanni, 2013, 83-92.)

3 PANKKIALAN MUUTOS

2010-luvulla pankkiala on hyvin toisenlainen kuin aikaisempina vuosikymmeninä. Vuonna 2008 koko maailman taloutta järjestytti Yhdysvalloista alkanut finanssikriisi, jonka taustalla oli luottojen myöntäminen selvittämättä riittävästi asiakkaiden todellista maksukykyä. Yhdysvaltalaiset pankit myivät lainat eteenpäin johdannaisina sijoittajille ympäri maailmaa. Johdannaisella tarkoitetaan rahoitusinstrumenttia, jonka arvo on sidottu tiettyyn kohde-etuuteen. Melkein kymmenen vuotta myöhemmin maailmantalous yrittää edelleen toipua tästä kriisistä. Talouskasvun hitaus ja alhainen korkotaso hankaloittavat pankkien liiketoiminnan tuottavuutta. (Euro ja talous, 2015.)

Pankkien kehittämishankkeet painottuvat vahvasti digitalisaatioon ja uuden teknologian käyttöön. Uudet verkko- ja digipalvelut vastaavat asiakkaiden tarpeisiin ja ovat pankeille kustannustehokkaita. Sähköiset asiointikanavat luovat kilpailua asiakkaista pankkien välillä, sillä asiakkaat haluavat helppoa ja nopeaa palvelua. Uuden maksupalveludirektiivin johdosta finanssialalle tulee entistä enemmän toimijoita vuoden 2018 alussa, joka osaltaan luo painetta pankkisektorin ulkopuolelta. Vaikka monet asiakkaat asioivatkin mielellään pankkien tarjoamissa uusissa kanavissa, on edelleen ihmisiä, jotka asioivat vain kivijalkakonttoreissa. Pankit joutuvat siis investoimaan palvelun laatuun ja saatavuuteen monissa eri kanavissa. (Euro ja talous, 2015.)

3.1 Historiaa

Nykyaikaisen pankkitoiminnan juuret ovat pitkällä ihmiskunnan historiassa. Jo 1700-luvulla eaa. kansalaiset tallettivat omaisuutta temppelisiin. Pyhiä rakennuksia pidettiin luotettavana paikkana säilyttää rahaa, sillä kukaan ei uskaltanut varastaa niistä. Myöhemmin temppelien papit alkoivat lainaamaan rahaa kansalaisille. (Historianet, 2005.)

Raha on käsitteenä hankala määritellä, sillä se on muuttuvaista. Vuosien aikana erilaisia esineitä on käytetty maksuvälineenä. Kreikkalaisen filosofin Aristoteleen mukaan rahan arvo perustuu sosiaaliseen konventioon, joka helpottaa erilaisten esineiden ja tuotteiden vertaamista ja arvioimista keskenään. (Herrmann, 2015.) Ensimmäiset kolikkorahat olivat erilaisista jalometalleista, kuten kullasta ja hopeasta, lyötyjä kolikoita. Näiden kolikoiden arvo perustui niiden valmistusmateriaalin arvoon, jota oli rajallisesti saatavilla. (Suomen Pankki, 2015)

Vuosien varrella rahanlainaamista ja korkojen keräämistä on säännöstellty erilaisten julkisten instituutioiden toimesta, kuten kirkon tai valtion. Näin kävi keskiajalla, jolloin katolinen kirkko julisti rahanlainaamisen moraalittomaksi ja myöhemmin paavi kielsi kristityiltä koron ottamisen, jolloin pankkitoiminnasta oli mahdotonta saada tuottoa. 1300-luvulla puhuttiin

koronkiskomisesta, joka oli edelleen kiellettyä toimintaa. Italialaiset halusivat kiertää tätä sääntöä ja alkoivat nimittämään korkoa riskipalkkioksi. Eri puolelle Italiaa alkoi nousta pankkeja, joiden toiminnan mahdollisti italialaisten luova kirjanpitolaki. (Historianet, 2015.)

Suomi sai oman rahayksikön 1800-luvun loppupuolella. Tämä merkitsi talouselämän kehittymistä ja talouskasvun kehittämiseksi tarvittiin pankkeja rahoittamaan yritysten liiketoimintaa. Alkuvaiheessa pankin tehtävät koostuivat talletusten vastaanottamisesta, luottojen myöntämisestä sekä maksujen välittämisestä kotimaassa ja ulkomailla. 1900-luvun alussa pankkitoimintaan vaikuttivat merkittävästi Suomen itsenäistyminen ja metsätalouden romahtaminen. 1940-luvulla pankit merkitsivät runsaasti valtion obligaatioita, joilla rahoitettiin sodankäynti. Sodan jälkeen pankit kokivat suuria tappioita menetettyjen kiinteistöjen ja konttoreiden kunnostuksen vuoksi. (Nordea, n.d.)

1950-luvulla pankkipalveluissa tapahtui merkittävä harppaus, kun pankkisiirrot otettiin käyttöön. Pankkisiirrot mahdollistivat maksujen välityksen asiakkaan tilipankista toisen suomalaisen pankin tilille. Samalla luotiin tilinumerojärjestelmä, joka on luonut pohjan nykyisille pankkipalveluille. 1950-60-luvuilla pankit markkinoivat näkyvästi Palkka pankkiin-kampanjan avulla. Tämä toikin pankeille runsaasti uusia asiakkaita ja loi uusia palvelutarpeita. Samalla pankkien välinen kilpailu kiristyi, tärkeimpiä kilpailuvaltteja 60-luvulla oli konttoreiden määrä ja niiden sijainti. (Nordea, n.d.)

1970-luvulla pankit edistivät toimintaansa uusien tietoteknisten hankintojen avulla. Pankit alkoivat vaiheittain siirtymään reaaliaikaisiin tietojärjestelmiin. Tämä mahdollisti ensimmäisten pankkikorttien ja -automaattien kehittämisen. Nämä edistysaskeleet olivat vasta alkua. 1980-luvulla pankkien tietotekniset järjestelmät kehittyivät huomattavasti. Yhdyspankki oli ensimmäinen suomalainen pankki, joka tarjosi asiakkailleen mahdollisuuden hoitaa pankkiasioitaan puhelimessa. Asiakas ohjasi toimintoja puhelimen numeronäppäimillä kuunnellessaan nauhoitettua ohjeistusta. Vuosikymmenen aikana maksupäätteet tulivat kauppojen kassoille, joka mahdollisti pankkikortilla maksamisen. Samaa tekniikkaa hyödynnettiin myöhemmin laskujen maksuautomaateissa. (Nordea, n.d.)

3.2 Pankin tarjoamat palvelut nykyään

Pankkitoiminnan peruseriaatteet ovat yhä tänä päivänä samat kuin keskiajalla. Se millaisessa muodossa pankit tarjoavat palveluitaan on muuttunut vuosisatojen varrella useaan otteeseen. Pankkitoimintaa ohjaavat keskuspankit, joiden keskeisiä tehtäviä on hallinnoida valuuttakursseja ja ylläpitää hintavakautta. Esimerkiksi Euroopan keskuspankki huolehtii valuuttakaupankäynnistä, niin että euro- valuutta pysyy tasapainossa, muihin valuuttoihin nähden. Euroopan keskuspankin tehtävä on asettaa ohjaukset

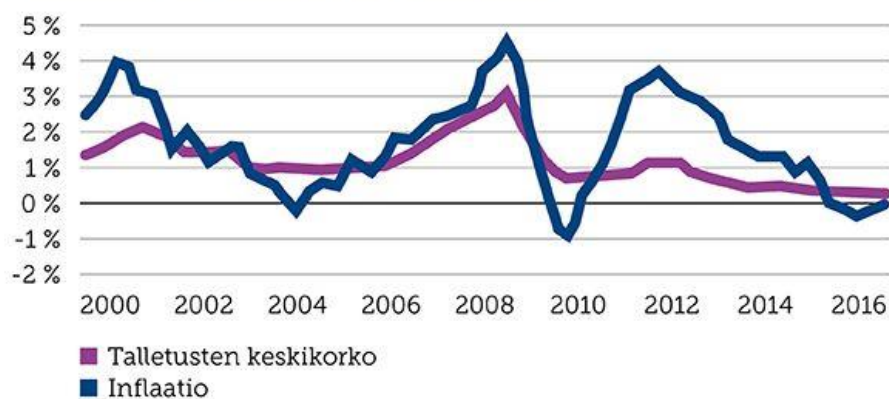
lainatessaan rahaa euroalueen liikepankeille. Näiden myönnettyjen lainojen avulla keskuspankit säätelevät markkinoilla olevan rahan määrää, eli hallitsevat inflaation kehitystä (Euroopan Unioni, n.d.)

Merkittävä osa pankin toiminnasta koostuu asiakkaiden rahoitustarpeiden huolehtimisesta, useimmille tämä tarkoittaa asuntolainaa, mutta myös erilaiset kulutusluotot ovat yleistyneet viime vuosina merkittävästi. Rahoituspalveluiden lisäksi pankit tarjoavat asiakkailleen talletustilejä, tilinkäyttö- ja maksupalveluita sekä erilaisia sijoitus- ja vakuutus tuotteita. (Finanssivalvonta, 2017)

3.2.1 Tilit

Pankit tarjoavat asiakkailleen tilejä eri tarkoituksiin. Lähestulkoon jokaisella pankilla on tarjolla asiakkailleen käyttötili, joka on tarkoitettu päivittäisten raha-asioiden hoitoon. Tällaiselle tilille tulee yleensä palkka, eläke tai jokin muu toistuvaissuoritus. Käyttötiliin voidaan liittää maksukortti ja siltä voidaan tehdä maksuja eri kanavissa. Käyttötilille on tyypillistä, että sille ei makseta juurikaan talletuskorkoa. Korkotuottoa tavoitteleville asiakkaille pankit tarjoavat yleensä erilaisia säästö- ja sijoitustilejä, joiden ehdot vaihtelevat suuresti. Yleisesti ottaen säästötilit ovat joko jatkuvia tai määräaikaaisia. (Finanssivalvonta, 2014)

Pankkien talletuskorot ja inflaatio



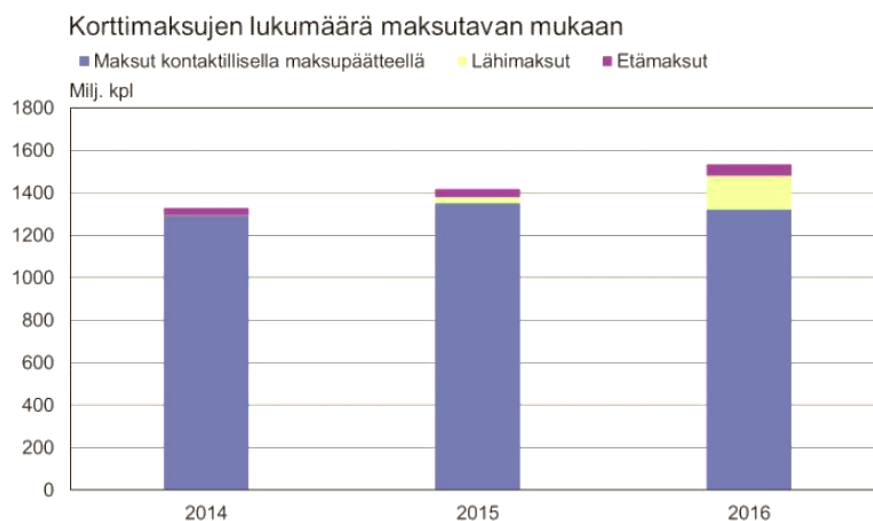
Kuva 2. Pankkien keskimääräiset talletuskorot verrattuna inflaatioon (Alexandria n.d.)

Matalan korkotason vuoksi tilit ovat nykypäivänä asiakkaille lähinnä paikka säilyttää varallisuutta. Tilisäästämisen suosio perustuu siihen, että tililtä varat ovat saatavilla milloin tahansa, eikä se edellytä asiakkaalta perehtymistä sijoitustuotteisiin. Monet eivät tule ajatelleeksi että, nykyiset tilikorot eivät tarjoa inflaatio suojaa, joka käy ilmi kuvasta 2. Korkotason pysyessä matalana ihmiset hakevat tuottoa sijoittamalla varojaan korko- tai osakemarkkinoille. Säästötilien korot ovat olleet pitkään laskusuhdanteisia

ja tulevaisuudessa jää nähtäväksi muokkaavatko pankit tilituotteita sellaisiksi, että ne olisivat houkuttelevampia asiakkaille.

3.2.2 Kortti- ja mobiilimaksaminen

Nykyään suurin osa liikkeillä olevasta rahasta on täysin elektronisessa muodossa pankin tietojärjestelmässä, eli asiakkaiden tileillä (Suomen Pankki, 2015). Käteisen rahan käyttö vähenee jatkuvasti, Suomessa vuosittain noin 5-6 prosenttia. Samaan aikaan maksukorttien määrä kasvaa. (Nordea, 2016) Suomen Pankin (2016) tilastojen mukaan suomalaisilla maksukorteilla suoritettiin 1,54 miljardia maksua vuonna 2016. Tämä on 8,2% enemmän kuin vuonna 2015. Suurin osa rahasta liikkuu kuitenkin tilisiirtojen muodossa. Uusin trendi maksukorteissa on lähimaksuominaisuus, joka löytyi vuonna 2016 5,2 miljoonasta kortista. Lisäksi korteilla pysyy suorittamaan etämaksuja internetissä ja puhelimessa, antamalla kortin tiedot maksujärjestelmään.



Kuva 3. Korttimaksujen lukumäärä maksutavan mukaan (Suomen Pankki 2016)

Uusin kasvava trendi pankkien maksupalveluissa on mobiilimaksaminen. Mobiilimaksamisella tarkoitetaan sellaisia maksutapoja, joissa hyödynnetään älypuhelinlaite maksutoiminnon suorittamisessa. Tällaisia maksutapoja on lähimaksaminen puhelimella, rahan siirtäminen toisen henkilön tilille ja verkkokaupan ostosten maksaminen mobiilisovellusta käyttäen. Mobiilimaksamisessa on kaksi vaihetta – asiakkaan tunnistaminen ja itse maksun suorittaminen. (Maksuturva, 2017.)

3.2.3 Verkkopankki

Vuonna 1996 avattiin ensimmäinen verkkopankkipalvelu Suomessa ja koko Euroopassa. Ensimmäisinä vuosina verkkopankin perustoimintojen tarjoaminen tuotti haasteita, sillä niiden taustalle tarvittiin suuri informaatiomäärä. (Pohjola Pankki, 2006.) Vuonna 2017 verkkopankin peruspalveluihin kuuluu tilitietojen tarkastelu, erilaisten maksujen suorittaminen sekä maksukorttien hallinta. Verkkopankissa on myös mahdollista saada tietoja omista lainoista tai säästö-, sijoitus- ja vakuutus tuotteista. Verkkopankit mahdollistavat asiakkaille siis omien pankkipalveluiden tarkastelun ja hallinnoimisen internetin välityksellä. (Nordea n.d.)

	Pankkiasioiden hoitamiseen
	%-osuus väestöstä
16-24v	77
25-34v	97
35-44v	98
45-54v	95
55-64v	83
65-74v	65
75-89v	27

Kuva 4. Internetin käyttö pankkiasioiden hoitoon (Tilastokeskus, 2016).

Tilastokeskuksen taulukosta (kuva 4.) ilmenee, että suurin osa alle 74-vuotiaista käyttää internetiä pankkiasioiden hoitamiseen. Suurimmaksi osaksi tämä tarkoittaa toimintojen suorittamista verkko- tai mobiilipankissa. Verkkopankki onkin pankeille mahdollisuus tavoittaa suuri määrä asiakkaita, jotka eivät välttämättä asioi lainkaan konttorissa. Yleensä verkkopankin viestiominaisuutta käytetään tiedotteiden välittämiseen, mutta sitä voidaan käyttää etujen tai tuotteiden markkinointiin. Tulevaisuudessa pankit tulevat entistä enemmän hyödyntämään verkkopankkia omien tuotteiden ja palveluiden mainonnassa.

3.2.4 Sijoituspalvelut

Nykyään pankkien valikoimiin kuuluu laajasti erilaisia sijoitustuotteita ja varallisuudenhoitopalveluita. Tuotteiden ehdot, riskit ja tuotto-odotukset vaihtelevat suuresti ja usein asiakkaille sopivan vaihtoehdon löytämiseksi

tarjotaan sijoitusneuvontaa. Erityistä huomiota tulee kiinnittää myös tuotteista saadun voiton verotukseen, joka voi kokemattomalle sijoittajalle olla täysin vierasta. Sijoitusneuvonnan laadun varmistamiseksi, sitä säädellään laissa ja valvotaan tarkasti. Sijoittamisesta ja säästämisestä kiinnostuneet asiakkaat pystyvät tekemään toimeksiantoja itsenäisesti verkkopankin välityksellä. (Finanssivalvonta 2015.)

Vuoden 2018 alussa astuu voimaan Euroopan unionin direktiivi nimeltään MiFID II (Markets in Financial Instruments Directive). Direktiivin tarkoituksena on lisätä sijoitusneuvonnan läpinäkyvyyttä ja parantaa sijoittajansuojaa. MiFID II koskee kaikkia sijoitustuotteita ja -palveluita tarjoavia toimijoita. Direktiivin voimaantulon jälkeen viranomaisilla on oikeus kieltää ja rajoittaa tietynlaisten tuotteiden tarjoamista. (Finanssivalvonta, 2017.)



Kuva 5. Acorns-sovellus sijoittaa vaihtorahan automaattisesti (Bankers Anonymous, 2016).

Vaikka sijoituspalveluiden sääntely tiukentuu ensi vuoden alussa, on alalla oletettavissa myös muunlaisia muutoksia. Toinen maksupalveludirektiivi avaa ovia uusille toimijoille myös sijoitustuotteissa. Yhdysvalloissa Acorns-niminen yritys on tuonut markkinoille mobiilisovelluksen, jonka avulla käyttäjä voi tehdä pieniä mikrosijoituksia (eng. micro investing). Acorns-sovelluksella asiakkaat voivat tehdä minimaalisia, jopa alle dollarin suuruisia, sijoituksia maksamalla tuotteita esimerkiksi PayPalin kautta. Sovelluksen tavoitteena on saada erityisesti nuoret kiinnostumaan sijoittamisesta. Samankaltaisia sovelluksia on olemassa jo useampia ja tulevaisuudessa ne voivat olla aktiivisessa käytössä Suomessakin. (Fortunate Investor, 2017.)

3.3 Sähköinen tunnistautuminen verkkopankkitunnuksilla

Verkkopankkitunnukset ovat yleisin tapa kirjautua palveluihin, jotka vaativat vahvaa sähköistä tunnistautumista (Pantzar, 2015). Vahvasta sähköi-

sestä tunnistamisesta puhutaan silloin kun palveluita käyttävän henkilöllisyys todennetaan täysin sähköisesti. Verkkopankkitunnuksien lisäksi sähköisesti voi tunnistautua myös Väestörekisterikeskuksen kansalaisvarmenteella tai teleoperaattorin mobiilivarmenteella. (Viestintävirasto, 2017.) Vahvaa sähköistä tunnistamista verkkopankkitunnuksilla kutsutaan Tupas-tunnistamismenetelmäksi (Nordea, n.d.).

Uusi maksupalveludirektiivi PSD2 asettaa entistä kovemmat vaatimukset pankkien sähköiselle tunnistamiselle. Lisäksi se asettaa monet pankkien tarjoamat palvelut alttiiksi kilpailulle, jolloin täysin ulkopuoliset teknologiayritykset pystyvät tarjoamaan pankkien asiakkaille entistä kilpailukykyisempiä maksupalveluita. (Talouselämä 2016.)

3.4 Toinen maksupalveludirektiivi (PSD2)

Toisella maksupalveludirektiivillä (Payment Services Directive 2) säädelään pankkien maksujärjestelmiä. Se on Euroopan komission asettama direktiivi, joka on tullut voimaan 13.1.2016 ja se tulee toimeenpanna viimeistään 13.1.2018. Uusi direktiivi täydentää aikaisempaa direktiiviä, mutta tuo siihen myös merkittäviä lisäyksiä. (Finanssivalvonta, 2016.)

Pankit ovat tähän asti tarjonneet asiakkailleen sähköistä tunnistautumista verkkopankkitunnuksien avulla. Verkkopankkitunnuksilla pystyy kirjautumaan sisään erilaisiin palveluihin, kuten Verohallinnon tai Kelan sivuille. Uuden maksupalveludirektiivin myötä verkkopankkitunnistautumisen vaatimukset tiukentuvat ja näin ollen yleisesti käytössä olleet paperiset tunnuslukulistat eivät enää jatkossa täytä vahvan sähköisen tunnistamisen vaatimuksia. Pankit ovat joutuneetkin kehittämään uudenlaisia sähköisiä tunnuslukuja, jotka täyttävät nykyiset vaatimukset ja takaavat turvallisen kommunikoinnin maksupalveluosapuolten välillä (Finanssivalvonta, 2017.)

Direktiivin mukaan vahvan sähköisen tunnistamisen on jatkossa täytettävä Euroopan pankkiviranomaisten (EBA) sähköiselle todentamiselle asettamat vaatimukset. Nämä vaatimuksista on säädetty erikseen EBA:n teknisen sääntelyn standardeilla (Regulatory Technical Standards), eli RTS-standardeilla. (Finextra, 2017.) Tämä tarkoittaa sitä, että direktiivin astuessa voimaan, perinteiset vahvan sähköisen tunnistamisen välineet eivät enää täytä vaatimuksia (Elinkeinoelämän keskusliitto, 2017).

Uuden maksupalvelulainsäädännön mukaan tilinpitäjäpankkien on sallittava kolmansille maksupalveluntarjoajille pääsy asiakkaan maksutilille, asiakkaan näin halutessa. Uudistuksen myötä myös nämä palveluntarjoajat tulevat sääntelyn ja valvonnan piiriin, jatkossa näiltä toimijoilta edellytetään maksulaitostoimilupaa. Tilipankit tarjoavat asiakkailleen erilaisia tilin käyttö- ja maksunvälityspalveluja, mutta jatkossa myös täysin ulkopuoliset tahot voivat kehittää esimerkiksi mobiilisovelluksia, joilla pystytään maksamaan asiakkaan pankkitililtä. Tällaiset maksutoimeksiannot edellyttävät myös vahvaa sähköistä tunnistamista. (Finanssiala, 2017.)

Toinen maksupalveludirektiivi on saanut finanssiteknologiayritykset nousemaan uuteen arvoon. Vuonna 2016 sijoittajat sijoittivat niihin 23 miljardia dollaria. Suuret pankit Suomessa, etsivät teknologiayrityksistä yhteistyökumppaneita kehittämään pankkien digipalveluita. Samaan aikaan yhteistyön ulkopuolelle jäävät yritykset kehittävät omia palveluitaan kilpailemaan pankkien tarjonnan kanssa. Joidenkin arvioiden mukaan tilipankit voivat menettää lähes puolet maksuliikenteestään muille palveluntarjoajille direktiivin astuessa voimaan. Esimerkki tällaisesta pankin ulkopuolisesta palvelusta on 3.2.4 Sijoituspalvelut kohdassa tarkemmin esitelty Acorns-sovellus. (Talouselämä, 2017.)

4 TUTKIMUSMENETELMÄT

4.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimus pyrkii tuottamaan tietoa, joka on yleistettävissä. Sen avulla pyritään luokittelemaan, vertailemaan ja löytämään syy-seuraussuhteita (Jyväskylän yliopisto, 2015). Ennen määrällisen tutkimuksen aloittamista, on tutustuttava aiemmin samasta aiheesta tehtyihin tutkimuksiin ja niiden pohjalta kirjoitettuun teoriaan. Tämän olemassa olevan tiedon perusteella tutkija määrittelee omat tutkimuskysymyksensä ja asettaa tutkimuksen hypoteesin eli olettamuksen tutkimuksen lopputuloksesta. (KvantiMOTV, 2003)

Määrällisessä tutkimuksessa tutkitaan riippuvaisten eli selitettävien muuttujien vaikutusta riippumattomiin eli selittäviin muuttujiin tilastollis-matemaattisin keinoin. (Bridgmon & Martin, 2012, 3-5.) Riippumaton muuttuja, on se tekijä, jota tutkimuksessa muutellaan. Se voi olla jonkinlainen ominaisuus tai asia joka aiheuttaa vaihtelua riippuvassa muuttujassa. Määrällisessä tutkimuksessa havainnoidaan juuri riippuvia muuttujia, näitä muuttujia halutaan ymmärtää ja selittää. Lisäksi tutkimuksessa voi olla taustamuuttujia, jotka eivät vaikuta lopputulokseen mutta niiden pohjalta voidaan ryhmitellä tai luokitella tuotettua tietoa. Neljäs muuttuja tyyppi on väliintuleva muuttuja, jota voi olla vaikea tunnistaa ja sitä voidaan harvoin vakioida tai kontrolloida. Sillä voi kuitenkin olla merkittävä vaikutus tutkimuksen lopputulokseen ja se tulee huomioida tutkimuksen raportoinnissa. (KAMK Opinnäytetyöpakki n.d.)

Kun tutkimuksen aineisto on kerätty, se tulee tarkastaa ja arvioida. Tässä vaiheessa tutkimuksesta poistetaan asiattomasti täytetyt lomakkeet, jonka jälkeen voidaan tarkastella jäljelle jääneiden vastauslomakkeiden tietoja. Jokainen kysymys käydään läpi ja arvioidaan puuttuvat tiedot sekä virheet. Tässä vaiheessa karsitaan pois lomakkeet, jotka ovat puutteellisesti täytetty. Tämän vaiheen jälkeen voidaan tarkastella tutkimuksen katoa ja arvioida mistä se mahdollisesti johtuu. Jos useammat ovat jättäneet vastaamatta samaan kysymykseen tai vastaukset ovat painottuneet ”en osaa sanoa” – kohtaan, on syytä arvioida, onko kysymyksen asettelu epäonnistunut. (Vilka 2007, 103-104.)

Tutkimuksen analysointitapaan vaikuttaa muuttujien määrä ja mihin tutkimuskysymyksiin etsitään vastauksia (Vilka 2007, 119). Kvantitatiivisen tutkimuksen tuloksia analysoidaan tilastollisesti, usein tietokoneohjelmien avulla. Tulosten raportoinnissa esitellään ensin empiirisen aineiston taustatiedot. Raportointiin kuuluu olennaisesti tulosten esittäminen tilastollisin ja graafisin keinoin, eli aineiston muuttujien luokittelu, jakautuminen ja niiden keskiarvojen esittäminen. (Virtuaaliammattikorkeakoulu n.d.)

Pelkät numeeriset ja graafiset esitystavat eivät sellaisenaan riitä tutkimustulosten esittämiseen. Niiden rinnalle tarvitaan sanallista analyysia, joka

selittää tilastollisia tuloksia. Sanallisessa analyysissä tutkija tekee päätelmiä ja esittää tulokset alkuperäiseen tutkimusongelmaan peilaten. Merkittävästi aikaisemmista tutkimuksista eroavat tulokset ovat merkittäviä, sillä niiden pohjalta voidaan luoda uusia teorioita ja ymmärtää tutkimuksen kohteena ollutta ilmiötä entistä syvällisemmin. Tutkimuksen johtopäätökset kirjoitetaan auki sanallisesti. Niitä verrataan aikaisemmin olemassa oleviin tutkimuksiin. (Vilka 2007, 146-148)

4.2 Kyselytutkimus

Kysely on tapa kerätä aineistoa tutkimusta varten. Kyselyä käytetään silloin kun tutkimuksen kohteena on henkilö ja häneen liittyvät tekijät, kuten mielipiteet tai asenteet. Keskeistä kyselytutkimuksen toteuttamisessa kysymysten vakiointi. Tällä tarkoitetaan sitä, että kaikilta tutkimukseen osallistuvilta henkilöiltä kysytään samat kysymykset, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. Kysymysten vakiointia edellytetään, koska usein tutkittavia kohteita on paljon ja vastaaminen tapahtuu itsenäisesti. (Vilka 2007, 28.) Kyselylomaketutkimukselle ominaista on, että vastaukset ovat kirjallisessa muodossa ja niihin vastataan niin ikään kirjallisesti. Kirjallisen materiaalin toimittaminen vastaajille ei aina ole kovin kustannustehokasta ja tämän vuoksi on yleisempää, että kyselyjä suoritetaan puhelimitse. (Vilka 2015.)

Kyselytutkimuksessa voidaan käyttää valmiiksi strukturoituja monivalintakysymyksiä, avoimia tai sekamuotoisia kysymyksiä. Monivalintakysymyksille ominaista on, että kysymyksiin on asetettu valmiit vastausvaihtoehdot, joista kyselyyn vastaaja valitsee hänen tilannettaan parhaiten vastaavan vaihtoehdon. Tällainen kysymyksen asettelu lisää tutkimuksen numeraalista mitattavuutta ja vastauksien vertailukelpoisuutta. Avoimia kysymyksiä tulee käyttää harkitusti, sillä niiden ryhmittely ja muuttaminen numeraalisesti mitattavaan muotoon on haastavaa. Avoimilla kysymyksillä saadaan tarkennusta vastaajan ajatuksista ja mielipiteistä. Sekamuotoiset kysymykset yhdistelevät avoimia ja monivalintakysymyksiä. Tämä on hyödyllinen kysymyksenasettelutapa silloin, kun oletetaan, että kaikki mahdolliset vastausvaihtoehdot eivät ole tiedossa. (Vilka 2007, 67-69).

Kyselylomake tulee suunnitella tarkasti. Kysymykset tulee asetella helppotajuisesti, sillä kyselyyn vastaajalla ei välttämättä ole samanlaisia taustatietoja aiheesta kuin kyselyn laatijalla. Tutkittavalle on tärkeää, että hänen ei tarvitse huolehtia antamiensa vastauksien tietosuojasta ja satunnaiselle otokselle osoitettuihin kyselyihin ei tulisi merkitä mitään henkilön tunnistamiseen liittyviä seikkoja. Nämä tekijät vaikuttavat kyselyn luottamuksellisuuteen. Jos kysely ei herätä luottamusta tai se on vaikeasti ymmärrettävissä, näkyy tämä palautuneiden vastauksien määrässä. (KvantiMOTV 2003.)

4.3 Digitaalisen asiakaskokemuksen mittaaminen

Asiakaskokemuksen absoluuttinen mittaaminen on mahdotonta, sillä se muodostuu asiakkaan subjektiivisesta kokemuksesta ja usein siihen liittyy vaikeasti selitettäviä tunteita tai arvoja. Jotta palveluita voitaisiin kehittää asiakaslähtöisemmiksi, täytyy yrityksen kerätä tietoja toimintojensa nykytilasta ja millaista asiakaskokemusta se tuottaa nykytilassa. Tutkimuksen jatkuvuus edesauttaa ymmärtämään, miten palvelut ja tuotteet ovat kehittyneet edelliseen mittaukseen verrattuna ja missä olisi vielä varaa kehittyä. Tutkimustulosten avulla pystytään vertaamaan omaa yritystä kilpailevaan yritykseen. Yritysjohdon näkökulmasta on ensiarvoista, että tutkimustuloksia pystytään suhteuttamaan yrityksen tunnuslukuihin, sillä tämä antaa heille aineksia päätöksentekoon ja strategian suunnitteluun. (Filenius 2015.)

4.4 Käyttäjäkokemuksen tutkiminen

Digitaalisten palveluiden keskeinen kilpailuvaltti on käyttäjäkokemus. Tämän vuoksi jokaisen digitaalisia palveluita tuottavan yrityksen on otettava huomioon asiakkaidensa mieltymykset palveluiden suunnittelussa ja kehittämisessä. Käyttäjäkokemuksen tutkimisessa keskeisintä onkin tuottaa tietoa, joka tukee palveluiden kehittämistä. (Kotila & Mutanen 2012, 24-25.) Asiakkaiden mieltymykset ja kokemukset selviävät parhaiten heiltä itseltään kysymällä. Lähes kaikki yritykset tarjoavat asiakkailleen mahdollisuuden jättää avointa palautetta ja monet jopa kysyvät palautetta aktiivisesti. Usein hyödyllinen tieto jää käyttämättä, sillä tietoa ei prosessoida järjestelmällisesti. (Filenius 2015.)

Monilla verkkosivuilla on kyselyitä, jotka ovat valmiiksi strukturoituja ja näin ollen niihin vastaaminen on asiakkaalle vaivatonta. Usein tällaiset kyselyt on rakennettu vahvasti kyselevän tahon näkökulmasta, eikä niillä välttämättä saada sellaisia vastauksia, jotka toisivat lisäarvoa yritykselle. Usein hyödyllisempiä vastauksia saadaan lisäämällä avoimia kysymyksiä. Avoimien kysymyksien analysoiminen vie enemmän resursseja ja siksi useimmiten päädytään käyttämään valmiiksi rakennettua kysymyksenasettelua. (Filenius 2015.)

Vakiintunut käytäntö uusien ohjelmistojen ja sovelluksien testaamisessa on käytettävyytestaus. Tällainen testaus suoritetaan valvotussa ympäristössä, jossa testihenkilön täytyy suorittaa valitulla päätelaitteella toiminto. Toimenpidettä valvomalla pystytään tekemään johtopäätöksiä siitä, mitä ongelmakohtia tulisi kehittää, jotta käyttäjäkokemus olisi halutunlainen. Joskus uusia ohjelmistoja julkaistaan tietyn testiryhmän käyttöön, ennen laajempaa julkaisua. Testikäyttäjät antavat aktiivisesti palautetta, jota hyödynnetään kehitystyössä. (Filenius 2015.)

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tässä kappaleessa esitetään kyselytutkimuksen tulokset ja kerrotaan tarkemmin tunnuslukusovelluksesta ja tunnuslukulaitteesta. Kyselytutkimus on suoritettu Nordean Hyvinkään lähikonttorissa elokuussa 2017. Tutkimuksessa on käytetty paperisia kyselylomakkeita, joihin asiakkaat ovat vastanneet pankkiasioinnin yhteydessä. Kyselyyn on pyydetty vastaamaan sellaisia asiakkaita, joilla on jo kokemusta sähköisistä tunnusluvuista. Kyselylomakkeiden vastaukset on syötetty manuaalisesti SurveyMonkey -palveluun tulosten analysoimista varten.

5.1 Tunnuslukusovellus



Kuva 6. Tunnuslukusovellus. Pankkitunnukset uudistuvat (Nordea 2015)

Tunnuslukusovellus on yksi Nordean tarjoamista tavoista kirjautua verkkopankkiin. Tunnuslukusovellus on nimensä mukaisesti sovellus, jonka voi ladata mobiililaitteeseen. Verkkopankkiin kirjautumisen lisäksi sovelluksella pystyy vahvistamaan maksuja ja toimeksiantoja verkkopankissa. Lisäksi samalla sovelluksella pystyy kirjautumaan muiden palveluntarjoajin palveluihin, jotka hyödyntävät verkkopankkitunnuksia asiakkaan tunnistamisessa. (Nordea n.d.) Tunnuslukusovellus on valittu parhaimmaksi mobiilisovelluksesta Slush-tapahtumassa vuonna 2016 (Nordea, 2016).

Tunnuslukusovellus toimii suurimmalla osalla markkinoilla olevista Android, iOS ja Windows pohjaisilla mobiililaitteilla. Sovelluksen pystyy lataamaan sovelluskaupasta. Tunnuslukusovelluksen käyttöönottoon tarvitaan aktivointikoodi ja väliaikainen PIN-koodi. Kyseiset koodit asiakas pystyy tilaamaan verkkopankista, soittamalla Nordean puhelinpalveluun tai asioimalla konttorissa. Tunnuslukusovellus ohjeistaa käyttöönotossa koko prosessin läpi. Asiakas saa itse valita sovellukseen oman nelinumeroisen

PIN-koodin, joka hänen on syötettävä sovellukseen aina kirjautuessa verkkopankkiin tai vahvistaessa muita toimintoja. Tunnuksellisuuden käyttöönottoon ja käyttöön Nordea tarjoaa ohjeistuksen kirjallisena ja videoitten muodossa. (Nordea n.d.)

Tunnuksellisuus on aina laitekohtainen, eikä sitä pystytä kopioimaan toiselle laitteelle. Myöskään muut mobiililaitteelle asennetut sovellukset eivät pysty käyttämään sovellukseen asetettuja tietoja. Tilanteessa, jossa puhelimen tietoturva murretaan, osaa sovellus tuhota siihen asetetut tiedot, jotta niihin ei päästä käsiksi. Nordea suosittelee asentamaan sovelluksen useampaan laitteeseen, sen varalta, jos mobiililaitte rikkoutuu tai katoaa. Jos asiakas tietää jonkun toisen saaneen sovelluksen PIN-koodin tietoonsa, pystyy Nordean asiakaspalvelu lukitsemaan laitteen. (Nordea n.d.)

5.2 Tunnukselulaite



Kuva 7. Tunnukselulaite (Nordea Ajassa, 2017)

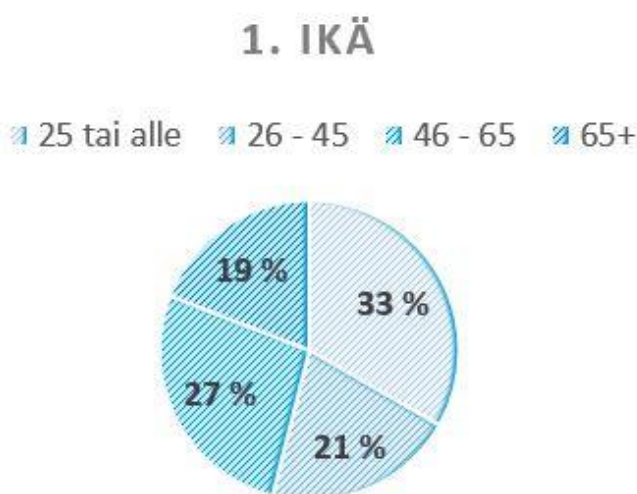
Tunnukselulaite on Nordean tarjoama tapa kirjautua verkkopankkiin ja tunnistautua muiden palveluntarjoajien palveluihin. Nimensä mukaisesti kyseessä on erillinen laite, joka on tarkoitettu niille asiakkaille, jotka eivät pysty tai halua ottaa tunnuksellisuutta käyttöönsä. Tarvittaessa asiakas

voi ottaa käyttöönsä sekä tunnuslukulaitteen, että -sovelluksen. Tunnuslukulaite on pienikokoinen ja sitä on helppo kuljettaa mukana lompakossa tai laukussa. (Nordea n.d.)

Tunnuslukulaitteen asiakas voi tilata verkkopankin kautta, puhelinasiakaspalvelusta tai käymällä konttorilla. (Nordea n.d.) Tunnuslukulaitetta voi käyttää samoihin toimintoihin kuin tunnuslukusovellusta, mutta sillä ei pysty kirjautumaan mobiilipankkiin tai muihin Nordean mobiilisovelluksiin. Myös tunnuslukulaitteen käyttöön tarvitaan aktivointikoodi, joka toimitetaan matkapuhelimeen tekstiviestillä. Tunnuslukulaitteeseen asiakas saa valita 4-7 numeroisen PIN-koodin. Laitteen mukana tulee selkeä käyttöohje, jossa käyttöönotto on opastettu vaihe kerrallaan. (Nordea, n.d.)

Tunnuslukulaite on aina käyttäjäkohtainen, samalle laitteelle ei siis voida aktivoida useampien käyttäjien tietoja. Laitetta ei saa luovuttaa muiden henkilöiden käyttöön, sillä sen sisältämät tunnukset vastaavat sähköistä allekirjoitusta. Laitteen kadotessa tai joutuessa väriin käsiin laite voidaan lukita Nordean asiakaspalvelun toimesta. (Nordea n.d.)

5.3 Tutkimuksen tulokset



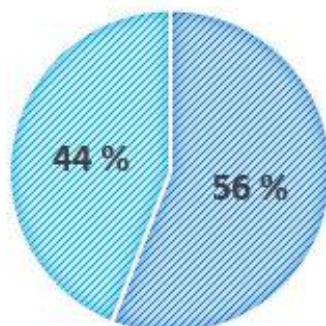
Kuva 8. Tutkimuksen ikäjakauma (n=63)

Kuvasta kahdeksan käy ilmi kyselytutkimukseen vastanneiden ikäjakauma. Tähän kysymykseen vastasi 63 henkilöä, eli kaikki kyselyyn osallistuneet. Suurin osa, eli 33 prosenttia vastanneista, olivat iältään 25 vuotiaita tai tätä nuorempia, heitä oli yhteensä 21. Toiseksi suurin vastaajaryhmä olivat 46-65 vuotiaat, joita oli 27 prosenttia vastanneista, eli 17 henkilöä. Ikäryh-

mään 26-45 vuotiaat vastanneista kuului 13 henkilöä, eli 21 prosenttia. Pienin ryhmä olivat 65 vuotiaat ja tätä vanhemmat. Heitä oli 19 prosenttia eli 12 kappaletta vastanneista.

2. SUKUPUOLI

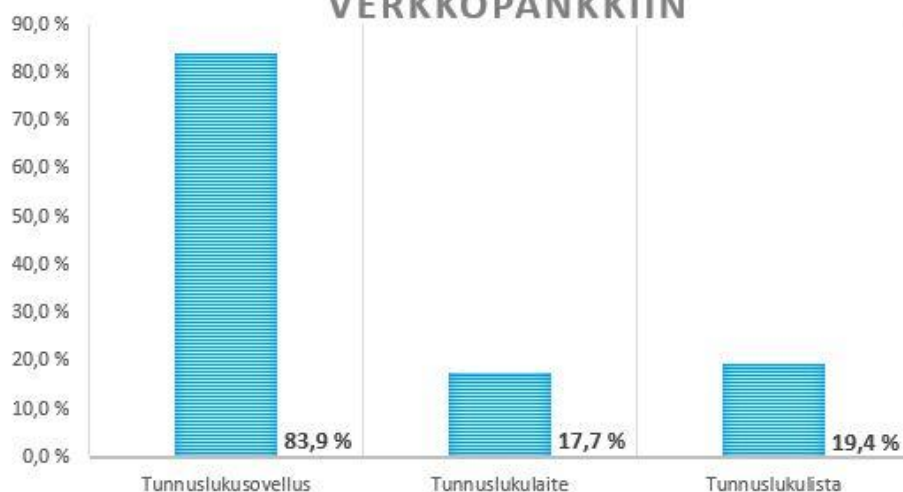
■ Nainen ■ Mies



Kuva 9. Tutkimuksen sukupuolijakauma (n=59)

Kuvasta yhdeksän käy ilmi tutkimukseen vastanneiden sukupuolijakauma. Tutkimukseen vastanneista naisia oli 33 eli 56 prosenttia ja miehiä 26 eli 44 prosenttia. Kyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma on tasainen. Neljä henkilöä jätti vastaamatta tähän kysymykseen.

3. KIRJAUTUMISTAPA VERKKOPANKKIIN

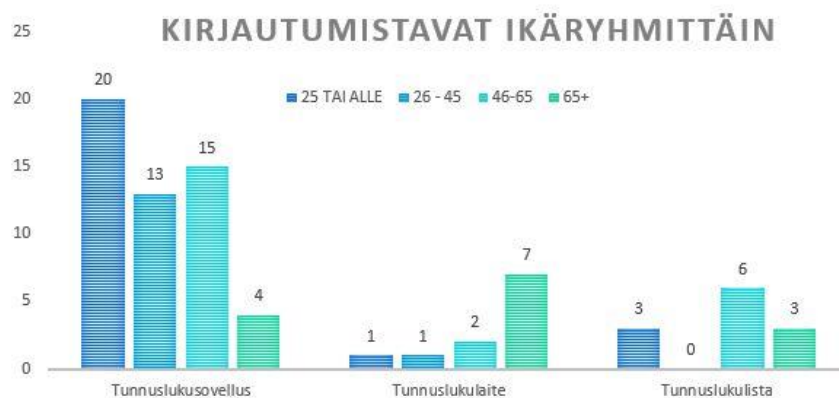


Kuva 10. Kirjautumistapa verkkopankkiin (n=62)

Kuvassa 10 on esitetty vastaajien käyttämät tavat kirjautua verkkopankkiin. Tässä kysymyksessä vastaaja pystyi valitsemaan useamman vastausvaihtoehdon, sillä jotkut asiakkaat ovat ottaneet käyttöönsä sekä tunnusluku-sovelluksen että tunnusluku-laitteen. Näiden lisäksi asiakkaalla saattaa

edelleen olla käytössä tunnuslukulista. Tunnuslukusovellus oli käytössä 83,9 prosentilla vastanneista ja se olikin kirjautumistavoista selkeästi muita vaihtoehtoja suosituimpi. Vastanneista 17,7 prosenttia käyttää verkkopankkiin kirjautumiseen tunnuslukulaitetta ja 19,4 prosentilla on käytössä tunnuslukulista.

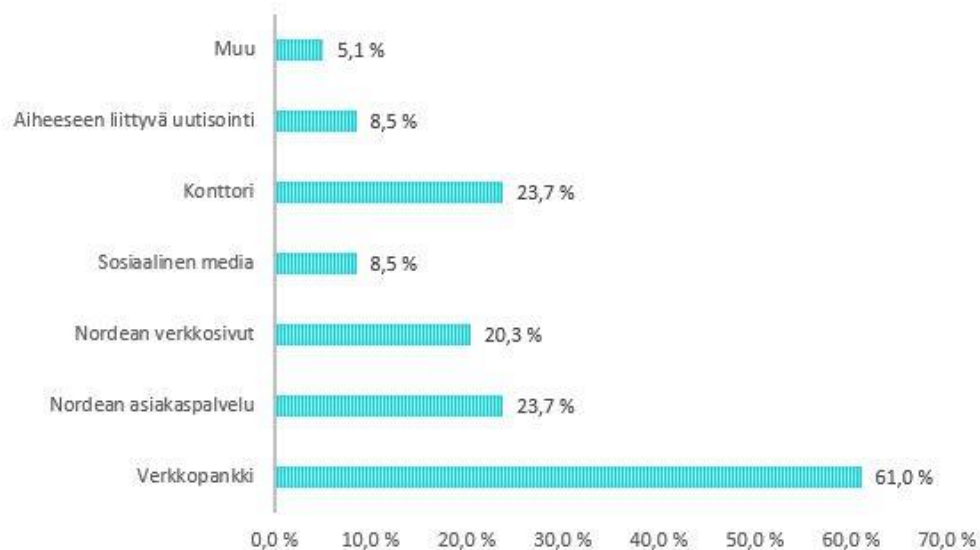
Kirjautumistapana tunnuslukusovellus on kyselytutkimuksen vastaajien kesken käytetyin. Vastauksien jakautumiseen vaikuttaa se, että tunnuslukusovellus on ollut asiakkaiden saatavilla pidempään kuin tunnuslukulaite. Lisäksi Nordea suosittelee asiakkailleen ensisijaisesti tunnuslukusovellusta. Kyselytutkimukseen haettiin vastauksia pääasiassa sellaisilta henkilöiltä, jotka ovat käyttäneet jo jonkin aikaa sähköisiä tunnuslukuja. Jos tutkittavana joukkona olisi ollut kaikki verkkopankin käyttäjät tunnuslukulista käyttävien määrä olisi voinut olla suurempi.



Kuva 11. Eri kirjautumistavat jaoteltuna kappalemääräisesti ikäryhmittäin

Yllä olevasta kuvasta käy ilmi miten eri ikäryhmät käyttävät kirjautumistapoja. Tunnuslukusovellus on suosituin kirjautumistapa kaikissa ikäryhmissä, paitsi yli 65 vuotiailla. Yli 65 vuotiailla suosituin kirjautumistapa on tunnuslukulaite, joita heillä on tutkimuksen mukaan käytössä yli kolminkertainen määrä verrattuna seuraavaan ikäryhmään. Tämän taustalla on se, että yli 65-vuotiaiden ikäryhmässä on vähemmän älypuhelimien käyttäjiä, kuin nuoremmissa ikäryhmissä. Tämän vuoksi, he eivät voi ottaa sovellusta käyttöönsä, ja ainoaksi vaihtoehdoksi heille jää tunnuslukulaite.

4. MISTÄ KANAVASTA OLET SAANUT TIETOA SÄHKÖISISTÄ TUNNUSLUVUISTA?



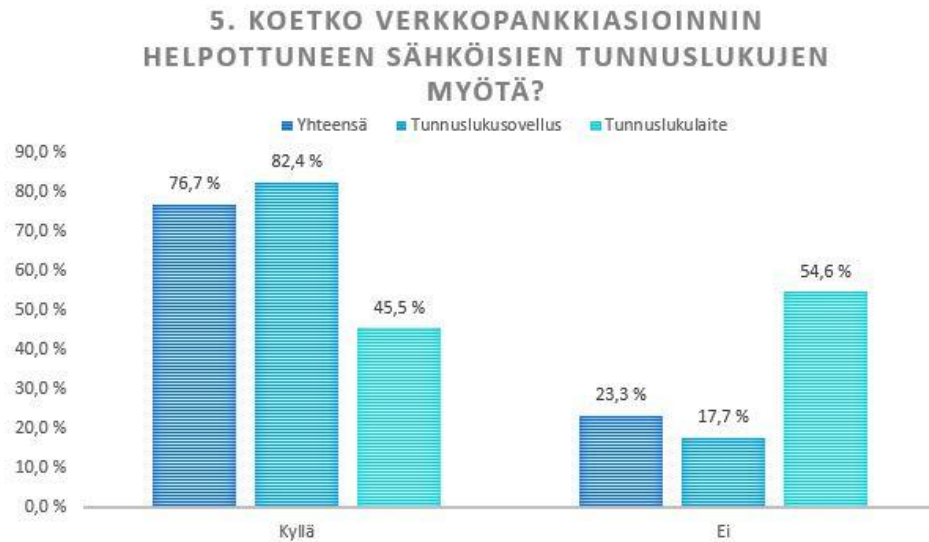
Kuva 12. Mistä kanavasta asiakas on saanut tietoa liittyen verkkopankin kirjautumistapojen muutokseen? (n=59)

Kysymyksellä neljä haettiin vastauksia siihen mikä, tiedotuskanava on ollut näkyvin ja tehokkain verkkopankin muutoksista asiakkaille viestittäessä. Kysymykseen pystyi valitsemaan useamman vastausvaihtoehdon. Tutkimuksesta käy ilmi, että suurin osa, eli 61 prosenttia vastaajista, on saanut tiedon muutoksesta verkkopankin kautta. Sähköiset tunnusluvut ovatkin vahvasti esillä verkkopankissa, jotta kaikki aktiivisesti siellä asioivat olisivat tietoisia muutoksesta. Nordean verkkopankin sisäänkirjautumissivulla mainostetaan näkyvästi tunnuslukusovellusta. Tunnuslukulistalla verkkopankkiin kirjautuessa näytölle ilmestyy tiedote, jossa kerrotaan pankkitunusten muuttuvan sähköisiksi.

Nordean asiakaspalvelusta ja konttorista tiedon oli saanut 23,7 prosenttia vastanneista. Asioidessa Nordean puhelinasiakaspalvelussa, ennen varsinaista puhelua, linjalta kuuluu nauhoite, jossa kerrotaan tunnuslukusovelluksesta. Jokaisessa asiakaskohtaamiseen asiointikanavasta riippumatta kuuluu sähköisten tunnuslukujen käyttöönotossa opastaminen, jos asiakkaalla on verkkopankkisopimus. Nordean verkkosivuilta tiedon muutoksesta oli saanut 20,3 prosenttia vastanneista. Voidaan yleistää, että suurin osa tutkimukseen osallistuneista, on saanut tiedon suoraan jostain Nordean omasta kanavasta. Tämä kertoo siitä, että muutoksesta viestiminen on ollut tehokasta.

Vastanneista 8,5 prosenttia kertoi saaneensa tiedon sosiaalisesta mediasta. Tutkimuksessa ei tarkemmin eritelty sosiaalisen median sivustoja. Sama prosenttiosuus vastaajista oli saanut tiedon aiheeseen liittyvän uutisoinnin kautta. Nordean siirtyminen sähköisiin tunnuslukuihin onkin ollut

näkyvästi esillä uutisissa ja iltapäivälehdissä. Vain 5,1 prosenttia vastanneista oli saanut tiedon muuta kautta, kuin kyselyssä annetuista vaihtoehdoista. Muita tiedonsaanti kanavia olivat vastaajan lähipiiri, mobiilipankki sekä oma pankkineuvoja.

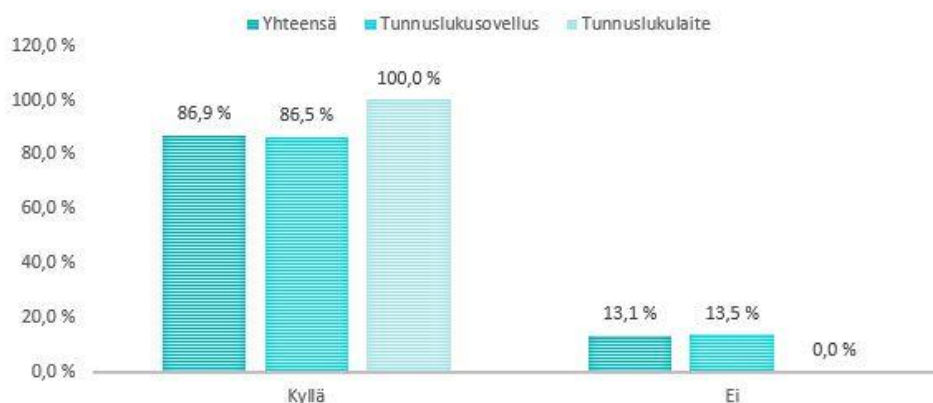


Kuva 13. Verkkopankkiasioinnin helpottuminen sähköisien tunnuslukujen avulla (n=60)

Kuvassa 13 tarkastellaan ovatko sähköiset tunnusluvut helpottaneet verkkopankkiasiointia, Nordean asiakasvision mukaisesti. Ensimmäinen pystypalkki kuvaa kokonaistilannetta. 76,7 prosenttia kyselyyn vastanneista koki verkkopankkiasioinnin muuttuneen vaivattommaksi sähköisten tunnuslukujen avulla. Kuvaan on eritelty asiakkaan kokemukset kirjautumistavan mukaan, sillä tunnuslukusovelluksen ja -laitteen käytettävyydessä on eroja. Tuloksia tarkastellessa on muistettava, että vastaajat ovat voineet valita käyttävänsä sekä sovellusta että laitetta.

Tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että 82,4 prosenttia tunnuslukusovelluksen käyttäjistä kokee asioinnin aikaista sujuvammaksi. Tunnuslukulaitteen kohdalla vastaava luku on 45,5 prosenttia, eli alle puolet. Suuri ero sovelluksen ja laitteen välillä saattaa selittyä sillä, että laitteen käyttämisessä on monta eri vaihetta ja useampia toimintoja, jotka voivat tuntua alkuun monimutkaisilta.

6. OLIKO SÄHKÖISIIN TUNNUSLUKUIHIN LIITTYVÄ OHJEISTUS SELKEÄÄ?



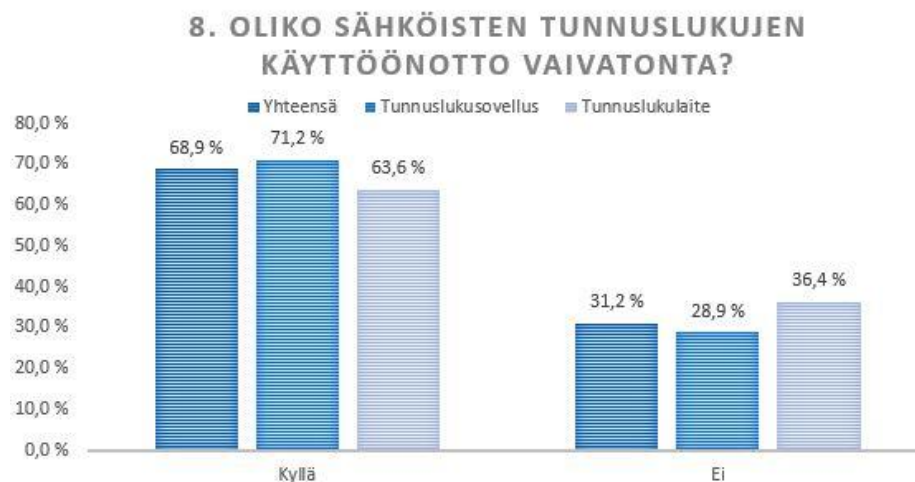
Kuva 14. Ohjeistuksen selkeys. (n=61)

Ylläolevasta kuvasta käy ilmi että 86,9 prosenttia vastaajista piti tunnuslukusovellukseen tai -laitteeseen liittyvää ohjeistusta selkeänä. Kuvassa on eroteltu tunnuslukusovelluksen ja -laitteen käyttäjät toisistaan. Vastauksien mukaan, kaikki tunnuslukulaitteen käyttäjät pitivät laitteeseen liittyvää ohjeistusta selkeänä. Tunnuslukusovelluksen käyttäjistä 13,5 prosenttia oli sitä mieltä, että ohjeistus ei ollut selkeää. Erot näiden kahden kirjautumistavan välillä eivät ole suuria. Laitteen ohjeistus koetaan todennäköisesti selkeämmäksi, sillä laitteen mukana tulee helppolukuinen ohjekirja. Sovelluksen käyttäjän täytyy etsiä ohjeet itsenäisesti netistä, jos hän ei asioi Nordean asiakaspalvelussa, jossa sovelluksen käyttöönotto opastetaan vaihe vaiheelta.

Kyselylomakkeella pyydettiin vastaajaa täsmentämään minkälaista ohjeistusta hän olisi kaivannut lisää. Tämä kysymys oli muodoltaan täysin avoin. Moni vastaajista kaipasi enemmän ohjeistusta tilanteisiin, joissa puhelin katoaa tai menee rikki. Sovelluksen käyttäjät eivät pysty kirjautumaan verkkopankkiin aktivoitakseen sovelluksen uudelle laitteelle tällaisissa tilanteissa ja monet luulivat, että uusi sovellus tulee aktivoida konttorissa. Sovelluksen käyttäjät kokivat myös, että olisivat tarvinneet enemmän ohjeistusta itse sovelluksen käytössä, käyttöönotto-ohjeiden lisäksi.

Seitsemäs kysymys oli avoin. Siinä pyydettiin tunnuslukulistan käyttäjiä kertomaan sähköisten tunnuslukujen ominaisuuksista, joiden vuoksi he eivät ole ottaneet sovellusta tai laitetta käyttöönsä. Vastauksista käy ilmi, että moni on pitänyt tunnuslukulistan tallessa sen aikaa, kun harjoittelee uusien kirjautumistapojen käyttöä. Useat vastaukset viittaavat siihen, että tunnuslukusovelluksen tai -laitteen käyttö on haastavampaa kuin listan ja monet haluaisivat pysytellä tutussa tavassa. Sellaiset henkilöt, jotka olivat kokeneet ongelmia sähköisten tunnuslukujen kanssa, olivat palanneet tunnuslukulistan käyttöön.

Yksi henkilö mainitsi sovelluksen tietoturvan huolestuttavan. Samankaltaisia vastauksia olisi voinut olla useampi, sillä monet konttorilla sovellusta aktivoineet asiakkaat ottivat puheeksi juuri tietoturvan. Sovelluksen tietoturvaan liittyvistä tekijöistä on kerrottu tarkemmin kappaleessa 4.2 Tunnuslukusovellus.



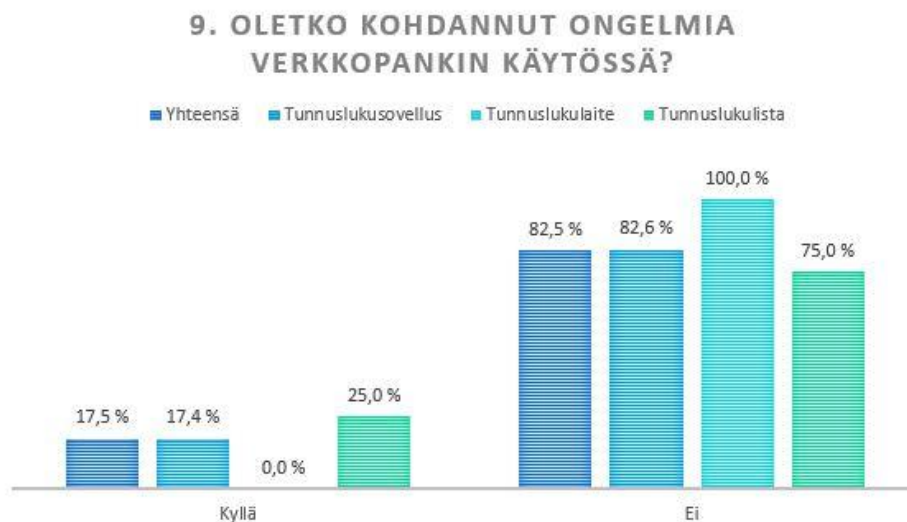
Kuva 15. Sähköisten tunnuslukujen käyttöönoton vaivattomuus. (n=61)

Kahdeksas kysymys koski tunnuslukusovelluksen ja -laitteen käyttöönoton vaivattomuutta. Molempien kirjautumistapojen käyttöönottoon kuuluu aktivointiprosessi, josta on kerrottu tarkemmin sähköisistä tunnusluvuista kertovissa kappaleissa 5.1 ja 5.2. Kuvassa 15 ensimmäinen pylväs kuvaa vastausten kokonaisuutta, siitä käy ilmi, että 68,9 prosenttia vastanneista koki käyttöönoton vaivattomaksi. Sovelluksen ja laitteen välillä on huomattavissa pieni ero, joka oli odotettavissa. Sovelluksen käyttäjistä aktivointiprosessin vaivattomaksi koki 71,2 prosenttia ja laitteen käyttäjistä 63,6 prosenttia.

Erot tuloksissa sovelluksen ja laitteen välillä eivät ole yksiselitteisiä. Sovelluksen käyttöönotto koetaan helpommaksi kuin laitteen, vaikka sovelluksen aktivointiprosessissa on useampi vaihe. Toisaalta sovelluksen käyttäjät ovat usein perehtyneempiä nykyaikaiseen teknologiaan ja käyttöönotto-menetelmä saattaa olla tuttu jo ennestään, jonkin toisen sovelluksen kautta. Tunnuslukusovellus ladataan mobiililaitteeseen, jota asiakas käyttää säännöllisesti ja jonka hän on itse valinnut. Tällöin mobiililaitte, jolla sovellusta käytetään, on tuttu, kun taas tunnuslukulaite on asiakkaalle käyttöönottilanteessa täysin vieras ja tämän vuoksi sen käyttäminen ylipäättään voi tehdä käyttöönotosta monimutkaisen.

Kysymykseen pyydettiin täsmentämään ongelmatilanteita avoimella palautteella. Avoimista vastauksista käy ilmi, että moni kokee käyttöönoton vaikeaksi, juuri sen monivaiheisuuden takia. Sovellusta käyttävät kokivat asiakaspalveluun soittamisen tai konttorilla käynnin hankaloittavan akti-

vointiprosessia. Monet kertoivat olleensa epävarmoja sähköisten tunnuslukujen käyttöönotossa ja moni oli tämän takia asioinut konttorilla tai pyytänyt apua lähipiiriltään.



Kuva 16. Ongelmatilanteet verkkopankin käytössä (n=57).

Kuvasta 16 nähdään prosentuaalisesti esitettynä, kuinka moni vastanneista on kokenut ongelmia verkkopankin käytössä. Kaikki kirjautumistavat huomioon ottaen noin 17,5 prosenttia kyselyyn vastanneista on kohdannut ongelmia verkkopankin kanssa. Tunnuslukusovellusta käyttäviä oli tutkimukseen vastanneista eniten, joten sovelluksen tilastot johdattelevat pitkälti kysymyksen kokonaistilastoa. Sovelluksen käyttäjistä 17,4 prosenttia oli kohdannut ongelmia verkkopankkiasioinnissa. Tunnuslukulaitteen käyttäjistä kukaan ei ollut kokenut ongelmia verkkopankin käytössä. Eniten ongelmia, eli 25 prosentilla vastaajista, oli tunnuslukulistan käyttäjillä. Tämä voi johtua siitä, että tunnuslukulista on ollut pitkään käytössä, joten sen aikana on ehtinyt olemaan verkkopankin käyttökatkoja ja monenlaisia kirjautumistavasta riippumattomia häiriöitä.

Kysymyksessä yhdeksän yhteydessä vastaajia pyydettiin kertomaan mahdollisista ongelmatilanteista. Sovelluksen käyttäjät kertoivat sovelluksen välillä jumittavan niin, että koko kirjautumisprosessin joutuu aloittamaan alusta tai odottelemaan jonkin aikaa, että sovellus toimii. Monet kirjoittivat tähän kohtaan internetyhteyden toimimattomuudesta tai verkkopankin yleisistä käyttökatkoista. Ongelmatilanteissa vastanneet kertoivat saaneensa apua konttorista tai lähipiiriltään.

Kohdassa kymmenen vastaajia pyydettiin antamaan kehitysehdotuksia sähköisille tunnusluvuille tai verkkopankkiasioinnille kaiken kaikkiaan. Eniten vastauksista esiin tuli sovelluksen uudelleenaktivoinnin monimutkai-

suus. Vastaajat harmittelivat, että puhelimen vaihtuessa uudet aktivointikoodit pitää hakea konttorilta saadakseen ne heti käyttöön. Monet kyselyyn vastanneista asioivatkin konttorilla juuri uudelleenaktivoinnin merkeissä. Asiakkaiden kanssa keskustellessa monikaan ei ollut tietoinen, että tunnuslukusovellusta voi käyttää puhelimesta ilman nettiyhteyttä. Tämä tieto olisi säästännyt asiakkaalta konttorikäynnin puhelimenvaihtotilanteessa.

Osa vastanneista mainitsi tunnuslukulaitteen käytettävyydestä. Laitteen näppäimet tuntuivat kömpelöiltä käyttää, sillä näppäimet ovat pienet ja joidenkin vastaajien mukaan hankalat painaa pohjaan asti. Myös tunnuslukusovelluksen käytettävyydestä mainittiin, sillä osa vastaajista ei tiennyt mistä sovellukseen saa tunnusluvut.

Pääsääntöisesti tunnuslukusovellusta kehuisti sen helppokäyttöisyydestä. Monet kommentoivat kaiken sujuneen hyvin ja että verkkopankki-asiointi sujuu moitteettomasti. Jotkut vastaajista toivoivat, että tunnuslukulistat säilyisi edelleen yhtenä kirjautumistapana.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tämän opinnäytetyön teoriaosuudessa perehdyttiin asiakaskokemukseen ja siihen, miten asiakaskokemus muodostuu. Koska opinnäytetyötutkimus keskittyy Nordean sähköisien tunnuslukujen asiakaskokemukseen, on teoriaosuudessa käyty läpi myös mitä tarkoitetaan digitaalisella asiakaskokemuksella. Opinnäytetyössä on kerrottu yleisesti pankkialasta, sen historiasta, nykytilasta ja tulevaisuuden näkymistä. Vuoden 2018 alussa pankkialalla koetaan muutoksia, kun toinen maksupalveludirektiivi, sekä sijoituspalveluita säätelevä direktiivi MiFID II, astuvat voimaan tammikuussa.

Opinnäytetyön kyselytutkimus on ajankohtainen, sillä sähköiset tunnusluvut eivät ole olleet vielä pitkään käytössä. Tunnuslukusovellus, jonka käyttäjiä vastaajista on suurin osa, on tullut markkinoille vuonna 2015. Tunnusluku-laite tuli asiakkaiden saataville keväällä 2017. Tunnuslukulista poistuu käytöstä vuoden 2018 aikana. Tutkimus keskittyy juuri verkkopankin kirjautumistapojen ja verkkopankkitunnuksilla tehtävän sähköisen tunnistuksen muutoksiin.

Opinnäytetyötutkimus on toteutettu kyselytutkimuksena Nordean Hyvinkään konttorissa elokuussa 2017. Tutkimuksen tavoitteet on esitelty tarkemmin kohdassa 1.1 Tutkimuskysymykset. Tutkimuksen kannalta keskeisimpiä kysymyksiä olivat seuraavat:

- Onko sähköiset tunnusluvut tehneet verkkopankkiasioinnista helpompaa?
- Onko asiakas kokenut ongelmia käyttäessään tai ottaessaan käyttöön sähköisiä tunnuslukuja?
- Onko sähköisissä tunnusluvuissa jokin ominaisuus, jonka takia asiakas ei ole ottanut niitä käyttöönsä?

Kyselytutkimukseen vastasi yhteensä 63 henkilöä. Vastaajien määrä oli odotettua pienempi. Tavoitteena oli saada noin 100 vastaajaa. Tavoittelusta määrästä jäätiin sen takia, että kyselyyn pyydettiin vastaamaan sellaisia henkilöitä, joilla oli ollut tunnuslukusovellus tai -laite jo jonkin aikaa käytössä, mutta suurin osa konttorilla asioivista asiakkaista oli vasta ottamassa niitä käyttöönsä. Vastauksia olisi saatu enemmän, jos kysely olisi lähetetty sähköisenä keskitetysti sähköisiä tunnuslukuja käyttäville asiakkaille. Valitettavasti nopea toteuttamisaikataulu esti tämän vaihtoehdon käytön.

Kyselyyn saatiin monipuolisesti vastauksia sekä miehiltä, että naisilta ja melko tasaisesti eri ikäryhmistä. Tunnuslukusovelluksen käyttäjiä oli vastaajista suurin osa. Tunnusluku-laitteen käyttäjiä vastaajista oli vain 11, joten laitteen osalta tieto ei ole yleistettävissä. Laitetta käyttävien määrä oli

huomattavasti vähäisempi, koska kyselyn toteuttamisen aikaan laite oli ollut saatavilla vasta muutaman kuukauden. Olisi ollut toivottavaa, että vastauksia eri kirjautumistapoja käyttäviltä oltaisiin saatu tasaisemmin.

Tutkimuksessa haluttiin selvittää, onko sähköiset tunnusluvut helpottaneet asiakkaiden verkkopankkiasiointia. Suurin osa kakista vastaajista koki asioinnin helpottuneen. Sovelluksen käyttäjistä vain pieni osa koki asioinnin vaikeutuneen. Vastausten taustalla voi olla ongelmat mobiililaitteen kanssa, jolla sovellusta käytetään, jotka heijastuvat sovelluksen käyttöön. Osalla vastaajista on myös voinut olla ongelmia sovelluksen käyttöönotossa, jota kysyttiin tarkemmin vasta myöhemmin lomakkeella. Laitteen käyttäjistä suurin osa koki asioinnin vaikeutuneen. Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että laitteen käytettävyys ja toimintaominaisuudet, tekevät verkkopankkiasioinnista haastavaa. Taustalla saattaa myös olla tottumattomuus laitteen käyttöön. Verkkopankkiasioinnin helpottamiseksi asiakkaan kanssa kannattaa käydä läpi laitteen eri toiminnot ja tarvittaessa varata asiakkaalle aika konttoriin. Laitteen käytettävyys paranee, kun asiakas löytää itselleen oikean tavan ja asennon käyttää laitetta.

Tutkimuksen tarkoituksena oli myös selvittää millaisina asiakkaat ovat kokeneet sähköisien tunnuslukujen käytön ja käyttöönottoprosessin. Yli puolet vastaajista koki sähköisten tunnuslukujen käyttöönoton vaivattomaksi. Eroja sovelluksen ja laitteen välillä oli jonkin verran. Molempien kirjautumistapojen käyttöönotossa tarvitaan erilaisia koodeja, jotta sovellus tai laite voidaan liittää asiakkaan verkkopankin käyttäjätunnukseseen. Lisäksi asiakkaan täytyy keksiä oma PIN-koodi. Osa vastaajista koki, että aktivointiprosessissa koodeja oli liian monta ja ne menivät helposti sekaisin. Tätä osuutta on vaikea helpottaa, sillä koodit vaaditaan turvallisuussyistä. Asiakkaalle on hyvä kertoa, miksi koodeja tarvitaan ja, että jatkossa hänen tarvitsee muistaa ainoastaan itse valitsemansa PIN.

Tutkimuksen kolmas keskeinen tehtävä oli selvittää niitä tekijöitä sähköisissä tunnusluvuissa, joiden takia asiakkaat eivät ole ottaneet niitä käyttöönsä. Tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että asiakkaat käyttävät edelleen tunnuslukulistaa sen helppokäyttöisyyden ja yksinkertaisuuden vuoksi. Uusien kirjautumistapojen opetteleminen tuntuu monista vaivalloiselta. Asiakkaille on hyvä kertoa, että erilaisia kirjautumistapoja voi käyttää rinnakkain. Asiakas voi rauhassa opetella uuden kirjautumistavan käyttöä ja tarvittaessa tukeutua vanhaan kirjautumistapaan. Joillekin vastaajille kynnyksikysymys oli sähköisiin tunnuslukuihin liittyvä tietoturva. Sähköiset tunnusluvut on kehitetty, jotta asiakkaan olisi tuvallisempi asioida. Niiden suunnittelussa on huomioitu monia tietoturvaan liittyviä seikkoja, joista on kerrottu tarkemmin kappaleissa 6.1 ja 6.2, jotka keskittyvät tunnuslukusovellukseen ja -laitteeseen.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että asiakkaat ovat pääsääntöisesti ottaneet verkkopankin kirjautumistapojen muutokset hyvin vastaan.

Muutos kannattaa ottaa puheeksi jokaisessa palvelutilanteessa. Vaikka asiakkaalla olisi ollut tunnuslukusovellus tai -laite jo pidempään käytössä, kannattaa häneltä kysyä miten asiointi on sujunut. Suullinen palaute kannattaa aina kirjata asiakkuudenhallintajärjestelmään. Näin toimimalla palautetta voidaan hyödyntää sähköisten tunnuslukujen kehittämistyössä.

Tutkimuksen aihe oli henkilökohtaisesti erittäin mielenkiintoinen. Sähköisiä tunnuslukuja olisi voinut tutkia syvällisemminkin, mutta kyselylomake haluttiin pitää lyhyenä ja yksinkertaisena, jotta se olisi helppo täyttää asiointiin yhteydessä. Opinnäytetyön tekemisen yhteydessä opin paljon uutta asiakaslähtöisyydestä, joka auttaa asiakaspalvelutyössä. Mielenkiintoisinta oli tutustua pankkialaa koskeviin muutoksiin, sillä ne tulevat näkyväksi omalla alalla viimeistään vuoden 2018 alussa.

LÄHTEET

Ahvenainen, P. Gylling, J. & Leino, S. (2017) *Viiden tähden asiakaskokemus*. Helsingin kauppakamari.

Alexandria (n.d.) Miksi makuuttaa rahoja talletustileillä? Haettu 3.11.2017 osoitteesta
<http://www.alexandria.fi/miksi-makuuttaa-rahoja-talletustileilla-suomalaisten-80-miljardin-pankkitalletukset-ovat-surkea>

Bankers Anonymous (2016) Check Out This Ancorns Thing. Haettu 5.11.2017 osoitteesta
<http://www.bankers-anonymous.com/blog/check-out-this-acorns-thing/>

Bridgmon, K. & Martin, E. (2012) *Quantitative and Statistical Research Methods: From Hypothesis to Results*. John Wiley & Sons, Incorporated

Filenius, M. (2015) *Digitaalinen asiakaskokemus – Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa*. Jyväskylä: Docendo Oy

Finanssiala (2017) Kysymyksiä ja vastauksia toisesta maksupalveludirektiivistä (PSD2). Haettu 31.8.2017 osoitteesta
<http://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/QA-Toinen-maksupalveludirektiivi.aspx>

Finanssivalvonta (2017) Säätely. Haettu 8.10.2017 osoitteesta
<http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Saantely/Pages/Default.aspx>

Finanssivalvonta (2017) Pankkipalvelut. Haettu 6.10.2017 osoitteesta
http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Finanssiasiakas/Finanssialan_palveluita/Pankkipalvelut/Pages/Default.aspx

Finextra (2017) PSD2 – The Final RTS: 10 Things You Need To Know. Haettu 4.11.2017 osoitteesta
<https://www.finextra.com/blogposting/13813/psd2---the-final-rts-10-things-you-need-to-know>

Fisher, M. & Vainio, S. (2014) *Potkua palvelubisnekseen – Asiakaskokemus luodaan yhdessä*. Helsinki: Talentum

Fortunate Investor (2017) Micro Investing: Know Your Options. Haettu 5.11.2017 osoitteesta
<https://fortunateinvestor.com/micro-investing-options/>

Elinkeinoelämän keskusliitto (2017) Maksupalvelulain uudistaminen. Haettu osoitteesta 10.10.2017
<https://ek.fi/ajankohtaista/2017/05/02/maksupalvelulain-uudistaminen/>

Euro ja talous (2015) Pankkisektori muutoksen kynsissä. Haettu 4.11.2017 osoitteesta

<https://www.eurojatalous.fi/fi/2015/artikkelit/pankkisektori-muutoksen-kynsissa/>

Herrmann, U. (2015) Pääoman voitto – Kasvun, rahan ja kriisien historia. Helsinki: Into Kustannus Oy

Iversen, M. (2015) Pankkeja ja konkursseja. Haettu 6.10.2017 osoitteesta <http://historianet.fi/yhteiskunta/kauppa/pankkeja-ja-konkursseja>

Kajaanin ammattikorkeakoulu (n.d) Opinnäytetyöpakki. Haettu 20.9.2017 osoitteesta

<https://www.kamk.fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Muuttujat>

Karlo, K. (2011) *Lyhyt johdatus rahaan*. Helsinki: Suomen Pankki

Keronen, K. & Tanni, K. (2013) Johdata asiakkaasi verkkoon: opas kouluttavan sisältöstrategian luomiseen. Helsinki: Talentum

Kotila, H. & Mutanen, A. (2012) *Käytäntöä tutkimassa*. Vantaa: Multiprint

KvantiMOTV (2013) Kvantitatiivisten menetelmien tietovarasto. Haettu 15.9.2017 osoitteesta

<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/hypoteesi/testaus.html>

Löytänä, J. & Korteso, K. (2011) *Asiakaskokemus palvelubisneksestä kokemusbisnekseen*. Helsinki: Talentum

Maksuturva (2017) Mitä on mobiilimaksaminen? 8 ajankohtaisinta tapaa maksaa kännykällä. Haettu 7.10.2017 osoitteesta

<https://www.maksuturva.fi/blogi/mita-on-mobiilimaksaminen-8-ajankoh-taisinta-tapaa-maksaa-kannykalla>

Nordea (2016) Käteisen käyttö vähenee. Haettu 9.10.2017 osoitteesta

<https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/News-fi/2016/2016-07-22-kateisen-kaytto-vahenee.html>

Nordea (2015) Pankkitunnukset uudistuvat – uusi tunnuslukusovellus nyt käytettävissä. Haettu 14.10.2017 osoitteesta

<https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/News-fi/2015/2015-06-24-pankkitunnukset-uudistuvat-uusi-tunnuslukusovel-lus-nyt-kayttavissa.html>

Nordea (2016) Nordean tunnuslukusovellus on paras mobiilipalvelu. Haettu 14.10.2017 osoitteesta <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/News-fi/2016/2016-12-01-nordean-tunnuslukusovellus-on-paras-mobiilipalvelu.html>

Nordea (n.d.) Organisaatio. Haettu 20.10.2017 osoitteesta <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/organisaatio/#anchor1>

Nordea (n.d) Pankkimuseo. Haettu 8.10.2017 osoitteesta https://www.nordea.fi/tietoa-nordeasta/tietoa-nordeasta/pankkimuseo.html#tab=Monet-vaiheet_id-1950

Nordea (n.d.) Tunnuslukulaite. Haettu 15.10.2017 osoitteesta <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset-raha-asiat/internet-mobiili-ja-puhelinpalvelut/tunnuslukulaite.html#tab=Tunnuslukulaite>

Nordea (n.d.) Tunnuslukulaite esite <https://www.nordea.fi/Images/58-175701/Nordea-tunnuslukulaite-esite.PDF>

Nordea (n.d) Tunnuslukusovellus. Haettu 13.10.2017 osoitteesta <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset-raha-asiat/internet-mobiili-ja-puhelinpalvelut/tunnuslukusovellus.html#tab=Mika-on-tunnuslukusovellus->

Nordea (n.d.) Verkkopankki. Haettu 13.10.2017 osoitteesta <https://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset-raha-asiat/internet-mobiili-ja-puhelinpalvelut/verkkopankki.html#>

Nordea (n.d) Yhteenveto Nordeasta. Haettu 20.10.2017 osoitteesta <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/Yhteenveto-Nordeasta/>

Nordea Ajassa (2017) Tunnuslukulaite on täällä, mutta mistä siinä on oikein kyse? Haettu 14.10.2017 osoitteesta <https://ajassa.nordea.fi/arki-asuminen/ajassa/tunnuslukulaite-on-taallamutta-mista-siina-oikein-on-kyse/>

Ojanen, M. (2013) *Reseptejä asiakassuhteisiin*. Helsinki: Talentum

Yle; Pantzar, M. (2015) Mobiili sysää pankkien tunnusluvut historiaan. Haettu 15.10.2017 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-8145224>

Pohjola Pankki Oyj (2006) Suomen suosituin verkkopankki 10 vuotta. Haettu 13.10.2017 osoitteesta

<https://www.pohjola.fi/pohjola?cid=330817520&srcpl=3>

Ruokonen, M. (2016) Biteistä Bisnestä! - Digitaalisen liiketoiminnan käsikirja. Jyväskylä: Docendo Oy

Suomen Pankki (2017) Korttimaksujen lukumäärä maksutavan mukaan. Haettu 9.10.2017 osoitteesta

<https://www.suomenpankki.fi/fi/Tilastot/maksuliiketilatot/>

Talouselämä (2016) Uusi maksupalveludirektiivi (PSD2) mullistaa pankkialaa.

Haettu 10.10.2017 osoitteesta

<https://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/uusi-maksupalveludirektiivi-psd2-mullistaa-pankkialaa/b26ab787-4b9b-387c-951e-4f3fa7d45a14>

Talouselämä (2017) PSD2-maksupalveludirektiivi mullistaa finanssialan – Pankit saattavat menettää jopa 47 prosenttia maksuliikennetuotoistaan. Haettu 6.11.2017 osoitteesta

<https://www.talouselama.fi/uutiset/psd-2-maksupalveludirektiivi-mullistaa-finanssialan-pankit-saattavat-menettaa-jopa-47-prosenttia-maksuliikennetuotoistaan/4c00968f-39c9-34eb-9c92-bca412b93512>

Tilastokeskus (2016) Internetin käyttö pankkiasioiden hoitoon, omien tuotteiden ja palveluiden myyntiin tai käytettyjen tavaroiden ostamiseen 2016. Haettu 4.11.2017 osoitteesta

http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2016/sutivi_2016_2016-12-09_tau_018_fi.html

Viestintävirasto (2017) Sähköinen tunnistaminen ja luottamuspalvelut. Haettu 15.10.2017 osoitteesta

<https://www.viestintavirasto.fi/kyberturvallisuus/sahkoinentunnistaminenjaallekirjoitus.html>

Kyselylomake

KYSELY

Tällä kyselyllä kerätään tietoa verkkopankin sähköisistä tunnusluvuista. Kysely on osa opinnäytetyötutkimusta verkkopankkitunnuksien muutoksesta ja asiakastyytyvyydestä. Tutkimuksen tuloksia hyödynnetään verkkopankkiasioinnin kehittämiseen. Kyselyyn vastaamisessa menee noin viisi minuuttia ja sen voi palauttaa konttorin palautelaatikkoon tai asioinnin yhteydessä.

Ympyröi alla olevista sopivin vaihtoehto

Ikä	Sukupuoli	Millä kirjaudut verkkopankkiin
25 tai alle	Nainen	Tunnuslukusovellus
26-45	Mies	Tunnuslukulaite
46-65		Tunnuslukulista
65+		

Mistä kanavasta olet saanut tietoa muutoksista liittyen verkkopankin tunnuslukuihin?

Verkkopankki	Nordean verkkosivut	Konttori
Nordean asiakaspalvelu	Sosiaalinen media	Aiheeseen liittyvä uutisointi
Joku muu, mikä?		

Koetko verkkopankkiasiointiasi helpottuneen sähköisten tunnuslukujen myötä? Vastaa vain, jos käytössäsi on tunnuslukusovellus tai -laite

Kyllä / Ei

Oliko sähköisiin tunnuslukuihin liittyvä ohjeistus selkeää? Vastaa vain, jos käytössäsi on tunnuslukusovellus tai -laite

Kyllä / Ei

Jos käytössäsi on jo tunnuslukusovellus tai -laite, oliko sen käyttöönotto vaivatonta? Jos käyttöönotossa oli ongelmia kuvaile lyhyesti mistä ne johtuivat ja mistä sait apua.

Kyllä / Ei

Jos käytössäsi on edelleen tunnuslukulista, onko sähköisissä tunnusluvuissa jokin ominaisuus jonka vuoksi ette ole ottaneet niitä käyttöönnne? Kerro lyhyesti näistä ominaisuuksista.

Oletko kohdannut ongelmia verkkopankkiin kirjautumisessa? Jos kirjautumisessa on ollut ongelmia, kuvaile lyhyesti millaisia ne ovat/olivat ja mistä sait apua.

Otamme mielellämme palautetta vastaan liittyen verkkopankin käyttöön ja tunnuslukuihin. Alle voit kirjoittaa vapaasti kehitys- ja parannusehdotuksia.

Kiitos vastauksestanne!